



# THÈSE

En vue de l'obtention du

**DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE TOULOUSE**

**Délivré par l'Université Toulouse 3 - Paul Sabatier**

---

Présentée et soutenue par

**Lorraine FEUGERE**

Le 28 novembre 2019

**"La littérature, c'est pas un truc hautain" : une étude de la mise en scène de la lecture sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube**

---

Ecole doctorale : **ALLPHA - Art, Lettres, Langues, Philosophie, Communication**

Spécialité : **Sciences de l'information et de la communication**

Unité de recherche :

**LERASS - Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales**

Thèse dirigée par

**Muriel LEFEBVRE**

Jury

**Mme Marie-Christine Bordeaux**, Rapporteur

**M. Alexandre Coutant**, Rapporteur

**Mme Oriane Deseilligny**, Examinatrice

**M. Sébastien Rouquette**, Examineur

**M. Franck Bousquet**, Examineur

**Mme Muriel LEFEBVRE**, Directrice de thèse



## Remerciements

Nos premiers remerciements vont à Madame Marie-Christine Bordeaux et Monsieur Alexandre Coutant qui m'ont fait l'honneur d'être les rapporteurs de cette thèse, ainsi qu'à Madame Oriane Deseilligny, Monsieur Sébastien Rouquette et Monsieur Franck Bousquet d'avoir accepté d'en être les examinateurs. Je suis particulièrement touchée d'y retrouver les souvenirs du master « communication et territoires » qui m'a ouvert les portes de la recherche, et avec eux le sentiment que le temps a filé comme un insolent.

Je tiens également à exprimer à ma directrice de thèse mes profonds remerciements. Merci d'avoir supporté les angoisses, les doutes et tous mes refus de partager un thé à chacune de nos rencontres. Je me rappelle du master 1, et avec lui, les premiers pas vers la recherche qui m'ont sortie d'un monde pour m'en faire découvrir un nouveau, non sans peine mais toujours avec beaucoup de bienveillance et de compréhension. Merci de m'avoir transmis toute cette connaissance.

Je remercie aussi le Labex SMS qui m'a permis de réaliser cette thèse dans des conditions très favorables, et avec lui Monsieur Michel Grossetti, Monsieur Julien Figeac et Madame Christine Ruiz-Bauza pour leur bienveillance. Merci au Lerass, à Monsieur Pascal Marchand, Madame Cathy Malassis pour leur disponibilité et leur sympathie.

Mes remerciements vont également à Amanda Rueda et Pierre Molinier qui, dans le cadre des ateliers Grecom où lors de moments plus informels, ont toujours été très prévenants. Je tiens à leur témoigner ma gratitude à l'égard de tout ce qu'ils m'ont permis d'apprendre pendant ces années de thèse.

Merci aussi à Natalya, « co-bureau » pendant les premières années de thèse et amie que j'ai vue s'épanouir. Merci à Mélanie pour les repas, les discussions, les dépaysements à la campagne qui ont été de petites bulles d'air précieuses. Merci à Guillaume, pour sa bonne humeur et tous ses retours pertinents qui m'ont permis d'avancer. Merci à Natacha, pour sa gentillesse et sa sollicitude jusqu'à la fin de la thèse.

J'ai enfin une pensée particulière pour Déborah qui a égayé les journées un peu moroses des derniers temps de la thèse. La plume rapide, la verve sagace et l'œil pétillant !

Une pensée très chaleureuse également pour Eloi : merci pour tous ces moments de discussion qui ont égrainé les journées de la quatrième année, et rompu avec le ton taciturne des moments plus difficiles en venant les relever d'un parfait accent catalan (oui, c'est cliché) !

Enfin, un mot plus particulier pour Idil dont j'ai en tête l'image duveteuse des épaisses écharpes et des pulls à grosse maille. Certainement la douceur, même dans la tristesse, peut-être surtout dans la tristesse. Merci pour ta présence indéfectible.

A titre personnel à présent, je tiens à remercier mes grands-mères pour les discussions autour du thé, ou d'un tricot, avec dans les deux cas la télé toujours très forte. Je souhaite que l'ordre du monde puisse rester immuable : si vous avez passé les 85 ans, vous pouvez bien passer les 100 !

Merci aussi à mes frères : Adrien « papuche », aussi appelé l'« enfant du milieu » et méprisé pour cette raison ; Jérôme, l'aîné toujours furieux mais cœur de velours en vrai, on le sait tous. Merci à mes belles-sœurs qui me montrent les détours pelucheux de la vie. Merci au petit poussin qui pense que sa tatie dort environ 28h/24 : Paul.

D'en bas, je pense aussi à Isabelle, Pépère et Victor.

Enfin, et peut-être il faut le dire, surtout, merci à mes parents. Papa, humeur furieuse (comme l'aîné !) et fumeuse. Quand tu fuis, tu n'es jamais absent, c'est toute ta force.

Maman : tout est là près de toi.

Et sur la route, perdue entre les allers-retours du train, je ramasse une feuille sur laquelle – n'en déplaise aux avisés - est inscrite :

*« Songe qu'avant d'unir nos têtes vagabondes,  
nous avons vécu seuls, séparés, égarés,  
et que c'est long, le temps, et que c'est grand, le monde,  
et que nous aurions pu ne pas nous rencontrer. »*

*Toi et Moi, Paul Géraldy*



## Résumé

Motivés par la passion de la lecture qu'ils cherchent à transmettre auprès de leurs pairs et de leurs publics, les blogueurs littéraires et les booktubers échangent sur leurs blogs et leurs chaînes *YouTube* afin de donner leurs avis de lecture et se conseiller. Dans ce contexte, les questionnements soulevés par cette thèse partent du constat d'une ambivalence qui émerge des discours des blogueurs littéraires et des booktubers, rencontrés dans le cadre d'entretiens. En effet, la lecture, extrêmement valorisée par les amateurs qui la présentent comme un geste inconditionnellement positif, porte aussi dans les discours les stigmates d'une « culture élitiste » qu'ils associent à la littérature. Soulignant pour cette raison l'image « *snob* » et « *élitiste* » dont ils disent que la lecture pâtit, les amateurs rencontrés évoquent ainsi le souhait de la rendre plus accessible, notamment par sa mise en scène plus « *fun* » et « *cool* » sur leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube. A partir d'une approche « socio-sémiotique », cette thèse propose d'interroger les représentations que ces amateurs se font de la lecture, à travers l'analyse conjointe des discours sur leurs mises en scène de la lecture et des dispositifs médiatiques qui encadrent cette mise en scène. A partir de ces analyses, qui oscillent entre discours normatifs sur la lecture et volonté de désacralisation, la thèse souligne que la littérature, objet de l'embarras des amateurs de lecture, est ici un révélateur du statut ambigu de la culture dans la société aujourd'hui.

Mots-clés : lecture ; littérature ; blogs littéraires ; BookTube ; YouTube ; culture ; internet

## Abstract

Book lovers, also known as bloggers and booktubers, talk about reading on their blogs and BookTube channels, recommending books and sharing the interests of reading. This work highlights however that the book lovers we met confuse « reading » and « literature » which is associated with « elitist culture ». That is why this thesis aims to study how some of these book lovers depict reading as something « *cool* » and « *fun* », regarding their posts on blogs and videos on BookTube channels. Based on twenty semi-directive interviews, semiotic analyses of blogs and YouTube channels, and observations on three social networking sites, this thesis is focused on book lovers' speeches about depicting reading on blogs and BookTube channels. It also pays close attention to the role of digital devices in the way bloggers and booktubers depict reading on each of them. Thus, this study questions the imaginaries that are depicted about reading and highlights the ambiguous status of « culture » in today society.

Key-words : reading ; literature ; blogs ; BookTube ; YouTube ; culture ; internet

# Sommaire

Introduction ..... 1

PARTIE I: Littérature, culture et communication : les prémisses d'un questionnement sur la « légitimité culturelle » ..... 13

**Chapitre 1 – « Partager la passion de la lecture sur internet » ..... 14**

1. Internet, « Web 2.0 » et participation des publics à la production et à la circulation de la culture ..... 14

1.1. Internet et la « culture de la participation » ..... 14

1.2. La participation des amateurs : une figure centrale de l'internet ..... 18

1.3. La participation des passionnés de lecture à la circulation « conversationnelle » du livre sur Internet : le cas des blogs littéraires et des chaînes BookTube ..... 20

2. Des blogs littéraires et des chaînes BookTube pour mettre en scène un « loisir littéraire » ..... 23

2.1. Des « formats techniques de publication » au service de la structuration d'un réseau de passionnés de lecture ..... 23

2.1.1. Le cas des « blogs » ..... 23

2.1.2. Le cas des chaînes YouTube ..... 25

2.2. Les « blogs littéraires » et la mise en scène du « loisir littéraire » selon Jean Marc-Leveratto et Mary Leontsini ..... 28

2.3. Les chaînes BookTube : filer la mise en scène d'un « loisir littéraire ».....	29
3. Qui sont les blogueurs littéraires et les booktubeurs de notre terrain? .....	35
3.1. Premiers éléments de la méthodologie d'enquête et de constitution du corpus de thèse .....	35
3.2. « Portraits de lecteurs » .....	39

**Chapitre 2 – La « légitimité culturelle » en tension : des discours sur la lecture et la littérature ..... 68**

1. La confusion entre littérature et lecture : ébauche d'une remise en question de l'Ecole .....	68
2. L'école lieu de construction et de reproduction de la « légitimité culturelle » .....	70
3. « L'Ecole n'est pas un transmetteur du goût de lire » : « élitisme » et « snobisme » des « œuvres consacrées » .....	73
4. Lecture et atteinte à l'image de soi : le souhait de renouer avec la légitimité culturelle de la lecture .....	79
5. Les stigmates de l'illégitimité littéraire de la « littérature jeunesse » et de la « littérature de l'imaginaire » .....	85

**Chapitre 3 - Culture et légitimité, ou comment penser la « légitimité culturelle »?..... 92**

1. D'une « haute » idée de culture à l'idée d'une « haute » culture .....	92
1.1. L'émergence du concept scientifique de « culture » en sciences sociales : l'importance de l'héritage des Lumières en France .....	92

1.2. La « culture » du point de vue des politiques culturelles en France : le cas de la « démocratisation culturelle » .....	95
1.3. De la « démocratisation culturelle » à la « démocratie culturelle » .....	97
2. Culture et dominations sociales : la théorie de la légitimité culturelle .....	100
2.1. De la « démocratisation culturelle » à la « domination culturelle » : retour sur la « légitimité culturelle » selon Pierre Bourdieu .....	100
2.2. La légitimité culturelle en question : populisme, misérabilisme et dérive légitimiste .....	103
2.3. La légitimité culturelle à la culture selon Bernard Lahire .....	106
3. Culture et luttes symboliques : les <i>Cultural Studies</i> et la remise en question du modèle « légitimiste » de la culture .....	110
3.1. Le contexte d'émergence des <i>Cultural Studies</i> : substituer au modèle « légitimiste » de la culture, l'étude des « cultures populaires » .....	110
3.2. Le déplacement épistémologique des <i>Cultural Studies</i> : la proposition d'un autre modèle de la domination .....	113
3.3. L'exemple des « médiacultures » selon Éric Maigret et Éric Macé .....	116
4. Une autre manière d'appréhender la légitimité : la « trivialité » selon Yves Jeanneret .....	118
4.1. Aux origines de la trivialité : une pensée de la circulation des idées et des valeurs .....	118

4.2. L'approche triviale de la culture .....	120
4.3. La trivialité, enjeu de pouvoir .....	123

PARTIE II : L'importance des « dispositifs médiatiques » dans la mise en scène de la lecture .....	128
--	-----

**Chapitre 1 – Des « médias sociaux » aux dispositifs d'écriture : éléments de définition des blogs et des chaînes « YouTube » .....** 129

1. La définition des blogs et de YouTube au regard de la sociologie des usages .....	129
1.1. Des médias sociaux ? Ebauche d'une réflexion sur l'appréhension « sociotechnique » des blogs et de YouTube .....	129
1.2. Les limites d'une typologie des « médias sociaux » : l'exemple des « médias informatisés » selon Yves Jeanneret .....	134
1.3. Retour sur la place des médias du point de vue des « médiacultures » .....	139
2. La définition des blogs et des chaînes YouTube au regard de l'approche « techno-sémiotique » .....	142
2.1. Des « dispositifs d'écriture », une approche qui prend ses origines dans la notion d'écriture selon Michel de Certeau .....	142
2.2. Éléments d'analyse de l'« écrit d'écran » selon Emmanuel Souchier .....	146
2.3. « Enonciation éditoriale » et « architexte » .....	148

2.4. Synthèse de la discussion et premières perspectives méthodologiques .....	151
--	-----

**Chapitre 2 - Définition d'une approche « socio-sémiotique » des blogs littéraires et des chaînes BookTube .....** 155

1. La construction de l'analyse sémiotique des blogs littéraires et des chaînes BookTube .....	155
--	-----

1.1. La sémiotique des écrits d'écran : pour une analyse des propriétés techniques et sémiotiques des blogs littéraires et des chaînes BookTube .....	155
---	-----

1.2. La sémiotique des sites web : penser le « jeu énonciatif » dans lequel s'inscrivent les blogs littéraires et les chaînes BookTube .....	158
--	-----

1.3. Constitution des corpus analysés, méthodologie de recueil des données et présentation des critères d'analyse sémiotique .....	164
--	-----

2. Présentation de la méthodologie des entretiens semi-directifs .....	169
--	-----

2.1. Le choix des entretiens semi-directifs .....	169
---	-----

2.2. Les « deux temps » des entretiens semi-directifs : questionnaires et rencontres en face à face .....	172
---	-----

2.3. Prises de contact, « effet communauté » et mise en récit de soi .....	175
--	-----

3. Démarche ethnographique & observations en ligne : présentation des objectifs de l'« observation en ligne » .....	179
---	-----

3.1. Un emprunt à la démarche ethnographique : présentation des objectifs de l'« observation en ligne » .....	179
3.2. Présentation méthodologique de la récolte des données : « observation flottante », « observation diffuse » et « densification des données » .....	183
3.3. Synthèse .....	187

### **Chapitre 3 - Des « dispositifs attentionnels » : l'« injonction à la visibilité » sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube .....**

1. Des lieux de l'« écriture industrialisée » .....	189
1.1. « Industries scripturaires » et « capitalisme médiatique » selon Yves Jeanneret .....	189
1.2. La fabrique de dispositifs « prêts à l'emploi » : le cas de <i>Blogger</i> , <i>Wordpress</i> , <i>Wix</i> et <i>Weebly</i> .....	192
1.3. La constitution de <i>YouTube</i> en industrie « médiatisante » .....	198
2. Des dispositifs de valorisation de l'attention selon Y. Citton .....	202
2.1. L'importance du « regard » du spectateur : ébauche d'une injonction à la visibilité sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube .....	202
2.2. Des dispositifs d'écriture-lecture en prise avec une « économie de l'attention » selon Yves Citton .....	205
2.3. La « boîte noire » de l'algorithme : l'injonction à la visibilité n'est pas un processus maîtrisable .....	208
3. Les stratégies de mise en visibilité des blogs littéraires et des chaînes Booktube : entre référencement et mesures d'audience .....	212

3.1. Visibilité et référencement sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube .....	212
3.2. Mesures d'audience et impératif gestionnaire des blogs littéraires et des chaînes BookTube .....	219
3.3. Synthèse .....	224

**Chapitre 4 – « Être et avoir son propre média » : la teneur imaginaire des formes de l'énonciation personnelle .....** 227

1. Des dispositifs de la mise en scène de soi .....	227
2. La « prescription de la personnalisation » sur les blogs et les chaînes YouTube .....	231
3. Une « intensification du rapport à soi » ? De la « personnalisation » à la « personnification » .....	239
4. « Expression culturelle vernaculaire » et « idéal démocratique » sur les blogs et les chaînes YouTube .....	243
5. Synthèse .....	251

**PARTIE III : L'amateur et la culture : de l'ambivalence des discours sur la mise en scène de la lecture .....** 253

**Chapitre 1 – La prescription : un difficile dilemme pour la mise en scène de la lecture sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube .....** 254

1. « <i>Je suis pas là pour faire critique littéraire</i> » : les discours de distinction de la « prescription traditionnelle » .....	254
1.1. « Sociabilités littéraires » et production d'un jugement esthétique sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube .....	254

1.2. De la production d'un « jugement esthétique » à la « prescription littéraire » .....	257
1.3. « Ni critique, ni libraire » : le blogueur et le booktubeur en tant que « passeur-découvreur » .....	260
2. Un « art de jauger sans juger » ou comment se distinguer de la « prescription traditionnelle » ? .....	269
2.1. La « subjectivité » : ce qui compte c'est ce que le lecteur donne à penser du livre .....	269
2.2. Une « personnalité engageante » ou la promesse d'une relation « directe » et « personnalisée » .....	272
2.3. « Parler de ses goûts » ou l'idéal de la mise en scène des préférences du plus grand nombre .....	274
3. Synthèse .....	277

**Chapitre 2 – « C'est voir le livre ou en parler ? » : La divergence des discours sur les dispositifs de la mise en scène de la lecture .....** 279

1. Du modèle épistolaire sur les blogs littéraires au « simulacre » de l'échange en face à face sur <i>YouTube</i> .....	279
1.1. L'« égotisme » sur <i>YouTube</i> ou la critique de l'importance du booktubeur au détriment de la lecture .....	279
1.2. De la transcription sur les blogs à l'enregistrement sur <i>YouTube</i> : l'idéal d'une mise en scène « non-scénarisée » d'un « soi-lecteur » .....	282
1.3. L'impression de proximité ou l'idéal de l'échange « non-médiatisé » .....	289

2. Du « studieux » entre soi de lecteurs au divertissement « moderne » et « juvénile » .....	295
2.1. Le « divertissement » sur YouTube : entre discours de la « spontanéité » et discours sur les « artifices de l’amusement » .....	295
2.2. La mise en scène d’une identité « juvénile » : pour une proximité symbolique avec les publics projetés .....	301
3. Synthèse .....	307

**Chapitre 3 – Entre mise en scène du geste de la consommation et mise en scène du geste de lecture : la fin d’un « sacre » ? .....** 310

1. La portée « désacralisante » du « divertissement » sur <i>YouTube</i> .....	310
2. La « consommation littéraire » : le « haul » et ses déclinaisons .....	314
3. La mise en scène de la littérature comme « bien expérientiel » : des nouveaux formats de la promotion marchande ? .....	320
4. « La qualité plutôt que la quantité » : une autre manière de mettre en scène la consommation littéraire ? .....	325
5. Synthèse .....	331

**Chapitre 4 - Partenariats, professionnalisation et enjeux de légitimation des amateurs de lecture .....** 333

1. Les premiers temps des services de presse : la remise en question du blogueur littéraire et du booktueur .....	333
2. Mettre en scène son professionnalisme : un enjeu de légitimation .....	337
3. La construction de « l’autorité critique » du blogueur littéraire et du booktueur .....	343

4. La reconnaissance des compétences : entre consécration marchande et consécration institutionnelle .....	347
5. Se désengager d'une image amateur ? La mise en scène de soi en tant que « pro-am » .....	350
Conclusion .....	353
Annexe I : questionnaire .....	363
Annexe II : guide d'entretien .....	367
Annexe III : grilles d'analyse sémiotique .....	371
Bibliographie .....	376



# Introduction

« Faire tout lire », « lire à tout prix », « lire le plus tôt possible » : c'est le discours qui émerge au milieu du XX<sup>ème</sup> siècle tandis que *« tous les partis de la lecture s'unissent contre le petit écran qui apparaît alors et entre en concurrence directe avec le support imprimé »* (Chartier, Hébrard, 2000, p735).

Depuis l'avènement du « Web 2.0 », des passionnés de lecture prennent à leur tour le flambeau pour transmettre le goût de lire depuis leurs « blogs littéraires » et plus récemment, depuis leurs « chaînes BookTube », prolongeant ainsi la tradition des « discours sur la lecture ». En effet, invités aujourd'hui dans les salons et les festivals littéraires, sollicités par le Centre National du livre et les médiathèques ou encore approchés par les maisons d'édition, les blogueurs littéraires et les booktubeurs représentent désormais un terrain convoité par certains professionnels du livre qui voient en eux une manière de renouer avec un « public jeune » qu'il faut inciter à lire :

*« Ce qui serait bien ce serait d'inciter les jeunes à découvrir vraiment plus de choses, aller plus loin que forcément rester sur les classiques et les basiques ».*

La remarque d'Aline, libraire à Paris, souligne en revanche qu'il ne s'agit pas seulement d'« inciter à la lecture », il est aussi question d'aller plus loin que les « *classiques et les basiques* » qui renvoient dans son discours aux lectures proposées à l'Ecole. De la même manière, Erica, ancienne libraire, ajoute :

*« C'est pas vrai de dire que les jeunes ne lisent pas - mais y'a quand même toutes ces personnes qui persistent à dire que les jeunes ne lisent pas simplement parce qu'ils ne lisent pas ce que EUX aimeraient qu'ils lisent ».*

Si le premier discours souligne vouloir se détacher de la seule incitation des lectures scolaires pour amener les jeunes vers la lecture, le second reconnaît quant à lui que les jeunes lisent mais que ce sont leurs lectures qui ne trouvent pas de reconnaissance auprès de « *toutes ces personnes* ».

A qui Erica fait-elle référence ? Et, est-ce que cela ne souligne pas qu'autre chose se joue sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube que la seule incitation à la lecture ? En effet, ces premiers éléments ne soulignent-ils pas qu'émerge des discours des acteurs une remise en question d'une certaine définition de la lecture de laquelle ils semblent se tenir éloignés ?

## Mise en scène de la lecture et représentations

Dans ce contexte, les blogs littéraires et les chaînes BookTube constituent un terrain privilégié pour observer les représentations que ces passionnés se font de la lecture. En effet, tandis que « l'amateur » constitue la figure centrale d'Internet (Flichy, 2010), le « Web 2.0 » (Rebillard, 2007) accompagne, quant à lui, sa participation à la production et à la circulation de ces représentations.

Un point que peu de recherches ont souligné, bien que de nombreuses études sur les pratiques des « amateurs » aient par ailleurs été réalisées (Beaudouin, Pasquier, 2014 ; Béliard, 2014 ; Naulin, 2014 ; Ferron, Harvey, Trédan, 2015). En effet, peu d'entre elles s'intéressent à la manière dont les amateurs parlent de culture entre eux et plus précisément sur la manière dont ils en parlent sur les « médias sociaux ».

En outre, les études qui se sont attachées à l'étude des « blogs littéraires », le font principalement au regard de la « prescription » (Chapelain, 2014 ; Ducas, 2014 ; Bois, Saunier, Vanhée, 2015), de la même manière que pour les « réseaux sociaux de lecteurs » (Wiar, 2015) – *Babelio, Livraddict, Goodreads*, etc. - la perspective prescriptive met davantage l'accent sur

le lien étroit qui se tisse entre les blogueurs, les booktubeurs et les professionnels du livre, principalement les maisons d'édition.

Dans ce contexte, c'est la recherche de Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini (2008) qui permet d'ouvrir la compréhension des blogs littéraires qu'ils analysent à l'aune d'une reconfiguration des sociabilités littéraires sur Internet, que les chercheurs appréhendent depuis une approche sociologique.

Cette perspective est ainsi particulièrement intéressante puisqu'elle souligne que les blogs littéraires, et avec eux les chaînes BookTube, sont avant tout des technologies au service de la mise en scène d'un « *loisir littéraire* » (Ibid., p202) par des passionnés qui s'en saisissent en vue de transmettre un goût pour la lecture.

Cependant, la limite de cette perspective est de ne pas prendre en compte le rôle que ces dispositifs occupent dans la mise en scène de la lecture que les amateurs élaborent sur leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube, comme nous le développerons en suivant. Une mise en scène dont l'analyse permet cependant d'interroger les représentations que se font les blogueurs littéraires et les booktubeurs de la lecture, lesquelles constituent le cœur de notre réflexion.

## Problématiques

Une première analyse souligne que les discours des amateurs sont empreints d'un embarras à l'égard de la lecture. D'un côté, cette dernière est extrêmement valorisée par les amateurs qui la présentent comme un geste inconditionnellement positif qu'il faudrait pouvoir faire parvenir au plus grand nombre.

En effet, alors qu'ils déplorent la dévaluation de la lecture, notamment auprès des jeunes, les acteurs renouent ainsi avec la « légitimité culturelle » de la lecture que leurs discours présentent

comme un objet « important », ce qu’incarne par ailleurs l’omniprésence de l’objet-livre dans leurs mises en scène.

Cependant, la valorisation inconditionnelle de la lecture est à double tranchants puisqu’elle porte aussi dans leurs discours les stigmates d’une « culture élitiste » qu’ils associent à la « littérature ». La « littérature » qui, associée à l’Ecole et aux seuls « classiques » et dans une moindre mesure aux médias traditionnels qui circonscrivent la définition de la littérature à la « littérature blanche », fait ainsi l’objet de multiples remises en question et constitue le nœud de l’embarras des amateurs, dont les représentations oscillent du « légitime », à l’« illégitime ».

Conscients de la charge symbolique de la lecture, tenue trop éloignée des jeunes en raison de l’image « *snob* » et « *élitiste* » dont ils disent qu’elle pâtit, les amateurs rencontrés évoquent ainsi le souhait de la rendre plus « accessible », notamment par sa mise en scène plus « ludique », « fun » et « cool » comme ils disent le faire sur leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube.

C’est pourquoi, à partir de ces éléments notre thèse se propose de répondre aux problématiques suivantes :

Comment les blogueurs et les booktubers envisagent-ils de se mettre en scène et de mettre en scène la lecture ? Qu’est-ce que ces discours sur ces mises en scène expriment des représentations que ces amateurs se font de la lecture ? Existe-t-il entre ces représentations des points de divergence ? Et quel rôle occupent les dispositifs dans la mise scène de la lecture sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube ?

En effet, peu évoqué par les blogueurs et les booktubers, ce dernier point constitue un impensé de leurs discours. Or, comme nous l’avons évoqué, les dispositifs que sont les blogs et les chaînes *YouTube* participent à donner forme à la mise en scène de la lecture et plus largement, à la production des représentations de la lecture que notre thèse se propose d’éclairer.

## Lecture, culture et trivialité

Pour appréhender ces problématiques, la perspective « triviale » développée par Yves Jeanneret (2008, 2014) constitue le cadre théorique que nous avons mobilisé. La trivialité n'est pas une « théorie culturelle » mais se présente davantage comme un « regard » à adopter sur la culture. En effet, rompant avec une définition *a priori* de la culture comme l'a développée la théorie de la « légitimité culturelle » développée par Pierre Bourdieu (1979), la trivialité renoue avec une définition anthropologique de la culture en tant que « *production sociale de sens et de valeur* » (Maigret, Macé, 2005), de la même manière que cette définition a été développée par les *Cultural Studies* et la perspective « *médiaculturelle* » (Maigret, Macé, 2005) dont notre cadre théorique s'est par ailleurs nourri, comme nous le développerons dans la première partie.

La trivialité suggère ainsi d'appréhender la culture comme un ensemble d'« êtres culturels » - c'est-à-dire de « représentations, d'idées et de valeurs » - qui circulent et se transforment toujours au fil de leur circulation dans les espaces sociaux. En ce sens, la perspective triviale a le mérite de souligner la grande labilité des « êtres culturels » dont les formes et le sens de ces formes ne cessent d'être transformés au fil de leurs appropriations successives.

Sans dissoudre la problématique de la « légitimité culturelle », elle permet cependant d'en déplacer les termes de sa compréhension. En effet, la posture triviale suppose de penser les critères de la légitimité dans les représentations que les acteurs élaborent depuis les espaces de communication où ils se confrontent en tant que producteurs de sens (Jeanneret, 2008).

En outre, la perspective triviale met un point d'honneur à la compréhension de la « *médiation médiatique* » (Maigret, Macé, 2005) qui participe à l'élaboration des formes de l'« *expressivité culturelle* » (Martin-Barbero, 2002, p178) et plus largement, à la circulation de la culture. En effet, cette perspective postule que les « dispositifs médiatiques », à l'instar des blogs et des chaînes *YouTube*, jouent un rôle central puisqu'ils configurent les modalités de l'énonciation et

les moyens de représentation à partir desquelles les « être culturels » sont produits et circulent dans les différents espaces sociaux (Jeanneret, 2008). Cela sans pour autant réduire l'analyse au seul déterminisme technique, puisque la perspective triviale n'oblitére pas la dynamique des « *pratiques de communication* » (Ibid.) qui participe pleinement à l'élaboration des formes de l'échange social (Ibid.) et des représentations.

## Une méthodologie « composite »

Notre parti pris méthodologique suppose d'articuler à l'analyse des discours des amateurs, une analyse des blogs et des chaînes *YouTube*. Pour cela, nous avons fait le choix de construire une méthodologie « composite », définie comme une approche « socio-sémiotique » que nous avons élaborée à partir d'un emprunt à différentes méthodologies, issues de plusieurs disciplines. Une méthodologie dont nous proposons ici de rendre compte des grandes lignes, et que nous préciserons dans la partie II de notre thèse.

Notre démarche méthodologique propose d'articuler à la démarche d'une analyse « sémiotique » des blogs et des chaînes *YouTube*, une analyse des discours réalisée à partir d'entretiens semi-directifs, issus de la sociologie.

La constitution de notre analyse sémiotique, qui découle d'une réflexion théorique sur les « dispositifs » présenté en début de la partie II, s'est nourrie du croisement des réflexions issues d'une sémiotique des « *écrits d'écran* » (Souchier, 1996) et d'une « *sémiotique des sites web* » (Rouquette, 2008, 2015 ; Pignier, Drouillat, 2008 ; Pignier, 2015). L'objectif étant de proposer des éléments d'analyse de la « médiation médiatique », au regard de quatre grands critères de description sémiotique que nous préciserons dans la partie II : (i) approche structurelle ; (ii) approche fonctionnelle ; (iii) visuelle ; (iv) interactionnelle.

Ces analyses sémiotiques ont été réalisées à partir d'un corpus composé de 14 blogs d'une part, et un second corpus composé de 19 chaînes *YouTube*, d'autre part. Chacun des blogs a pu être aspiré à l'aide du logiciel *HTTrack*, ce qui n'a pas été possible avec *YouTube*. Cependant, des captures d'écran ont pu être réalisées en plus des analyses sémiotiques, comme nous le développerons dans le chapitre méthodologique. L'ensemble de ces éléments empiriques sont joints à la thèse sous la forme d'une annexe numérique.

En plus de ces analyses, des entretiens se sont déroulés de façon semi-directive avec chacun des vingt enquêtés rencontrés en présentiel. Dans un premier temps, un questionnaire<sup>1</sup> leur a été communiqué dans une perspective exploratoire. Puis les entretiens se sont déroulés autour de trois grands thèmes, détaillés dans le guide d'entretien<sup>2</sup> : (i) « pratiques », (ii) « mises en forme », et (iii) « sociabilités ». Les discours de nos enquêtés devant nous permettent de recueillir un certain nombre d'éléments sur la manière dont ils envisagent de mettre en scène la lecture depuis leurs blogs littéraires et leurs chaîne BookTube.

Les entretiens, tous retranscrits<sup>3</sup>, ont alors fait l'objet d'une analyse thématique d'abord individuelle afin de nourrir les portraits présentés en première partie de cette thèse et d'articuler nos analyses empiriques aux éléments biographiques de nos enquêtés ; puis collective afin de repérer un certain nombre de thématiques transversales sur lesquelles les discours de nos enquêtés se rejoignent, se complètent ou divergent voire s'opposent.

Enfin, notre approche méthodologique s'est nourrie d'un emprunt à la démarche ethnographique qui nous a semblé nécessaire afin de replacer dans le contexte plus large des interactions quotidiennes sur les « réseaux sociaux numériques » ce qui, par l'analyse

---

<sup>1</sup> En annexe I.

<sup>2</sup> En annexe II.

<sup>3</sup> Le lecteur trouvera la retranscription des entretiens dans l'annexe numérique.

sémiotique et les entretiens semi-directifs, semblait « couper » d'un côté les blogs et les chaînes *YouTube* des dynamiques sociales dont ils se nourrissent quotidiennement.

Notre corpus pour les observations se compose là aussi des 14 blogs et 19 chaînes *YouTube* présentées pour nos analyses sémiotiques, ainsi que les comptes *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* de chacun de nos enquêtés. Ce corpus a par ailleurs été élargi à d'autres chaînes *YouTube* ainsi que comptes *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* de manière à replacer les blogs et les chaînes *YouTube* dans le contexte plus large des échanges qui ne se réduisent pas à ces seuls vingt blogueurs et/ou booktubers.

Précisons cependant que notre démarche ethnographique s'est davantage attachée à « densifier » les données récoltées (Latzko-Thot, Bonneau, Millette, 2017, p199) autour de notre corpus composé de 20 blogueurs et/ou booktubers ainsi que de leurs blogs et/ou de leurs chaînes *YouTube*. Ainsi, l'objectif a été de recueillir un certain nombre de leurs « traces de données<sup>4</sup> » (Latzko-Thot, Bonneau, Millette, 2017, p199) afin de nourrir nos analyses sémiotiques et nos entretiens semi-directifs de considérations issues de notre investissement sur les différents dispositifs.

Nos observations ont donc été menées dans une perspective inductive, sur le modèle de l'« observation flottante » (Moussaoui, 2012), et ne prétendent pas rendre compte des « pratiques » des blogueurs et/ou des booktubers ni du « fonctionnement » de la « communauté » ou encore d'une « culture de groupe ».

---

<sup>4</sup> Ces données empiriques ont été classées et organisées dans des fichiers joints à la thèse sous la forme que le lecteur peut consulter dans l'annexe numérique.

## Plan

Cette thèse est organisée en trois parties. Dans une première partie, nous présenterons les prémisses d'un questionnement sur la « légitimité culturelle » qui a émergé d'une confrontation au terrain au moment des entretiens. Le premier chapitre présente les conditions de possibilité d'une structuration de « communautés de lecteurs » sur les blogs littéraires d'une part, et sur les chaînes BookTube d'autre part. Il apporte également des éléments de définition pour chacun de ces dispositifs, et précise les critères qui ont précédé à la constitution du corpus de nos enquêtés, que nous présenterons sous la forme de portraits.

Au regard des portraits des enquêtés, le chapitre 2 développe la tension qui se cristallise autour de la « légitimité culturelle », toujours prégnante. En effet, un détour par les discours que nos enquêtés portent sur la « littérature » à l'Ecole permet de souligner l'ambivalence dans laquelle ils se trouvent pris face à la « lecture » : objet d'une valorisation inconditionnelle d'une part, mais aussi marquée par les stigmates de la « culture élitiste », associée à la littérature d'autre part.

Ce détour apporte ainsi un éclairage sur l'analyse des discours que nous présenterons dans la partie III, et ouvre la réflexion sur la perspective théorique de notre thèse que nous présenterons dans le chapitre 3.

Ce dernier présente les différentes perspectives théoriques issues d'une sociologie de la culture, qui ont permis de penser la « légitimité culturelle », avant d'élargir sa compréhension à la perspective des *Cultural Studies* - parmi lesquelles l'approche « médiaculturelle » (Maigret, Macé, 2005) - ainsi qu'à celle de la « trivialité » (Jeanneret, 2008) qui permettent de poser les cadres théoriques de notre analyse.

Dans la seconde partie, nous nous centrerons sur l'analyse des dispositifs que sont les blogs et les chaînes *YouTube*. Le premier chapitre présente une réflexion théorique, issue d'une discussion entre la perspective « sociotechnique » et « techno sémiotique », qui permet de préciser la définition des blogs et des chaînes *YouTube* en tant que « dispositifs d'écriture ». Une réflexion qui s'ouvre alors sur le chapitre 2 dédié à la présentation de notre démarche méthodologique, laquelle articule à la technique de l'analyse sémiotique, des entretiens semi-directifs et un emprunt à la démarche ethnographique.

A partir de ces éléments théoriques et méthodologiques, les chapitres 3 et 4 présentent une analyse des blogs et des chaînes *YouTube*. Le chapitre 3 resitue chacun des dispositifs au regard de son ancrage économique et permet ainsi de souligner l'« injonction à la visibilité » dans laquelle les acteurs se trouvent pris et doivent pour cette raison développer certaines stratégies pour se rendre visibles. Cette réflexion se prolonge dans le chapitre 4 par une analyse des « formes » de l'énonciation personnelles sur les blogs et les chaînes *YouTube*. A travers une étude du « geste » de la « personnalisation » sur les blogs et sur les chaînes *YouTube*, ce chapitre rend compte d'un certain nombre de valeurs relatives à la « promesse imaginaire » de chacun de ces dispositifs.

Enfin, dans la dernière partie, nous présenterons les discours que les blogueurs littéraires et les booktubeurs portent sur leur mise en scène de la lecture. Le premier chapitre développe le dilemme que constitue la « prescription » pour la mise en scène des blogueurs et des booktubeurs qui ne souhaitent pas être réduits à des relais marchands, ni associés à la « critique professionnelle ». Ce chapitre permet alors de souligner que les discours des enquêtés euphémisent la production d'un jugement culturel par le recours à l'argument de la « subjectivité », de la « personnalité » et des « goûts personnels » qui les inscrivent dans un relativisme culturel.

Une ambivalence qui se prolonge dans le chapitre 2. En effet, ce dernier présente les divergences qui existent entre certains blogueurs et certains booktubers vis-à-vis des dispositifs de la mise en scène. Ainsi, certains distinguent le blog, plus « sérieux », des chaînes BookTube centrées sur l'image, auxquelles sont reprochées la dimension « égotique » et « divertissante » au détriment de la lecture. Des critiques qui restent minoritaires cependant face à l'engouement que suscitent les chaînes BookTube, en raison notamment de leur idéal « conversationnel » et de l'impression de « proximité » qui subsument la promesse d'un échange horizontal, cher au « Web 2.0 ». Une promesse sur laquelle s'aligne la mise en scène de la lecture des booktubers.

Ce chapitre permet alors d'ouvrir la réflexion sur le chapitre 3, présentant cette fois les divergences qui existent entre les booktubers vis-à-vis des formats de la mise en scène de la lecture sur *YouTube*. Ce chapitre souligne ainsi la « portée désacralisante » dont est investi par certains booktubers le divertissement sur *YouTube*, avant de préciser que tous ne s'accordent pas sur la manière de mettre en scène la lecture. En effet, l'omniprésence des formats du « haul<sup>5</sup> » et de ses déclinaisons, privilégie la mise en scène d'une « consommation littéraire » dans laquelle le livre est présenté comme un « bien expérientiel ». Ce dernier point explique que les vidéos BookTube participent ainsi d'un renouveau des formats de la promotion marchande des livres, dont cherche à bénéficier les maisons d'édition. Cette perspective conduit ainsi à présenter les critiques formulées à l'encontre de la mise en scène de la consommation littéraire. Certains des booktubers soulignant, une fois encore, la réduction de la mise en scène de la lecture au « divertissement superficiel » ou à une « philosophie consumériste », dont certains reprochent par ailleurs la dimension « féminine ».

---

<sup>5</sup> Déballage d'articles face caméra. Formats de vidéo issus de la « beauté » et de la « mode » sur *YouTube*.

Enfin, le dernier chapitre de la thèse se propose de revenir sur la mise en scène des blogueurs et des booktubeurs en tant que « pro-am » (Leadbeater, Miller, 2004). En effet, en raison des partenariats dont ils font l'objet, les blogueurs et les booktubeurs engagent la construction d'une image professionnelle qui leur permet de gagner en légitimité dans l'espace des professionnels du livre. Cela sans pour autant renoncer à leur statut d'amateur qui les inscrit dans le circuit de leur reconnaissance par leurs pairs et leurs publics, que sanctionne leur visibilité sur Internet.

Finalement, l'ensemble de ces perspectives, articulées autour des ambivalences et des divergences qui constituent le creuset des discours de nos enquêtés, permet de renouer avec l'embarras initial de nos enquêtés face à la lecture, et témoigne ainsi de l'ambivalence des représentations de la culture dont notre thèse est traversée.

# Partie 1

---

Littérature, culture et communication :

les prémisses d'un questionnement

sur la « légitimité culturelle »

## Chapitre 1 – « Partager la passion de la lecture sur Internet »

### 1. Internet, « Web 2.0 » et participation des publics à la production et à la circulation de la culture

#### 1.1. Internet et la « culture de la participation »

« Y'a plein de livres, y'a des auteurs que tu aimes mais aussi parce que tu te sens de la communauté quoi c'est vraiment un groupe, c'est vraiment ça le gros plus de *BookTube* et de la *blog* » (Rémy, le 24 juillet 2017).

Rémy a 23 ans, il vit à Alès où il est surveillant cantine et animateur d'un centre de loisir, et pour la première fois de sa vie ce féru de lecture est allé au *Salon du Livre et de la Presse Jeunesse* à Montreuil pour retrouver les autres lecteurs avec lesquels il échange quotidiennement sur Internet. Rémy a commencé à parler de ses lectures sur son « blog littéraire » en 2010 puis sur sa « chaîne *BookTube* » en 2011, avant d'échanger quotidiennement avec d'autres lecteurs sur *Facebook*, *Twitter* ou encore *Instagram*. Rémy est « blogueur » et « booktueur », et avec lui d'autres passionnés de lecture échangent leurs avis, interagissent avec d'autres lecteurs et souhaitent prendre une part active à la promotion de la lecture comme leur permettent de le faire leur « blog littéraire » et leur « chaîne *BookTube* » qui constituent l'objet de cette thèse.

En effet, Internet a donné les moyens à un nombre de plus en plus important de personnes de se regrouper autour d'intérêts communs et parfois, de se constituer en « *communautés participatives* » (Jenkins, 2006) qui souhaitent prendre une part active à la production et à la circulation de la culture (Maigret, 2013).

Une idée qu'a développée le chercheur américain Henry Jenkins qui, malgré une considération utopique du « transmédia » déjà discutée par ailleurs (Maigret, 2013), souligne à travers la notion de « culture de la convergence », la « *compétence de navigation et d'appropriation d'un multi-média-transmédia* » par des publics qui passent d'une plateforme médiatique (Maigret, 2013, p10) à une autre et participent ainsi à la production et à la circulation d'une culture, dont les industries cherchent à tirer profit et à domestiquer.

Une participation des publics que le développement du « Web 2.0 » au tournant des années 2000 a alors soutenu en se structurant, comme l'a souligné Laurence Allard (2008), autour de « *plateformes de données partagées* » qui architecturent des « réseaux sociaux » *issus de la contribution essentielle des usagers à la création de contenus et des formats de publication (blogs, wiki...)* » (Ibid.). Une contribution devenue essentielle car l'interconnexion des données personnelles produites par les usagers permet de soutenir un modèle économique qui repose sur le principe d'exploitation de ces données comme l'a souligné Franck Rebillard (2011). Le Web 2.0 dépend ainsi d'un « *modèle de coopération* » (Aguiton, Cardon, 2008, p81) qui repose sur « *la participation massive d'utilisateurs* » (Ibid.) qui vont créer les contenus, et dans le même temps produire des données qui seront exploitées.

Aussi, la technologie du « Web 2.0 » s'est-elle accompagnée à son développement par la production d'un puissant imaginaire technique (Flichy, 2001) décrit par Franck Rebillard (2007) comme un idéal « *participatif* » et « *socialisant* » (Coutant, Stenger, 2012) caractérisé par une « *horizontalité* » des échanges qu'incarne symboliquement la notion de « *communauté* » (Rebillard, 2007, p32), ainsi que par la figure de « *l'internaute contributeur* » (Ibid., p37) enjoint à prendre part à la grande « conversation » d'Internet :

« *Les médias 2.0 sont ceux que produit la révolution des médias personnels.*

*L'audience devient le contenu. C'est le royaume de la conversation : on veut*

*commenter, évaluer, recommander. Les valeurs-clé sont les histoires individuelles, les expériences, l'implication ou l'engagement. Nous sommes les médias. »*  
(Rebillard, 2007, p19).

Une « conversation » qui se constitue ainsi comme le nouvel horizon idéal d'une idéologie de la communication chère au « Web 2.0 » (Patrin-Leclère, 2011) ; celle d'une mise en scène de « *co-énonciateurs perpétuellement à égalité dans un échange idéalement symétrique* » qui tend alors à présenter la communication sur Internet comme dépouillée de ses enjeux marketing (Ibid.) :

*« Pour s'adapter à la nouvelle donne communicationnelle, les marques revisitent les traditionnels plans de communication et stratégies de communication au profit d'un « dialogue » avec leurs clients [...] Le propos célèbre d'un autre visionnaire d'Internet, Mark Zuckerberg, le fondateur de Facebook, contribue à attester l'extension du domaine de la conversation : « Nous allons aider vos marques à faire partie des conversations quotidiennes qui se produisent tous les jours entre les membres »* (Montety, Patrin-Leclère, 2011, p24).

Appuyé dans son succès par cet enrobage discursif, le « Web 2.0 » a ainsi soutenu « *l'émergence de publics numériques* » (Allard, 2009) qu'est venu sanctionner ce que Laurence Allard décrit comme un « *tournant expressiviste du Web* ». Ce dernier se caractérise selon la chercheuse par l'arrivée des pages personnelles, des blogs, des sites de partage de vidéos comme *YouTube*, ou encore des dits « réseaux sociaux numériques » (*Facebook, Twitter, Instagram* etc.), regroupés communément sous le vocable « médias sociaux ». Les « médias sociaux<sup>6</sup> » reposent sur le principe de l'UGC – pour « *user generated content* » - qui se

---

<sup>6</sup> Nous précisons leur définition dans le chapitre 1 de la partie II de la thèse.

généralise au milieu des années 2000 (Ghernaoui, Dufour, 2017), et accompagne, du point de vue d'une sociologie des usages, la « démocratisation d'Internet ». En effet, le principe de l'UGC a notamment été formalisé dans un certain nombre de dispositifs de publication qui enjoignent les publics à commenter, évaluer, partager et produire leurs propres contenus. L'« UGC » est ainsi présenté comme l'emblème d'un « *tournant participatif* » du web » (Farchy, Méadel, Sire, 2015, p72) qui doit permettre aux internautes de mettre en ligne un contenu qu'ils ont eux-mêmes produit. Ce « principe » technique peut dès lors expliquer l'idée d'une réversibilité des rôles qu'endosse l'utilisateur, à la fois « consommateur » mais aussi « producteur » (Ibid., p72).

Les « médias sociaux » se présentent ainsi comme des « *objets facilitateurs de communication* » (Patrin-Leclère, 2011) et des « *technologies d'expression* » (Allard, 2003) qui accompagnent la mise en visibilité de nouveaux acteurs et rend possible leur participation à la production et à la circulation de la culture - sans pour autant prétendre ici à une participation généralisée. En effet, la participation des publics n'a pas attendu le « Web 2.0 » - et plus précisément les « médias sociaux » - pour advenir comme le rappellent Alexandre Coutant et Thomas Stenger (2012).

Ainsi, la presse ouvrait-elle déjà ses colonnes aux courriers des lecteurs, les « radios libres » constituaient l'une des formes possibles de la « *co-production médiatique* », et la télévision fait appel aux spectateurs par SMS (Coutant, Stenger, 2012). En outre, les chercheurs ajoutent que la participation ne concerne qu'une part réduite de la population mondiale, et qu'elle est le fait – dans le cas par exemple du « *journalisme citoyen* » - des catégories de la population ayant déjà accès « *aux différentes formes d'expression publique* » (Ibid.), remettant ainsi en question l'idéal d'une participation généralisée (Ibid.).

## 1.2. La participation des amateurs : une figure centrale de l'Internet

Comme l'a décrit Dominique Cardon, Internet a permis de rapprocher la conversation privée de l'information publique (Cardon, 2010, p11). Dans ce contexte, de « nouveaux entrants » ont pu accéder à « *l'espace de visibilité du Web* » à partir duquel ils prennent en charge « *la mise en scène de soi dont s'occupait naguère les journalistes* » (Ibid., p49). Ce glissement, Dominique Cardon le présente comme une 4<sup>ème</sup> forme de prise de parole qui voit « *des quidams parler de quidams avec d'autres quidams* » (Ibid., p49) :

*« La société n'est plus représentée par ceux qui s'étaient désignés pour le faire. Elle ne se projette plus dans les choix, les valeurs, la culture professionnelle ou les orientations politiques des gate-keepers, mais prétend à une sorte d'autoreprésentation immanente aux activités des internautes » (p51-52).*

Pointant l'élargissement de « l'espace public », le sociologue souligne ainsi qu'Internet signe « *le retour en grâce de la catégorie des amateurs* » (Ferron, Harvey, Trédan, 2017, p11) qui peuvent se passer de tout « *adossement institutionnel* » (Ibid., p12) et voir leurs pratiques se constituer en une légitimité alternative à celle des professionnels (Ibid.). Une idée que le sociologue Patrice Flichy a par ailleurs soutenue en précisant que « l'amateur » constitue la figure emblématique de l'internet. Ainsi, souligne-t-il que les technologies numériques, parmi lesquelles la technologie du Web 2.0, permettent aux individus de prolonger l'intensité de leurs « *passions ordinaires* » (Flichy, 2010) tout en rendant possible le déploiement d'une participation « amatrice » sur différentes « scènes culturelles » parmi lesquelles la science, la politique ou encore la littérature comme cela est le cas sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube qui constituent notre objet de recherche.

Pour Patrice Flichy, la notion « d'amateur » désigne l'ensemble de ces individus pour lesquels la « passion » constitue la motivation de leur engagement dans les pratiques sociales. Cela ne veut pas dire pour autant que « l'amateur » soit dépourvu de toute expertise comme l'a précisé la notion de « pro-am » développée par Leadbeater et Miller (2004). En effet, l'« amateur » est l'« artisan » de sa propre passion dont il est un fin connaisseur. Ainsi, peut-il prolonger la réception de ses objets préférés par la création de « fan fictions » ou de « fan vidding<sup>7</sup> », se coordonner pour un « projet collaboratif » comme c'est le cas sur *Wikipédia* ou encore produire ses propres critiques comme c'est le cas sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube à partir desquels il se construit, avec d'autres, une « communauté d'intérêts » à l'intérieur de laquelle il échange et commente avec eux ses lectures préférées.

En ce sens, la figure de « l'amateur » peut être précisée par la notion de « pro-am » développée par Leadbeater et Miller (2004). En effet, le « pro-am » désigne cet « entre-deux » selon lequel un amateur, mu avant tout par sa passion, aspire dans le même temps à recourir à des « *standards professionnels* » qui lui permettent non pas de remplacer l'expert mais d'occuper « *l'espace laissé vacant entre le profane et le spécialiste* » comme le souligne Pauline Adenot (2016) à propos des « vulgarisateurs scientifiques » sur *YouTube*.

Ce qui définit la figure du « pro-am » c'est ainsi sa position « ambivalente » entre d'une part, son amateurisme assumé et d'autre part, son professionnalisme revendiqué qui ne le situent ni totalement dans le champ de l'expertise ni dans celui du profane dont il revendique finalement une appartenance aux deux.

La figure du « pro-am » ne met donc pas fin à l'expertise professionnelle, mais se constitue comme l'un de ses corollaires avec lequel les professionnels sont désormais amenés à composer. Ainsi, l'émergence des réflexions autour de cette figure a donné lieu à de nombreuses

---

<sup>7</sup> Des fans réalisent des montages de vidéo et de musiques à partir de leurs objets culturels préférés.

recherches montrant les liens qui les unissent aux professionnels (Dupuy-Salle, 2014), les distinguent (Béliard, 2014) ou encore les assimilent (Baudouin, 2014). La réflexion de Flichy articulée à celle de Leadbeater et Miller (2004) n'invite donc pas à considérer les « pro-am » en opposition aux « professionnels » mais plutôt du point de vue de « *leur pouvoir de transformation des représentations collectives* » dans le sens où, comme Ferron, Harvey et Trédan, ces derniers participeraient à « *[subvertir] les normes dominantes de production des savoirs et les hiérarchies consacrées d'accès aux médias* » (Ferron, Harvey, Trédan, 2015, p24).

### 1.3. La participation des passionnés de lecture à la circulation « conversationnelle » du livre sur Internet : le cas des blogs littéraires et des chaînes BookTube

Alors que « *la conversation a été le berceau de la critique littéraire* » comme le soulignent Le Béhec, Crépel et Boullier (2014) en référence à Gabriel Tarde, Internet est quant à lui marqué par la multiplication de « *machines à produire de la conversation sur les livres* » (Ibid.). Par l'intermédiaire de ces technologies numériques, des passionnés de lecture participent ainsi à la reconfiguration de la « *circulation du livre* » qui repose, selon les chercheurs, sur « *la conversation abondante et permanente autour du livre* » (2014). :

« *L'activité conversationnelle autour du livre imprimé s'amplifie avec le numérique et indique bien à quel point la vie du livre et le goût de la lecture sont appuyés sur des conversations, formes de circulation désormais équipées par le Web* » (Le Béhec, Crépel, Boullier, 2014).

Que ce soit sur les premiers « forums de lecture », les « réseaux sociaux de lecteurs » (*Babelio*, *Livraddict*, etc.), les « blogs littéraires », ou encore les « chaînes BookTube » - force est de constater qu'Internet voit se multiplier les espaces dédiés à « *une multiplicité d'échanges informels ou organisés qui ajoute une valeur à l'expérience de la lecture, celle du partage* » (Béhec, Crépel, Boullier, 2014). Une idée que Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini ont par ailleurs souligné en étudiant la reconfiguration de « sociabilités littéraires » sur Internet (2008).

Dans cette recherche, les deux sociologues expliquent qu'Internet rend possible « *une liaison permanente entre tous les membres d'un groupe de pairs qui peuvent discuter, sans quitter le domicile, de tout ce qu'ils apprécient particulièrement* » (Leveratto, Leontsini, 2008, p24). Dès lors, la structuration de « communautés virtuelles » (Ibid., p40) permet au lecteur de sortir la lecture du seul loisir solitaire (Leveratto, Leontsini, 2008, p69).

En outre, les chercheurs précisent que l'intérêt de ces groupes composés de passionnés de lecture repose sur le plaisir de pouvoir « *parler de littérature et d'évaluer la qualité de ce qu'ils lisent* » (Ibid., p34). Les groupes de lecteurs font ainsi office d'intermédiaire pour éprouver la valeur d'achat des ouvrages dans une économie de marché qui est quant à elle caractérisée par une « *pléthore éditoriale* » (Ducas, Pourchet, 2014). Ce faisant, les passionnés de lecture se constituent en « relais prescriptif » qui, à côté du critique littéraire, du libraire ou encore du bibliothécaire, participent à orienter les publics dans leurs choix de lecture.

C'est pourquoi les « sites d'échanges littéraires » - parmi lesquels les « réseaux sociaux de lecteurs » (Wuart 2014), les « blogs littéraires », les « chaînes BookTube » ou encore aujourd'hui les « comptes *Bookstagram* » - font l'objet d'un certain nombre de réflexions scientifiques autour de leur pouvoir de « *prescription* » (Chapelain, 2014, Bois, Saunier, Vanhée, 2015) puisqu'ils jouent un rôle indéniable dans l'acte d'achat des livres, tout en modifiant « *les modes d'accès à l'information et de critique des livres* » (Robin, 2011, p60).

En effet, alors que pour vendre les livres les éditeurs s'interrogent sur la manière de communiquer autour d'eux, les passionnés qui de leur côté évaluent, commentent et échangent autour de leurs lectures sur Internet, apparaissent dans ce contexte comme le vivier important d'une prescription « alternative » à celle des professionnels avec laquelle différents acteurs du « monde du livre » doivent composer.

Cependant, la constitution de groupes de lecteurs sur Internet ne se limite pas seulement au cadre de la prescription. En effet, comme l'ont souligné Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini (2008), la publicisation de la parole des passionnés de lecture est aussi l'occasion pour ces derniers de mettre en scène leur loisir littéraire afin de « *valoriser avant tout l'expérience littéraire aux yeux d'un public* » (Leveratto, Leontsini, 2008, p193).

Sur Internet, un réseau de passionnés de lecture s'est ainsi solidement structuré autour des « blogs » à partir des années 2000, et des « chaînes *YouTube* » à partir de l'année 2010, afin d'évaluer, de commenter mais aussi de partager leur passion pour la lecture. Inscrits dans la continuité des « *fandom* » (Leveratto, Leontsini, 2008, p47), ces passionnés de lecture qui se présentent comme des « blogueurs littéraires » et des « booktubers » expriment tour à tour leur admiration pour leurs œuvres préférées et s'échangent des conseils de lecture. Leur « blog littéraire » et leur « chaîne BookTube » sont également l'occasion pour eux de mettre en scène leur passion pour la lecture en vue d'intéresser un public à la lecture (Ibid.) et ainsi, de « partager la passion de la lecture » :

« (...) *le discours que j'ai le plus c'est de se passionner quoi (...) c'est d'aimer ce qu'on fait - de euh tout ce que j'essaie de faire, je le fais avec passion et surtout de lire pour le plaisir mais après euh pour moi lire pour le plaisir c'est vraiment lire de tout, lire ce qu'on aime, prendre plaisir à lire, à en parler, j'invite les gens à parler, à en parler surtout* » (Camilla, le 04 juillet, 2017).

## 2. Des blogs littéraires et des chaînes BookTube pour mettre en scène un « loisir littéraire »

### 2.1. Des « formats techniques de publication » au service de la structuration d'un réseau de passionnés de lecture

#### 2.1.1. Le cas des « blogs »

La visibilité des « blogs » s'est accrue à mesure que se sont développés des dispositifs de publication qui ont permis la création gratuite et « *toutes clés en main* » (Jeanne-Perrier, 2005) de sites personnels. En effet, au tournant des années 2000, les programmeurs informatiques de différentes sociétés (ex, *Pyra Labs*, *Groksoup*) ont comme objectif de « faciliter » le processus de publication sur Internet. Pour cela, des outils de publication comme *Blogger* ou encore *Pitas* fournissent une adresse web à l'internaute ainsi qu'un espace d'hébergement sur son serveur afin d'aller dans le sens d'une facilitation des démarches à suivre pour créer un blog. A ce moment, la chercheuse américaine Rebecca Blood (2000) souligne que le déploiement des dispositifs de publication a une influence sur la forme des premiers « blogs » qui étaient alors jusque-là réservés aux personnes munies d'un bagage en compétences en informatique.

Dans sa forme, le « blog » - issu de la contraction « *web-log* », signifiant le « carnet de bord du web » - s'inspire alors du « journal intime » et du « journal de bord » dans lequel les blogueurs sont incités à publier régulièrement, si ce n'est quotidiennement leurs pensées et leurs anecdotes personnelles. Comme le souligne Scott Rosenberg (2009) à la suite de Rebecca Blood, le blog ne constitue plus alors ce « *filtre des informations du Web*<sup>8</sup> » - cher à l'idéal d'une partie des utilisateurs qui définissaient leur pratique du blog comme une manière de « *contrer les médias*

---

<sup>8</sup> Expression traduite par nos soins.

*traditionnels* » (Le Cam, 2010, p9) - mais suppose de livrer ses pensées et ses anecdotes personnelles. Dans ce contexte, le blog prend davantage la forme d'une « *archive personnelle* » (*record* en anglais (Blood, 2000)) dans laquelle se compilent, sous la forme de « *posts* », les pensées que le blogueur cherche à relier avec celles d'autres blogueurs par le biais de « liens hypertextes » comme le souligne Florence le Cam (2010) :

« *Les liens vont se spécifier : ils mènent vers d'autres sites de blogueurs avec lesquels l'auteur du short-form journal a une « conversation », ou qu'il a rencontrés il y a peu, ou vers le site d'un groupe de musique qu'il a pu voir jouer la veille, etc.*

*Des groupes de blogueurs se forment alors, par affinités* » (2010, p9).

Des liens hypertextes qui rendent ainsi possible la structuration de « communautés » autour d'intérêts commun, de la même manière que la possibilité de laisser des commentaires depuis l'encart réservé à cet effet soutient la logique « communautaire » par la stimulation des échanges entre pairs.

L'ensemble de ces éléments techniques permet aux blogueurs de se structurer en « communautés » éparses et diverses au sein d'un ensemble plus large communément désigné comme la « blogosphère ». Cette dernière n'est pas un espace homogène mais recouvre « *une très grande variété de formats d'édition, des publics très divers et des logiques sociales extrêmement hétérogènes* » (Cardon et al, 2006, p11), le blog étant « *une architecture logicielle qui donne lieu à divers types d'appropriation* » (Deseilligny, 2009).

Le blog est donc un « *format technique de publication* » (Paldacci, 2006) qui se situe à la croisée entre les pages et les sites personnels, propices au déploiement de l'énonciation personnelle, et des premiers forums de discussion et des chats qui proposent certaines modalités de mise en relation (Cardon et al, 2006). Il se caractérise ainsi (i) par une succession de « posts » - ou

articles – antechronodatée et accessible à tous pouvant être composés de textes, images, sons, vidéos (Klein, 2007, p13) ou encore enrichis de « liens hypertextes » (Ibid., p11), ainsi que (ii) par la présence de fonctions de communication, telles que le « blogroll<sup>9</sup> » ou le système de commentaires (Paldacci, 2006), qui rendent possible un certain nombre d’interactions et favorisent la mise en relation (Klein, 2007)

### 2.2.2. Le cas des chaînes *YouTube*

*YouTube* est un site de publication, de partage et d’hébergement de vidéos qui a été créé en 2005 à l’initiative de trois anciens employés de *PayPal* : Jawed Karim, Steve Chen, tous deux anciens étudiants en informatique, et Chad Hurley, ancien étudiant en design. De la même manière que pour les blogs, la création de *YouTube* s’inscrit dans le souci de faciliter au maximum le processus de partage des vidéos entre amateurs.

Profitant des progrès du haut débit qui pénètre de plus en plus largement les foyers équipés d’internet, les trois collègues décident de créer un site fondé sur une logique du « streaming » (littéralement, « diffusion en flux ») à grande échelle afin de faciliter l’échange de vidéos amateurs. Pour cela, le trio développe un site basé sur le format de vidéo « *Flash* » créé par *Adobe*, lequel ne nécessite pas l’installation de modules d’extension (*plugins-in*) particuliers (Silva, 2012, p65). En d’autres termes, l’intérêt de ce format réside dans le fait que l’utilisateur n’a pas besoin d’installer un lecteur de vidéo puisque ce dernier est déjà intégré par défaut dans son navigateur, ce qui facilite le visionnage de vidéos depuis le site.

---

<sup>9</sup> Liste de liens qui renvoient vers d’autres blogs.

En plus de cela, le format *Flash* permet l'encodage (c'est-à-dire la compression) des vidéos téléchargées par les utilisateurs, facilitant ainsi leur partage c'est-à-dire leur diffusion selon la logique de flux de données évoquée plus haut.

En outre, de la même manière que pour les blogs, les concepteurs de *YouTube* introduisent toute une batterie de fonctionnalités « sociales » (Silva, 2012, p65) – chères à l'idéal du « *Web 2.0* » - puisque l'utilisateur a la possibilité de commenter, d'évaluer (ex, « aimer » ou « ne pas aimer » une vidéo) ou encore de partager les vidéos. D'ailleurs, Chad Hurley dira que le succès de *YouTube* a notamment reposé sur sa « nature virale »<sup>10</sup> permise par ces différentes fonctionnalités facilement appropriables, que les chercheurs américains Jean Burgess et Joshua Green énumèrent dans leur recherche : les recommandations par le biais des « chaînes similaires », un lien url pour permettre le partage des vidéos par mail, les commentaires et autres fonctionnalités « sociales », ainsi que la possibilité d'intégrer un lecteur de vidéo sur d'autres blogs et sites web (Burgess, Green, 2009, p2), ce qui contribuera de manière considérable à la hausse du nombre de vues des vidéos sur *YouTube* (Silva, 2012, p69).

Sur *YouTube*, chaque internaute a la possibilité « d'ouvrir » une « chaîne *YouTube* ». Plus précisément, chaque internaute a une chaîne *YouTube* automatiquement « ouverte » dès lors qu'il s'enregistre sur le site avec son adresse *Gmail* (*YouTube*, ayant été racheté par *Google* comme nous le développerons en partie II). D'un point de vue « technique » et « éditorial », une chaîne *YouTube* constitue le parfait corollaire des blogs à la différence que ce sont des vidéos et non plus des « articles » qui sont publiés. C'est pourquoi, même si cela est resté rare, une chaîne *YouTube* peut également être désignée sous le terme de « vlog », au sens de « video-log », pour signifier littéralement le « carnet de bord vidéo ».

---

<sup>10</sup> Dans le cadre de son interview avec *WhoInvented.net* (2016) : <https://www.youtube.com/watch?v=d00BO0ieOaY>

En revanche, le terme de « vlog » possède un sens particulier sur *YouTube* puisqu'il désigne un format particulier de vidéo<sup>11</sup>. C'est pourquoi, nous privilégierons donc le terme de « chaîne *YouTube* » dans la thèse, et non de blog, afin de ne pas créer de confusion entre les deux termes.

Ainsi, une chaîne *YouTube* est aussi « un format de publication technique » qui se situe lui aussi à la croisée entre les pages personnelles propices à l'énonciation personnelle, et les premiers forums de discussion, qui permettent certaines modalités de mise en relation : on retrouve ainsi le même espace commentaires placé en-dessous de la vidéo. Dans ce contexte, une chaîne *YouTube* se caractérise (i) par une succession de « posts », ici des vidéos, qui classés de manière antechronodatée peuvent être accessibles à tous et enrichis de « liens hypertextes » directement incrustés dans la vidéo<sup>12</sup>, ou inscrits en « barre d'information » placée sous la vidéo, ainsi que (ii) par la présence de fonctions de communication, telles que les « chaînes similaires<sup>13</sup> » et le système de commentaires qui rendent possible un certain nombre d'interactions et favorisent la mise en relation (Klein, 2007).

Alors que sur les blogs, la structuration d'un réseau de passionnés de lecture est rendue possible par le système des liens hypertextes qui permettent aux blogueurs de se lier entre eux, sur *YouTube*, les passionnés de lecture se sont structurés autour d'un même « mot-clé » (ou « tag ») : « BookTube ». La structuration de ce réseau de lecteurs reposant dans ce contexte sur une pratique de référencement.

---

<sup>11</sup> Le « vlog » est une vidéo dans laquelle le « youtubeur » filme une tranche de vie et se met en scène dans son quotidien pour parler de sa vie privée, de ses passions, etc.

<sup>12</sup> Ce que *YouTube* appelle des « annotations ».

<sup>13</sup> A la manière du blogroll, il s'agit d'une liste de liens qui renvoient vers d'autres chaînes YouTube.

## 2.2. Les « blogs littéraires » et la mise en scène du « loisir littéraire » selon Jean Marc-Leveratto et Mary Leontsini

Contrairement aux « chaînes BookTube », plus récentes, les « blogs littéraires » ont déjà fait l'objet de plusieurs recherches scientifiques qui permettent de préciser les contours de leur définition. En effet, comme le rappellent Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini, les « blogs littéraires » sont des blogs entièrement dédiés à la mise en scène d'un loisir littéraire par un passionné de lecture (2008, p202). Pour cette raison, les chercheurs les appellent aussi des « *blogs de lecteur* » ou « *blog de lecture* » de la même manière que Brigitte Chapelain (2014) ou encore Géraldine Bois, Emilie Saunier et Olivier Vanhée (2016), l'ont par ailleurs développé dans leurs recherches.

Pour Brigitte Chapelaine, le « blog de lecture » désigne « *une catégorie de blogs tenus par des amateurs publiant des chroniques de lecture* » (Chapelain, 2014). La chercheuse privilégie ainsi l'appellation « blog de lecteur » car elle lui semble mieux restituer la teneur de l'activité du blogueur « *dans l'utilisation d'un dispositif qui lui permet par l'écriture de rendre compte de sa lecture* » (Ibid.). Une idée que Géraldine Bois, Emilie Saunier et Olivier Vanhée appuient par ailleurs en précisant que le « blog de lecteur » se distingue du « blog de fan », lequel se concentre uniquement sur un genre ou un auteur en particulier. Une fois de plus, ces chercheurs mettent alors l'accent sur le rôle que joue les « blogs de lecteurs » dans le « *travail réputationnel* » des « *livres de littérature* » sur Internet, de la même manière que Brigitte Chapelain s'attache à rendre compte du rôle que les « blogs de lecteurs » occupent dans la « *prescription littéraire* » telle qu'elle se déploie sur le « Web 2.0 ».

Cependant, comme le nuancent Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini, le « blog littéraire » - qui recouvre pour nous la même réalité que le « blog de lecteur » - se caractérise par la volonté de se préserver d'une trop forte professionnalisation du jugement critique (2008, p202).

Ainsi, au-delà de sa fonction prescriptive qui domine une partie de la littérature scientifique, le blog littéraire est avant tout un espace d'expression personnel dédié aux comptes rendus de lecture, rédigés et publiés régulièrement, par un passionné de lecture. Sans pour autant renoncer à la dimension prescriptive, les chercheurs précisent ainsi que le blog littéraire se présente comme un « *feuilleton critique* » qui vise « *implicitement ou explicitement* » à promouvoir la « *conduite littéraire* » auprès d'autrui (Ibid.), en s'appuyant notamment sur « *l'efficacité esthétique de la présentation de soi d'un lecteur ordinaire* » (Ibid.).

Comme le précisent les sociologues, les blogs littéraires sont donc caractérisés par l'effort que des passionnés de lecture portent à « *transmettre [leur] expérience littéraire par l'échange avec autrui* » (Ibid., p210). C'est en ce sens que, pour les chercheurs, les blogs littéraires constituent des outils de transmission d'une « *culture littéraire* ». Une « *culture littéraire* » qui prend sa source dans le « *patrimoine personnel* » du lecteur alors qu'il exprime son propre goût littéraire et cherche par ce biais à transmettre la « *littérature telle qu'[il] l'a vécue et qu'[il] désire la faire partager à ceux auxquels [il] s'adresse* » (Ibid., p173). Cette perspective a ainsi l'avantage de souligner que les blogs littéraires sont avant tout des technologies au service de la mise en scène d'un « *loisir littéraire* » (Ibid., p202) et de ses « *effets positifs sur le lecteur* » (Ibid., p194) par des passionnés de lecture qui s'en saisissent en vue de transmettre un goût pour la lecture.

### 2.3. Les chaînes BookTube : filer la mise en scène d'un « *loisir littéraire* » en vidéo

Transmettre le goût de la lecture, c'est aussi ce qui fait indéniablement le cœur de ce que se proposent de faire les passionnés qui se retrouvent sur BookTube. En effet, une partie d'entre eux ayant été ou étant encore blogueur littéraire, il n'est pas surprenant de retrouver une partie

de ces passionnés sur BookTube où ils rendent compte de leurs lectures à travers le format de la vidéo.

Cependant, il faut préciser que le terme « BookTube » est d’abord apparu à la faveur d’une « communauté de lecteurs » anglophone et hispanophone<sup>14</sup> qui s’est structurée sur *YouTube* autour du mot-clé « BookTube », signifiant littéralement « la télé du livre ». En France, les premières chaînes BookTube semblent apparaître en 2010, se structurent en 2012 et feraient l’objet d’une mise en visibilité médiatique à partir de 2014.

Le phénomène encore récent, il est difficile de circonscrire une définition du « BookTube » dont nous proposons ici de rendre compte de certains éléments au regard de la littérature scientifique émergente et/ou des discours médiatiques, plus foisonnants. A ce propos, il est intéressant de noter qu’une majorité des discours produits autour BookTube repose sur des considérations issues de trois éléments perceptibles à l’écran : (i) des considérations sur le « profil sociologique » des booktubers qui émergent moins des analyses sur les blogs littéraires, (ii) des considérations sur la forme des vidéos présentée comme un « parler spécifique » de la lecture auprès des jeunes que les recherches soulignent moins au sujet des blogs littéraires, (iii) sur la reconfiguration d’une « critique littéraire amateur » envisagée tour à tour comme une forme de médiation ou de prescription alternative à destination d’une jeunesse qui ne trouve pas dans les médias traditionnels d’interlocuteurs pour parler de la littérature qu’elle aime.

Ainsi, les booktubers – qui sont plus souvent des booktubers – sont présentés comme des « fans de lecture et du livre » (Leusse-Le Guillou, 2018) qui, à travers une « panoplie de langage dont ils sont les inventeurs » (Kraemer, 2016), parlent des livres qu’ils ont lus, de leurs

---

<sup>14</sup> Principalement d’Amérique Latine.

« routines de lecture » et plus largement de leur loisir littéraire qu'ils mettent en scène par le biais de vidéos publiées sur leur chaîne *YouTube*.

La majorité des considérations s'accordent également pour souligner qu'il s'agit généralement de jeunes femmes, entre 18 et 35 ans, dont les vidéos s'articulent autour de la présentation majoritaire d'une littérature « jeune adulte » (Leusse-Le Guillou, 2016), même si d'autres études précisent que les booktubeurs font aussi la part belle à la fantasy, la science-fiction, le fantastique, la « littérature jeunesse » (Wiar, 2016), et dans une mesure plus timide, aux « classiques » (Depallens, 2016). Autant de « genres » qui, comme l'avance Vanessa Depallens, « *démontrent l'hétérogénéité des lectures des booktubeurs.ses qui choisissent leurs lectures en fonction de l'envie du moment* » (Ibid.).

L'accent est également mis sur le « parler » spécifique des booktubeurs qui mettent en discours la lecture à la première personne du singulier (Kraemer, 2016) et ainsi, se mettent en scène dans leurs vidéos pour « *faire entendre leur ressenti et exprimer leurs émois devant une communauté de goûts* » (Leusse-Le Guillou, 2018). Pour cela, certaines recherches soulignent que les booktubeurs ont recours aux « *ressorts de la gamification* » (Wiar, 2016) par l'organisation de challenges ou de concours, que l'on retrouvait déjà sur les blogs littéraires. Ils empruntent également certains de leurs codes aux vidéos issues de la beauté, et s'attardent – généralement mais pas exclusivement – à la réalisation de formats courts et ramassés (Leusse-Le Guillou, 2018) de vidéos qui empruntent aussi l'autodérision et à l'humour sur le modèle anglophone comme le précise Sonia Leusse-Le Guillou (2018). En revanche, un élément sur lequel cette description ne revient pas est la dimension « communautaire » que subsume ce « parler spécifique » à BookTube. En effet, nous pensons que c'est à partir d'un ensemble de formats – comme les « book haul », le « book shelf tour », « l'update lecture », etc. –, parfois réécrits comme nous le verrons en partie III, que se caractérise le sentiment d'appartenance des passionnés de lecture à BookTube, et explique dans le même temps que certains s'en

distinguent. Car tout n'est pas BookTube sur *YouTube*. La frontière est ainsi plus trouble entre ceux qui, tout en réalisant des vidéos sur les livres, la lecture ou encore la littérature, ne se sentent pas pour autant appartenir à BookTube mais participent tout de même à cette « télé du livre ».

Enfin, les vidéos des booktubers sont présentées sur le registre de l'innovation pour désigner leur manière originale d'exposer leur rapport au livre comme le souligne Vanessa Depallens (2016). Ils sont ainsi envisagés comme une forme innovante de médiation de la lecture à destination des jeunes qui « *tire son intérêt d'un développement du rapport affectif au livre qui fait fi des valeurs des « héritiers »* » comme elle le précise (Ibid.). En ce sens, les vidéos de booktubers sont généralement présentées comme une manière de « *penser divers rapports à la littérature* » en fonction des « préférences littéraires » de chaque « lecteur-booktuber », ce qui participerait à transformer une image de la lecture auprès des jeunes (Le Leusse-Guillou, 2016).

Cette question des « préférences littéraires » occupe alors une place non négligeable dans les différentes études qui, pour cette raison, envisagent enfin les chaînes BookTube du point de vue de leur « pouvoir prescriptif », notamment à destination des jeunes lecteurs auxquels les booktubers donnent des conseils de lecture.

Le « phénomène » encore récent de BookTube, est alors présenté au regard de sa double composante « prescriptive » et « médiatrice ». En effet, tandis que certains questionnent la configuration d'une « critique littéraire amateur », plus « horizontale » et « ludique », principalement orientée vers les jeunes (Leusse-le Guillou, 2017 ; Wiart, 2016 ; Kremer, 2016) ; d'autres, quant à eux, s'interrogent sur l'intérêt didactique de ce « format de la critique littéraire amateur » en vue d'une médiation de la lecture, notamment auprès des jeunes, et se questionnent sur la pertinence de médiations culturelles existantes qui leur sont aujourd'hui proposés (Depallens, 2016 ; Quinche, 2018).

Le discours des uns, les booktubeurs, semblant par moment s'aligner sur le discours des autres, celui des différentes études, tous rassurés de voir que « *les jeunes semblent lire et apprécier la lecture beaucoup plus que les adultes ne le pensent* » (Quinche, 2018).

Pour autant, les réflexions mettent l'accent sur le fait que les booktubeurs ne cherchent pas à se substituer à la « *critique professionnelle ni universitaire* » mais à « *manifester une expérience* » (Leusse-Le Guillou, 2016) littéraire qu'ils mettent en scène par le biais de leurs chaînes BookTube. En ce sens, les chaînes BookTube se caractérisent aussi par l'effort que des passionnés de lecture portent à « *transmettre [leur] expérience littéraire par l'échange avec autrui* » (Leveratto, Leontsini, 2008, p210), de la même manière que les blogs littéraires dont elles constituent le pendant.

Cependant, il est intéressant de noter que les discours qui se développent autour du BookTube se distinguent de ceux qui se sont développés autour des blogs littéraires. En effet, on remarque que les blogs littéraires sont généralement présentés de manière bien moins « euphorisante » et « innovante » que les chaînes BookTube. Une idée que la réflexion de Marieke Mille (2016) suggère alors qu'elle pointe le glissement qui s'opère de l'écrit à l'image.

En effet, dans le cas des blogs, la mise en scène du loisir littéraire repose sur le format écrit tandis que dans le cas des chaînes *YouTube*, elle repose sur le format de la vidéo. Ainsi, Marieke Mille souligne-t-elle le glissement d'une mise scène d'un « rapport analytique » à la lecture à la mise en scène d'une approche davantage « émotionnelle » (Ibid.). Ce constat ne devrait-il pas nous informer de ce que les technologies, par lesquelles s'élaborent les mises en scène du loisir littéraire sur les blogs d'une part et sur les chaînes *YouTube* d'autre part, participent pleinement du discours qui est produit sur la lecture et dont nombre d'études semblent se faire le relai ?

Dans tous les cas, nous voyons là une première mise en garde qui souligne l'importance de prendre en compte le « rôle » des technologies dans la mise scène du loisir littéraire. Un point qui constituera, pour cette raison, le cœur de notre partie II. Cependant, avant de rentrer plus avant dans l'analyse de ce point, nous proposons de présenter au lecteur notre corpus d'enquêtés, car ce dernier a joué un rôle de premier plan dans l'émergence de notre problématique. En effet, la construction de cette problématique s'est appuyée sur une démarche inductive issue des entretiens semi-directifs – dont nous développerons la conduite dans la partie II – que nous souhaitons présenter au lecteur dans cette première partie de thèse. Cela afin de préciser d'une part, les choix méthodologiques qui ont présidé à la constitution de ce corpus et d'autre part, de présenter au lecteur, les blogueurs littéraires et les booktubers qui composent le terrain de notre thèse. Le lecteur trouvera aussi quelques premiers éléments concernant le volet méthodologique de cette thèse qui seront cependant précisés et développés dans la partie II.

### 3. Qui sont les blogueurs littéraires et les booktubeurs de notre terrain ?

#### 3.1. Premiers éléments de la méthodologie d'enquête et de constitution du corpus de thèse

Notre thèse repose sur une approche « socio-sémiotique » des blogs littéraires et des chaînes BookTube. Cette approche méthodologique repose sur un emprunt à différentes méthodologies puisqu'elle articule à la technique d'une « analyse sémiotique » des blogs et des chaînes *YouTube*, des entretiens semi-directifs issus de la méthode d'enquête sociologique. En outre, notre approche méthodologique se nourrit d'un emprunt à la démarche ethnographique puisque nous avons mené des « observations » sur les « réseaux sociaux numériques » - *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* - en plus des blogs et des chaînes *YouTube* des enquêtés qui composent notre terrain.

Un terrain que nous avons fait le choix de circonscrire à un corpus composé de vingt blogueurs littéraires et/ou booktubeurs, tous rencontrés en face à face dans le cadre d'entretiens semi-directifs. La construction de ce terrain s'est effectuée en deux temps. Tout d'abord, au cours d'une première phase exploratoire, nous avons listé dans un fichier *Excel* plusieurs blogs littéraires et chaînes BookTube *françaises*<sup>15</sup> afin de récolter un certain nombre d'informations concernant les blogueurs et/ou les booktubeurs quand cela nous était possible :

*(i) âge ; (ii) statut socio-professionnel ; (iii) « réseaux sociaux numériques » utilisés ;*

*(iv) nombre d'abonnés et de vues sur la chaîne YouTube ; (v) date de début du blog*

---

<sup>15</sup> Les chaînes francophones, anglophones et hispanophones n'ayant pas été incluses dans ce premier travail exploratoire.

*et de la chaîne YouTube ; (vi) pratique solitaire ou en groupe ; (vii) « genres littéraires » chroniqués ; (viii) autres articles que la lecture sur le blog.*

A partir de là, plusieurs critères ont présidé à la constitution du terrain que nous avons réduit à vingt enquêtés. Le premier critère a été la « diversité des profils sociologiques » puisqu'il présupposait – sans pour autant l'assurer - une diversité des points de vue, laquelle a été notre motivation principale pour la construction de notre terrain.

Nous avons donc construit un panel d'enquêtés inscrits dans un éventail d'âges et de statuts socio-professionnels le plus large possible. Ainsi, nous avons rencontré des blogueurs et/ou booktubers âgés de 17 ans, pour la plus jeune, à 36 ans, pour le plus âgé, car nous présupposions que les motivations des uns et des autres ne s'articuleraient pas autour des mêmes « finalités », notamment en ce qui concerne les enjeux de professionnalisation.

Nous avons également fait en sorte de rencontrer des personnes dont le statut socio-professionnel ou les études n'ont pas de rapport « direct » avec l'« environnement littéraire », c'est-à-dire : des étudiants en lettres, des libraires, des bibliothécaires ou encore des enseignants. Ce faisant, nous présupposions que la « compétence littéraire<sup>16</sup> » - facilitée par les études et le métier - jouait un rôle dans le succès d'un blog littéraire ou d'une chaîne *BookTube*.

En effet, il est particulièrement apprécié sur les blogs littéraires que l'écriture soit soignée, de la même manière qu'en vidéo, la capacité du booktuber à formuler et structurer son avis constitue un atout indéniable. Cette variable peut également offrir des indications précieuses quant au « statut économique » du blogueur et/ou du booktuber, qui là aussi n'est pas sans lien avec la réussite de son blog littéraire et/ou de sa chaîne *BookTube*.

---

<sup>16</sup> Nous entendons par là la compétence à écrire, développer et argumenter un avis par écrit sur un blog, de la même manière qu'à le développer, le structurer et l'argumenter à l'oral en vidéo.

On remarque ainsi que les deux booktubeuses les plus populaires<sup>17</sup> de notre terrain cumulent à la fois un capital scolaire : l'une a un master en lettres modernes, l'autre une licence en espagnol. L'une a été libraire, l'autre, enseignante de français, et toutes les deux sont « indépendantes » financièrement : l'une étant community manager (ce qui constitue là aussi un atout indéniable pour considérer le succès d'une chaîne *YouTube*), l'autre étant soutenue financièrement par ses parents à la suite de sa démission de la librairie, mais aussi dans le choix et l'achat de son matériel par ses parents, et notamment son père qui travaille dans l'audiovisuel.

Par ailleurs, nous avons fait le choix d'interroger plus de femmes que d'hommes, les blogs littéraires et les chaînes BookTube étant majoritairement tenues par des femmes, tout en laissant cependant une place importante aux hommes puisque huit des vingt entretiens ont été menés auprès de jeunes hommes. Au regard de cette variable, nous présumons apporter un éclairage concernant certains enjeux relatifs aux disparités entre les sexes, notamment en termes de visibilité, puisque sur les chaînes BookTube les femmes sont plus nombreuses mais aussi souvent plus « populaires », c'est-à-dire plus visibles, que les hommes.

En outre, d'autres critères ont été pris en compte dans la constitution de ce terrain. Tout d'abord, nous avons fait le choix de ne pas rencontrer uniquement des personnes ayant un blog littéraire et une chaîne BookTube. Ainsi, certains de nos enquêtés ont fait le choix de n'avoir qu'un blog littéraire quand d'autres ont décidé de le mettre en pause ou de l'arrêter. D'autres au contraire, ont fait le choix de n'avoir qu'une chaîne *YouTube* et ne souhaitent pas avoir de blog. Là encore, nous présumons qu'un « éclatement » des choix faits par les blogueurs et/ou les booktubeurs

---

<sup>17</sup> Il s'agit d'Erica et d'Anna dont le lecteur pourra trouver en suivant la présentation des portraits. Erica a obtenu une licence en espagnol, a été libraire et a pu arrêter son travail pour se consacrer à la professionnalisation de sa chaîne BookTube car elle vivait chez ses parents. Erica possède aussi une bonne maîtrise du matériel informatique, soutenue par un père qui travaille dans l'audiovisuel. Anna quant à elle, a obtenu un master en lettres modernes, a été enseignante dans une structure associative et est community manager.

devait permettre de diversifier les points de vue, notamment sur la manière dont chacun envisage différemment de mettre en scène son loisir littéraire.

Aussi, nous avons décidé de rencontrer des blogueurs et/ou des booktubers qui utilisent *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*, en plus de leur blog et/ou de leur chaîne *YouTube*, puisque leur utilisation fait partie intégrante de la pratique des blogs littéraires et/ou des chaînes *YouTube*. Pour cette raison, les réseaux sociaux numériques ont constitué un terrain propice pour nos observations comme nous le développons dans la partie II.

Enfin, un dernier critère a été le nombre d'abonnés des booktubers puisque nous avons fait le choix de rencontrer des personnes dont le nombre d'abonnés varie d'un peu plus de 300 à plus de 60.000 afin de ne pas concentrer nos analyses uniquement sur les booktubers les plus « populaires », c'est-à-dire les plus visibles.

A partir de ces éléments explicatifs, il nous faut préciser que la constitution de ce terrain n'a pas répondu à un souci d'exhaustivité des points de vue et ne présume donc pas pouvoir être représentatif de ce qui se fait et/ou se dit sur l'ensemble des blogs littéraires et des chaînes BookTube. En revanche, la conduite d'entretiens semi-directifs auprès d'un corpus restreint à vingt enquêtés devait permettre d'articuler notre problématique aux histoires de vie de ces enquêtés, notamment par un détour sur les événements qui ont jalonné leur vie. Cela afin de poser des questions de fonds relatives à leur rapport à la lecture, à la littérature, à l'école mais aussi à leurs blogs littéraires et à leurs chaînes *YouTube*.

Ainsi, le choix pour un corpus restreint à vingt enquêtés permet de donner davantage de place à la manière dont les personnes se racontent et se définissent au regard des discours qu'ils portent sur leur expérience. Et ainsi, de dessiner dans le récit que chacun se fait de lui ce qui « *détermine [ses] appartenances et [ses] engagements, [ses] systèmes de valeurs et [ses] croyances* » (Orofiamma, 2008).

Ce corpus restreint nous a ainsi permis de nous intéresser au « parcours de lecteur » de chacun de nos enquêtés. Cela afin d'apporter un éclairage sur les problématiques soulevées par notre thèse en les articulant aux « parcours de lecteur » de chacun d'entre eux.

Des parcours dont nous proposons à présent de rendre compte sous la forme de « portraits ». Sur ce point, nous précisons que ces portraits ne présument pas présenter le « récit de vie » de chacun de nos enquêtés, mais ont été plus simplement envisagés au regard de leur « *fonction de contextualisation* » (Gil, 2011, p280). En effet, chacun des portraits doit permettre de présenter le « profil » des lecteurs qui composent notre terrain en y articulant les éléments biographiques que nous avons pu recueillir. Ainsi, de la même manière que pour Jean-Claude Kaufmann et ses portraits de « couples enquêtés » évoqué par Muriel Gil (2011, p280), ces portraits constituent un « *guide de lecture biographique* » (Ibid.). Placés en amont de nos analyses empiriques, ils se proposent de « *rassembler les éléments importants qui permettent de mieux comprendre les pratiques* » (Ibid.) mais aussi les représentations de nos enquêtés (Ibid.) sur la lecture et la littérature. Et ainsi, d'éclairer ce qui dans notre thèse découle de l'analyse des discours de nos entretiens semi-directifs, mais aussi de nos observations et de nos analyses sémiotiques.

### 3.2. « Portraits de lecteurs »

Afin de répondre au souci d'anonymat des enquêtés, nous avons attribué à chacun d'entre eux un nouveau prénom, et avons fait le choix de ne pas mentionner le nom de leur blog littéraire et/ou de leur chaîne BookTube.

## Portrait 1 : Olivia

Olivia, 19 ans, vit dans une résidence du CROUS à Aix-en-Provence où nous la retrouvons devant le restaurant universitaire du campus. Revendiquant son caractère fort, Olivia se présente comme une bonne vivante aimant la vie et rigoler, tout en s’amusant de son « *accent à couper au couteau* ». Après un brevet des collèges « *mention très bien* » et un bac S « *mention assez bien* » comme elle le précise, Olivia a entamé sa seconde année de licence en lettres classiques. Passionnée d’écriture - avec trois projets de romans en cours et un recueil de nouvelles engagés -, de rock’n’roll et de « *gladiature expérimentale* », Olivia dit avoir baigné dans un environnement littéraire depuis toute petite grâce à sa mère qui veillait à lui « *donner cette passion pour la lecture* », même si elle vient « *d’une toute petite ville qui n’est pas trop plongée dans la culture littéraire* ». Entourée par sa mère - femme au foyer et adhérente, comme elle, à l’association journalistique du village – et de sa tante, Olivia fait ses premiers pas de lecture personnelle à sept ans, en lisant *Harry Potter*. Depuis, elle ne s’est plus arrêtée de lire, et dit lire beaucoup plus. Les livres, qu’elle lit aussi bien sur papier - puisque « *rien n’enlèvera le lien qu’on peut avoir avec le papier* » - que sur sa liseuse (moins cher et plus ergonomique pour les voyages) lui permettent de s’évader et semblent parfois faire office de thérapie à l’instar de ces « *lectures pansement* » qui lui servent de « *refuge* » lorsqu’elle ne va pas bien.

D’ailleurs, Olivia dit aimer les livres qui lui permettent de s’échapper « *le plus de la réalité* » comme le thriller psychologique, la romance, le fantastique et le Young Adult même si elle se garde bien, comme elle le précise, de s’enfermer dans ses seules préférences : « *je lis de tout* ». A ce propos, elle souligne ne pas confondre la « *littérature classique* » avec la « *vraie littérature* » laquelle recouvre pour elle aussi bien Baudelaire, Zola, que Musso, Victor Dixen ou JK Rowling. Ses livres, Olivia se les procure en librairie indépendante ou d’occasion et ne commande sur Internet ou n’emprunte en bibliothèque qu’en « *dernier recours* » : « *j’aime quand l’objet est à moi* ». Un temps Olivia a songé devenir journaliste culturel mais refuse de devoir subir l’angoisse des concours en raison de la pression et du harcèlement subis lors de sa scolarité. Depuis qu’elle a ouvert son blog et a chaîne *YouTube*, Olivia dit avoir élargi ses « *connaissances de lectrice* » et « *d’écrivain en herbe* », semblant transformer les souvenirs des moqueries en une force personnelle. Aujourd’hui, Olivia tient encore son blog mais ne publie plus de vidéos. Son compte *Instagram* est, quant à lui, davantage dédié à son « *mode de vie* » (nourriture, sport, culture).

## Portrait 2 : Mathias

C'est à Six-Four-les-Plages où il vit chez ses parents que nous retrouvons Mathias, 25 ans, qui s'ouvre difficilement au moment de l'entretien.

Enfant, Mathias se rappelle avoir eu des livres, parfois on lui en lisait « *mais après sans plus* » car dans la famille « *on n'est pas de grands lecteurs* », à l'exception d'une tante et de sa mère, avec lesquelles il partage encore aujourd'hui (en plus de sa cousine). C'est « *peut-être* » sa mère qui lui a transmis le goût de la lecture avant qu'il ne s'en trouve dégoûté par les lectures imposées du collège et du lycée : « *la torture quoi* ». Puis, c'est avec *Harry Potter*, *Twilight*, et la découverte de *Fahrenheit 451*, un roman de science-fiction dystopique de l'américain Ray Bradbury, que Mathias s'est remis à lire tout « *en trouvant [son] style* ». Ses genres de prédilection sont le fantastique, le contemporain, le thriller et la romance : « *c'est un peu ... c'est cliché filles hein* » car « *les garçons lisent beaucoup de mangas* » et de « *science-fiction* ». En revanche, il ne lit plus de jeunesse car les jeunes ne cherchent pas « *à ce que ce soit très profond dans leurs lectures, c'est plus du divertissement* », c'est pourquoi il dit « *se retrouver* » davantage dans le contemporain.

Il aime lire pour ressentir des émotions et « *oublier [son] environnement pendant quelques heures* ». Ainsi, il s'ouvre « *sur un autre monde* », voyage « *à travers les mots* », ce qui lui permet « *d'apprendre des choses* », « *de réfléchir sur notre société, sur des situations amicales ou familiales qui pourraient arriver plus tard* », et aussi d'améliorer son orthographe. Il lit principalement des livres papier qu'il achète sur *Amazon*, en librairie ou en grande surface car il aime « *voir l'épaisseur du livre* », suivre sa progression, « *et puis le toucher, tourner les pages... indémodable* ». Au moment de l'entretien, Mathias cumule deux emplois : après un master en journalisme juridique et judiciaire, il est devenu journaliste – il rédige des articles pour les communes alentours – et travaille aussi à l'*Intermarché* du coin le matin. Mais cela est temporaire car Mathias a obtenu un stage - au sujet duquel il devient plus prolifique - dans une maison d'édition numérique à Paris. La responsable était intéressée par son profil « *puisque [il] sait parler forcément ... aux journalistes* ». A la suite du stage, Mathias a été embauché en tant que community manager pour une maison d'édition. Il a de son côté « *recruté* » une autre lectrice pour tenir le blog avec lui et assurer le rythme des publications. En revanche, il ne publie plus de vidéos : « *chacun a ses avantages et ses inconvénients. Mais le blog permet de perdre moins de temps* ».

### Portrait 3 : Rémy

Nous retrouvons Rémy, un matin du mois d’Août, devant la librairie *Sauramps*, à Alès, où il vit dans un village chez ses parents. Après un BEP « *carrière sanitaire et sociale* » et un BAP « *service de proximité et vie locale* », Rémy, 23 ans, est devenu animateur dans un centre de loisir et surveillant cantine. Fêru de cinéma et de jeux vidéo, les livres sont sa plus grande passion que sa famille ne comprend pas toujours. Bien qu’il n’y ait jamais eu de soucis pour que ses parents lui achètent des livres, aucun membre de la famille ne lit - « *j’étais l’OVNI. Et je le suis toujours* » - et tous « *se fiche[nt] totalement de [ses] lectures* », au point de se sentir « *affreusement seul* ». Avant le blog, qu’il alimente en plus de sa chaîne, Rémy lisait « *mais pas à grosse consommation quoi* ». Enfant, il se remémore les albums et les petites BD qu’il aimait lire, et à huit ans, la découverte des *Harry Potter*, convaincu que depuis « *l’histoire d’amour entre les jeunes et les livres ne fait qu’augmenter* ». Dans l’attente d’un nouveau tome, Rémy prenait « *les rares livres fantastiques* », proposés dans sa ville qui « *tenaient sur un fond d’étagère* » alors que « *désormais il y a un rayon entier dédié à cette littérature* ».

Les classiques, quant à eux, sont associés à l’école – « *ils ont le chic pour choisir des livres pour nous déguster des livres* » - et Rémy se sent chanceux de ne pas en avoir lu beaucoup, même s’il dit avoir aimé ceux qu’il a lus. Depuis, la SFFF et la jeunesse sont ses genres préférés – même s’il peut s’éclater avec un contemporain ou une chick-lit<sup>18</sup> - car Rémy aime lire pour « *[s]’évader dans d’autres mondes* » et « *[s]’attacher à des personnages, rire, pleurer* ». Sensible à la couverture d’un livre, il se considère avec humour comme un lecteur qui résiste mal à l’appel d’un livre qu’il achète parfois de manière compulsive (il a une PAL<sup>19</sup> de 750 livres et une impressionnante collection de produits dérivés *Harry Potter*). De dix livres par semaine, Rémy se limite désormais à deux ou trois qu’il commande sur *Amazon* car la librairie, mal située, l’a snobé sur ses goûts pour la littérature « *jeunesse* ». Son livre préféré est *Le Monde de Charlie*, de Stephen Chobsky. Il raconte l’histoire d’un jeune garçon solitaire et prodige en littérature qui, entouré de ses amis, s’ouvre aux découvertes de la vie. Un personnage de roman avec lequel Rémy semble s’identifier comme il l’évoque à travers les souvenirs de son premier voyage en solitaire vers la Bretagne où il a rencontré des amis lecteurs. C’est aussi avec une certaine nostalgie que Rémy évoque le tournant « *professionnel* » de BookTube qui semble par certains côtés lui faire regretter la « *spontanéité* » des débuts.

---

<sup>18</sup> Littéralement, littérature pour nanas/filles.

<sup>19</sup> Pour « *pile à lire* », il s’agit de la liste du nombre de livres en attente d’être lus par le lecteur.

## Portrait 4 : Martin

A l'entrée du parc de la Tête d'Or, à Lyon, nous reconnaissons facilement Martin qui pratique l'humour et l'autodérision au moment de l'entretien. Après un DUT en réseaux et télécommunications, Martin, 22 ans, est sans emploi. Passionné de nature, de photo et d'informatique, Martin évoque ses débuts difficiles avec l'écriture - notamment à l'école où il était considéré comme un mauvais élève en orthographe et en grammaire - et la lecture qui a d'abord été un prétexte pour celui qui, fan de vidéos humoristiques et de vulgarisation, s'est surtout lancé pour « *faire des vidéos* ».

Au collège, la documentaliste lui demande de faire un résumé de la trilogie *Un nouveau monde*, écrit par Gilles Fontaine, et le convainc de lire. A ce moment, Martin n'aime pas trop la lecture « *parce que justement y'avait un peu cette histoire d'élitisme* » associé à l'image « *intello* » de la littérature que la chaîne lui semble aussi véhiculer : « *quand on dit qu'on a une chaîne lit-té-raire [sur un ton ampoulé] euh mon dieu l'horreur, moi les gens autour de moi ils me disent "d'accord, elles sont où tes lunettes quoi ?"* ».

Rencontrant d'abord quelques difficultés – « *à l'époque je lisais que Titeuf hein donc c'était un peu compliqué* » - Martin se passionne pour l'histoire du personnage principal qui résonne avec la sienne. Depuis, il aime les histoires de complots - « *ça c'est le kiff international* » - ainsi que les situations délicates dans lesquelles le personnage doit grandir et changer ses habitudes pour survivre. C'est pour cette raison que Martin dit aimer la « *littérature jeunesse* » et le Young Adult dont il considère que les histoires l'accompagnent dans sa construction personnelle.

Pour autant, Martin semble toujours ressentir cet élitisme auprès de sa mère, directrice d'une association dédiée à l'insertion, dont il met en avant les études en médecine qu'il juge élitiste, et de son père, mécanicien à la retraite, qui dévalorisent tous deux ses goûts pour les livres jeunesse : « *c'est fait pour les gamins et puis c'est des trucs gnian-gnian* ». Mais aussi de manière diffuse dans certaines mentalités qu'il aimerait changer, à l'instar des vieux de son village auxquels il a essayé de faire relire de la jeunesse.

Comme désillusionné au sujet de sa chaîne qu'il parvient mal à rendre visible, et de son blog qu'il a délaissé, Martin dit malgré tout pouvoir y exprimer les goûts qu'il s'est forgés depuis le collège tout en nourrissant le sentiment que « *ça intéresse enfin des gens (petit rire) de savoir ce que je pense sur euh la littérature jeunesse* ».

## Portrait 5 : Grégoire

Nous retrouvons Grégoire dans une petite résidence moderne, excentrée du centre historique de la ville de Beaune, où il vit seul. Après un bac littéraire, qu'il dit avoir mené un peu par défaut, Grégoire, 25 ans, a obtenu un BTS « tourisme ». Aujourd'hui, il est agent d'accueil touristique dans le domaine vinicole, à 2kms de chez lui, ce qui lui laisse du temps pour lire au réveil : « *ça reste une passion la lecture donc je sais que le matin ben c'est une heure de lecture avant de partir au boulot, donc non et puis quand j'ai pas envie de lire, je lis pas, je me mets pas de pression* ». Passionné de voyages, de « bonnes tables », de photographie et de cinéma, Grégoire dit voir baigné dans un environnement littéraire grâce à sa maman qui lui a transmis le goût de la lecture, avant qu'il ne découvre les livres d'Amélie Nothomb.

Même si son plaisir de lire est aujourd'hui évident, il n'en n'a pas toujours été ainsi pour celui qui se remémore avec une certaine déception la lecture forcée des classiques au lycée : « *il m'en a quand même un peu dégouté de la lecture parce qu'on nous forçait à lire des trucs qu'on n'aimait pas spécialement et euh voilà quoi c'est un peu lourd* ». Bridé par les lectures obligatoires, il semble que Grégoire a alors élargi le champ des possibles grâce aux conseils qu'il découvre sur les blogs après le lycée au point de considérer Internet comme « *une ouverture extraordinaire* » pour ses lectures. Aujourd'hui, il lui arrive de partager ses lectures avec ses amis ou sa famille à qui il « *conseille [ses] coups de cœur* » comme il préfère le faire avec son blog. D'ailleurs, ce sont les avis des autres qui lui donnent envie de lire tel ou tel livre, aussi met-il un point d'honneur à consulter des blogs et des chaînes pour « *trouver des idées de lecture et comparer [ses] avis avec les copains* ».

Lire lui permet de s'évader, et ce qu'il aime dans un livre est « *sa capacité à [lui] faire oublier la réalité* ». Ses genres de prédilection, qu'il lit sur papier pour le « *plaisir de l'objet livre* », sont le thriller, la « *littérature blanche* » et le Young Adult, qu'il se procure en librairie, pour les nouveautés, et en vide grenier, pour le prix. Participant lui-même à l'organisation d'un salon avec l'association *Lire c'est libre*, Grégoire aime les petits salons de Province plus conviviaux que Le Salon du Livre de Paris qu'il déteste pour « *le côté commercial, le côté trop grand, le côté que les auteurs n'étaient là que pour deux heures* ». Critique du rapport à l'image sur BookTube, Grégoire semble dire qu'avec le blog, il a fait le choix de la qualité et du sérieux lesquels expriment l'intégrité de sa pratique du blog dédiée aux livres, et non au travail de construction de son image de booktueur.

## Portrait 6 : Esther

Dans un très haut immeuble de Lyon, Esther, 26 ans, nous accueille dans la pièce principale du coquet T2 où elle vit avec son petit ami, ingénieur informaticien. Reçue dans une pièce chargée de livres, il semble que la lecture n'a pas toujours été une évidence pour Esther qui se dit complexée face aux autres booktubers qui peuvent se remémorer les livres de leur enfance : « *"moi je connais pas" tu vois (rire) parce que je lisais pas en fait* ». Esther attribue son goût pour la lecture à ses parents qui lui lisaient des histoires le soir et à sa mère qui l'emmenait à la médiathèque, et se rappelle avoir eu des livres à Noël et aux anniversaires. Cependant, elle garde un mauvais souvenir des lectures à l'école, notamment les « classiques » comme *L'assommoir* de Zola qui « *[l']ont dégoûtée de la lecture pendant une dizaine d'années* ». Pour elle, l'école a sa part de responsabilité dans le désamour de la lecture chez les jeunes, proposant des lectures « *barbantes* » et « *obligatoires* » alors que, de surcroît, la lecture serait perçue comme « *ringarde au vu de toutes les technologies qui sont sorties* ». Esther considère que c'est grâce à *Harry Potter* et *Twilight*, conseillé par sa sœur, qu'elle dit avoir gardé un lien avec la lecture. Aujourd'hui, elle lit pour s'évader du quotidien et ressentir des émotions. Ses genres de prédilection sont la romance (contemporaine, new adult, érotique, historique) et les sagas familiales. A ce sujet, elle semble craindre les critiques portées à ses goûts de lectrice comme cela a été le cas pour une amie booktubeuse dont les remarques l'ont incitée à réaliser une vidéo où elle justifie son intérêt pour les histoires d'amour. D'ailleurs, elle aussi a été critiquée sur sa lecture de Marc Lévy par un « *gars assez cultivé* » qu'elle a bloqué : « *je suis d'accord que tout le monde n'est pas obligé de l'aimer mais euh respecte ce que je lis* ».

Aussi, Esther paraît nourrir un complexe d'infériorité face à « *certaines booktubers qui ont beaucoup, beaucoup de recul* » tandis qu'elle lit « *vraiment limite sans réfléchir* ». Sentiment qu'il nous semble retrouver alors qu'elle évoque les remarques faites par sa sœur, « *grande lectrice* », au sujet de son projet professionnel : « *elle me disait "mais tu veux être bibliothécaire mais tu lis même pas"* ».

Après une licence et un master en espagnol, Esther qui est alors sans emploi, décide de se former sous la pression de son compagnon et devient aide-bibliothécaire dans une bibliothèque universitaire. Une décision que son inscription à *France Loisir* semble avoir soutenue car Esther dit avoir repris goût à la lecture grâce aux livres qui lui sont envoyés, ainsi que par la relecture qu'elle fait des « *Agatha Christie* ».

Dans la foulée, Esther ouvre sa chaîne BookTube (elle n'a pas de blog littéraire) qu'elle présente comme une aide à son projet professionnel : « *Que de chemin ai-je parcouru depuis un an ! J'étais vraiment inculte avant, il y avait plein d'auteurs connus que je ne connaissais pas, idem pour les maisons d'édition* ».

## Portrait 7 : Marion

Marion, 17 ans, nous rejoint à la bibliothèque de La Part-Dieu à Lyon où elle vient accompagnée de sa mère, assistante maternelle. Légèrement en retrait, Marion semble très timide. D'ailleurs, au moment de l'entretien, elle évoque plusieurs fois sa timidité ne prenant pas part aux conversations sur le groupe *Facebook* des booktubers car elle a « *toujours peur de faire tâche* » et de ne pas arriver à « *[s]'intégrer avec les autres* ». Au salon du livre de Paris, elle a préféré retirer le badge de son blog, qu'elle continue à alimenter, pour l'arpenter en tant que « *lectrice lambda* » auprès de sa mère. Elle semble également faire preuve de retenue en ce qui concerne les échanges avec les « abonnés » et les blogueurs, à l'exception de Sacha et Olivia avec qui elle a réalisé un *live show*, malgré son appréhension. Marion présente donc sa chaîne *YouTube* comme un défi pour vaincre sa timidité malgré un renoncement à la pudeur parfois difficile face à ses parents et aux autres. En revanche, Marion semble à l'aise lorsque nous évoquons le lycée. En terminale littéraire, elle est bonne élève et souhaite devenir professeur de français pour les étudiants étrangers. Elle apprend l'anglais, l'espagnol et le chinois, et apprécie les lectures qui sont proposées : « *moi j'ai une bonne relation avec les livres et la littérature qu'on nous fait lire à l'école* ». Pour autant, elle ne pense pas qu'il y ait de « vraie littérature », parfois associée aux « classiques » - ces « *lectures scolaires* », comme *Germinal* qu'elle a adoré – comme le fait sa prof de français « *pour qui Musso et Lévy n'est pas de la littérature par exemple* ». Cependant, plus jeune, Marion détestait lire et c'est en 5<sup>ème</sup> qu'elle dit prendre goût à la lecture grâce au livre *Tobie Lolness* de Timothée de Fombelle, conseillé par sa professeure.

Marion aime lire pour découvrir des univers et des personnages qu'elle ne voit pas à la télé. Elle dit que la lecture lui procure des émotions et la fait voyager même si « *ça doit être la réponse de beaucoup de personnes* ». Les livres, qu'elle lit sur papier ou liseuse, l'attirent pour leurs « *jolies couvertures* » même si « *plus sérieusement* », « l'objet-livre » est pour elle « *quelque chose de beau, qui entre ses pages, cache une histoire* ». Elle aime la science-fiction, le contemporain (« *romance ou non* ») et le fantastique qu'elle achète neuf au *Cultura* le plus proche, car « *80%* » de ses livres viennent de vide-greniers ou d'Emmaüs « *pour le coût bien moindre* ».

Marion dit qu'Internet a été le déclencheur de sa « *frénésie littéraire* » alors que personne ne lit dans sa famille, comme sa petite sœur dont elle semble proche. Marion pose alors le constat que la majorité des jeunes n'aiment pas lire, et que la technologie n'aide pas à inverser la tendance. Pour autant, trop timide pour « *sauter le pas des clubs de lecture* » comme elle le dit,

Marion ouvre son blog sur un coup de tête : « *j'avais enfin trouvé le moyen de parler de mes lectures* ».

## Portrait 8 : Camilla

Place Bellecour, face aux librairies *Decitre* de Lyon, Camilla, 20 ans, nous rejoint après sa journée de travail. Parmi ses souvenirs de lecture, Camilla évoque *La grammaire est une chanson douce* d'Erik Orsenna, découvert en 5<sup>ème</sup>, comme « *LE livre qui m'a donné l'amour des mots* ». Aussi, même si ses parents ne sont pas lecteurs, Camilla dit avoir toujours été entourée par les livres et évoque la lecture sur le registre providentiel : « *je ne sais pas si c'est ma maman qui a enjolivé tout ça mais une chose est sûre, j'ai toujours lu !* ». Elle fait aussi référence au mythe familial qu'elle paraît évoquer avec beaucoup de plaisir : « *petite, on m'a toujours dit que je dévorais les livres !* ». Camilla se présente donc comme une « lectrice née » pour laquelle la passion de la lecture n'est concurrencée par aucune autre, même si elle aime « *les visites culturelles* » : « *musées, cinéma, expositions, monument* ». D'ailleurs, elle dit que son blog littéraire et sa chaîne Booktube lui apportent de la « *diversité* », une « *curiosité culturelle* » et un « *sens critique* » vis-à-vis de ses lectures. Motivée pour transmettre l'idée de « *lire pour le plaisir* », « *lire de tout* », « *lire ce que l'on aime* » et surtout, « *de se passionner* », Camilla dit être plus attachée au blog sur lequel il lui semble trouver davantage de « *contenus pertinents* » que sur *YouTube*.

Aujourd'hui, Camilla dit lire pour voyager car elle aime se « *sentir ailleurs en ouvrant un livre* » et « *échapper à ce monde un peu trop ... trop pour moi parfois* ». Elle est aussi sensible à l'immersion que sa lecture lui procure aimant apprendre à connaître les personnages comme si elle les avait eus près d'elle – « *c'est une relation très passionnelle !* ». Elle aime la fantasy, la littérature de l'imaginaire, le post-apocalyptique, le contemporain et la littérature étrangère. Elle ne distingue pas de « *vraie littérature* » - « *même si je trouve que certains livres sont plus pertinents et riches que d'autres* » et considère qu'un « *classique* » – elle cite Platon, Hugo et Camus – est « *une œuvre* » qui « *ne perdra jamais de sa valeur étant donné l'importance des valeurs dégagées à l'intérieur tout en étant le symbole d'un renouveau littéraire* ». Après un bac littéraire « *en gardant les maths et l'art pour ouvrir un maximum mes champs d'enseignement* », Camilla est aujourd'hui en licence de Lettres Appliquées. Elle est aussi stagiaire « *community manager/assistante événementiel* » chez *Decitre* : « *je suis en étude de lettres et ils m'ont pris pour un service communication et c'est vraiment le – le fait d'avoir un blog ça a plein d'atouts* ». D'ailleurs, Camilla ajoute qu'elle souhaite « *faire n'importe quel métier* » pourvu que ce soit « *dans un univers du livre* ».

## Portrait 9 : Léon

Malgré l'affluence devant le *fast food* bocusien de La Part Dieu, nous reconnaissons Léon qui nous rejoint au moment de sa pause repas. Après des études en informatique, Léon, 36 ans, est devenu responsable technique de production : « *j'ai des chefs de projet, j'ai des ingénieurs et je pilote ces ressources-là* ». Passionné de « *jeu vidéo, jeu de société, roller, sport, lecture et culture* », il dit avoir baigné dans un environnement littéraire et explique que ce sont les « *classiques comme Voltaire ou Hugo* » qui lui ont donné envie de lire. Tout en continuant à partager « *tout ce qui tourne autour du livre* » avec son entourage, Léon dit lire aujourd'hui de la science-fiction, de la fantasy, des thrillers, du fantastique, du contemporain, du young adult et de l'historique : en somme, toute la « *variété* » qu'il souhaite présenter sur sa chaîne *YouTube*. La lecture lui permet de se divertir, s'évader, apprendre et s'enrichir, et il dit porter un regard attentif sur « *l'intelligence dans le récit, la prise de risque, l'originalité, la qualité de l'écriture, la profondeur des personnages et l'engagement* ». D'ailleurs dans ses avis, Léon dit préférer « *rester le plus sur le factuel et peu sur le simple ressenti* », distinguant les lecteurs qui vont « *survoler* » de ceux qui « *font le choix de décortiquer* ».

Lors d'une longue période de convalescence, Léon se met au défi de « *lire les grands incontournables qu'il faut avoir lus dans sa vie* ». Il développe alors « *une frénésie pour la lecture* » qu'il privilégie sur papier - « *c'est ce retour à la sagesse des mots, du physique et du réel* » - et dit ressentir le « *besoin d'échanger autour de la lecture* ». Il crée son blog puis sa chaîne *YouTube*, laquelle répond à son « *besoin de transmettre* » dont il fait remonter les origines à sa jeunesse. Léon se revoit faire le professeur auprès de ses amis lors de leurs révisions, et évoque son engagement associatif passé : « *c'était aussi dans l'idée de laisser quelque chose pour après, pour les générations d'après* ». Sur sa chaîne, cet engagement qu'il semble destiner aux jeunes se traduit par la « *volonté de présenter des ouvrages francophones* » et étrangers pour « *lutter* » contre la domination culturelle américaine (y compris celle de *Google* et *Amazon*). Il semble aussi soucieux que les lecteurs développent leur esprit critique sans pour autant rejeter la « *lecture de divertissement* », parfois qualifiée d'« *abrutissante* » : « *à partir du moment où on les a pour qu'ils aiment lire, c'est bon, il suffit ensuite de les convaincre que ce livre-là c'est plus intéressant pour lui de le lire qu'un autre* ». Attentif au « *message* » du livre, Léon semble se présenter comme un lecteur engagé, convaincu de devoir faire un pas de côté pour « *promouvoir autre chose* » depuis son blog qu'il a depuis délaissé, et sur sa chaîne *BookTube*.

## Portrait 10 : Erica

Devant une belle maison à étages entourée d'un jardin soigné, nous retrouvons Erica qui nous installe à la table du jardin protégée par une pergola. Après une licence en espagnol, Erica, 24 ans, a fait le choix de devenir libraire chez *Decitre* avant de se consacrer à sa chaîne *YouTube*. De son enfance, Erica se rappelle que personne ne lisait autour d'elle. Aussi, elle évoque les souvenirs difficiles qu'elle garde de la lecture à l'école : « *la lecture c'était ma bête noire, justement parce qu'à l'école on m'avait fait bouffer des livres que j'avais pas forcément envie de lire* ». D'ailleurs, elle pense que les « classiques » - elle cite Austen, Laclos et Camus – sont « *un genre qu'on a un peu trop piétiné en le proposant mal aux élèves en cours* ». C'est alors au lycée qu'Erica découvre *Fahrenheit 451* à la suite des conseils d'une de ses professeurs qui lui explique que « *les livres ne sont pas nos ennemis* ». Erica se met alors à lire : « *j'étais vraiment « âgée » par rapport aux autres, j'avais euh je sais pas je devais avoir 16 ans, c'était en seconde où vraiment je suis tombée dedans et après ça a été un peu addictif* ». Au sujet de sa scolarité, Erica revient aussi sur ses difficultés d'écriture (dyslexie et dysorthographe) qu'elle découvre en fac : « *fallait toujours qu'il y ait quelqu'un derrière pour me euh corriger mes fautes, et en fait ça a été un énorme complexe* ». Ce complexe le blog semble l'avoir alimenté car il lui impose une relecture (effectuée par sa cousine) et la confronte au rythme de publication des autres blogueurs : « *je me disais "non mais t'es complètement nulle" (rires)* ». Ce sentiment, Erica le fait remonter au contexte compétitif du conservatoire qu'elle côtoie pendant deux ans. Elle se détourne donc du blog et privilégie la chaîne *BookTube* qui lui permet de dépasser le blocage de l'écriture. Aujourd'hui, Erica aime lire car cela lui permet de « *vivre plusieurs vies* » et lui procure des émotions : « *le livre pour moi c'est un objet un peu sacré qui me permet de rêver les yeux ouverts* ». Elle préfère lire sur papier - « *j'aime l'objet livre, tourner les pages, le renifler comme une psychopathe* » - et dit ne pas avoir de genres de prédilection : « *je lis vraiment de tout sauf du polar* », même si elle précise vouloir mettre en avant le « *Young Adult* » qu'elle trouve trop souvent déprécié. Erica semble attentive à ce que chacun puisse lire ce qu'il veut refusant de « *juger ce que lisent les gens* ». D'ailleurs, elle trouve que les émissions sur les livres « *sont un peu trop pleines de snobisme et d'élitisme* ». A ce sujet, elle paraît très engagée pour dénoncer « *l'élitisme qu'il y a dans le monde du livre* », lequel lui semble parfois la mépriser et ne pas s'adresser à tous les publics, notamment les plus jeunes : « *je faisais partie de ce public-là et je me suis sentie oppressée* ». Erica se remémore alors encore les souvenirs de l'école et l'incompréhension de ses camarades, et peut-être avec eux l'envie de « *montrer que ça peut être cool* ».

## Portrait 11 : Hilda

Nous retrouvons Hilda, 34 ans, dans un salon de thé un peu excentré de la ville de Lyon. Après un bac littéraire et un an de BTS en « commerce international », Hilda part vivre un temps en Angleterre et valide un diplôme d'assistante bilingue. Désormais, elle est en recherche d'emploi. Passionnée de jeux vidéo et de *bujo*, elle dit avoir été bercée par les livres grâce à ses parents « gros lecteurs », qui l'emmenaient à la bibliothèque : « *ça moi j'aimais lire, ma mère travaillait en maison presse librairie donc elle ramenait régulièrement des livres* ». A 11 ans, elle commence « *a avoir pas mal de livres* » et son premier « *coup de cœur marquant* » est *L'Histoire sans fin* de Michael Ende qui semble annoncer son goût pour la fantasy. Au lycée, Hilda ne lit plus – « *je voulais faire la fête* » - et garde un mauvais souvenir des « *lectures imposées* » : « *je connais quasiment rien en classiques et Rousseau m'avait bien dégoûtée de la lecture* ». D'ailleurs, elle associe les « classiques » aux œuvres anglaises, comme *Jane Eyre* et *Roméo et Juliette*, et non aux françaises qu'elle a très peu lues. Dix ans plus tard, son petit ami lui fait découvrir *Harry Potter*. Elle continue sur sa lancée avec *Twilight* et s'inscrit à la médiathèque où elle emprunte *Les Hauts de Hurlevent* qui la convainc de reprendre la lecture.

Aujourd'hui, Hilda dit qu'elle lit car elle se considère comme une « *grande rêveuse* » qui a « *besoin d'évasion* » ce qu'elle peut faire « *par le biais des mots* » : « *je ne suis pas une enfant de la télé et je n'ai pas besoin de ce support pour me changer les idées* ». Les livres lui permettent aussi de « *découvrir de nouveaux horizons* » et d'« *enrichir sa culture générale* ». D'ailleurs, elle pense que la lecture est une activité qui « *permet d'élargir nos idées et d'être ouverts d'esprit* ». Il n'est donc pas concevable pour elle de définir une « *vraie littérature* » : « *chaque roman est une vraie littérature, bon ou mauvais, l'auteur a investi son temps et son âme dans son ouvrage* ».

L'imagination est ce qu'elle admire le plus chez les auteurs dont elle achète souvent les livres en salon pour discuter avec eux et demander des dédicaces. Elle aime la fantasy, le fantastique et les romances new adult. Elle semble soucieuse de parler de fantasy et d'auteurs francophones dont on parle peu dans les médias traditionnels (ex, *La grande librairie*), tout en prenant à cœur le rôle de « *conseiller littéraire* » des blogueurs et des booktubers grâce auquel elle dit avoir affiné ses goûts ainsi que ses connaissances du « *monde littéraire* » au point de « *s'expertiser* ».

Au moment de l'entretien, Hilda souhaite travailler dans le monde du livre et essaie pour cela de « *développer [son] réseau professionnel* ».

Elle s'est aussi investie dans l'organisation d'une journée de rencontre avec les lecteurs de la librairie *Decitre* : « *parce que sans diplôme, moi j'ai que mon bagage de passionnée et euh de connaissances générales pour pouvoir me démarquer* ».

## Portrait 12 : Corentin

Dans une bourgade proche de l'Atlantique, Corentin, 27 ans, nous accueille dans la petite résidence qui lui tient lieu de domicile. Même s'il paraît expansif, Corentin est très évasif sur ses études de vente et de comptabilité - « *des études si enrichissantes et passionnantes pour un littéraire de mon acabit* » - ainsi que sur son travail qu'il ne dévoilera pas : « *à chaque fois je dévie sur la question et je passe à autre chose comme là je le fais encore (petits rires)* ».

Une chose est sûre pourtant : Corentin est fan depuis ses 20 ans d'Amélie Nothomb dont il parle souvent lors de l'entretien : « *c'est Dieu, voilà* ». Depuis ses 11-12 ans, il rêve de devenir écrivain ou alors « *tout ce qui touche au métier du livre euh de près ou de loin mais surtout de près sinon la santé à mon avis elle ne suivra pas* ». Ce rapport « vital » à l'environnement littéraire – « *je lis donc je suis* » - Corentin l'évoque à propos de sa chaîne (il n'a pas de blog littéraire) qu'il dit avoir ouvert « *parce que sinon j'étais mort* » et présente comme une thérapie

Corentin dit aimer lire « *parce qu'il faut respirer* » et « *respirer est un besoin primaire* ». Se présentant comme un hyper-sensible, Corentin évoque sa rupture douloureuse suite à laquelle il déménage et perd ses habitudes comme aller écrire dans un bar « *super beau, super cool* ». Sa chaîne dont il parle sur le registre du développement personnel, semble avoir fait office « *d'exutoire* » et de moyen pour apprendre à se supporter et à avoir confiance en lui ainsi qu'envers les autres. Pour autant, se filmer n'était pas nouveau pour Corentin qui a fait du théâtre pendant cinq ans avant d'arrêter car il ne se sentait pas à l'aise dans son groupe.

Aussi, il semble toujours mettre beaucoup de zèle à se mettre en scène : l'important est de « *faire des trucs* » avec la caméra. Corentin parle de la lecture et de l'écriture sur le registre de l'évidence : « *j'aime cet environnement depuis le berceau* », « *j'aime les mots depuis que je sais comment les lire et les écrire* », et ses genres préférés – qu'il lit sur papier « *parce que l'arbre* » - sont le contemporain, le thriller « *et le reste c'est de la poésie, du classique, du théâtre, du développement personnel, des essais, des nouvelles et du jeunesse* ».

Des lectures qu'il aime partager avec ses tantes. Des « classiques », il distingue *Le Horla* et *L'Etranger* qu'il a aimés – « *tellement de bases sur cette planète* » - du Parfum qui « *fait partie de mes Bibles, de mes classiques à moi* ».

En lecteur passionné, il dit que tout est un endroit pour se procurer des livres car « *l'amour du livre n'a pas de lieu, pas de distance, pas de forme* ». Les livres ou rien, c'est donc ce qui semble motiver Corentin dont la chaîne lui a permis de rencontrer M., un attaché presse des Editions *Albin Michel* (où est publiée Amélie Nothomb) qui lui a lancé un jour : « *mais envoie-moi ce que tu fais, ça me ferait plaisir de t'éditer* ». Avec frénésie et désordre, Corentin relate l'écriture de son roman qu'il semble rêver de voir publié un jour.

## Portrait 13 : Sacha

Sacha, 19 ans, nous rejoint devant la mairie du village isolé de Bretagne où il vit chez ses parents. Pensant qu'il ne serait pas capable de faire un bac L, Sacha obtient un bac pro « *accueil* » : « *cela ne me sert absolument à rien* ». De sa scolarité, il ne semble pas garder de bons souvenirs, évoquant le harcèlement scolaire et préférant se former par lui-même. D'ailleurs, il a arrêté sa première année de DUT en communication pour se consacrer à son « *blog littéraire et culturel* » (il a délaissé sa chaîne BookTube) ce qui n'enchant pas ses parents.

Dans sa famille, personne ne lit, « *même des bandes dessinées* ». Aussi, Sacha dit distinguer le blog de sa vie privée pour ne pas mélanger des univers qui semblent s'opposer : « *ils parlent pas du tout de livres quoi, ils lisent pas livres, de bd, rien du tout quoi donc c'est vrai que je suis un peu tout seul (rires)* ». Un isolement accentué par la « *situation géographique qui n'aide pas* ». Au primaire, il découvre *Blanche Neige* des frères Grimm - « *une révélation pour moi !* » - qu'il a conservé malgré une période de « *vide* » au collège et au lycée en raison des lectures obligatoires : « *forcer les gens n'a jamais mené à les faire se passionner, malheureusement cela a cet effet sur beaucoup de jeunes* ». Pourtant, il dit ne pas être rebuté par les classiques dont il cite Camus, Maupassant puis Jane Austen et Shakespeare, préférant les classiques anglais.

Cherchant un avis sur un livre de fantasy écrit par Joe Abercrombie, il fait la découverte des vidéos sur *YouTube* et développe un goût pour la lecture. Bien que ce goût semble récent, Sacha parle de la lecture sur le registre de l'envoûtement. Lire ce n'est pas « *tenir un bouquin et une fois fini le poser dans sa bibliothèque, c'est aussi se plonger dans des mondes différents à chaque roman* ». Il dit aussi apprécier la surprise d'un livre dont il aime la sensation du papier, ainsi que la couverture : « *je suis quelqu'un de superficiel, je l'avoue* ».

Ses genres préférés, qui lui permettent de « *s'évader* » et de « *ressortir grandi* », sont la fantasy, les thrillers, le fantastique, l'historique et le young adult. D'ailleurs, il aimerait faire profiter de sa visibilité au young adult, parfois considéré comme de la « *sous-littérature* ». Pour lui, le blog est donc « *un vrai moyen d'influence* » par le biais duquel il « *guide les lecteurs dans leurs futurs achats* ». Employant un jargon professionnel - « *c'est une véritable relation de confiance qui s'installe avec le temps !* », Sacha vient à l'entretien avec une liasse de documents pour nous expliquer le fonctionnement des services presse car il considère qu'« *avoir un blog c'est aussi avoir besoin de reconnaissance, c'est pas avoir besoin de prouver des choses mais de montrer ce qu'on est capable faire aussi* ».

## Portrait 14 : Madeleine

Nous retrouvons Madeleine, 19 ans, dans un café au cœur d'Angers où elle vit avec ses parents. Après un bac L, Madeleine intègre une licence en lettres et langues anglaises qu'elle arrête pour suivre un DUT option « *métiers du livre et du patrimoine* ». Après avoir hésité avec l'enseignement, elle décide de s'orienter vers l'édition forte de ses contacts avec les maisons d'édition et de son expérience bénévole pour *L'Petit Mardi Editions* créée par le jeune Grégoire Bénech. En charge de la partie « *ados* » et « *jeunes adultes* », elle a reçu des manuscrits pour « *voir ce qui est publiable* » à la manière d'une directrice de collection, tandis que le blog lui permet « *de connaître les arrières enfin les coulisses je veux dire de l'éditeur* ». Madeleine réalise aussi des chroniques littéraires pour les adolescents, diffusées sur une radio locale. Passionnée par le théâtre, le chant, la Mémoire de la Seconde Guerre Mondiale et l'écriture, elle a fait des ateliers d'écriture au collège et en bibliothèque où ses parents, tous deux lecteurs, avaient l'habitude de l'emmener.

D'ailleurs, elle préfère le blog à la chaîne car « *le fond est privilégié de manière plus évidente avec l'écrit qu'avec l'oral* ». Elle conseille parfois sa mère, sa grand-mère et ses tantes qui regardent son blog pour lui prêter des livres en fonction de ses goûts. « *Habituée aux cadeaux d'anniversaire livresques, aux visites quotidiennes à la bibliothèque, au quart d'heure lecture du soir* », elle ne sait pas comment lui est venu le goût de la lecture qu'elle présente sur le registre de l'évidence : « *un peu tout et rien, c'est venu assez naturellement, depuis toujours, l'environnement familial, ma curiosité ... j'ai toujours été comme ça !* ».

Elle aime lire pour « *découvrir de nouveaux univers, de nouveaux sujets, me cultiver, enrichir mon vocabulaire, m'évader, élargir mes horizons de pensées ...* », même si c'est « *cliché* ». Elle a des « *goûts variés* » comme le young adult, la romance, l'historique et le policier qu'elle aimerait se procurer davantage en librairie.

L'important pour elle est de « *rêver et être touchée* » tout en comprenant que « *la vie n'est pas toujours rose* » car elle aime « *sortir changée d'un livre, être surprise* ». Ne semblant pas avoir buté sur les lectures de l'école, elle a été le témoin de la difficulté de ses camarades qui « *ont été finalement habitués à voir le livre comme une contrainte* ».

A rebours de la lecture « *scolarisée* » qu'elle associe aux livres « *anciens* », « *pas hyper accessibles* » tels que « *Flaubert, Hugo, des choses comme ça* » Madeleine – qui dit aimer lire

Flaubert car elle « *trouve que c'est très important d'en lire* » - aimerait que des « *romans un peu plus contemporains* » soient proposés. « *Raviver un petit peu cette flamme littéraire* » en montant que « *y'a pas que s'ennuyer avec un livre qui existe* », c'est ce qui semble motiver Madeleine, même si l'idée lui paraît un peu « *chevaleresque* ».

## Portrait 15 : Aline

Depuis la campagne où elle vit, Aline nous rejoint au pont Saint Michel près duquel nous nous installons à la table d'un petit café parisien. Après une licence en histoire de l'art, elle suit une formation à distance de remise à niveau en lettres qui lui laisse du temps pour développer son blog « *à un tel point que je me suis dit c'est vraiment ça que je veux faire* ». Elle intègre alors un master en information et communication, option « métiers du livre », dont le jury l'oriente vers la librairie : à 27 ans, Aline est libraire.

Avant que son amie du lycée ne lui conseille des livres de fantasy, Aline se définit comme une lectrice occasionnelle : « *ma mère me racontait des histoires, je lisais un peu aussi mais je n'étais pas grosse lectrice comme aujourd'hui. C'était un passe-temps comme un autre, mais pas le plus important non plus* ». Après sa rencontre qui l'ouvre à de nouvelles lectures – « *elle m'avait emmenée au salon du livre de Paris aussi et là, ça a été LA révélation* » - elle dit se découvrir un appétit de lectrice « *boulimique* » que la lecture des *Harry Potter* avait déjà suscité : « *je lisais une cinquantaine par an, maintenant je suis plutôt entre 200 et 300 livres* ».

Aline aime lire car cela lui permet de « *s'évader* », de « *vivre des aventures et d'oublier un peu la réalité* ». Ce qu'elle préfère est la fantasy, puis la science-fiction, le fantastique, les thrillers, les polars et la jeunesse. Elle aime aussi la romance et l'historique. Elle n'apprécie pas la « *littérature blanche* » parfois associée à l'idée de « *vraie littérature* », ce qui lui fait grincer des dents. Aussi, elle semble distinguer les « *classiques* » - « *ceux de la littérature donc Balzac, Dumas, Maupassant, etc.* » - des lectures « *plaisir* », associées à la fantasy. D'ailleurs, elle pense que « *l'école est un destructeur de livre* » en référence à Vincent Monadé, directeur du Centre National du livre. Et même si elle-même avait l'habitude de lire, elle dit avoir souffert de l'imposition de certains classiques, à l'instar du *Horla*, et avoir été témoin de la difficulté de ses camarades. Proposer des livres adaptés à ce public – comme *Harry Potter* ou le fantastique qui « *peut être une entrée en matière* » - pourrait selon elle permettre de développer un goût pour la lecture auprès des jeunes. D'ailleurs, Aline tient un autre blog – *Lire ou Mourir* - avec quatre blogueuses dont l'objectif est de proposer « *un choix plus large* » de lectures.

Refusant de se mettre en avant en tant que lectrice (elle n'a pas de chaîne *YouTube*), Aline semble motivée à montrer que « *y'a des livres qui en valent la peine quoi* », comme *Kushiel* de l'américaine Jacqueline Carey et ainsi, « *d'inciter à faire découvrir d'autres choses* ».

## Portrait 16 : Lise

Lise, 23 ans, propose de nous retrouver à Paris où elle vit avec ses parents. L'entretien se déroule à l'étage du *Starbucks*, plongé dans une ambiance studieuse. Après une année de prépa lettres, elle suit une remise à niveau pour intégrer un BTS puis obtenir un Diplôme Supérieur des Arts Appliqués en « *graphisme* », option « *narration multimédia* ». Lise adore les jeux vidéo, l'art, les illustrations, le cinéma, et est sensible aux belles images. D'ailleurs, elle a réalisé les bannières de certaines blogueuses.

Elle dit avoir « *toujours aimé lire* » - « *en primaire j'étais ravie quand je pouvais choisir des livres à emprunter à l'école* » - et souligne qu'il y a toujours eu des livres chez elle. Elle parle parfois de lecture avec sa mère, bibliothécaire (qui a fait une prépa lettres comme sa sœur) et « *grammar-nazie* » (elle corrige les fautes de ses tweets) qui aime les thrillers, ainsi qu'avec son père, directeur de bibliothèque qui est « *plutôt SF et BD* ».

Elle associe les classiques « *parfois lourds et compliqués* », comme Stendhal, Proust, Zola, aux lectures obligatoires de l'école, lesquelles déçoivent les jeunes qui ne lisent pas moins mais « *autrement* » - « *et oui les mangas et la BD c'est de la lecture !* » - et accordent moins de temps à la lecture en raison d'internet, des séries, de *YouTube*, etc.

D'ailleurs, pour ses études, Lise a réfléchi à une idée d'application qui réinventerait les « *Biblio-collège* » - collection accompagnée d'annotations, d'éléments contextuels, d'un lexique, etc. - qu'elle trouve « *moche et chiant* ». Pour autant, elle a adoré lire les classiques qu'elle a pu se choisir comme *La ferme des animaux* ou *Les justes*.

Elle fréquente souvent les bibliothèques, va au salon du livre de Montreuil, mais plus à celui de Paris parce qu'« *en gros ils sont là pour vendre des livres quoi* ».

Lire lui permet de « *s'évader* » et « *d'oublier un peu la pollution et le ciel gris de Paris* » : « *c'est plus chouette d'aller combattre les dragons que prendre les transports en commun* ». Elle aime l'odeur des livres – « *surtout les vieux livres* » - ainsi que leur couverture : « *oui je suis faible, mais que veux-tu, je suis graphiste* ». Ses genres préférés sont la fantasy, le fantastique, le contemporain et la BD générale et « *indépendante* » (elle boycotte *Amazon* et se procure ses livres en librairies indépendantes, d'occasion ou depuis la bibliothèque numérique de Paris).

Se présentant comme une personne créative, un brin décalé et distraite, elle dit ne pas se reconnaître dans les goûts des « *grandes* » booktubeuses ni dans leur manière de faire.

Semblant insister sur son rapport désinvolte au blog et à la chaîne, elle aimerait « *faire découvrir d'autres lectures aux gens* » de manière « *spontanée et rigolote* », sans se prendre la tête et sans « grand » intérêt, en somme, « *en mode YOLO* ».

## Portrait 17 : Fabienne

L'entretien se déroule dans un café à Paris, puis dans un restaurant coréen où Fabienne adore manger. Renonçant à la filière littéraire pour ne pas « galérer », Fabienne intègre une prépa scientifique puis l'école des Mines d'Albi et réalise enfin une thèse en mécanique des structures. A 27 ans, elle est cadre dans l'aéronautique. Passionnée d'écriture – elle a publié deux romans - elle se présente comme uneoureuse des livres depuis l'enfance : « *ma mère m'a mis très tôt à la lecture vue que j'étais précoce de ce côté-là* », semblant ne faire qu'un avec elle : « *quand je lis, c'est un des seuls moments où je suis entièrement moi-même* ». Aimant la bibliothèque parentale et « *le livre en tant qu'objet* », elle revient sur les après-midis où sa mère lui lisait ses livres jeunesse : « *je connaissais tellement tout ce qu'on me racontait par cœur que je tournais les pages au bon moment* ». Son père l'incitait à lire du fantastique et sa mère lui conseillait des classiques, comme Hugo, Dumas et Zola dont elle est « *fan* ». Elle évoque aussi *Harry Potter*, son « *premier livre de grande* », offert par sa grand-mère. Habituee à la bibliothèque – « *on pouvait pas tout acheter donc j'ai dévalisé ma bibliothèque* » - elle y découvre Tad Williams qu'elle conseille à son père. Ce dernier l'ouvre à la lecture du *Seigneur des Anneaux*, d'Asimov, des *Valérian*, des bd, ce qui la fait devenir cette « *mordue de SFFF* ». Ce sont ces genres préférés car ils soulèvent des « *questions éthiques, politiques et sociales* » qui « *prennent tout leur sens* » aujourd'hui. Parlant de littérature sur un ton « engagé », elle semble vouloir aborder des thématiques qui lui tiennent à cœur, comme le féminisme.

Agacée par ceux qui distinguent BookTube de la vulgarisation - car « *transmettre le savoir c'est un truc d'hommes pas un truc de femmes. Elles font des blogs* » - elle défend la parole des youtubeuses, souvent remise en question comme dans le domaine des sciences. Elle tient aussi à parler de la SF, parfois méprisée : « *on nous dit "ah mais tu lis de la fantasy mais quand est-ce que tu vas lire un livre ?"* », ce qu'elle impute en partie à l'école qui privilégie la lecture de « classiques » dont les rares ouvrages de SFFF au programme sont appelés des « *réécits d'anticipation* ». Un sentiment qu'elle éprouve aussi lors des salons : « *y'a deux allées c'est que les genres de l'imaginaire avec les mangas parce que ça fait des gens bizarres qui s'habillent chelou* » ou avec sa mère : « *pour elle c'est pas de la vraie littérature* », terme qu'elle trouve « odieux ». Montrer que ce n'est pas « *la littérature de gamins* » d'une part, et défendre les auteurs français d'autre, semble ainsi être les « *arcs de bataille* » de Fabienne qui dit être sensible à tout ce qui pourrait être « *encore une façon un peu détournée de dire euh vous êtes pas vraiment au même niveau quoi* ».

## Portrait 18 : Maud

Nous retrouvons Maud à la terrasse d'un salon de thé en plein cœur de Strasbourg, à 1h30 de la campagne où elle vit avec son conjoint, pâtissier. A 27 ans, elle est secrétaire dans une structure sociale intégrée après un BEP en secrétariat, un bac STG et un BTS option « *assistante de manager* ». Attachée à son travail – « *parfois la journée je me dis que je suis peut-être la seule personne qui va leur sourire* » - elle semble chercher à éviter toute forme de « *pression* » afin de ne pas ternir le plaisir de la lecture que sa mère, aide à domicile, lui a transmis : « *c'est ma maman qui m'a transmis cette passion en me mettant des livres dans les mains dès mon plus jeune âge* ». Pour Maud, la lecture répond au besoin d'évasion qu'elle ressent depuis l'enfance : « *j'aimais m'échapper du monde quand j'étais petite et j'aime toujours ça d'ailleurs* ». Au collège, elle connaît une période de creux qu'elle explique par un mal être adolescent : « *une très mauvaise période ces quatre ans de collège et du coup j'ai très peu lu, j'ai recommencé quand je suis arrivée au lycée en BEP* ».

D'abord lectrice de BD, elle est aujourd'hui férue de fantasy mais apprécie aussi le contemporain (qu'elle associe à l'idée de « *vraie littérature* »), la science-fiction et le fantastique. Séduite par la couverture d'un livre, elle aime la profondeur des personnages, les « *rebondissements* » et les « *trahisons à la pelle* » : « *c'est comme si t'étais à côté d'eux et que tu vivais avec eux leurs aventures* ».

Elle préfère lire les livres, qu'elle se procure sur Internet ou en salon, sur papier car elle aime « *posséder l'objet en lui-même* » et ne lit sur la liseuse que ceux dont elle n'est pas sûre d'apprécier l'histoire.

Jusqu'à la fin du lycée, elle n'a personne avec qui partager ses lectures - pas même sa mère qui préfère la romance, ou sa sœur qui préfère les classiques - sa pratique allant jusqu'à susciter parfois de l'incompréhension : « *personne comprenait ma passion pour la lecture, même parfois quand j'ouvrais un livre on me disait "mais t'as ramené un livre ?" donc bon* ».

D'ailleurs, elle considère que son blog est le moyen de s'exprimer sur ses lectures, d'expliquer les atouts et faiblesses de l'ouvrage, d'encourager l'auteur quand c'est un premier livre « *et surtout donner envie de le lire !* ». Plus à l'aise à l'écrit, il semble que le blog lui a permis de prendre confiance en elle – « *normalement je suis quelqu'un de très timide, enfin avant ...* » - et de s'ouvrir aux autres.

Elle se fait ainsi des amies lectrices avec lesquelles elle découvre les salons (comme *les Imaginales*), rencontre des auteurs et cherche à « *promouvoir la fantasy* », parfois mal considérée par ses collègues ou par la « *société* » car ce n'est pas un genre « *vraiment représenté[e]* ».

Se présentant comme une suiveuse, rien ne semble pour autant faire plus sourire Maud qui a depuis supprimé sa chaîne *YouTube*, que les moments où elle parle des paysages de sa campagne.

## Portrait 19 : Anna

L'entretien a lieu place Saint Michel, à Bordeaux, où nous sommes attablées en terrasse d'un café-restaurant. Après un bac L, cinq années de lettres et un diplôme d'enseignement du « français langue étrangère » durant lesquelles elle a réalisé un mémoire sur « les troubles identitaires et corporels dans l'œuvre de Ying Chen », Anna, 33 ans, a enseigné dans une structure associative pour des élèves en décrochage scolaire, avant de devenir community manager freelance. Passionnée par le web et quelques travaux manuels, elle dit avoir toujours été une « *grosse lectrice* ».

Se présentant comme une enfant « *introvertie et solitaire* », entourée « *physiquement* » par la bibliothèque parentale « *qui était comme une invitation aux délices* », elle ajoute que ses parents ne l'ont pas poussée à lire. Anna considère donc que la lecture est une histoire de « *coup de foudre* » - « *j'ai tout de suite su que c'était MON truc* » - qui a joué un rôle essentiel en répondant à son besoin de « *mieux comprendre le monde qui [l']entoure* » et de se « *sentir moins seule, plus consciente et plus libre* » : « *j'ai le sentiment sincère que ce sont les livres qui m'ont éduquée* ».

Les livres lui permettent ainsi de « *saisir des visions différentes du monde* » et de découvrir des endroits et des époques inconnus. Aussi aime-t-elle partager des « *ressentis différents* » et ne pas limiter la conversation à « *j'ai aimé ceci ou cela* » afin de « *creuser plus loin, tisser des liens, trouver des correspondances* », comme une sorte de résonance qui semble l'habiter.

Ses genres préférés sont les « *romans naturalistes fin du 19<sup>ème</sup>* » comme Zola, et les « *ouvrages contemporains qui mêlent réalisme et onirisme comme Murakami* ». Au-delà de la distraction, elle aime qu'un livre lui « *apporte quelque chose qu'on n'aurait jamais pu voir autrement et ce quel que soit le genre du livre* ». Ce rapport inspiré et existentiel à la lecture, Anna semble vouloir le transmettre en vidéo afin de montrer que « *la littérature* » est « *vivante en chacun quoi* ».

C'est pourquoi Anna aimerait briser ces clichés de la lectrice « *enterrée chez elle* » et désuète qui agissent comme un repoussoir auprès des « *jeunes en particulier* », et déplore à ce propos la pression subie par les enseignants qui n'ont pas le temps « *d'interpeller* » les élèves par « *des petites choses* », ainsi que « *le snobisme régnant vis-à-vis de la littérature contemporaine* ».

L'essentiel pour elle est de s'adapter à son public et de chercher les moyens pour capter son attention, comme elle l'a fait en présentant les relations entre les personnages des *Liaisons Dangereuses* à partir d'un magazine *Closer*.

Finalement, Anna se présente comme une lectrice hypersensible qui cherche à rétablir « *ce sentiment de proximité* » avec la littérature, sa « *bouée* » dans les moments où elle était « *un peu bas* », et qui par-là a « *l'impression d'être utile* » car BookTube, c'est aussi « *une thérapie pour moi* ».

## Portrait 20 : Noémie

C'est un dimanche que nous retrouvons Noémie à Lyon, dans un café près du parc de la Tête d'or. Après un bac L, un DUT en information-communication et une licence pro en « marketing digital », Noémie, 27 ans, est chargée de communication. Aussi passionnée de cinéma, elle se rappelle avoir toujours vu sa mère lire, ce qui l'a encouragée « à découvrir pas mal de choses mais par mimétisme ». Jeune, elle a aussi à sa disposition « pas mal de livres et d'albums » et est inscrite à la bibliothèque : « avoir ma propre carte enfant à la bibliothèque était d'ailleurs une grande fierté ! ». Grâce à une maman bilingue qui « bosse en tant que privé au ministère du travail », elle dit avoir très tôt accès à « un univers assez large », propice au déploiement de son goût pour l'ouverture sur les autres. Son père est alors archiviste roulant pour une maison d'édition spécialisée dans les livres d'art, « il avait toujours des entrées au Salon du livre de Paris » ce qui lui permet de découvrir très tôt l'ambiance des salons qu'elle retrouve avec le blog et la chaîne.

Elle préfère lire sur papier, même si elle possède une liseuse, car elle aime l'objet, « son toucher, le poids dans les mains, la satisfaction de tourner les pages et de voir la progression de sa lecture ». Lire est pour elle « une fenêtre sur l'autre » qui lui permet d'« être « hors du temps » », de « plonger dans un univers totalement fictif » et de « ressentir des émotions et des tranches de vie qui ne sont pas les miennes ». Elle aime notamment les thrillers, la fantasy et la science-fiction. D'ailleurs, elle cite *Soleil Vert*, d'Harry Harrison et *Le meilleur des mondes*, d'Aldous Huxley, qui adressent des questions aux lecteurs en lui présentant un futur lugubre. C'est pour cela qu'elle tient à ces genres littéraires, contrairement à l'école qui privilégie les classiques et la littérature blanche, faisant « passer le reste pour du divertissement sans qualité littéraire ».

Se présentant comme une personne engagée, elle évoque aussi son féminisme, sensibilisée par une amie et son expérience d'harcèlement sexuel au travail. Forte de ses convictions, elle crée le « Féminibooks » qui permet aux lectrices de parler « d'un sujet qui nous touche personnellement » à partir de bd, récits de fiction ou non-fiction, ainsi qu'un groupe de lecture féministe sur *Facebook*, au risque d'être l'objet de mépris. Malgré un sentiment ponctuel d'insécurité et de pression en raison du rythme, de la rigueur, et de la « concurrence » qu'elle évacue avec ses amies booktubeuses sur *Facebook*, Noémie dit avoir décidé de prendre du recul, remettant au centre de son discours le « plaisir » de la lecture pour ne pas perdre cette liberté de lectrice qui « attrape [son] bouquin selon [son] humeur ».

## Chapitre 2 – La « légitimité culturelle » en tension : des discours sur la lecture et la littérature

### 1. La confusion entre littérature et lecture : ébauche d'une remise en question de l'Ecole

Une des tensions principales qui ressort des portraits de lecteurs est certainement la confusion latente entre les termes de « littérature » et de « lecture ». En effet, nous notons que les discours portés par nos enquêtés sur la littérature tendent le plus souvent à la rapprocher de la lecture, à laquelle sa définition se trouve ainsi circonscrite.

La lecture est extrêmement valorisée par les enquêtés de notre terrain qui lui associent un certain nombre de valeurs symboliques. Pour Olivia, la lecture est une thérapie au service de la construction ou de la reconstruction personnelle comme elle en témoigne à travers l'idée des « lectures pansement ». Une idée qui ressort aussi du discours d'Anna et Corentin pour qui la lecture a été une « bouée » à un moment difficile de leur vie où ils disent avoir pu se reconstruire par ce biais-là. La lecture est aussi au service de la compréhension de soi et du monde (Anna), de l'apprentissage, de l'esprit critique, de la liberté (Anna).

Sur ce point, Léon et Hilda par exemple considèrent que la lecture permet d'enrichir sa culture générale et d'apprendre. Hilda ajoutant aussi que la lecture est une pratique qui permet « d'élargir les idées » et « d'être ouvert d'esprit ». De la même manière Madeleine dit que la lecture lui permet de découvrir de nouveaux sujets, de se cultiver, d'enrichir son vocabulaire ou encore d'élargir ses horizons de pensée.

Enfin, la lecture est en majeure partie présentée comme une pratique propice à l'évasion pour oublier le quotidien comme le souligne Esther, ou pour découvrir de nouveaux univers comme le souligne Madeleine et s'immerger dans d'autres mondes pour fuir la réalité « *un peu trop ... trop* » comme le rappelle Camilla. Aussi, certains mettent-ils l'accent sur la dimension immersive de la lecture, et du plaisir qu'ils ressentent à s'attacher aux personnages, et à ressentir des émotions très fortes. La lecture est alors un loisir qui permet de se divertir comme le souligne Léon.

Par ailleurs, précisons que « l'objet-livre » occupe aussi une place centrale dans le discours des enquêtés puisqu'il incarne « *la forme objectivée* » (Bonaccorsi, 2009 in Krieg-Planque, 2010) du plaisir de lire. Ainsi, tous les lecteurs s'accordent sur le plaisir qu'ils ont à posséder leurs propres livres, qu'ils disent préférer généralement en format papier car ils aiment la sensation du toucher et de la feuille accompagnée par le plaisir de pouvoir tourner les pages d'un livre.

D'autres, comme Léon souligne que le papier incarne « *ce retour à la sagesse des mots, du physique et du réel* ». L'imprimé semblant ainsi résider dans sa capacité à incarner toute la force de l'entendement. Pour Erica, le livre est quant à elle « *un objet sacré qui dévoile une histoire à l'intérieur* », « *un objet précieux qu'il faut avoir avec soi* », qui esquisse ainsi l'image « pieuse » d'une lecture conduite avec ferveur.

Dans ce contexte de valorisation de la lecture, la littérature est quant à elle souvent associée à des réflexions plus critiques dans les portraits des enquêtés. En effet, envisagée sous l'angle des « genres littéraires », elle est le plus souvent rapprochée des « classiques » que les lecteurs présentent en très grande majorité comme l'objet d'une lecture ennuyeuse. Ainsi, la littérature est considérée par nos enquêtés comme une forme de la lecture, une lecture « *scolarisée* » (Madeleine) dont il faut pouvoir se dégager de manière à transmettre un goût de lire.

En effet, force est de constater que tous les enquêtés soulignent la même « rupture » que « l' Ecole » - pour désigner ici le lycée et dans une moindre mesure l'université - constitue dans leur « parcours de lecteur ». Alors que certains disent avoir éprouvé des difficultés relatives aux « lectures imposées », qu'ils associent aux « classiques », d'autres plus à l'aise avec les lectures scolaires, disent avoir été témoins des difficultés de leurs camarades ou des remarques désobligeantes de la part de certains professeurs. Ainsi, tous s'accordent à dire que l'Ecole ne parvient pas à transmettre le goût de la lecture auprès des jeunes.

A notre sens, cette confusion entre la littérature et la lecture souligne ainsi les prémisses d'une remise en question de l'Ecole à laquelle les enquêtés font référence. C'est pourquoi, revenir sur ce qui, dans les portraits, souligne une remise en question de ce que représente la « littérature » à l'Ecole pour nos enquêtés, permet d'apporter un éclairage significatif sur l'émergence de notre problématique, ainsi que sur l'analyse des discours des enquêtés que nous développerons dans la partie III.

Cet état de fait nous conduit tout d'abord à faire un détour par la sociologie de la culture qui permet d'éclairer les critiques que formulent les enquêtés concernant le rapport entre littérature et Ecole. Des critiques dont nous présenterons alors la teneur en suivant.

## 2. L'Ecole : lieu de construction et de reproduction de la « légitimité culturelle »

*« (...) c'est justement pour ça que je suis contente de faire ça parce que euh, c'est pas que je sais de quoi je parle mais moi ça m'a traumatisée, la lecture c'était ma bête noire, justement parce qu'à l'école on m'avait fait bouffer des*

*livres euh (...) Que j'avais pas forcément envie de - de lire et même si c'était des livres que j'étais capable d'aimer ben juste parce qu'on me forçait à les lire, je me faisais mais tout un monde et c'était la guerre quoi » (Erica).*

En 1964, l'étude menée par Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron sur les étudiants et la culture, souligne que l'université soutient moins l'égalité et la promotion sociale des étudiants qu'elle ne constitue l'un des relais de reproduction et de légitimation des inégalités sociales entre eux. Les sociologues avancent l'idée que les inégalités à l'université dépendent avant tout de l'« héritage culturel » des étudiants, davantage que de leur capital économique. Pour cela, les sociologues expliquent que la mise à l'écart des classes les plus défavorisées repose sur le fait que la culture reconnue et évaluée par l'enseignement scolaire est la culture des classes supérieures. Dans ce contexte, alors que l'Ecole<sup>20</sup> transmet la culture de ceux qui la possèdent déjà par leur héritage familial - il s'agit des « héritiers » - les classes défavorisées, dépourvues de cet héritage familial, se voient repoussées aux marges de la réussite scolaire.

L'inégalité face à l'Ecole repose donc pour les sociologues moins sur une inégalité matérielle que sur une inégalité culturelle puisque tout enseignement repose sur un ensemble de savoirs issus des classes cultivées qui se constituent en « culture savante ». Sur ce point, il faut préciser que Bourdieu et Passeron distinguent « culture savante », de la « culture de classe » en expliquant que certaines des caractéristiques de la « culture savante » ne sont pas réductibles à celle d'une culture de classe (Champagne, 2018<sup>21</sup>).

Pour autant, le sociologue qui prolonge sa réflexion sur l'enseignement scolaire dans sa réflexion sur *La reproduction sociale* (1970), souligne que l'Ecole contribue à « reproduire la

---

<sup>20</sup> Au sens large de « système d'enseignement scolaire ».

<sup>21</sup> Issu de l'article, « Les héritiers » de Bourdieu et Passeron : une analyse d'une grande actualité, du sociologue Patrick Champagne, 2018. Source en ligne : <https://silogora.org/les-heritiers-de-bourdieu-et-passeron/>

*structure des rapports de classe en reproduisant l'inégale répartition entre les classes du capital culturel* » (Forquin, 1971, p39).

Un constat qui conduit le sociologue à orienter sa réflexion vers une théorie plus large de la culture, alors envisagée comme un ensemble « d'attitudes » que recouvre la notion d'*habitus*. A partir de laquelle Bourdieu précise que l'Ecole – qui n'est pas conservatrice par essence – le devient dès lors qu'elle transmet et valorise une culture qui est en situation d'affinité avec la culture dominante (Ibid.) c'est-à-dire qu'elle continue à présenter « *le rapport à la culture et au langage caractéristiques des classes dominantes comme le seul valable* » (Ibid.). Dans ce contexte, l'Ecole se présente alors comme le lieu de légitimation et de reproduction d'une culture particulière, aussi appelée « culture légitime », et se présente pour cette raison comme l'un des lieux de production d'une « légitimité culturelle ».

Cependant, précisons que face à l'affaiblissements des hiérarchies et du clivage entre « culture savante » et « cultures populaires » soulignés par les sociologues de la culture, la « légitimité culturelle » ne repose plus sur la stricte homologie des rapports de classe telle qu'elle est envisagée par Pierre Bourdieu. Cet affaiblissement est particulièrement prégnant à l'Ecole où comme l'ont relevé Anne-Marie Chartier et Jean Hébrard, l'émergence et le succès d'une « culture scientifique » et d'une « culture de masse », « *défait la liaison entre lecture littéraire et culture générale créée au début de l'école républicaine et si ancrée que l'on a fini par la penser consubstantielle à l'Ecole* » (Chartier, Hébrard, 2004, p485), et participe à la dévaluation de la lecture notamment auprès des jeunes scolarisés.

Pour autant, cela ne signifie pas que la « légitimité culturelle » soit dissoute au profit du relativisme culturel, certains précisant même que l'existence « *de la norme de légitimité ne serait pas en cause, son contenu seul serait en cours de recomposition* » (Draelants, Ballatore, 2014).

Ainsi, pour Bernard Lahire (2004), la « légitimité culturelle » se conçoit désormais à partir du moment où « un individu ou un groupe croit en l'importance voire la supériorité de certaines activités ou de certains biens culturels par rapport à d'autres » (2004, p39). En outre, le sociologue ajoute que la croyance en la légitimité culturelle s'instaure « parce que certains produits culturels et certaines activités culturelles disposent de puissants moyens d'imposition de leur légitimité » (Ibid., p39). C'est le cas notamment de l'Ecole que le sociologue considère comme le moyen d'imposition le plus puissant car elle possède un public captif en raison de « l'obligation scolaire » et de « son système d'évaluation-sanction des produits de son inculcation » (2004, p39). Dans ce contexte, l'Ecole se caractérise toujours comme un des lieux de production de la « légitimité culturelle », et fait pour cette raison l'objet de vives critiques qui se dégagent des portraits de nos enquêtés. En effet, comme le rappelle Marie-Christine Bordeaux la littérature y jouit d'une haute légitimité qui se constitue en une matière scolaire incontestable, et la scolarité obligatoire a fait de la lecture « la compétence culturelle de base » (Bordeaux, 2008, p62), avec l'écriture. Une idée que Bernard Lahire a par ailleurs largement développé au travers de son étude sur « l'invention de l'illettrisme » (Lahire, 2005). Le sociologue y démontre comment le « lire-écrire » s'est constitué au fil de l'histoire scolaire en référent culturel commun à l'ensemble de la population française sur la base duquel « s'opèrent inégalités, partages, spécificités et différences culturelles en matière d'écrit » (Lahire, 2005, p12).

### 3. « L'Ecole n'est pas un transmetteur du goût de lire » :

« élitisme » et « snobisme » des « œuvres consacrées »

« (...) Je trouve ça un peu bête parce que c'est un livre - c'est un livre et c'est tout au même point que ce soit du Zola ou du Musso mais je pense qu'elle considère les livres qui sont pas des classiques, des choses comme ça, comme

*de la littérature un peu inférieure [elle hésite] du coup je sais pas elle a peut-être une vision un peu plus négative des gens qui lisent ce genre de livres »*  
(Marion).

La première chose à noter est le rôle central que les parents, et plus particulièrement la figure maternelle, occupe dans la transmission du goût de lire, comme l'ont par ailleurs souligné les sociologues de la culture (Donnat, 2004 ; Octobre, Jauneau, 2008), et cela même si cette figure est parfois suppléée par une tante. Pour d'autres lecteurs, on remarque qu'un professeur de collège, de lycée ou une documentaliste sont aussi présentés comme les personnes qui ont participé à la transmission de ce goût de la lecture. Enfin, pour certains comme Rémy, Grégoire, Sacha ou encore Esther, force est de constater que ce sont les blogs littéraires et les chaînes BookTube qui semblent avoir soutenu le goût pour la lecture, qu'est venu sanctionner pour Esther une inscription à *France Loisir*.

L'École sans être pour autant totalement exclue de la transmission du goût de lire, reste cependant toujours présentée par les enquêtés au regard de l'exercice fastidieux des lectures obligatoires qu'elle dispense aux élèves. Une idée que corrobore par ailleurs Anna qui, au regard de son expérience d'enseignante dans une structure associative, explique que la lecture relève de l'obligation en raison de la pression à laquelle sont confrontés les enseignants, et cela au détriment du plaisir et de la satisfaction des goûts personnels. Dans la même idée, certains enquêtés évoquent avoir dissocié leurs « lectures plaisir », des « lectures scolaires » au moment du lycée, quand d'autres précisent que la fin du lycée a marqué un tournant dans leurs parcours de lecteur à la suite duquel ils ont renoué avec le plaisir de la lecture personnelle.

Un constat que la recherche menée par Christian Baudelot, Marie Cartier et Christine Détéz soulignait déjà en notant que la désaffection de la lecture chez les adolescents (notamment chez les garçons, plus que chez les filles) a lieu au moment du lycée (1999, p81) :

« Le collège permettait aux goûts et aux intérêts de s'affirmer dans leur diversité en puisant dans le corpus de textes de nature à les satisfaire. L'expression et la satisfaction immédiate de ces goûts se trouve, les années suivantes, brouillées par l'intervention d'un tiers, l'Ecole, qui par son système d'imposition interdit aux goûts de s'exprimer directement et ne les autorise qu'en tant qu'ils doivent passer par le prisme de la littérature consacrée » (Ibid., p191).

Une contrainte d'autant plus forte que, comme le soulignent les chercheurs, la « définition » de la littérature donnée au lycée repose sur un corpus d'œuvres « consacrées » que les enquêtés associent tous aux « classiques », mais aussi à la « littérature française », comme le précise Anna qui évoque le peu de références issues de la « littérature étrangère ». D'ailleurs Anna met particulièrement à l'honneur un auteur contemporain japonais. A ce sujet, il est d'ailleurs intéressant de noter qu'une partie des « classiques » qui ne fait pas l'objet de récriminations sont les « classiques » issus d'auteurs anglais. Hilda par exemple cite *Roméo et Juliette* de Shakespeare, *Jane Eyre* d'Emily Brönte, on retrouve également Jane Austen citée par Sacha, toutes deux souvent présentées comme des figures féminines émancipées et critiques de leur temps. Plus largement, la littérature anglophone rencontre aussi un succès plus important, et ne fait pas l'objet des récriminations que cristallisent la littérature française. Enfin, d'autres associent les « œuvres consacrées » par l'Ecole à la « littérature blanche » qui pour Aline, renvoie à une « littérature pour adultes », tandis qu'elle renvoie pour Noémie à une littérature « sérieuse », « faisant passer le reste pour de la lecture de divertissement sans qualité littéraire ».

Dans ce contexte, nous constatons que les « classiques » associés aux lectures scolaires, sont le plus souvent présentés comme des lectures « barbantes » (Esther, en référence à Zola) et

« torturantes » (Grégoire, en référence à Pascal) qui « ont le chic de dégoûter les jeunes de la lecture », comme le dit Rémy.

Seuls, Camilla et Léon ne remettent pas en question les « classiques » qu'ils disent apprécier ouvertement. D'autres, comme Anna, Madeleine et Marion sont plus nuancées vis-à-vis des classiques qu'elles apprécient mais s'accordent à dire que ces lectures sont la cause du dégoût de la lecture auprès des jeunes. Anna explique cela par la manière dont ces lectures sont proposées par les enseignants qui présentent les « classiques » comme une littérature « *poussièreuse et galante* », voire « sacrée », plutôt que d'essayer d'« *appâter avec le truc un peu scandaleux* » leurs élèves. Une idée que l'on retrouve dans le portrait d'Erica qui estime que les classiques sont un « *genre qu'on a peu trop piétiné en le proposant mal aux élèves en cours* ».

En outre, Anna déplore « *le snobisme régnant à l'université vis-à-vis de la littérature contemporaine* », comme on le retrouve aussi dans le portrait d'Esther qui, sans remettre totalement en question les « classiques » qu'elle qualifie « *d'œuvres monumentales* », aurait aimé voir davantage de « contemporain » présenté au lycée. Tous suggèrent ainsi le souhait d'élargir la définition de « littérature » qu'ils considèrent circonscrite aux seuls « classiques », à la littérature française et à la « littérature blanche ». Un point que le portrait de Lise corrobore également en suggérant non plus seulement l'élargissement de la « littérature » mais de la lecture car elle considère que les jeunes ne lisent pas moins, mais lisent « autrement » alors qu'elle fait référence aux mangas et aux bd qui, eux aussi, sont « *de la lecture !* ». De la même manière, Aline considère que la lecture ne se limite pas aux seuls « romans », soutenant l'idée que d'autres « supports », tels que les mangas et les bd, peuvent être une première entrée en matière sur le chemin de la « lecture ».

Ainsi, c'est l'élargissement de la lecture à tous les « supports » et non seulement aux « livres de littérature » que revendiquent certains lecteurs de notre terrain. Une idée que le portrait d'Erica rejoint aussi puisque la jeune femme considère que le « monde du livre » est empreint de « snobisme » et d'« élitisme » car il refuse de reconnaître que les jeunes – qui lisent toujours – lisent autre chose que ce qui est proposé par le monde du livre : « *ces personnes persistent à dire que les jeunes ne lisent pas simplement parce qu'ils ne lisent pas ce que EUX aimeraient qu'ils lisent* » (Erica). Pourtant, les chiffres du Syndicat National de l'Édition<sup>22</sup>, en date de l'année 2018, soulignent par exemple que la littérature « jeunesse » est le deuxième segment éditorial qui comptabilise le plus de ventes en France, parmi laquelle on retrouve la littérature « new adult » et le « young adult », qu'Erica souhaite mettre plus particulièrement à l'honneur.

La remise en question d'une définition circonscrite aux seules « œuvres consacrées » (en référence aux « classiques », à la « littérature française » ou à la « littérature blanche) se traduit alors dans certains portraits par le sentiment diffus d'un « élitisme » et d'un « snobisme » ambiant qui, au-delà de l'École, semble pour certains se retrouver dans le « monde du livre » comme le souligne Erica. Un « monde du livre » dont on ne sait pas vraiment à quoi il fait référence, si ce n'est à ce « monde » qui, institué et pour cette raison « instituant », est vivement critiqué car il ne répondrait que du choix « snob » de « l'élite ». Dans ce contexte, certaines remarques se dirigent plus particulièrement vers les critiques professionnels et les journalistes. On note ainsi que ce sentiment est par exemple évoqué au sujet de l'émission *La Grande Librairie* sur France 5 qui fait parfois l'objet de critiques. Rémy reproche à l'émission dont la thématique était alors « littérature jeunesse », d'avoir donné une mauvaise image de la « littérature jeunesse » en présentant Alice aux pays des merveilles comme « *un livre pour enfants* » :

---

<sup>22</sup> Source en ligne : [https://www.sne.fr/app/uploads/2018/07/RS18\\_BatWEBSignet.pdf](https://www.sne.fr/app/uploads/2018/07/RS18_BatWEBSignet.pdf)

« (...) moi ça m'a énervé j'ai arrêté, je sais pas c'est affligeant de dire ça quand t'es censé donner envie de lire, tu dis pas "c'est un livre réservé aux enfants", surtout Alice aux pays des merveilles, tu donnes ça à un enfant de dix ans, il se dit "c'est dur et c'est pas pour moi quoi" même moi je l'ai lu j'avais quoi 18, 17, 18 ? J'ai aimé mais c'est vrai que c'était pas compliqué mais faut suivre quoi, c'est loufoque etc. mais c'est pas pour les enfants tu peux leur lire mais faut être à côté leur expliquer je pense » (Rémy).

Hilda, quant à elle, évoque que même si l'émission a abordé la « littérature jeunesse », le présentateur a fait intervenir l'auteur Timothée de Fombelle dont la « *brèche philosophique* » va avec celle de l'animateur.

De manière plus large, les portraits soulignent que la littérature d'un côté, et la lecture de l'autre côté, ne convoquent pas tout à fait le même imaginaire pour nos enquêtés. La littérature, davantage associée à l'Ecole voire au « monde (diffus) du livre », est associée à l'idée d'une « culture élitiste » comme nous venons de le développer, supposée ne représenter pour cette raison que les intérêts de quelques-uns. Ainsi, les discours des enquêtés remettent en question le rôle prescripteur de l'Ecole et du « monde du livre » qui se voient doublés d'une suspicion à l'égard de la « culture légitime » envisagée comme « culture élitiste ». Cela n'est pas sans rappeler ce que Marie-Christine Bordeaux et François Liot ont par ailleurs soulevé au regard de l'affaiblissement du « *rôle prescripteur des institutions culturelles* » qui se voient quant à elles remises en question dans leur légitimité à démocratiser la « culture légitime » :

« *De plus en plus, le rôle prescripteur des institutions culturelles, agents privilégiés de la démocratisation de la culture légitime est remis en question, ainsi que leur capacité à définir la valeur et la légitimité de ces choix* » (Bordeaux, Liot, 2012).

De son côté, la lecture, notamment dans la présentation de sa définition « extensive<sup>23</sup>», convoque pour cette raison un imaginaire qui « inclue » davantage les goûts de tous, mais aussi tous les supports de la lecture. Ainsi, on voit poindre en filigrane les discours qui d'un côté reprochent l'élitisme à la littérature pour poser le corollaire d'une lecture « populaire » habitée par une conception davantage « démocratique » de la culture. C'est pourquoi, nous avons par ailleurs fait le choix de parler dans notre thèse de la mise en scène de la *lecture*, plutôt que la mise en scène de la *littérature*. Cela ne veut pas dire pour autant que la littérature soit dissoute au seul profit de la lecture. Au contraire, parler de mise en scène de la lecture plutôt que de mise en scène de la littérature souligne un des enjeux de notre thèse qui repose sur une ambivalence formulée par les enquêtés : celle qui consiste à refuser d'être associée à la littérature qui est envisagée comme une « culture élitiste », tout en revendiquant pour autant d'y être associé en mettant en scène la lecture, et en cherchant à renouer avec la légitimité culturelle de cette pratique, comme nous proposons de le développer à présent.

#### 4. Lecture et atteinte à l'image de soi : le souhait de renouer avec la légitimité culturelle de la lecture ?

*« (...) Je pense que les jeunes ils disent que c'est peut-être trop intello, c'est pour les intellos machin eux ils préfèrent surfer sur leur Smartphone, jouer à des trucs euh enfin je pense que c'est ça le principal truc, lire = t'es trop intello, ou euh ben t'es trop coincée aussi voilà t'es trop coincée voilà t'es trop*

---

<sup>23</sup> Une définition l'on retrouve particulièrement bien dans les rapports réalisés par le Centre National du Livre, et la société de sondage Ipsos, qui entretient (paradoxalement ?) un rapport étroit avec certains booktubers comme nous le développerons dans la partie III.

*coincée euh au lieu de sortir avec tes amis, faire je sais pas quoi euh tu restes dans ta chambre et tu lis » (Esther).*

Dans le contexte de l'affaiblissement de la « culture consacrée » face à la valorisation d'une « culture technique et scientifique » et d'une « culture de masse », Dominique Pasquier (2005, p162) souligne que la lecture fait l'objet d'une dévaluation notamment au sein des « cultures juvéniles » :

*« (...) un adolescent d'aujourd'hui n'accroît pas sa valeur auprès de lui-même ou de ses pairs en déclarant ses lectures » (Baudelot, Cartier, Détrez, 1999, p20).*

Un constat que le sociologue Olivier Donnat a par ailleurs corroboré en précisant que cette dévaluation s'accompagne d'une valorisation inconditionnelle des nouvelles technologies :

*« Le fait d'être un fort lecteur ou un amateur de littérature ne constitue plus un enjeu majeur dans les stratégies de présentation de soi si importantes dans la période adolescente : la lecture de livres (et notamment de littérature), activité solitaire et chronophage, a perdu une partie de son pouvoir symbolique aux yeux d'une grande partie de la jeunesse et la diffusion des nouvelles technologies au cours de la période récente n'a fait qu'accentuer la tendance » (Donnat, 2010).*

Une idée que soulignent par ailleurs Esther et Marion qui évoquent la « ringardisation » de la lecture au regard des nouvelles technologies ou encore d'Olivia qui aimerait proposer aux jeunes une autre alternative aux « jeux vidéo » - « sans pour autant cracher dessus » - avec la lecture. Une remarque qui souligne en filigrane le souhait de renouer avec la légitimité culturelle de la lecture.

Ainsi, force est de constater qu'un certain nombre de portraits s'accordent sur la dévaluation de la lecture auprès des jeunes pour la même raison qui est évoquée par la sociologue. En effet, certains d'entre eux considèrent que la lecture porte atteinte à l'image de soi.

Ainsi, on notera que certains des enquêtés évoquent que le goût pour la lecture nourrit dans leur entourage un sentiment d'incompréhension. Certains, comme Rémy ou Sacha disent par exemple ne pas s'étaler sur leur plaisir de lire auprès de leur famille qui ne compte aucun lecteur mais participe tout de même à leur passion en achetant des livres. L'un et l'autre n'échangent donc pas (pour Rémy) ou très peu (pour Sacha) à propos de leurs lectures. Rémy allant même jusqu'à cacher l'existence de sa chaîne *YouTube* à ses parents ainsi qu'à ses amis, de peur d'être jugé ou de recevoir des remarques désobligeantes à l'encontre de son plaisir de lire. Privés d'un entourage ou d'amis « compréhensifs » et/ou intéressés par leur passion, nombre de nos enquêtés évoquent ainsi un profond sentiment d'isolement, parfois accentué par la distance géographique (Sacha par exemple vit dans un tout petit village de Bretagne et a arrêté ses études), qui les prive d'une valorisation de leur plaisir de lire auprès des autres.

Dans ce contexte, la lecture pâtit également de son image d'activité silencieuse et solitaire, aux antipodes du modèle des sociabilités qui est au cœur de la « culture juvénile » évoquée par Dominique Pasquier (2005). La lecture, « *trop difficile à intégrer dans le calendrier des interactions* » (Pasquier, 2005, p56) se voit ainsi concurrencée par les films, les séries ou encore les musiques qui peuvent prétendre « *à une consommation simultanée* » et ainsi, produire des échanges plus rapides que ne le permet la lecture (Ibid., p56). Une idée que souligne Esther alors qu'elle évoque les remarques de son petit ami qui la compare à une « mamie avec ses livres ».

Un sentiment d'incompréhension que d'autres expriment au regard de leurs souvenirs d'école. Erica par exemple, évoque avoir été rejetée par ses camarades pour qui la lecture est réservée

aux seuls « *intellos* », d'autant plus que la jeune femme dit alors porter des « grosses lunettes » qui dressent d'elle un portrait stéréotypique de la « lectrice-intello ». Une idée que l'on retrouve dans le discours Olivia qui considère que le livre est le plus souvent perçu comme « *un truc pour les gens intelligents* », et pâti pour cette raison d'une image « *snob* » (Olivia).

Pour la jeune femme, certaines personnes se refusent ainsi à lire afin de ne pas donner une « *image intello* » d'eux-mêmes. Une image que les films lui semblent continuer à véhiculer en présentant le lecteur uniquement comme une personne âgée, un « geek sans amis » ou une « nana un peu coincée ».

De la même manière, Martin souligne que la littérature a d'abord convoqué chez lui un sentiment « *d'élitisme* » en raison duquel il dit s'être tenu à l'écart de la lecture jusqu'à sa découverte de la trilogie *Un nouveau monde*. Son appréhension dépassée, Martin dit cependant retrouver ce sentiment d'élitisme lorsqu'il parle de sa chaîne avec d'autres personnes qui associent toujours « littérature » et « intello » :

« *Quand on dit qu'on a une chaîne lit-té-raire euh mon dieu l'horreur, moi les gens autour de moi ils me disent "d'accord, elles sont où tes lunettes quoi ?"* » (Martin).

Au ton ampoulé qu'il emploie pour dire le mot « littéraire », il semble que pour Martin « parler de littérature » convoque l'imaginaire d'une attitude condescendante. Une idée que l'on retrouve également dans le discours de Corentin pour qui « parler de littérature » convoque l'attitude d'un homme âgé et bourgeois dont il mime la mine « hautaine ». Au regard de cet imaginaire empreint de références à une attitude « élitiste » et « bourgeoise », la littérature est associée dans le discours de nos enquêtés à une image « condescendante » et « snob », qui agit comme un repoussoir auprès des autres, et notamment auprès des jeunes qui refuseraient de lire pour cette raison. Dans la mesure où la littérature connote pour nos enquêtés un snobisme et un élitisme ambiant qui participent à la dévaluation de la lecture, tout ce qui pourrait renvoyer à

cet imaginaire est particulièrement dénigré. L'objectif étant alors de ne pas apparaître comme quelqu'un de méprisant ni de condescendant, en somme de ne pas être associé à l'idée élitiste que convoque pour eux la littérature.

En outre, précisons que pour certains enquêtés, la lecture est aussi connotée comme une activité féminine qui participe aussi à la dévaluation de la lecture. Un constat que les enquêtes sociologiques appuient par ailleurs en soulignant que les jeunes filles disent lire plus majoritairement que les garçons (Détrez, 2016<sup>24</sup>), de la même manière qu'Olivier Donnat note que les « *femmes devancent aujourd'hui les hommes pour toutes les activités en rapport avec le livre* » (Donnat, 2010). Anna et Fabienne, toutes deux très sensibilisées à la question du féminisme, pointent ainsi dans leurs discours les nombreux clichés qui associe la littérature aux femmes, toutes deux présentées sur le registre de « *l'émotionnel* » (Anna). Un cliché d'autant plus fort que pour Fabienne la plupart des garçons de la communauté sont homosexuels.

Dans leurs discours, tous ces clichés participent ainsi à les dévaluer - notamment auprès des garçons - comme elles en ont fait l'expérience, ou en ont été témoins. Anna évoque ainsi que certains garçons passionnés de jeux vidéo ont remis en question sa capacité à connaître les jeux vidéo, la réduisant à l'image d'une « *lectrice enterrée chez elle* ». Pour Anna, l'enjeu est donc de montrer une autre image de la lectrice, plus « *moderne* » :

« (...) *Je sais aussi que je suis pas encore un vieux crouton, je consacre quand même de mon temps euh à travers mon boulot je suis aussi dans le web et j'avais aussi envie de montrer que c'est pas incompatible. On a le droit d'être fan de Zola et des réseaux sociaux, on peut être comme ça* » (Anna).

---

<sup>24</sup> Dans le cadre de son compte-rendu publié en ligne : <http://www.cnesco.fr/wp-content/uploads/2018/04/13-Detrez-.pdf>

Alors que certaines, par la création du « Féminibooks<sup>25</sup> » par exemple, soutiennent l'idée que la féminisation de la lecture doit être mise en avant, d'autres enquêtés qui s'accordent à dire que la lecture dénombre plus de lectrices que de lecteurs, semblent quant à eux se garder de trop généraliser ce constat de manière à ne pas entretenir le « cliché d'une féminisation de la communauté » qui agit comme un repoussoir comme le souligne Madeleine :

*« (...) je sais que pour YouTube surtout dans les articles de presse etc. les gars vont tout de suite dire que c'est majoritairement des femmes etc. et euh ben le fait de dire ça je pense que déjà ça met un peu une barrière en fait, présenter la communauté comme étant majoritairement féminine ça fait un peu des clichés et ils entretiennent cette féminisation de YouTube et des blogs donc euh ouais je pense que ça serait intéressant d'ouvrir plus aux garçons » (Madeleine).*

Une distinction qui fait poindre ici les premiers désaccords entre les discours de nos enquêtés sur la manière de mettre en scène la lecture sur leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube ; des divergences que nous développerons dans la partie III.

En outre, l'ensemble de ces éléments souligne que les enquêtés cherchent à renouer avec la légitimité culturelle de la lecture, tout en cherchant à se distinguer de ce qui pourrait connoter l'idée d'une « culture élitiste » que convoque pour eux, par ailleurs, la littérature. Au regard des portraits, on peut noter que cela passe notamment par le fait de se distinguer de la « légitimité littéraire » associée à l'École et au « monde diffus du livre ». En effet, la grande majorité des enquêtés – à l'exception d'Anna qui revendique sa lecture de « classiques » et de « contemporain » - font référence à leurs goûts de lecture tenus pour illégitimes. Cela participe

---

<sup>25</sup> A l'initiative d'une blogueuse et booktubuseuse qui propose à d'autres booktubuseuses de présenter dans une vidéo un livre qui les a ouverts au féminisme, afin d'exprimer leur point de vue sur le sujet.

au souci de s'affranchir de tout ce qui pourrait laisser suspecter une forme de « snobisme » et « d'élitisme » que convoque pour eux la littérature.

## 5. Les stigmates de l'illégitimité littéraire de la « littérature jeunesse » et de la « littérature de l'imaginaire »

*« Après y'a peut-être des gens qui prennent une espèce de revanche parce que on leur a toujours rabâché que ce qu'ils lisaient ça servait à rien et que c'était nul et que du coup ben voilà je suis pas tout seul, on est plein, j'étais légitime d'en faire ce que j'aimais quoi » (Fabienne).*

Sans rentrer dans les considérations disciplinaires à l'encontre de la « généricité » dont les études littéraires discutent par ailleurs, nous proposons de rendre compte ici de ce que convoque la question des « genres littéraires » du point de vue de nos enquêtés. En effet, dans le contexte d'une remise en question de l'Ecole et du « monde du livre », la question du goût et de sa revendication est centrale, comme le souligne l'omniprésence du « genre littéraire » dans les portraits de lecteurs. Dans ce contexte, nombre d'enquêtés – à l'exception de Camilla et de Léon, qui se connaissent bien - évoquent avoir déjà été l'objet, ou du moins le témoin, de la dépréciation de leurs goûts littéraires à un moment dans leur vie. Un sentiment que la majeure partie évoque au sujet d'une littérature dite de « genre » qu'ils semblent distinguer d'une autre littérature plus légitime, laquelle renvoie dans les discours aux « classiques », et dans une moindre mesure à la « littérature contemporaine » et à la « littérature blanche », associés à l'Ecole et au « monde instituant du livre ».

Sur ce point, il est d'ailleurs intéressant de noter que même si l'Ecole n'est pas totalement exclue de la transmission du goût de lire comme nous l'avons évoqué précédemment, les professeurs ou la documentaliste qui ont joué un rôle dans la transmission du goût de la lecture, l'ont fait en proposant un livre que les enquêtés distinguent des « classiques ». En effet, Martin par exemple, évoque la découverte d'un livre de « littérature jeunesse » écrit par Gilles Fontaine, de la même manière que Marion évoque un livre de « littérature jeunesse » écrit par Timothée Fombelle. Sacha, quant à lui, évoque Blanche Neige traditionnellement présenté comme un livre à destination de la jeunesse. Enfin, Erica évoque *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury qui est un livre de « science-fiction ».

Dans la même idée, Aline qui est libraire à Paris, évoque qu'*Harry Potter* ou le « fantastique » constitueraient une bonne entrée en matière pour que l'Ecole amène les jeunes à la lecture. A ce propos, elle évoque par ailleurs le cas d'une de ses amies blogueuses qui, professeure d'histoire, a fait lire à ses élèves *A la place du cœur*, un roman « jeune adulte » sur les attentats perpétrés à Charlie Hebdo, de la collection *R* – de la maison d'édition Robert Laffont - comme elle le précise ; une initiative qui enthousiasme la jeune femme.

Aussi, à l'intérieur de cette « littérature de genre », les portraits font état de deux grandes « familles<sup>26</sup> » de « genres littéraires » que l'on pourrait distinguer ainsi. D'un côté, une littérature destinée aux « jeunes » parmi laquelle la « littérature jeunesse », le « young adult<sup>27</sup> » et le « new adult<sup>28</sup> ». De l'autre côté, une littérature dite de « l'imaginaire » qui regroupe la « science-fiction », la « fantasy », le « fantastique » - le fameux « SFFF<sup>29</sup> » - ou encore la « dystopie ». Toutes deux faisant l'objet d'une dévalorisation comme le soulignent les portraits

---

<sup>26</sup> Il s'agit de pointer ici les occurrences les plus fréquentes. Cela ne veut pas dire que les lecteurs se limitent pour autant à la lecture de ces seuls genres littéraires.

<sup>27</sup> D'abord segment éditorial, le Young Adult se présente comme une littérature qui s'adresse aux adolescents.

<sup>28</sup> D'abord segment éditorial, le New Adult se présente comme une littérature qui s'adresse à un lectorat entre 18 et 25 ans.

<sup>29</sup> Pour « Science-fiction, Fantastique, Fantasy ».

des enquêtés. En effet, Rémy et Martin évoquent par exemple avoir été snobés en raison de leur goût pour la « littérature jeunesse ». Rémy, raconte ainsi le souvenir d'un libraire qui a tenté de le reconduire vers le rayon de la « *littérature pour adultes* », tandis que Martin revient sur les remarques désobligeantes de ses parents à l'encontre de ses lectures « jeunesse » qu'ils considèrent comme des « *lectures pour gamins* ».

Aline, libraire dans un rayon jeunesse, évoque quant à elle la remarque désobligeante de l'un de ses clients à l'encontre de la « littérature jeunesse » :

*« Ben moi en tant que libraire j'ai déjà entendu, quand j'étais à [nom de la librairie parisienne] y'avait jeunesse et bd, mangas (...) Et un con nous avait fait "mais où sont les vrais livres ?" ... C'est-à-dire euh ? - En fait euh on en a partout autour de nous (petit rire). En fait ça cherchait les livres de littérature adulte » (Aline).*

Une idée que l'on retrouve également dans le discours d'Esther dont une amie âgée de trente ans et amatrice de « new adult » a été critiquée pour ses « lectures ados », ou encore d'Erica et de Sacha qui disent avoir à cœur de mettre en avant les livres « young adult » dont ils déplorent le manque de reconnaissance, comme souligné dans leurs portraits.

Les enquêtés davantage passionnés par la « science-fiction », comme Fabienne ou la « fantasy » comme Hilda et Maud, évoquent quant à elles les incompréhensions relatives à leurs goûts littéraires. Fabienne, elle-même autrice de science-fiction, évoque par exemple ses souvenirs du salon du livre dont l'agencement des stands lui semble distinguer les espaces dédiés à la « littérature générale » de ceux dédiés à la « littérature de l'imaginaire ». En outre, la jeune femme reproche à l'université de s'être « approprié » certains livres de la « science-fiction », tout en refusant de les présenter comme tel mais plutôt comme des « classiques » ce qui est pour elle le signe d'un snobisme régnant vis-à-vis de cette littérature. De la même

manière, elle souligne que l'université préfère parler de « récit d'anticipation », ce qu'elle voit là aussi comme une manière de dire que ce n'est pas tout à fait de la littérature :

*« Et pourquoi ces œuvres-là on les trouve forcément en classique et pas dans les littératures de genre quoi ? En fait on nous a spolié nos euh classiques à nous quoi je pense que ça fait moins peur de les voir dans le classique parce qu'ils sont étudiés à l'école et tout ça mais à l'école on va pas dire que c'est de la science-fiction on va dire (elle prend un air condescendant) "c'est de l'anticipation machin" »*  
(Fabienne).

Enfin, elle exprime un certain nombre de critiques qui lui ont été faites - à l'instar de sa mère qu'elle présente comme une « lectrice de classiques » pour laquelle la science-fiction n'est pas de la « vraie littérature » - ou rapportées par ses amies lectrices qui ont entendu des personnes dire que la science-fiction et la fantasy sont une « littérature pour gamins ». Il est intéressant de noter ici que Fabienne qui fait de la science-fiction son « *arc de bataille* », se présente par ailleurs comme une amatrice de « classiques » mais ne le revendique pas dans son discours. Cependant, elle soutient Anna qui se présente comme une lectrice de « classiques », et précise que cette dernière parvient à bien en parler en raison de sa « personnalité » pêchue et dynamique, ainsi que par la qualité de ses vidéos – elle fait référence à son métier de community manager – et de son « contenu » - elle fait ici référence à ses études en lettres modernes.

Dans son discours, Maud évoque aussi les remarques d'incompréhension de ses collègues face à ses goûts pour la « fantasy ». Sur ce point, il nous faut préciser que Maud qui est secrétaire, est très proche de quelques lectrices très engagées dans la promotion de la fantasy, et il semble que par moment son discours s'aligne sur celui de ses amies, voire s'y substitue car elle dit ne pas être suffisamment à la « hauteur » pour pouvoir parler de la fantasy comme le fait son amie lors de salons littéraires :

« (...) moi ça me fait plaisir pour ma copine parce qu'elle est beaucoup plus petite que les grandes<sup>30</sup> donc c'est pas la même chose encore mais bon c'est ma copine c'est pas pareil tu vois (...) parce qu'elle est très sociable, elle est très ouverte donc du coup, elle ça lui pose pas de soucis et en plus, elle a fait des études (...) Dans ce contexte-là, elle est community manager donc elle a l'habitude de - moi je sais j'ai pas eu une éducation comme ça, j'ai pas de diplômes dans ce contexte-là, même si je suis secrétaire et que j'accueille des gens régulièrement, le public que j'accueille, enfin c'est pas la même chose que les gens que je rencontre dans les salons donc euh ... » (Maud).

Cela, sans parler de toutes celles et ceux qui, plus à la marge évoluent pourtant en petits ilots disparates loin de la « littérature jeunesse » et de la « littérature de l'imaginaire » comme Esther qui aime lire avant tout de la romance et se sent complexée de voir que les autres booktubers ont des souvenirs d'enfance de lecture. C'est aussi le cas de Mathias qui se présente comme un lecteur de « contemporain », mais aussi un amateur de « romance », et cela malgré le « *cliché filles* » associé à cette littérature. Ce dernier point les enjeux d'une visibilité inhérente aux blogs littéraires et aux chaînes BookTube comme nous le développerons dans la seconde partie, dont les discours sur les « genres littéraires » ne peuvent être décorrélés. En effet, il existe indéniablement un effet de mise en visibilité de certains genres littéraires, au détriment d'autres, en fonction de la « popularité » des blogueurs et des booktubers, sans pour autant s'y réduire. En effet, le succès de certains repose aussi indéniablement sur « *la légitimité de leur aisance dans la culture lettrée* » pour reprendre les termes de Marie Christine-Bordeaux (2008, p64), ainsi que sur la maîtrise de leur compétence technique et de la qualité de leur matériel.

---

<sup>30</sup> Elle fait ici référence aux 5 booktubers les plus populaires, c'est-à-dire les plus visibles, dont Erica et Anna font partie.

Enfin, ce constat dessine en filigrane que ce qui est considéré par nos enquêtés comme « illégitime » sont certains « goûts de lecture », le plus souvent les leurs qu'ils envisagent aussi comme le goût des « jeunes » dont ils se font le porte-parole. Cela sans que cette illégitimité ne concerne pour autant tout le monde.

En effet, pour une lectrice ou un lecteur de « classiques » et « littérature contemporaine » comme Anna, Léon ou Camilla, les enquêtés nourrissent moins le sentiment d'illégitimité littéraire en rapport à leurs lectures. Ce qui n'empêche pas Anna de s'accorder, au moment de son entretien, sur l'intérêt indéniable du « Young Adult », tout comme Léon, s'accorde à souligner que la « littérature de divertissement » constitue une première étape pour amener les jeunes vers la lecture, avant de les aiguiller vers d'autres « genres ». De la même manière pour un lecteur de « littérature blanche » et de thrillers comme Grégoire ou encore Corentin, ou pour une lectrice qui se présente sur le registre de l'éclectisme des goûts de lecture comme Madeleine, les enquêtés là aussi évoquent moins le sentiment d'illégitimité littéraire.

Ainsi, on voit comment s'ébauche au regard des portraits de lecteurs, les stigmates d'une illégitimité littéraire qui, tout en s'opposant aux « œuvres consacrées » par l'Ecole et le monde instituant du livre, se concentre sur l'idée d'une « littérature jeunesse » et d'une « littérature de l'imaginaire ». Plus largement englobées dans une « *littérature de genre* » comme le précise Erica qui, peu après remet en question cette appellation car elle lui semble une fois encore distinguer ce qui relèverait de la littérature, de ce qui n'en relèverait pas, ce à quoi la jeune femme se refuse par souci du relativisme :

*« Enfin vraiment je veux pas que - j'aime pas le terme de littérature de genre en fait, enfin, je pense que toute littérature est bonne à prendre. Alors bien sûr y'a des trucs mieux que d'autres mais c'est pas à moi de juger ce que les gens lisent, en fait. Et je trouve que ça c'est un truc que tout le monde devrait faire parce que dès*

*le moment où c'est lu, dès le moment où ça plaît à quelqu'un ben pour moi ça a un intérêt » (Erica).*

A notre sens, ce dernier point esquisse enfin la problématique relative à la place des amateurs de lecture qui cherchent à se positionner au confluent de ce qui constitue selon eux la « culture légitime » d'une part, et la « culture illégitime » d'autre part. En effet, alors qu'ils considèrent que l'Ecole et une partie du monde du livre sont ces lieux qui fabriquent de la « légitimité culturelle » dont ils souhaitent se distinguer, ils ne renoncent pas paradoxalement à toute idée de légitimité culturelle qu'ils semblent chercher à reconstruire en incitant à la lecture. Sur ce point, il est d'ailleurs intéressant de noter que le discours d'Aline, elle-même libraire, s'aligne sur celui de Vincent Monadé, directeur du Central National du Livre (CNL) qui est un établissement public du ministère de la Culture dédié à la lecture, alors qu'elle dit : « *l'école est un destructeur de livres* ». Toutes les institutions ne sont ainsi par remise en cause du point de vue de ce qu'elles représentent en termes de considération sur la culture. Un point que nous développerons là aussi dans la partie III.

Finalement, c'est sur la compréhension de cette ambivalence que repose l'intérêt de ce détour par les discours sur l'Ecole. En effet, il permet de souligner que la valorisation inconditionnelle de la lecture est à double tranchants puisqu'elle porte aussi dans leurs discours les stigmates d'une « culture élitiste » qu'ils associent à la « littérature ». Dans ce contexte, tout l'enjeu alors est de savoir comment mettre en scène la lecture sans pour autant se mettre en sans pour autant convoquer la « teneur » élitiste qu'ils associent à la littérature.

Ce détour apporte ainsi un éclairage sur l'analyse des discours que nous présenterons dans la partie III, et ouvre la réflexion sur la perspective théorique de notre thèse que nous souhaitons développer à présent.

## Chapitre 3 – « Culture » et « légitimité », ou comment penser la « légitimité culturelle » ?

### 1. D'une « haute » idée de culture à l'idée d'une « haute » culture

#### 1.1. L'émergence du concept scientifique de « culture » en sciences sociales : l'importance de l'héritage des Lumières en France

En France, l'émergence de la notion de « culture » en sciences sociales est le fruit d'une longue tradition de la pensée philosophique qui a d'abord contribué à l'émergence d'une « haute » idée de la culture. Celle que des intellectuels et des philosophes, lors du siècle des Lumières, ont défini les premiers dans le *Dictionnaire de l'Académie Française*, en 1798. La « culture » est alors envisagée comme ce processus qui permet de nous détacher de notre état primaire. Présentée comme ce qui permet l'« éducation » ou la « formation » de l'esprit, elle est ce par quoi l'Homme peut s'extraire du stade « primaire » pour s'élever et accéder au stade « supérieur » : celui de la « civilisation ». Cette dernière notion a ainsi été considérée comme l'un des synonymes de la « culture », employée notamment dans le champ des sciences sociales comme l'illustre le premier concept scientifique posé par l'anthropologue Edward Burnett Tylor en 1871 :

*« La culture ou civilisation, pris dans son sens ethnologique le plus étendu, est ce tout complexe qui comprend la connaissance, les croyances, l'art, la morale, le droit, les coutumes et les autres capacités ou habitudes acquises par l'Homme en tant que membre de la société » (Journet, 2002).*

Au cours du siècle des Lumières, les intellectuels et les philosophes prônent donc un universalisme culturel « *marqué par l'unité du genre humain* » (Cuche, 2010). Comme le rappelle Denys Cuche (2010), en sciences sociales, et notamment en anthropologie, la première définition scientifique proposée par Tylor s'inscrit elle aussi dans une conception universaliste de la culture. Il faut alors attendre l'anthropologue Franz Boas pour que s'opère un changement de définition. En effet, Boas prône une conception relativiste des cultures, démontrant qu'il n'y a pas de différences en termes de « nature » entre les Hommes, mais en termes de « cultures ». Le regard des scientifiques sur les cultures, empruntant la voie du « relativisme culturel », cherche peu à peu à rompre avec l'ethnocentrisme.

Dans ce contexte, « toute culture » devient digne d'intérêt et les chercheurs mettent en garde contre l'approche comparatiste qui conduit à étudier les cultures particulières au regard de leur propres catégories d'interprétation (Ibid.). Ainsi, en Amérique du Nord, l'idée de « culture » acquiert un statut important au sein des recherches en sciences sociales, notamment en anthropologie, en ethnologie puis en psychologie et en sociologie, au point d'émerger en tant que concept scientifique.

Cependant, comme le souligne Denys Cuche, en France le concept scientifique de culture met du temps à émerger, les chercheurs lui préférant le terme de « civilisation ». En effet, la culture est alors rattachée au domaine intellectuel et entendue dans « *un sens élitiste restreint* » et « *dans un sens individualiste (la culture d'une personne « cultivée* ») » (Ibid.). Par ailleurs, la sociologie et son intérêt pour le « social », occupe un vaste pan de la recherche en sciences sociales, au détriment de l'anthropologie et de l'ethnologie dont l'intérêt se porte sur les cultures. L'emploi du terme de « civilisation », plutôt que celui de « culture », résiste donc jusqu'à la moitié du XXème siècle même si, en parallèle, le déploiement de l'ethnologie qui se constitue en champ autonome de la sociologie, favorise l'émergence du concept scientifique de « culture ».

La césure s'opère donc entre deux manières de *considérer* la culture. Une considération « nord-américaine » qui puise ses racines dans l'histoire de sa constitution nationale comme le précise Denys Cuche (2010). En effet, le chercheur rappelle que la citoyenneté « américaine » est liée à l'immigration, et que la formation de communautés ethniques est à la base de son « *modèle d'intégration nationale* » (Ibid.). Ce contexte particulier de la formation nationale américaine favorise selon le chercheur l'ouverture des questionnements scientifiques sur les étrangers et les différences culturelles, à partir desquelles va se former l'anthropologie culturelle, ainsi que le courant des *Cultural Studies* sur lequel nous reviendrons en suivant.

Au même moment, la France, au contraire, ne se vit pas comme un pays d'immigration. En effet, nous avons vu que le siècle des Lumières présente la civilisation française comme un modèle universel, freinant ainsi l'émergence d'une réflexion scientifique sur la question des diversités culturelles. Dans ce contexte, ce qui se constitue au XX<sup>ème</sup> siècle en une anthropologie culturelle aux Etats-Unis ne connaît que très peu de succès en France. Selon Denys Cuche, il faut alors attendre les années 1950, au moment où Roger Bastide, sociologue et anthropologue, introduit dans les recherches françaises le concept « d'*acculturation* », pour que le concept de « culture » se renouvelle. En effet, l'intérêt de ses travaux est de rompre avec l'idée que la culture serait une structure immuable pour la penser plutôt comme un processus dynamique de constructions et de reconstructions (Cuche, 2010). En revanche, au début des années 1960, tandis que les recherches nord-américaines et anglo-saxonnes s'ouvrent vers une acceptation et une compréhension plus large du concept de « culture », la France est quant à elle marquée par l'arrivée d'André Malraux, à la tête du ministère des affaires culturelles créé en 1959. S'ouvre alors une période de questionnements portant sur le rôle de la « culture » dans la société, tel qu'il est notamment envisagé du point de vue des politiques publiques et culturelles en France. Des questionnements qui vont influencer sur la manière dont la « culture » est alors définie dans le contexte français.

## 1.2. La « culture » du point de vue des politiques culturelles en France : le cas de la « démocratisation culturelle »

Comme le rappelle Jean-Claude Wallach, les années 1960 marquent l'entrée de la France dans une phase accélérée d'urbanisation et d'industrialisation de la société dont les individus qui la composent ne souhaitent plus se cantonner à la position sociale qu'ils héritent de leurs parents mais nourrissent le souhait de s'élever dans l'échelle sociale (Wallach, 2012). Cela est notamment rendu possible par l'acquisition du « capital culturel » qui est cependant, comme le précise le chercheur, « *l'apanage des couches traditionnellement favorisées, c'est-à-dire favorisées depuis plusieurs générations* » (Ibid.).

Pour répondre à ce nouvel impératif, le ministre André Malraux oriente donc les politiques culturelles dans l'optique de gommer les inégalités culturelles. Pour cela, le ministère de la culture se donne pour mission « *de rendre accessible les œuvres capitales de l'humanité et d'abord de la France, d'assurer la plus vaste audience [au] patrimoine culturel et de favoriser la création des œuvres d'art et de l'esprit*<sup>31</sup> ».

La « démocratisation de la culture », qui soutient la volonté d'élargir les publics de la culture, est alors surtout entendue dans un sens géographique plutôt que social. En effet, les politiques culturelles mises en place par Malraux cherchent avant tout à amener la culture en province, s'inscrivant dans le même temps dans une politique de la décentralisation. Pour cela, les « maisons de la culture », que le ministre avait l'ambition de faire construire dans chaque département, sont un exemple phare des politiques culturelles de cette époque.

---

<sup>31</sup> Il est possible de consulter le décret fondateur du 24 juillet 1959 en ligne : <https://www.culture.gouv.fr/Nous-connaître/Decouvrir-le-ministere/Histoire-du-ministere/L-histoire-du-ministere/Creation-du-Ministere>

Cependant, il faut noter que la « culture » dont il est question dans le projet de Malraux est celle des « *œuvres capitales de l'humanité* » que le ministre retrouve en littérature, en arts plastiques, au spectacle vivant ou encore au cinéma. Dans ce contexte, la définition de la culture n'est alors plus restreinte qu'à la notion « d'œuvres artistiques » et reste confinée dans les frontières de « l'Art » et de la seule « culture légitime ». En outre, la restriction de cette définition est d'autant plus importante que pour le ministre, le rapport à l'Art ne nécessiterait pas de médiation mais se réaliserait par une pure confrontation entre une œuvre et un public. Or, la croyance en la seule disponibilité de la culture occulte tout un nombre de facteurs à l'instar des « *dimensions sociales des conditions d'accès* » comme le développera notamment Pierre Bourdieu.

Pourtant, cette filiation entre « culture » et « Art » peut s'expliquer. En effet, à cette époque, la culture est nourrie de l'idée de nationalisme, alors héritée du siècle des Lumières et de la Révolution française. Les « *grandes œuvres de l'humanité* » évoquées par Malraux sont donc celles dans lesquelles le ministre reconnaît une culture commune : celle de la nation française. Une culture qu'il faut rendre disponible à l'ensemble de la population, dans l'espoir de l'animer du même sentiment collectif. En outre, cette définition « étroite » de la culture est le fruit d'une longue histoire qui a conduit à distinguer l'« Art » des pratiques culturelles « amateurs » comme le soulignent par ailleurs Marie Christine-Bordeaux et Françoise Liot :

*« (...) la politique culturelle est pensée en France comme une politique de l'art avec l'idée sous-jacente que les artistes sont les principaux acteurs des missions de service public culturel. Cette politique est marquée par la tension entre un discours où domine l'impératif de démocratisation de la culture et une action publique très fortement orientée vers le soutien aux artistes et aux porteurs de projets artistique » (Bordeaux, Liot, 2012).*

En effet, au lendemain de la seconde guerre mondiale, l'Etat se dote d'un fort pouvoir d'intervention dans le champ artistique en supportant notamment la « *création des œuvres d'art et de l'esprit* ». Malraux rompt ainsi avec la séparation qui jusque-là tenait éloignés les artistes de la sphère politico-administrative, dont la survie de l'un (l'Art) dépendra, finalement, des aides de l'autre (l'Etat). Comme le dit Wallach, l'Etat se met alors à gérer les « carrières » d'artistes, et l'idéal de la politique culturelle se transforme peu à peu en un moyen de financer la vie artistique (Wallach, 2012)). Ainsi, pour le chercheur, malgré les avantages permis par la politique culturelle de Malraux (meilleure répartition sur le territoire, financements d'institutions culturelles, ouverture de l'offre culturelle), cette dernière a surtout bénéficié à la « *production et aux professionnels* » (Ibid.) du domaine artistique, avant de bénéficier aux publics qui en étaient pourtant les principaux intéressés.

En outre, le parti pris du ministère des affaires culturelles pour l'Art et les artistes s'est confirmé par la création d'un ministère distinct, celui de la Jeunesse et des Sports, auquel est revenu tout le « *secteur associatif* » (Ibid.), tels que les ciné-clubs, les associations de théâtre amateur, les Maisons des Jeunes et de la Culture ou encore les associations dites d'éducation populaire, comme l'évoque Jean-Claude Wallach. En agissant ainsi, l'Etat a donc rendu officielle, du point de vue institutionnel, la séparation entre deux mondes présentés comme « *antagoniques* ».

### 1.3. De la « démocratisation culturelle » à la « démocratie culturelle »

Dans ce contexte, la fin des années 1970 est marquée par plusieurs revendications qui participent à la redéfinition de l'action culturelle menée jusque-là par l'Etat. En effet, il est reproché à la politique culturelle de Malraux de participer à la constitution de publics exclus, ne se retrouvant pas dans la culture de référence sur laquelle se focalise pourtant l'action culturelle. Parmi ces revendications, le *Manifeste de Villeurbanne*, est rédigé en 1968 par Francis Jeanson qui dénonce :

« L'action culturelle, perçue par la population comme un ensemble de structures destinées à transmettre la culture cultivée à un public privilégié » (Fleury, 2004).

Cette critique émerge dans un contexte de tensions que rencontrent en particulier les théâtres dont la mission a été redéfinie par le projet de Malraux. En effet, ces derniers sont incités à décentraliser leurs actions vers les provinces pour répondre au souci de « disponibilité » de la culture. Cependant, vécu comme un impératif, les théâtres réclament avant tout le droit de faire prévaloir la création artistique sur l'apparente diffusion massive de la culture. Pour ce faire, hommes de théâtre, chercheurs ou encore directeurs d'établissements culturels, dénoncent l'illusion que constitue le partage des œuvres artistiques au plus grand nombre en pointant notamment l'incapacité de l'Etat à produire une rencontre effective entre ce public et les œuvres de référence. Ainsi, il est reproché à Malraux, d'ériger une définition de la culture relative aux « œuvres artistiques » qui génère, à son tour, un « public d'art » indispensable aux institutions culturelles qu'ils opposent à la figure du « non-public » :

« Une immensité humaine composée de tous ceux qui n'ont encore aucun accès ni aucune chance d'accéder prochainement au phénomène culturel<sup>32</sup> ».

Le non-public se veut ainsi recouvrir un ensemble hétérogène de publics « *friands d'objets refusés par [la culture de référence]* » (Esquenazi, 2004). Le non-public, qui est alors une figure construite engendrée par le refus de reconnaître certains objets culturels, constitue le cheval de bataille des revendications portées par les auteurs du manifeste. Se dessinent alors en filigrane les distinctions, inscrites sur une échelle de valeurs, entre « haute » culture et culture populaire, d'une part, et, entre public « connaisseur » et public « non-connaiseur », d'autre part.

---

<sup>32</sup> Jeanson, F., 1962, *Le Manifeste de Villeurbanne*, p 119-120.

Cette phase de réflexion opère donc un moment de glissement entre deux projets de l'action culturelle : de la démocratisation culturelle, amorcée par Malraux, les différents acteurs de la culture plaident en faveur d'un nouvel idéal qu'incarne la « démocratie culturelle ». Son objectif ne se cantonne plus alors à l'élargissement des publics de la culture mais se focalise sur le souci de les diversifier (Wallach, 2012). En outre, la démocratie culturelle se caractérise par « *la reconnaissance de l'égalité légitimité des expressions artistiques et culturelles, et facilitation de l'accès pour tous aux outils nécessaires à cette expression* » comme le précise Marie-Christine Bordeaux (2017, p113).

Sous l'effet de ces nouvelles attentes, les années 1970 sont alors marquées par de fortes réactions vis-à-vis de la « domination culturelle » que certains, à l'instar des auteurs du *Manifeste de Villeurbanne*, présentent comme l'imposition de références culturelles à l'ensemble d'une population dont on exclut, de ce fait, les pratiques culturelles. Il s'agit alors de reconnaître le relativisme culturel dont est emprunte la société. Cela afin de défendre la « diversité culturelle » comme nouvel horizon des politiques culturelles.

A cette période, la « culture populaire » devient centrale dans une société qui refuse les carcans d'une culture dite « bourgeoise ». En effet, elle incarne la possibilité de renouer avec une culture dont les références sont à l'opposé de celles des élites, alors fustigées. Parmi ces références, la « culture populaire » se charge, par exemple, d'une idée de culture ouverte à tous, à l'inverse d'une culture « élitiste » dans laquelle seul un nombre restreint de personnes peuvent se retrouver. Dans ce contexte, le recours à cette notion répond au besoin d'élargir la définition de la culture qui ne doit plus renvoyer uniquement aux œuvres majeures.

Ainsi, dès la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle, la « culture » se fait l'objet des luttes qui agitent les politiques culturelles françaises. Cela est également le cas au sein des recherches en sciences sociales dont les réflexions s'acheminent vers l'étude de la « culture » au prisme de la « domination sociale », à l'instar des travaux de Pierre Bourdieu.

## 2. Culture et dominations sociales : la théorie de la « légitimité culturelle »

### 2.1. De la « démocratisation culturelle » à la « domination culturelle » : retour sur la « légitimité culturelle » selon Pierre Bourdieu

Dans les années 1960 – 1970, les travaux menés par Pierre Bourdieu participent à pointer l'illusion du projet de démocratisation culturelle puisque ce dernier se fonde sur une hiérarchie sociale des pratiques culturelles (Fleury, 2004). En effet, son travail de recherche, portant notamment sur la photographie (Bourdieu, 1965), constitue les prémisses d'une conception de la « culture » qu'il étudie au prisme des rapports entre les groupes sociaux. Pour cela, le sociologue oriente son analyse de la pratique photographique telle qu'elle est envisagée par différents groupes sociaux : des paysans, des classes populaires, des employés, des cadres moyens ou encore des cadres supérieurs. L'intérêt est alors de comprendre les « conduites » de ces groupes – les « attitudes de classe » - au regard de leurs situations qui en définissent les conditions de possibilité ; puis, de rendre compte des significations revêtues par ces conduites pour chacun de ces groupes.

Dans ce contexte, le sociologue part du constat « *de grandes régularités observables, communes aux divers milieux sociaux* » (Boutet, 2009) qu'ils présentent comme des « *conventions* » (Ibid.) à partir desquelles les groupes sociaux se distinguent par une même pratique culturelle.

Ainsi, pour le sociologue, ce sont les rapports entre les classes qui s'expriment à travers les différentes conduites des individus et leurs pratiques photographiques.

Cependant, il n'est pas encore question de « domination culturelle » à proprement parler dans cette recherche. Il s'agit plutôt d'une réflexion sur la constitution d'un objet culturel, ici la photographie, en un « *art moyen* », qui annonce en filigrane la théorie de la « légitimité culturelle ».

En 1969, Pierre Bourdieu et Alain Darbel, qui étudient les publics des musées, déconstruisent le rapport « naturalisé » voire « inné » à la culture que le registre de « l'amour de l'art » sous-entend, afin de présenter les conditions qui rendent possible l'existence d'un « amour de l'art ». Avec cette réflexion, les chercheurs remettent ainsi en question le rapport « d'évidence » que le projet malcurien et les « dévots » de l'art sous-tendent en croyant que la « *confrontation avec l'œuvre suffit par soi seule à déterminer une disposition durable à la pratique culturelle* » (Ibid.). Ils y montrent dans un premier temps que le taux d'instruction joue un rôle déterminant dans la fréquentation des musées en pointant le lien de causalité qui existe entre un niveau d'instruction élevé et ce qu'ils appellent la « *disposition cultivée* » (Ibid.) d'un individu. Dans ce contexte, un individu instruit sera plus à même de « *profiter des œuvres culturelles présentées dans les musées* » (Ibid.).

En outre, les sociologues démontrent que cette « disposition cultivée » est le privilège des classes supérieures dont le niveau d'instruction est le plus élevé. Ces personnes vivent alors le rapport aux œuvres culturelles sur le registre de l'évidence, en invoquant notamment l'argument de « l'amour de l'art », qui n'est autre que l'intégration de connaissances acquises à l'école. Dans ce contexte, ceux qui sont dépourvus de la compétence artistique seraient condamnés à ne pouvoir rendre compte des œuvres que sur le registre de « *l'expérience existentielle immédiate* » (Ibid.).

En outre, les musées instaurent l'idée qu'il existe une manière légitime pour « goûter » aux œuvres artistiques, laquelle est aussi le fruit d'un « *type particulier d'apprentissage* » (Ibid.).

Ainsi, le musée constitue un lieu familier uniquement pour les personnes déjà cultivées dont « *l'effet de distanciation sacralisante* » (Ibid.) éloigne – pour ne pas dire exclut - de la visite les classes les plus populaires. Pour les chercheurs, cette distanciation sacralisante est alors soutenue par l'Ecole qui légitime la « disposition cultivée » comme la réception adéquate des œuvres artistiques ; et cela, d'autant plus qu'elle est le lieu de la diffusion d'une « culture légitime » comme nous l'avons évoqué. En ce sens, l'institution scolaire s'inscrit dans la représentation idéologique dominante de la diffusion culturelle que les deux sociologues remettent en question.

En somme, les sociologues montrent que le « *sens des différences culturelles* » (Grignon, Passeron, 1989) entre « *culture légitime* » - les Arts majeurs et les musées - et « *culture légitimable* » (Bourdieu, Darbel, 1969) résulte du « *système des différences de pouvoir entre les groupes d'une même société* » (Grignon, Passeron, 1989), et non d'une vision « esthétique » de la culture selon laquelle « *la hiérarchie culturelle serait le simple décalque de la qualité intrinsèque des œuvres* » (Dubois, 2003). Cette réflexion signe ainsi l'entrée de la notion de « culture » sur le terrain des dominations sociales et de la légitimité culturelle. En effet, la définition de la « culture » telle qu'elle est définie par Pierre Bourdieu s'enrichit, puisqu'elle devient « *un signe et un instrument de démarcation sociale, de distinction* » (Détrez, 2014) comme il le développe son ouvrage *La Distinction, Critique sociale du jugement*, en 1979 :

« *Ce jeu de distinction, affirme l'auteur, est au cœur des pratiques culturelles et de l'affirmation du goût dans la société française contemporaine, et le jugement de goût, bien loin de la relativité, est en fait un jugement de classe* » (Ibid.).

Selon Bourdieu, les goûts ne sont pas équivalents car ils sont autant « d'espaces » à l'intérieur desquels s'opère de la distinction entre les classes sociales. Ainsi, la classe dominante « *tire du monopole qu'elle détient sur la consommation légitime des produits légitimes des profits de distinction* » (Ibid.). Dans ce contexte, la « culture », et plus précisément la légitimité culturelle, devient l'outil d'une domination culturelle que l'Ecole perpétue « *en sanctionnant la maîtrise des codes socialement situés* » (Ibid.). En effet, Bourdieu explique que l'Ecole reproduit et perpétue une forme de « *violence symbolique des classes dominantes* » qui passe par « *l'imposition invisible des normes du « goût »* » qu'elle valide sous forme de « *capitaux scolaires* » (Ibid.).

Ainsi, dans un contexte de démocratisation culturelle dont l'enjeu est que tout le monde puisse accéder aux œuvres de la « culture légitime », Bourdieu remet en cause et déconstruit le rôle qu'occupe cette « culture » dans la domination sociale par l'imposition des normes du « goût », ainsi que les mécanismes de reproduction perpétués par l'Ecole au sein de laquelle les différences se muent en hiérarchies (Ibid.). Pour Bourdieu, cette imposition invisible est d'autant plus efficace que chacun partage « *la croyance dans le classement des valeurs culturelles* » (Ibid.) que le sociologue définit sous le terme de « légitimité culturelle ».

## 2.2. La légitimité culturelle en question : populisme, misérabilisme et dérive légitimiste

De la « démocratisation culturelle », espérée par André Malraux, les réflexions s'acheminent donc vers l'idée d'une « domination culturelle » sous l'impulsion desquelles les « *cultures des groupes dominés* » (Cuche, 2010) doivent être replacées au cœur du projet de diffusion culturelle. En sciences sociales, cela se traduit notamment par un intérêt accru porté à la notion de « culture populaire » dont se saisissent notamment les sociologues. Ces recherches s'articulent alors autour de deux grandes thèses que les sociologues Claude Grignon et Jean-

Claude Passeron (1989) ont pris soin d'étudier. En effet, les deux chercheurs se sont attachés à analyser les discours « savants » portant sur l'étude des « cultures populaires », dans l'optique de rendre compte du rapport ambivalent que les sociologues nourrissent à l'égard de leur objet d'étude, le « peuple », grandement polysémique.

D'un côté, certaines recherches proposent une analyse dite « *populiste* » des cultures populaires. Fruit d'un relativisme culturel, cette approche oblitère les rapports de domination sociale entre les groupes sociaux et la hiérarchie des pratiques culturelles, pensant les cultures populaires comme un système autonome de toute « culture légitime ». Le relativisme culturel se fonde donc sur une croyance : celle de pouvoir étudier les cultures, sans les hiérarchiser, depuis la description de leurs propres codes et valeurs (Grignon, Passeron, 1989). Dans ce contexte, les « cultures populaires » sont souvent présentées sur le registre de l'authenticité et sont considérées, pour cela, comme égales voire supérieures à la « culture consacrée » (Cuche, 2010). D'un autre côté, les études sur les « cultures populaires » peuvent pencher vers l'écueil du « *misérabilisme* » (Grignon, Passeron, 1989), lequel constitue la pente glissante de la théorie de la légitimité culturelle. En effet, à l'inverse du populisme, le rapport de domination sociale joue ici un rôle central sur les effets culturels qui en découlent.

Ce qui est reproché par les sociologues à la théorie de la légitimité culturelle est donc de rendre compte des « cultures populaires » sur le registre de la privation ou du manque, qu'elle considère toujours en référence à une « culture légitime ». Dans ce contexte, les cultures populaires sont souvent réduites au seul rapport de leur aliénation sociale et comprises comme des « *sous-produits inaccomplis* » de la culture des élites sociales (Cuche, 2010).

Pour autant, Grignon et Passeron ne formulent pas de réponse précise pour résoudre cette ambivalence que certains essaient de conjurer par un principe d'alternance en oscillant du populisme au misérabilisme. Les deux sociologues proposent plutôt une réflexion épistémologique dont la portée réflexive agit comme un révélateur aux yeux du chercheur.

En effet, ce dernier est incité à formuler, dès l'enquête même de son terrain, « *vers quelle dérive idéologique [il] est le plus susceptible d'être détourné et cela afin de tenter de contrôler cette dégradation* » (Ethis, 2007).

Il reviendrait donc au chercheur de rendre compte du parti pris, ambivalent ou alternativiste (Ibid.), dont il investit son objet de recherche car, quel que soit le choix opéré, il ne peut jamais être certain que les aspects identifiés dans son analyse suffisent à définir les « cultures populaires ». C'est ce que Claude Grignon fait remarquer au travers de la notion de « *dominocentrisme* » (Grignon, Passeron, 1989). Selon lui, l'approche légitimiste nourrit l'illusion d'une homogénéité des classes et des cultures populaires. Dans ce contexte, les cultures populaires sont réduites à l'idée d'une « *robotisation intégrale* » de leurs pratiques (Grignon, Passeron, 1989). Or, il n'existe pas de classes populaires homogènes réagissant de manière mécanique à des « *automatismes* » (Ibid.) comme le présentent Passeron et Grignon au sujet des variations internes à la classe des paysans ou encore des ouvriers dont les conditions du milieu diffèrent ainsi que leurs pratiques culturelles. La légitimité culturelle ne s'impose donc pas à tous dans un espace social monolithique, comme le rappelle Bernard Lahire :

*« Il est impossible de faire comme si on avait affaire à un espace social homogène sous l'angle de la légitimité culturelle, c'est-à-dire structuré par une opposition légitime/illégitime univoque. Une opposition que tout le monde connaîtrait et mettrait en œuvre, à laquelle tout le monde accorderait la même signification et à laquelle tout le monde croirait avec la même intensité. On ne peut faire comme s'il existait une continuité de croyances culturelles dans toutes les parties du monde social, comme si l'ensemble des groupes sociaux tendait à s'aligner sur les consommations légitimes des plus « cultivés » des membres des fractions intellectuelles de la classe dominante » (Lahire, 2003).*

Ce détour par la réflexion de Claude Grignon et Jean-Claude Passeron nous informe donc sur les premières critiques portées à la théorie de la « légitimité culturelle » dès la fin des années 1980. En effet, ces dernières remettent en question le fait que toute forme d'autonomie soit niée du côté des « dominés » dont la culture serait uniquement vécue sur le mode de « l'illégitimité » et qu'au contraire, la « culture légitime » serait acquise aux dominants. Par ailleurs, rien ne rend compte du processus d'intériorisation de la croyance en des normes qui fonderaient cette légitimité, si ce n'est la position sociale des individus. Il s'agit donc là d'un des postulats de Pierre Bourdieu qui, déconstruit par les chercheurs qui le liront, achemine les réflexions vers la complexification du modèle de la « légitimité culturelle ». Dès lors, un certain nombre de recherches s'attachent à tordre l'idée selon laquelle les dominés s'accorderaient de manière consensuelle sur la légitimité de certains objets ou de certaines pratiques culturelles.

### 2.3. La « légitimité culturelle » selon Bernard Lahire

Au début des années 2000<sup>33</sup>, le sociologue Bernard Lahire propose une compréhension nuancée des phénomènes de la « légitimité culturelle ». Le point de départ de sa réflexion, amorcée à la fin des années 1990 dans son ouvrage *l'Homme pluriel*, contrecarre l'argument de la classe sociale comme unique facteur « systématique » et « unificateur » (Lahire, 2011) déterminant les goûts et pratiques culturels des individus et plus largement les « styles de vie<sup>34</sup> », alors pensés selon un modèle de cohérence des comportements.

En effet, le sociologue opère un changement de focal en faisant le choix d'étudier le goût et les pratiques culturels par le prisme d'une sociologie de l'individu, laquelle s'attache à rendre compte de « *la réalité sociale incarnée dans chaque acteur singulier* » (Ibid.).

---

<sup>33</sup> Lahire, B., 2006, *La culture des individus, Dissonances culturelles et distinction de soi*, La Découverte, collection Poches Sciences

<sup>34</sup> Qu'il définit en citant Pierre Bourdieu comme l'« *ensemble unitaire de préférences distinctives qui expriment, dans la logique spécifique de chacun des sous espaces symboliques, mobilier, vêtement, langage ou hexis corporelle, la même intention expressive* » (Bourdieu, 1979, p.193).

Le parti pris épistémologique du chercheur est ainsi de rompre avec l'idée d'une « *unicité du soi* » (Ibid.) que la notion d'« *habitus* » confirme en le présentant comme le principe unificateur des pratiques et des représentations (Ibid.) d'un même groupe d'individus. Pour le sociologue, le rapport à la culture légitime - ou illégitime - n'est donc pas seulement le fruit de la position de l'individu dans la hiérarchie sociale mais d'un ensemble d'« *expériences socialisatrices* » (Ibid.) qui influence l'individu au cours de son existence.

Par ailleurs, le sociologue rappelle que « *la notion de culture légitime dominante relève fondamentalement d'une sociologie de la croyance et de la domination* » (Ibid.) comme nous l'avons évoqué. Cela n'est rendu possible que dans le cadre de rapports de domination culturels où certains objets et pratiques culturels disposent de puissants moyens qui participent à leur reconnaissance élargie, y compris auprès de personnes « *qui ne parviennent pas à former les goûts et les habitudes qui leur permettrait d'être en règle avec [la légitimité]* » (Ibid.) Comme le rappelle Bernard Lahire, un univers social différencié et hiérarchisé au sein duquel tout ne se vaut pas (ex, une société de classes et de classements), est donc la première condition pour qu'un effet de légitimité soit possible.

En plus de cela, il faut que la personne sur laquelle s'exerce cet effet de légitimité soit plus ou moins consciente de la « *dignité* » ou de « *l'indignité* » culturelle « *des objets, des pratiques et des institutions* » qu'elle rencontre (Ibid.). Pour cela, la personne doit avoir « *un minimum de connaissance pratique de l'univers culturel en question* » (Ibid.) ainsi qu'un « *minimum de foi, de croyance dans la légitimité et l'importance de cet univers culturel* » (Ibid.). C'est sur ces deux points que le sociologue repère une grande diversité de réactions possibles, à partir desquelles il montre qu'il existe une définition à géométrie variable de ce qui fait la légitimité ou l'illégitimité des objets et des pratiques culturels.

Ce constat est d'autant plus fort que le sociologue confirme dans sa recherche la « *baisse relative de la croyance en la légitimité culturelle classique due à un contexte de concurrence vive entre instances de légitimation (Etat, école, médias audiovisuels, etc.)* » (Ibid., p166). Cette « légitimité classique » renvoie dans ce contexte à la « *culture artistique et littéraire légitime* » (Ibid., p 562) qui s'est particulièrement dévaluée auprès de la jeunesse scolarisée<sup>35</sup>. Cette baisse générale a alors des effets indéniables sur les variations intra individuelles des comportements culturels, ce qui explique également la multiplication des profils dissonants (notamment chez les populations les plus jeunes qui ont tendance à mélanger les genres « légitimes » et « illégitimes »).

Par ailleurs, ce processus est renforcé par les politiques culturelles françaises, impulsée par Jack Lang, qui depuis les années 1980 jouent un rôle important dans l'élargissement de la définition de « culture » et dans la légitimation des « pratiques culturelles populaires ». Ainsi, comme l'avance Bernard Lahire :

« [L'Etat] ne fait au fond que participer (ce qui n'est pas rien), avec ses propres moyens, à un mouvement d'ensemble de désacralisation de la séparation entre le « culturellement légitime » et le « culturellement peu légitime », qui s'observe désormais dans les médias audiovisuels et une partie de la presse écrite » (Ibid., p605).

---

<sup>35</sup> A ce propos le sociologue cite alors Pierre Bourdieu, dans son ouvrage *La Noblesse d'Etat*, p484 : « *La cote des humanités traditionnelles, qui tenaient leur valeur moins de leur utilité professionnelle ou de leur rentabilité économique que de l'étroitesse de leur diffusion, donc de leur pouvoir de distinction, tend à régresser au profit du capital culturel en sa forme scientifique et technique, et surtout bureaucratique-politique, dont la rentabilité économique est assurée par l'accroissement des nouvelles demandes de services symboliques* » (Lahire, 2006, p 564).

L'extension du domaine réservé à la « haute culture » s'accompagne donc dans le même temps d'un affaiblissement de la croyance en son caractère sacré, et *in extenso*, de la foi en la « légitimité culturelle ».

Pour autant, cela ne veut pas dire qu'il est désormais possible de nier l'existence de faits de légitimité culturelle, comme a pu notamment le laisser entendre le concept d'« éclectisme<sup>36</sup> ». En effet, toute la recherche de Bernard Lahire s'attache à montrer que malgré l'affaiblissement de la légitimité culturelle de la « haute culture », la distinction se maintient. En revanche, il constate que les mécanismes de la distinction culturelle « *ne mettent pas en jeu dans la vie sociale ordinaire des catégories, des groupes ou des classes, mais des individus socialement déterminés* » (Lahire, 2006, p670).

Les hiérarchies culturelles se définissent ainsi « *dans les pratiques et les préférences des individus* » (Lahire, 2003) qui brouillent les frontières bien définies du « goût légitime » (Bourdieu, 1979). Dans ce contexte, les jugements culturels témoignent, pour Bernard Lahire (2005), des « *luttons symboliques ordinaires* » par le biais desquelles les individus légitiment leurs goûts, leurs préférences et, *in fine*, leur manière de vivre (Ibid.). Le rapport au « légitime » et à « l'illégitime » permet donc à chacun de se distinguer des autres, y compris au sein de sa même classe sociale. Avec ces éléments, le chercheur propose une réflexion sur le rôle joué par la culture dans le processus de « *distinction de soi* » (Lahire, 2003), laquelle constitue l'un des moyens utilisés « *par les acteurs dans leur quête ordinaire de légitimité* » (Lahire, 2005). Dans ce contexte, la fonction sociale que remplit la culture est toujours celle de la « *distinction* » puisqu'elle se constitue « *en tant que moyen de légitimation (individuel ou collectif)* » des manières de vivre des individus, et non plus de leur seule position sociale.

---

<sup>36</sup> Comme le rappelle Christine Détrez (2014), l'éclectisme constituerait « *une nouvelle forme de distinction* » puisqu'il fonctionne avec « *la connaissance des espaces sociaux, des scènes, des interactions où il peut s'exprimer* » (p 68).

Pour autant, le modèle légitimiste de la culture rencontre de nombreuses remises en question à partir des années 1990 puisqu'il laisse finalement peu de place aux possibilités de « résistances » (de Certeau, 1990) des dominés à l'égard des dominants, et aplanit les variations possibles du point de vue de la « réception ». Ainsi, un certain nombre de recherches s'amorcent en France qui, sous l'impulsion des *Cultural Studies* qui n'apparaissent en France que tardivement, cherchent à dépasser « *l'appréhension du populaire et de ses logiques symboliques* » sur le seul registre du légitimisme (Maigret, Macé, 2005, p 25).

Une dualité de points de vue qui signe en même temps l'impossibilité, en France du moins comme le précise Dominique Pasquier (2005), de penser les « cultures populaires », sans « *entrer dans un débat idéologique sur l'objet étudié* » comme l'ont par ailleurs développé Grignon et Passeron (1989).

### 3. Culture et luttes symboliques : les *Cultural Studies* et la remise en question du modèle « légitimiste » de la culture

#### 3.1. Le contexte d'émergence des *Cultural Studies* : substituer au modèle « légitimiste » de la culture, l'étude des « cultures populaires »

Comme le rappellent Armand Mattelart et Erik Neveu (2003), en France, la notion de « culture » en sciences sociales est l'histoire de la création d'une culture « légitime » - les « œuvres consacrées » - et d'une « culture de masse » produite par les industries culturelles. En revanche, comme nous l'avons développé en tout début de chapitre, un courant de pensée s'est développé de l'autre côté de la Manche en s'appuyant sur une définition anthropologique de la « culture » afin de se détacher d'une réflexion centrée sur le lien entre « culture » et « nation » et s'acheminer vers la compréhension de la culture des groupes sociaux (Ibid.).

En effet, l'Angleterre, qui rencontre à cette époque un ébranlement des valeurs de la « haute culture » héritées des Lumières sous l'effet de l'irruption d'une « culture de masse » produite par les industries, développe un débat sur la notion de culture considérée comme « *instrument de réorganisation d'une société bouleversée par le machinisme, de « civilisation » des groupes sociaux émergents, comme ciment d'une conscience nationale* » (Ibid.). Les réflexions s'achèment alors vers la compréhension du rôle que joue la « culture » dans la constitution d'une nation, auxquelles les *Cultural Studies* vont participer en y substituant une approche par les « cultures populaires » (Ibid.).

Initiées par la publication de plusieurs ouvrages fondamentaux dont *The Uses of Literacy* de Richard Hoggart (1958), *Culture and Society* (1958) et *The Long Revolution* (1965) de Raymond Williams, et *The Making of the English Working Class* (1968) de E.P. Thompson (Le Forestier, 2017), il s'agit pour ces auteurs de comprendre « *en quoi la culture d'un groupe, et d'abord celle des classes populaires, fonctionne comme contestation de l'ordre social ou à l'inverse comme mode d'adhésion aux rapports de pouvoir* » (Mattelart, Neveu, 2003). Les *Cultural Studies*, qui ancrent leur démarche dans une perspective « *interdisciplinaire, engagée et marxiste* » (Le Forestier, 2016, p 20), cherchent ainsi à appréhender la culture en tant qu'« *espace de luttes et de négociations permanentes* » (Ibid., p22).

En France, les *Cultural Studies* gagnent du terrain seulement à partir des années 1990 sans pour autant se constituer en champ autonome ou discipline à part entière. En effet, le déploiement des *Cultural Studies* au sein du milieu universitaire français fait l'objet de plusieurs réticences qu'Éric Maigret et Éric Macé (2005) développent dans leur réflexion sur les médiacultures.

Ils y présentent les principales dérives – méthodologique, épistémologique<sup>37</sup> et « populiste » comme l’ont développé Grignon et Passeron (1989) – portées à ce courant de pensée par un milieu universitaire empreint de la sociologie bourdieusienne. Face aux résistances qui imprègnent une grande partie du champ de la sociologie de la culture française, l’émergence des *Cultural Studies* répond donc au souci de se dégager des modèles déterministes induits d’une part, par la théorie de la « légitimité culturelle » développée par Pierre Bourdieu, et d’autre part, par les théories de l’Ecole de Francfort sur la « culture de masse » que les penseurs articulent notamment avec la notion d’« aliénation »

En effet, le XXème siècle est aussi marqué par le développement des industries culturelles ainsi que par celui des médias tel que le cinéma, la radio et la télévision, qui facilite l’accès des classes populaires à l’offre culturelle. Les auteurs tels que Theodor Adorno, Max Horkheimer ou encore Walter Benjamin s’acheminent alors vers la constitution d’une « théorie critique » des industries culturelles et des médias considérés comme les outils au service de l’idéologie et de la domination capitalistes. Dans ce contexte, la « culture de masse » est l’un des moyens pour asservir la « masse » tout en s’inscrivant dans un souci de rentabilité. Les productions de masse sont ainsi considérées comme délivrant un plaisir qui ne requiert plus d’effort et se meut en une forme de passivité chez l’individu dont la conscience semble totalement aliénée.

---

<sup>37</sup> Pour préciser : « Dérive « méthodologique » tout d’abord, qui conduit à déplorer la faible utilisation des techniques d’enquête sociologique consacrées par certaines écoles au profit de techniques dites ethnographiques, consistant bien souvent à donner la parole à quelques personnes ou à lire quelques courriers de lecteurs dans la plus parfaite des surinterprétations Dérive « populiste » ensuite, visible dans l’attention exagérée prêtée aux capacités d’interprétation des publics, qui se paierait par une vision inconstante du pouvoir : à force de détecter de la résistance ans tous les actes des récepteurs n’a-t-on pas dilué l’analyse des rapports sociaux dans une analyse marketing es goûts et des styles ? Dérive « épistémologique », en fin, affectant un courant de pensée trop marqué par la déconstruction et la postmodernité, ne croyant plus en la réalité des faits, développant un radicalisme d’élites universitaires isolés des pratiques populaires réelles » (Maigret, Macé, 2005, p21).

Cependant, les reproches portés à l'École de Francfort se fondent sur l'absence de fondements empiriques réduisant la « masse » à un tout monolithique et laissant peu de place à la compréhension de toute variation sociale. Ainsi, face au sentiment que ces différentes théories réduisent les pratiques des individus, la nécessité de prendre en compte la variété des pratiques en se focalisant sur les expériences vécues des individus et le sens qu'ils donnent à leurs pratiques, se fait ressentir. L'objectif est alors de démontrer que les pratiques des dominés ne peuvent être seulement pensées en termes d'exclusion ou d'aliénation. C'est pourquoi les *Cultural Studies* gagnent alors peu à peu du terrain au sein des réflexions sur la « culture ».

### 3.2. Le déplacement épistémologique des *Cultural Studies* : la proposition d'un autre modèle de la domination

Le point de départ de l'institutionnalisation des *Cultural Studies* se fait avec l'ouverture du *Centre for Contemporary Cultural Studies*, fondé en 1964 par Richard Hoggart. Les premières recherches qui y sont menées cherchent alors à mettre au jour les capacités de résistances des classes populaires, notamment ouvrières, face au déploiement de la culture de masse et des médias qui cristallise de nombreuses inquiétudes. Pour cela, les chercheurs observent de manière extrêmement détaillée les formes de la vie quotidienne, afin de rendre compte de la spécificité culturelle des classes populaires (Détrez, 2014).

En procédant ainsi, ils élargissent le champ de définition de la « culture » qui ne se limite plus au « monde légitime des arts et de l'érudition » (Cervulle, Quemener, 2015, p15) mais recouvre « l'ensemble d'un mode de vie » d'une société donnée » (Ibid., p15). Ainsi, les *Cultural Studies* sont notamment caractérisées par le glissement qu'elles opèrent vers l'étude d'une « culture profane » (Mattelart, Neveu, 2003, p39), et le refus de toute forme de hiérarchie entre les objets et les pratiques culturels, contrairement à la sociologie de la culture française.

Cela permet d'élargir le champ des « *objets jugés dignes du regard sociologique* » (Détrez, 2004, p107), notamment au sein du milieu universitaire français auquel il est alors reproché son élitisme culturel.

Par ailleurs, en refusant toute forme de légitimisme qui incite à penser les cultures populaires sur le registre de l'exclusion ou de l'aliénation, les chercheurs souhaitent réhabiliter le goût des classes populaires ainsi que leur capacité à « *maintenir leur propre système de valeurs et à créer un univers de sens propre autour de leurs pratiques* » (Ibid., p29). On cherche alors à rendre compte de l'existence d'une culture populaire et de ses formes de résistances, notamment chez les classes ouvrières. A la suite de ces premières recherches, l'attention va alors se focaliser sur l'étude des « *subcultures* » et des « *contre-cultures* », notamment celle des jeunes, des femmes, des jeunes filles, des punks, des rastas, etc., souvent appréhendées par le biais de méthodes ethnographiques (ex, observations, focus groupes, récits autobiographiques, récits de vie), qui s'inscrivent dans une perspective constructiviste.

Dans ce contexte, les *Cultural Studies* substituent au modèle de la domination sociale proposé par Bourdieu, un autre modèle de la domination que marque le « *tournant gramscien* » (Maigret, Macé, 2008, p6) opéré par Stuart Hall, en 1970. En effet, Stuart Hall opère un changement de focale sur la culture qu'il considère non pas comme « *une série figée de symboles ou d'activités* » (Cervulle, Quemener, 2015, p27) mais comme « *le lieu d'une lutte pour l'hégémonie au travers de laquelle les tensions entre différents modèles culturels et modes de vie se trouvent à la fois activées et déplacées* » (Ibid., p27).

Le chercheur complexifie donc la définition de la notion de « culture » qui ne se réduit pas à un ensemble de formes culturelles figées mais est caractérisée par un processus de « *permanente redéfinition* » (Le Forestier, 2016, p22). Dans ce contexte, la culture est pensée comme « *un espace de conflictualité idéologique* » (Ibid., p26) à l'intérieur duquel le « *discours constituerait le moyen d'un affrontement visant le contrôle de la signification* » (Ibid., p26).

Hall s'oppose ainsi à l'idée selon laquelle une « *bourgeoisie unifiée* » (Ibid., p27) imposerait une domination idéologique – pensée comme un tout monolithique - à l'ensemble de la société qui subirait cette imposition sans jamais faire preuve de résistances. C'est pourquoi à la notion « d'idéologie », Hall substitue la notion d' « hégémonie » qui – dans le cadre de la perspective gramscienne – relève d'avantage d'un processus de construction et de déconstruction au cours duquel une classe impose son hégémonie.

Attachant de l'importance à analyser le processus par lequel s'articulent les relations de domination et de subordination, il favorise ce que Mélanie Le Forestier appelle « *une approche plus dynamique des médiations par lesquelles s'établissent des relations conflictuelles entre culture populaire et culture dominante*<sup>38</sup> » (Ibid., p22). Dans ce contexte, la domination sociale ne s'explique plus en termes de « légitimité » ou « d'illégitimité » des objets et des pratiques culturels mais s'opère au niveau des luttes symboliques, la « culture » étant alors définie comme un « *champ de conflits entre différentes conceptions du monde* » (Le Forestier, 2016, p23) hégémoniques et contre-hégémoniques.

Du point de vue des *Cultural Studies*, les rapports de pouvoir s'opèrent donc au niveau de la production de la signification par le biais de laquelle certaines représentations du monde s'imposent « *au terme d'une lutte idéologique et de conflits de définition* » (Cervulle, Quemener, 2015, p7).

Etudier ces représentations et leurs diverses appropriations doit permettre de déceler les « *traces de la conflictualité sociale* » à partir de laquelle des individus, inscrits dans des rapports sociaux de classe mais aussi de genre, de race ou encore de sexualité, « *contestent les rapports de*

---

<sup>38</sup> La culture populaire étant « *la culture des opprimés, des classes exclues* », et la culture dominante celle de « *l'alliance de différentes classes formant un bloc historique de pouvoir* » (Le Forestier, 2016, p22).

*pouvoir et leurs manifestations (stéréotypes, catégorisations, exclusions, et marginalisations), et œuvrent en faveur de la reconnaissance de leurs expériences et modes de vie » (Ibid., p9).*

### 3.3. L'exemple des « médiacultures » selon Éric Maigret et Éric Macé

Comme l'ont souligné Éric Maigret et Éric Macé, l'intérêt des *Cultural Studies* est ainsi de renouer avec la définition anthropologique de la culture en tant qu'elle est une activité « *de production sociale de sens, quels qu'en soient les formes et les supports* » (Maigret, Macé, 2005, p11). Pour les chercheurs, les *Cultural Studies* se constituent donc en une « *théorie plus en affinité que celle de la légitimité culturelle avec un monde n'acceptant plus d'impératifs absolus, où les individus se conçoivent comme individus, cherchant à se différencier les uns des autres* » (Maigret, p27).

Pour les chercheurs, elles apparaissent ainsi en France, dans un contexte caractérisé par la nécessité d'un glissement d'une théorie de la « légitimité culturelle » vers une « théorie culturelle ». En effet, les sociologues y voient ainsi une manière de rompre avec une perspective qui leur semble réduire les relations humaines « *au seul « social », durci, naturalisé dans les théories sociologiques insuffisamment constructiviste* » (Ibid., p30), et ainsi de replacer l'étude de la « culture » au regard de différentes dimensions telles que le genre, les âges, les religions, ou encore les « cultures communautaires » (Ibid.) etc.

Fort de cette prise de position épistémologique, les chercheurs postulent que dans ce contexte, les « médias de masse », qualifiés « *d'industries aliénantes* » (Ibid., p34) par les théories de l'Ecole de Francfort, se constituent comme de véritables « médiacultures », c'est-à-dire comme « *des lieux faisant se rencontrer des mondes plus ou moins marqués par la défense ou l'abandon d'identités* » (Ibid.).

La perspective de Maigret et Macé postule donc que les médias de masse servent le développement et l'autonomisation, même limitée, de « *pratiques populaires et minoritaires* » (Ibid.) dans un espace public qui est lui placé sous le jour de sa conflictualité (Ibid., p35).

En effet, s'inspirant du tournant gramscien évoqué précédemment, la perspective des médiacultures ne décorrèle pas pour autant les « médiacultures » de l'espace conflictuel plus large dans lequel se tissent des rapports de pouvoir. En outre, elle ne postule pas non plus la dissolution de la question du goût au profit du seul éclectisme culturel, mais souligne plutôt que cette question ne se réduit pas aux seuls « goûts de classe » régis par un principe d'exclusion.

Ainsi, cette approche est particulièrement intéressante pour comprendre ce qui du point de vue des amateurs de lecture de notre terrain, se déploie sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube, tout en ne renonçant pas pour autant à l'idée d'une légitimité culturelle dont sont empreints les discours de nos enquêtés. En effet, une approche inspirée des *Cultural Studies* permet d'envisager la question de la « légitimité culturelle » non plus par le seul prisme des rapports de classe et du seul enjeu de la distinction, mais de l'inscrire dans une perspective davantage « constructiviste » qui s'attache au point de vue de ceux qui en se saisissant des « médias de masse », participent pleinement à la production sociale de sens et de valeur ; en somme à la production de la « culture » dès lors envisagée dans sa définition anthropologique.

En revanche, dans le cadre de notre problématique, deux écueils nous semblent constituer les limites d'une approche uniquement centrée sur les *Cultural Studies*. La première, évoquée par ailleurs par Dominique Pasquier, tient à la teneur « populiste » que revêt parfois le recherches qui s'attachent à l'étude des « cultures populaires », au risque de conduire à ce que la sociologue décrit comme une « *essentialisation du populaire* » (Pasquier, 2005). Ce qui annonce le second écueil de cette approche.

« *La réduction du populaire à une catégorie spécifique* » conduit selon la chercheuse à oblitérer « *le rôle que jouent aujourd'hui les médias audiovisuels dans la diffusion sociale des modèles culturels* » (Ibid.), comme c'est le cas des blogs et des chaînes *YouTube*. Un point sur lequel la perspective des « médiacultures » s'est proposée de revenir sans pour autant proposer d'éléments méthodologiques et théoriques suffisamment robustes pour penser la « *médiation médiatique* » qui participe pourtant selon Maigret et Macé (2005) « *à la construction de la réalité sociale* ».

Dans ce contexte, la mobilisation de l'approche « triviale » sur la culture, telle qu'elle a été développée par Yves Jeanneret (2008), nous est apparue particulièrement propice à l'articulation entre ce qui d'une part, relève de la production du sens et de la valeur par des amateurs de lecture, et d'autre part, par le rôle qu'occupe la « médiation médiatique » notamment dans l'élaboration des formes de l'« *expressivité culturelle* » (Martin-Barbero, 2002, p178) et plus largement, dans la circulation de la culture.

#### 4. Une autre manière d'appréhender la « légitimité culturelle » : la « trivialité » selon Yves Jeanneret

##### 4.1. Aux origines de la trivialité : une pensée de la circulation des idées

Tout d'abord, il est intéressant de noter que la perspective « triviale » sur la culture s'inspire de l'anthropologie de la communication.

En effet, Jeanneret précise que l'école de Palo Alto, organisée autour de Gregory Bateson (Cuche, 2010), s'est intéressée « *aux pratiques de communication en situation* » (Jeanneret, 2002) des individus réfutant le modèle de la communication réduite à une relation entre un

émetteur et un récepteur telle qu'elle était alors formalisée par l'ingénieur et mathématicien Claude Shannon (1949).

En outre, ce renversement de perspective sur la communication dont se nourrit la pensée de Jeanneret, est également le fruit d'une reconsidération des théories portant sur la circulation des idées comme le chercheur le développe (Jeanneret, 2008). Parmi ces références, la remise en question du modèle de la « propagation », développé par Gabriel Tarde, permet ainsi au chercheur d'évacuer une conception « épidémiologique » de la communication, alors réduite à la seule idée d'une « propagation ».

Nourri par des références au courant médiologique, initié par Régis Debray qui envisage la communication comme « transmission », Jeanneret met par ailleurs l'accent sur les multiples « *élaborations, matérielles et symboliques* » qui participe à la circulation de la culture, sans pour autant s'y réduire. En effet, pour Jeanneret, la médiologie constitue l'un des pôles possibles de la circulation de la culture mais celle-ci ne peut se passer du versant « sémiotique » tel que des réflexions comme celle de Roland Barthes et d'Eliseo Veron le lui suggèrent.

Jeanneret rappelle alors que les sémioticiens ont mis au centre de leurs préoccupations « *la question des signes et de leur interprétation* » (Ibid.). Rapprochant la perspective de Greimas et de Pierce, Jeanneret postule ainsi l'intrication étroite d'un lien entre « *la complexité formelle, matérielle et historique* » (Ibid.) d'un texte et la diversité des interprétations qui peuvent être faites d'un même texte. En référence à la pensée d'Eliseo Veron, Jeanneret précise que le sens « *ne se définit pas pareillement en production et en reconnaissance* » (Ibid.), ce qui ouvre la voie vers la notion de « réécriture », fondamentale dans l'approche triviale de la « culture » que nous proposons de développer à présent.

## 4.2. L'approche triviale de la culture

Pour Yves Jeanneret (2008), la « culture » n'est pas « *un ensemble d'objets et de représentations fermés sur eux-mêmes* » (Ibid.) mais se compose d'un ensemble d'êtres culturels<sup>39</sup> qui se transforment et s'enrichissent au fil d'une « *circulation créative* » (Ibid.).

Les « êtres culturels » sont des « *mixtes d'objets, de représentations et de pratiques [qui] fournissent aux formes culturelles d'une société leurs repères d'interprétation et de valeur ; ils servent d'opérateurs pour les représentations du monde, mais aussi pour les postures culturelles et les catégories de jugement qu'une culture peut reconnaître* » (Jeanneret, 2008, p16).

Selon la perspective triviale, la « culture » est donc un processus dynamique<sup>40</sup> d'enrichissements et de transformations au fil de sa circulation dans les espaces sociaux. Cette approche, qui se départit de la distinction classique entre « culture légitime » et « culture illégitime », renoue avec une définition anthropologique de la culture à la manière des *Cultural Studies*, alors entendue en tant qu'activité de production sociale de sens et de valeur, tout en déplaçant cependant les termes de sa compréhension. En effet, la perspective triviale suppose d'appréhender la culture, ou plutôt les « êtres culturels » depuis leur « circulation ».

Selon Jeanneret, la circulation de la culture repose sur la communication que le chercheur définit comme « *la nécessité dans laquelle les hommes se trouvent de créer des ressources et des situations qui les confrontent les uns aux autres en tant que producteurs de sens* » (Ibid.).

---

<sup>39</sup> Que le chercheur définit comme « *un complexe qui associe des objets matériels, des textes, des représentations et qui aboutit à l'élaboration et au partage d'idées, d'informations, de savoirs, de jugements* » (Jeanneret, 2008, p16).

<sup>40</sup> Jeanneret parle de « *cheminement* » (Jeanneret, 2008, p14) pour décrire ce processus.

Dans ce contexte, la communication constitue une « *médiation essentielle de la culture* » (Ibid.) puisque c'est à travers elle que les êtres culturels circulent d'espace social en espace social, sont qualifiés, appropriés et se transforment au fil de leur circulation créative.

Pour autant, la trivialité ne réduit pas la communication à une pure transmission mais la présente comme « *une activité sociale productive et structurante (...) dotée d'une forme particulière et chargée d'un pouvoir transformateur* ». En ce sens, la perspective triviale a le mérite de souligner la grande labilité caractéristique des « êtres culturels » dont les formes et le sens de ces formes ne cessent d'être transformés au fil de leurs appropriations successives :

« *Tout se transforme. Rien ne se transmet d'un homme à un autre, d'un groupe à un autre, sans être élaboré, sans se métamorphoser et sans engendrer du nouveau. Si l'on prend la pleine mesure de ce phénomène, on est conduit à adopter un certain regard sur la culture et à avoir certaines exigences pour son analyse* » (Ibid.).

Le parti pris épistémologique du chercheur est donc particulièrement intéressant puisqu'il ne postule pas de définition *a priori* de la « culture » mais suppose d'étudier « *tous les phénomènes d'échanges culturels* » (Ibid.) qui participent à la construction sociale des êtres culturels. Ainsi, Jeanneret rend-t-il compte sans sa réflexion d'exemples d'entreprises scientifiques qui se sont attachées à l'étude du processus d'élaboration des formes des êtres culturels et de construction du sens qui leur est attribué (Jeanneret, 2008). Le chercheur postule donc une définition riche de la communication comme condition d'élaboration des cultures, à travers laquelle « *tout savoir qui circule, change* » (Ibid.).

Dès lors, l'intérêt de la pensée triviale est de se questionner sur les conditions de possibilité de la communication qui rendent possible la médiation de la culture :

« Le terme médiation désigne, dans la tradition de ces recherches, l'espace dense des constructions qui sont nécessaires pour que les sujets, engagés dans la communication, déterminent, qualifient, transforment les objets qui les réunissent, et établissent ainsi leurs relations » (Ibid.).

Dans ce contexte, la trivialité repose sur trois hypothèses que le chercheur introduit au début de sa réflexion : « *tout s'opère, tout se crée, tout se transforme* ». Tout d'abord, « *tout s'opère* » car toute médiation de la culture nécessite certaines conditions matérielles (Ibid.). Cela suppose notamment d'analyser les « *élaborations matérielles* » (ex, l'observation des formes et du statut qu'elles acquièrent au fil du temps), les « *intermédiaires techniques* » par lesquels circule la culture (les supports) ainsi que les « *gestes* » par lesquels les formes et les objets sont produits et transmis. Puis « *tout se transforme* », car la médiation relève d'une « *poétique sociale* » comme l'explique Jeanneret au travers de sa notion de « *polychrésie des êtres culturels* » (Ibid.).

Cette dernière suppose notamment de s'intéresser aux logiques sociales et aux stratégies des acteurs par le biais desquelles les êtres culturels font l'objet de « *réappropriations constantes* » (Ibid.) et sont, ainsi, reconfigurés. Enfin, « *tout se crée* » car, à chaque nouvelle appropriation, la culture « *ouvre de nouveaux espaces symboliques, porteurs de sens et de lien* » (Ibid.).

Il s'agit donc de se questionner sur le sens et les valeurs qui émergent de ces différentes appropriations, mais aussi sur les imaginaires de la trivialité que les processus de médiation charrient avec eux.

L'avantage de la perspective triviale est donc de souligner que les « médiations médiatiques » (Maigret, Macé, 2005, p11) ne sont pas que des « *conducteurs* » mais constituent des « *espaces sociaux* » dans lesquels la culture est « *saisie* » c'est-à-dire investie par des collectifs sociaux (Jeanneret, 2008). Dès lors, c'est à partir des dimensions matérielles, sociales et symboliques que s'opère le « *travail permanent de transformation* » à partir duquel « *émerge la pérennité de nos valeurs, de nos postures [et] de nos idées* » (Ibid.) qui composent la « culture ».

C'est pourquoi, du point de vue trivial, la culture est intimement liée à un processus dynamique de réécriture à partir duquel émergent de nouveaux sens dont sont chargés les êtres culturels au fil de leur circulation.

Proche de la perspective des *Cultural Studies* qui renoue avec la définition anthropologique de la culture en tant « qu'activité de production sociale de la valeur », la perspective triviale s'en distingue cependant en articulant à l'analyse des stratégies d'acteurs, la prise en compte de la « médiation médiatique » qui joue un rôle central dans la production et la circulation de la culture. Une idée que le chercheur a par ailleurs développée en précisant que la « médiation médiatique » des « *médias informatisés*<sup>41</sup> » (Jeanneret, 2011, p82) se constitue en un enjeu de pouvoir majeur aujourd'hui.

#### 4.3. La trivialité, enjeu de pouvoir

La proposition épistémologique que présente Jeanneret (2008) s'est prolongée par une réflexion sur « *le lien entre la nature des médiations et les formes de pouvoir* » (Jeanneret, 2014). En effet, en s'appuyant sur les disciplines de l'archive, Jeanneret montre que ces études ont notamment permis de mettre au jour « *les relations entre communication, pouvoir et savoir* » (Ibid.).

---

<sup>41</sup> Nous revenons sur cette définition dans le premier chapitre de la partie II.

En référence aux travaux de Foucault sur l'archive, il souligne que la trivialité – par analogie – relève d'une « mise en discours » dont différents acteurs cherchent à s'emparer. En effet, dans *L'ordre du discours* (1971), Foucault montre quelles sont les procédures de contrôle qui visent à définir et distinguer ce qui est dicible dans la société de ce qui ne l'est pas. Dans ce contexte, ce qu'il appelle la « *volonté de vérité* » ne peut se départir de « *la manière dont le savoir est mis en œuvre dans une société, dont il est valorisé, distribué, réparti et en quelque sorte attribué* » (Ibid., p19-20).

Cette idée Foucault la développe également dans *l'Archéologie du savoir* (1969) qui rend compte des conditions de possibilité des discours, notamment par l'analyse et la description des « *disciplines de l'archive* », lesquelles définissent le principe qui admet l'existence de certaines choses, et en rejette d'autres. En ce sens, les disciplines de l'archive, comme le précise Jeanneret, participent à l'instauration d'un « *ordre de la culture* » (Jeanneret, 2008) et à la définition d'un « *mode de socialisation des savoirs et des valeurs* » (Ibid.).

L'intérêt de l'approche foucauldienne est donc de présenter le discours comme un « *enjeu de pouvoir* » dont divers acteurs cherchent à maîtriser les conditions de production. Cette idée d'une emprise sur les discours se retrouve alors dans l'approche de Jeanneret (2014) qui évoque une emprise sur la trivialité par certains acteurs. De ces réflexions, nous retenons donc qu'il est nécessaire d'accorder un « *pouvoir spécifique* » aux « *dispositifs médiatiques*<sup>42</sup> » tel que le concevait déjà Michel de Certeau (1990), ou plus récemment, Gustavo Gomez-Mejia (2016) qui rappelle que « *toute communication passe par des voies et des supports qui imposent des contraintes techniques à la production et à la transmission de la signification* ».

---

<sup>42</sup> Nous revenons sur la définition du « dispositif » dans le chapitre I de la partie II.

En effet, les « dispositifs médiatiques » jouent un rôle central puisqu'ils configurent les modalités de l'énonciation et les moyens de représentation à partir desquelles les « être culturels » sont produits et circulent dans les différents espaces sociaux.

Dans ce contexte, la « médiation médiatique » est plus qu'un enjeu pour Jeanneret puisqu'elle permet de comprendre le déplacement du pouvoir vers ceux qui assurent désormais ce « passage » (Ibid.) et le détournent au profit d'intérêts autres que celui de la circulation des savoirs et de la culture. Ainsi, en prônant une compréhension fine du processus de circulation des êtres culturels (Jeanneret, 2008), Jeanneret souhaite remettre au centre du questionnement le « pouvoir » des « dispositifs médiatiques » sur les processus de communication ainsi que la place des industries culturelles et médiatiques qui participent à ce mouvement.

Avec cette lecture critique, Jeanneret réinjecte dans la pensée triviale, la question des relations de domination au cœur du processus d'élaboration des cultures. Pour lui, ces relations de pouvoir se jouent alors « *dans cet écart entre le potentiel social de la culture et la manière dont le capitalisme médiatique et en particulier l'industrie des passages qui y acquiert sans cesse une position plus dominante en infléchissent le cours* » (Jeanneret, 2014).

Partant de là, il s'agit de décrire les conditions de possibilité de la communication et de « *production de sens* » (Jeanneret, 2014) que les dispositifs médiatiques instrumentalisent et publicisent (Ibid.), ainsi que la façon dont les acteurs s'en saisissent « *pour infléchir le cours de la circulation des idées dans la société* » (Ibid.).

## 5. Synthèse

Le détour par les différentes perspectives qui se sont attachées à comprendre la « culture » souligne que la problématique de la « légitimité culturelle », fruit d'une longue tradition de la pensée philosophique française, a d'abord été théorisée et remise en question par la sociologie de la culture qui marque son entrée dans le champ de la « domination sociale ».

Dans ce contexte, et malgré les reproches qui ont été formulés, l'intérêt indéniable de la perspective bourdieusienne est d'articuler une réflexion sur la « culture » à celle des enjeux de « pouvoir ». En revanche, les discussions théoriques développées en suivant ont pointé que la « légitimité culturelle » ne peut limiter son appréhension au regard des seuls rapports de classe, et au seul principe de l'exclusion ; bien que le principe de distinction quant à lui conserve toujours son actualité comme l'a par ailleurs souligné Bernard Lahire (2011).

Cela ne veut pas dire pour autant que la « légitimité culturelle » se soit dissoute en France, comme le souligne le discours de nos enquêtés empreints de la « légitimité culturelle » que convoque la « littérature », toujours associée à l'idée d'une « culture légitime ». Cependant, alors que la « culture populaire » connaît un regain d'intérêt dans les années 1980 au moment où le projet des politiques culturelles met à l'honneur la « diversité culturelle », des réactions émergent dans le champ des recherches sociales qui reprochent à la sociologue de la culture de rendre compte des « cultures populaires » sur le seul registre de la privation, qu'elle considère toujours en référence à une « culture légitime ».

Ainsi, le champ des recherches sociales est marqué dans les années 1990 par l'émergence en France du courant des *Cultural Studies* qui constitue un tournant dans la manière d'envisager la « culture populaire ».

Même si le ton de ces recherches flirte parfois avec le versant « populiste » (Grignon, Passeron, 1989) de la « légitimité culturelle » ainsi qu’avec la tentation d’une « *essentialisation de la culture populaire* » (Pasquier, 2005), la perspective des *Cultural Studies* permet de renouer avec une définition anthropologique de la « culture ». Celle-ci étant alors définie en tant qu’activité de « *production sociale de sens et de valeur* » (Maigret, Macé, 2005).

Une idée que rejoint la perspective « triviale » développée par Yves Jeanneret (2008) qui, tout en ne postulant pas de définition *a priori* d’une « culture légitime » et d’une « culture populaire », envisage la culture du point de vue de sa circulation à partir de laquelle les « êtres culturels » sont qualifiés, légitimés et chargés de valeur. En outre, la perspective triviale met un point d’honneur à la compréhension de la « médiation médiatique » (Maigret, Macé, 2005) qui participe à l’élaboration des formes de l’« *expressivité culturelle* » (Martin-Barbero, 2002, p178) et plus largement, à la circulation de la culture.

A partir de cette perspective théorique, nous proposons à présent de nous centrer sur une analyse des blogs littéraires et des chaînes BookTube, qui constituent l’objet de notre partie II.

Cependant, avant de rendre compte de nos analyses empiriques, nous proposons de présenter au préalable les cadres théoriques mobilisés afin de préciser la définition des blogs et des chaînes *YouTube* en tant que « dispositif d’écriture », puis, de présenter la construction de notre cadre méthodologique dont découle les analyses empiriques développées en suivant, dans la partie II et la partie III de la thèse.

## PARTIE II

---

L'importance des « dispositifs médiatiques »  
dans la mise en scène de la lecture

# Chapitre 1 – Des « médias sociaux » aux « dispositifs d'écriture » : éléments de définition des blogs et des chaînes *YouTube*

## 1. La définition des blogs et de *YouTube* au regard de la sociologie des usages

Afin de porter un regard attentif à la « médiation médiatique » (Maigret, Macé, 2005), la mise en discussion de différentes perspectives théoriques nous a permis de préciser la manière de l'appréhender. C'est pourquoi nous proposons dans ce premier chapitre de discuter d'abord l'appréhension des blogs et des chaînes *YouTube* du point de vue d'une sociologie des usages. Puis, nous précisons leur appréhension au regard d'une perspective inscrite au confluent d'une approche « médiaculturelle » (Maigret, Macé, 2002) et « techno-sémiotique » (Jeanneret, 2011).

### 1.1. Des « médias sociaux » ? Ebauche d'une réflexion sur l'appréhension « sociotechnique » des blogs et de *YouTube*

La sociologie des usages a émergé de la sociologie des techniques (Akrich, 1990) et s'intéresse aux « *pratiques liées aux technologies de l'information et de la communication* » (Denis, 2009, p2). Elle met donc un point d'honneur à dépasser les critiques du déterminisme technique en s'interrogeant sur la place de « l'utilisateur ».

En France, une partie de ces recherches s'est ainsi intéressée à « *l'usage social des réseaux de communication* » (Jouët, 2000, p489) dans l'optique d'apporter des éléments de compréhension

relatifs aux phénomènes de communication comme le résume Josiane Jouët dans son article *Retour critique sur la sociologie des usages*.

Chemin faisant, la sociologie des usages s'engage d'abord dans un certain nombre de recherches qui mettent en avant les différentes « *manières de faire* » (de Certeau, 1990) comme autant de micro-résistances face aux normes imposées par l'outil technique. Cela au risque de tomber parfois dans le travers inverse du déterminisme social. Dans les années 1980, les recherches s'acheminent alors vers « *une observation plus attentive de la dimension technique de l'usage* » (Jouët, 2000, p496) constatant que la « médiation technique » joue un rôle central dans « *la construction de l'usage social des machines à communiquer* » (Ibid., p499).

Peu à peu, les réflexions de la sociologie des usages s'orientent donc vers la compréhension de la double dimension de la médiation<sup>43</sup>, à la fois technique et sociale, à partir de laquelle se configurent les usages des machines à communiquer. Ce sont là les prémisses des différentes approches dites « sociotechniques », comme les relève Alexandre Coutant (2015) (ethnotechnologie, théorie de l'acteur réseau, théorie de la structure adaptative, double médiation sociotechnique), qui rendent compte chacune à leur manière de :

« *La solidarité qui s'opère entre l'outil technique et les usagers, le travail d'ajustement pratique des interactants, les compétences qu'ils mobilisent dans l'interaction avec la machine, l'interaction conférant pleinement à l'objet technique sa qualité de média* » (Ibid., p497).

Ainsi, la notion de « *médiation sociotechnique* » (Coutant, 2015) doit permettre de rendre compte de la co-construction des usages et des objets techniques - les premiers ne pouvant se réduire aux « usages prescrits » par les objets techniques, et ces derniers étant aussi configurés

---

<sup>43</sup> Josiane Jouët dit à ce propos : « *La médiation est en effet à la fois technique car l'outil utilisé structure la pratique mais la médiation est aussi sociale car les mobiles, les formes d'usage et le sens accordé à la pratique se ressource dans le corps social* » (Jouët, 2000, p497).

et définis par les logiques d'usage – et ainsi, de s'inscrire plus largement dans l'idée d'une co-construction de la société et de la technique, enfin réconciliées<sup>44</sup>.

Du point de vue de la sociologie des usages, et plus particulièrement des approches dites « sociotechniques », la définition d'objets médiatiques tels que les blogs ou *YouTube* repose donc sur « *une prise en compte conjointe des caractéristiques techniques et des usages* » (Stenger, Coutant, 2010, p221).

A titre d'exemple, les chercheurs Thomas Stenger et Alexandre Coutant reviennent dans leur article<sup>45</sup> sur la distinction opérée entre les « médias sociaux » et les « réseaux sociaux numériques » à l'appui d'une analyse des discours de professionnels du webmarketing qui emploient, tour à tour, chacune de ces expressions. Ce faisant, ils cherchent à comprendre quels sont les éléments mobilisés par ces professionnels pour distinguer ces deux ensembles.

Dans un premier temps, leur analyse montre que l'appellation « médias sociaux » est employée par les professionnels pour se référer à un ensemble large de « *dispositifs technologiques* » (Ibid., p211).

Pour rassembler cet ensemble disparate, les professionnels les présentent sur le registre de la révolution, notamment du point de vue de la relation qu'ils rendent possible entre les consommateurs et les entreprises (Ibid., p210). Cependant, comme le montrent Stenger et

---

<sup>44</sup> En effet, comme le rappelle Bernard Stiegler dans *La technique et le temps, la faute d'Epiméthée* (1994), la technique a longtemps été l'impensé de l'Occident en raison du caractère logocentrique des sociétés occidentales (où le prestige des signes linguistiques prévalait sur le matériau) que renforçait une conception innéiste de la raison. Malgré cela, un certain nombre de chercheurs, à l'instar de Georges Simondon (1958, 2012), André Leroi-Gourhan (1964), Jack Goody (1978) ou encore Elisabeth Eisenstein (1991), ainsi que certains programmes de recherches tel que la médiologie, se sont proposés de relier l'homme et la technique tout en regardant avec plus d'attention l'objet technique (Mémoire de recherche, Lorraine Feugère, 2015, *Exposition de soi et pratiques de sociabilité des jeunes dans les médias sociaux : une analyse comparative des blogs et des vlogs littéraires*, p18).

<sup>45</sup> Stenger, T., Coutant, A., *Les réseaux sociaux numériques : des discours de promotion à la définition d'un objet et d'une méthodologie de recherche*, 2010, Hermès – Journal of Language and Communication Studies n°44. [En ligne] consulté le 30.10.2017 : <http://download2.hermes.asb.dk/archive/download/Hermes-44-stenger&coutant.pdf>

Coutant, l'idée d'une révolution qu'accompagne l'émergence d'un dispositif n'est pas une chose nouvelle. Ainsi, les discours produits par ces professionnels plongent leurs racines dans l'imaginaire que véhicule de manière plus large le « web 2.0 », tel qu'il a été décrit par Franck Rebillard (2007).

Dans un second temps, les chercheurs se tournent alors vers les discours dans lesquels est employée l'expression « réseaux sociaux numériques ». Dans ce contexte, ils constatent que « *les discours renvoient (...) systématiquement au vocabulaire et aux théories issues de l'analyse des réseaux sociaux* » (ARS) (Ibid., p211). D'abord conceptualisée par des scientifiques<sup>46</sup>, l'ARS permet une connaissance fine des relations sociales et des comportements individuels en ayant recours à la notion de « réseaux sociaux » ou « réseaux personnels » comme outil analytique pour appréhender la structuration du monde social (Grossetti, 2014).

Les « réseaux sociaux numériques » plongent donc leurs racines dans l'ARS mais ne se limitent pas à cette dernière. En effet, Stenger et Coutant énumèrent toute une partie de la littérature scientifique qui s'attache à appréhender les « réseaux sociaux numériques » du point de vue de leurs « *formes* » et de leurs « *usages*<sup>47</sup> », laissant penser que l'ensemble de ces travaux participe à la définition de cet « objet médiatique » particulier dont ils proposent finalement une « *définition opératoire* » (Stenger, Coutant, 2010, p220).

---

<sup>46</sup> Dont ils dressent la diversité des approches pp. 215 – 217.

<sup>47</sup> Ils dressent le panorama de ces recherches dans leur article pp. 217 – 220.

Pour les chercheurs, les « réseaux sociaux numériques » se définissent en fonction d'une « activité » particulière qu'est « *la création et la mise en scène de cette face publique (Goffman, 1973) que constitue le profil, notamment par l'intermédiaire de l'ostentation des liens noués avec d'autres membres* » (Ibid., p221). Insistant sur la spécificité de cette « activité » comme critère principal de définition des « réseaux sociaux numériques », Stenger et Coutant les présentent alors comme des « *services web* » permettant aux individus :

- « (1) *de construire un profil public ou semi-public au sein d'un système,*
- (2) de gérer une liste des utilisateurs avec lesquels ils partagent un lien,*
- (3) de voir et naviguer sur leur liste de liens et sur ceux établis par les autres au sein du système, et*
- (4) fondent leur attractivité essentiellement sur les trois premiers points et non sur une activité particulière »* (Ibid., p221).

Dans cette perspective, les « réseaux sociaux numériques » sont donc définis en fonction de leurs composantes techniques et d'une catégorie d'usage bien spécifique que les chercheurs rapprochent ici de la « *friendship-online driven activity*<sup>48</sup> » (ex, My Space ou *Facebook*), et distinguent de l'« *interest-driven online activity* » (Ibid., p222) (ex, les blogs ou *YouTube*)<sup>49</sup>. A partir de cette distinction, les chercheurs proposent alors de transformer le qualificatif « sociaux numériques » en « socionumériques » (rappelant le substantif « sociotechnique ») de manière à mettre l'accent sur la prise en compte *conjointe* de la double dimension, technologique et sociale, des « réseaux socionumériques ».

---

<sup>48</sup> Ils parlent aussi de « pratique conduite par l'amitié » et de « pratique conduite par les centres d'intérêts ».

<sup>49</sup> Bien que dans le même temps, les chercheurs reconnaissent que dans le cadre d'une définition des « réseaux sociaux numériques » reposant sur le critère d'un usage spécifique, « *il s'avère nécessaire de demeurer conscient que ceux-ci peuvent évoluer (tout comme différer des usages prescrits) et qu'un site relevant de cette définition pourra ne plus y correspondre avec l'évolution des usages qui s'y développent, et vice-versa* » (Stenger, Coutant, 2010, p223).

Appliquée à notre objet de recherche, cette définition nous plonge cependant dans une impasse car pour les blogueurs et les booktubeurs, qui utilisent *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* en plus de leurs blog et/ou de leur chaîne *YouTube*, la distinction opérée entre une « pratique conduite par l'amitié » et une « pratique conduite par les centres d'intérêts » se brouille. En effet, ne peut-on pas dire que les blogueurs et les booktubeurs déploient à la fois une « pratique conduite par l'amitié » et une « pratique conduite par leur centre d'intérêt » sur leur compte *Facebook* ? Dans ce cas, *Facebook* est-il encore un « réseau socionumérique » ?

## 1.2. Les limites d'une typologie des « médias sociaux » : l'exemple des « médias informatisés » selon Yves Jeanneret

Malgré cela, la création de typologies à partir des composantes techniques et des usages spécifiques des « objets médiatiques » tels que les blogs et *YouTube* se retrouve dans d'autres travaux qui se sont engagés dans une réflexion plus large sur le « Web social » (Millerand, Proulx, Rueff 2010). Par exemple, dans son chapitre *L'irruption des médias sociaux, enjeux éthiques et politiques* (2012), le chercheur Serge Proulx rejoint la distinction opérée entre d'une part, un large ensemble constitué par les « médias sociaux » et un sous-ensemble composé plus particulièrement par les « sites de réseaux socionumériques<sup>50</sup> » comme *Facebook*.

Proulx inscrit aussi les « sites de réseaux socionumériques » et les « médias sociaux » dans un ensemble plus large qu'il nomme le « Web social » et non le « Web 2.0 » comme le fait Rebillard (2007). Par-là, il souhaite souligner le basculement d'un « usage instrumental » du Web vers un « usage expressif » (Proulx, 2012, p10).

---

<sup>50</sup> Nous notons le glissement sémantique opéré par le chercheur qui ne parle pas de « réseaux socionumériques » mais de « sites de réseaux socionumériques » afin de les distinguer des approches de type ARS comme l'ont présenté Thomas Stenger et Alexandre Coutant.

Il cite comme exemples les « *démarches d'autopublicité avec les pages personnelles, [les] usages de messageries instantanées, [l'] autodévoilement en ligne par l'intermédiaire de sites de réseaux socionumériques, [les] pratiques de partages de contenus autoproduits, etc.* », ou encore, le développement des approches en sciences humaines et sociales qui prennent comme objet les « *usages socialisants du Web* » (Ibid.) à l'instar des travaux menés par Antonio Casilli (2010).

A partir de ce contexte général, Serge Proulx construit alors une typologie des médias sociaux<sup>51</sup> qu'il définit en fonction de quatre théories médiatiques (la présentation de soi<sup>52</sup>, l'autodévoilement<sup>53</sup> pour l'axe des abscisses ; la présence sociale<sup>54</sup>, la richesse du média<sup>55</sup>, pour l'axe des ordonnées), même si - ici aussi - Proulx met en garde contre la rigidité que laisse entrevoir la construction d'« idéal-types » face à une réalité bien plus complexe qu'elle n'y paraît une fois ordonnée (Proulx, 2012) :

---

<sup>51</sup> A noter que pour la construction de cette typologie, Serge Proulx s'inspire de la typologie développée par A. Kaplan et M. Haenlein (2010).

<sup>52</sup> « *L'interlocuteur désire contrôler l'image qu'il projette de lui vers Autrui* » (Proulx, 2012, p15).

<sup>53</sup> « (...) *consiste en une divulgation vers Autrui, de manière à la fois consciente et inconsciente, des sentiments personnels ou intimes qui se veulent cohérents avec la représentation globale que la personne se fait d'elle-même* » (Proulx, 2012, p 15).

<sup>54</sup> « (...) *un fort degré de présence sociale du média engendre une plus grande capacité d'influence de ce média dans l'interaction médiatisée* » (Proulx, 2012, p 15).

<sup>55</sup> « (...) *c'est-à-dire la quantité et la qualité de l'information qu'un média permet de transmettre dans un laps de temps donné* » (Proulx, 2012, p15).

	<b>Richesse/présence du média FAIBLE</b>	<b>Richesse/présence du média MOYENNE</b>	<b>Richesse/présence du média ELEVÉE</b>
<b>Disposition à l'autodévoilement des sujets ELEVÉE</b>	Blogs	Sites de réseaux sociaux <i>(Facebook)</i>	Mondes immersifs <i>(Second Life)</i>
<b>Disposition à l'autodévoilement des sujets FAIBLE</b>	Projets collaboratifs <i>(Wikipédia)</i>	Communautés d'échanges de contenus <i>(YouTube)</i>	Jeux vidéo massivement multi-joueurs <i>(World of Warcraft)</i>

Pour Serge Proulx et Florence Millerand, les blogs et *YouTube* (ordonné dans les sites de « communautés d'échanges et de contenus ») constituent des « sous-ensembles » de « médias sociaux ». Parmi ces derniers, les blogs seraient caractérisés par une forte richesse du média et une forte disposition à l'autodévoilement, tandis que sur *YouTube*, la disposition à l'autodévoilement des sujets serait faible, quand bien même les booktubers parlent d'eux-

mêmes à travers des formats comme les « vlogs » par exemple. Malgré ces premières difficultés liées à la grande « plasticité » de cette typologie, les chercheurs regroupent les « médias sociaux » sous un ensemble plus large (qui se présente ainsi comme une sorte de « principe unificateur ») qu'est le « Web social » alors défini comme :

*« Un dispositif polymorphe à la source de représentations sociales contradictoires, défini à la fois technologiquement par ses plateformes interactives et sociologiquement par les pratiques qui s'y forment (...) » (Ibid., p14).*

Dans ce contexte, l'ensemble des « médias sociaux » est alors considéré comme un ensemble d'« agencements sociotechniques » en référence notamment aux travaux de Bruno Latour qu'ils citent<sup>56</sup> pour rendre compte de « *l'imbrication du social et de la technique [qui] apparaît de façon plus nette dans les dispositifs du Web social où il paraît difficile d'isoler totalement ce qui relèverait d'un « pur technique » de l'univers d'un « pur social »* » (Ibid., p16).

« Réseaux socionumériques », « sites de réseaux socionumériques », « médias sociaux », « dispositifs du Web social », « agencements sociotechniques », en somme, les premières difficultés que soulèvent cette perspective de compréhension des objets médiatiques, relèvent à notre sens de ce qu'elle réduit la « médiation technique » à la seule dialectique de son « usage ».

En effet, dans le cadre épistémologique d'une appréhension sociotechnique qui met l'accent sur « *la construction collective de la technique et du social* » (Jouët, 2000, p500), la « *réalité médiatique* » (Jeanneret, Souchier, 2002, p7) semble se dissoudre au profit de l'étude des « usages » et de la dialectique entre la technique et le social, ce qui - comme le rappelle Yves Jeanneret (2007) - induit une considération réductrice de la « communication » :

---

<sup>56</sup> « *Nous proposons d'envisager ces catégories en tant qu'agencements sociotechniques (Latour, 1994) afin de rendre compte à la fois des réalités techniques qui les fondent, des pratiques qui s'y investissent et des discours qui les légitiment* » (Proulx, Millerand, 2012, p16).

« De ce projet, indispensable pour faire apparaître l'espace matériel du processus de communication, on a tiré à mon avis une conclusion absolument erronée : qu'en fabriquant une sorte de mixte de technique et de social, on aurait la solution pour dépasser cette alternative stérile : que la communication serait sociotechnique » (Ibid., p7).

Or, comme nous l'avons vu en première partie de cette thèse, la « communication » ne se borne pas au cadre sociotechnique c'est-à-dire à la rencontre entre un objet technique et des « usages » mais suppose que des individus créent des ressources et des situations par le truchement desquelles ils se confrontent en tant que « producteur de sens<sup>57</sup> » (Jeanneret, 2008). Dans ce contexte, la médiation de l'objet technique joue un rôle de premier plan puisqu'il participe pleinement à la production des formes de l'échange social.

En effet, comme le rappelle Jeanneret dans son ouvrage *Y-a-t-il vraiment des technologies de l'information et de la communication ?*, le « média » - qu'il définit comme un dispositif<sup>58</sup> « permettant les échanges signifiants entre les hommes et conditionnant d'une certaine façon la forme de ces échanges », (Jeanneret, 2008, p91) - est toujours à la fois technique et social : technique car il est « matériel et fabriqué par l'homme » (2011, p94), et social car il « conditionne l'échange social » (Ibid.) .

C'est pourquoi, à propos des « (nouvelles) technologies de l'information et de la communication », le chercheur ne parle pas d'agencements sociotechniques mais de « médias informatisés » (Jeanneret, 2011, p82) rappelant que ces derniers « sont sociaux dans leur dimension technique, parce que la technique n'y régit pas les forces de la nature mais les formes de l'échange social » (Jeanneret, 2002, p15), c'est-à-dire la manière dont les « hommes se

---

<sup>57</sup> Le lecteur peut retrouver cette réflexion dans le chapitre 3 de la partie I.

<sup>58</sup> Nous reviendrons sur la définition du « dispositif » en suivant.

*rencontrent, échangent et signifient* » (Jeanneret, 2008, p91). Les médias informatisés recouvrent donc l'ensemble des « *dispositifs techniques ayant pour constituants des appareils de traitement de l'information, au sens mathématique du terme, et ayant pour effet social de faire circuler des messages, et par là, de rendre possibles des échanges d'information, des interprétations, des productions de connaissances et de savoirs dans la société* » (Jeanneret, 2011, p82). Ce sont des « *espaces d'échanges* » et des « *ensembles de ressources offertes à la symbolisation* » (Jeanneret, 2007, p7) qui interviennent à ce titre dans la communication.

### 1.3. Retour sur la place des médias du point de vue des « médiacultures »

L'idée selon laquelle les médias interviennent dans les pratiques de communication, et plus largement dans le processus communicationnel, a également été évoquée par Éric Maigret et Éric Macé (2008) au travers de la notion de « médiacultures » présentée dans la partie I. Revendiquant, comme nous l'avons vu, leur filiation directe avec le courant des *Cultural Studies*, les chercheurs envisagent les « médias de masse » comme des acteurs à part entière du processus « *de conflictualité hégémonique et contre-hégémonique* » (Glevarec, Macé, Maigret, 2008, p9) pour le rôle et les « *effets idéologiques* » (Ibid., p51) qu'ils assument dans la société.

Dans ce contexte, les médias constituent « *une forme (une ressource) parmi d'autres de construction de la réalité sociale* » (Maigret, Macé, 2008, p12) dont il faudrait rendre compte par le biais d'une « *certaine familiarité avec l'objet et ses matériaux* » (Maigret, Macé, 2008, p12). Les médias – qu'Amanda Rueda (2010) qualifie aussi d'« *objets médiaculturels* » - sont ainsi envisagés en tant qu'« *appareils idéologiques* » (Ibid., p52) jouant un rôle dans l'élaboration des représentations et des imaginaires collectifs (Ibid.) qui participent pleinement à la configuration des « dynamiques culturelles », elles-mêmes présentées comme des rapports sociaux de pouvoir.

En effet :

*« Les objets médiaculturels, en tant que représentations culturelles collectives et publiques, sont d'un côté (en production) le produit d'un conflit de définitions, et d'un autre côté (en réception) l'objet d'une querelle d'interprétations, dont l'enjeu est bien la définition de la "réalité" du monde et l'orientation culturelle (par légitimation vs disqualification ou par invisibilisation vs problématisation) des actions publiques et individuelles » (Maigret, Macé, 2008 in Rueda 2010).*

En revanche, dans la perspective de Maigret et Macé, les « médiacultures » sont présentées comme des cultures « extérieures » (Rueda, 2010) puisque les chercheurs s'intéressent davantage à « l'émergence des nouvelles cultures dans les médias » qu'à « l'ancrage de la culture dans les médias » (Ibid.), à l'instar du chercheur Jesús Martín-Barbero dont Amanda Rueda (2010) distingue l'approche sur ce point. En effet, ce dernier procède à une « analyse culturelle » des objets médiatiques pour rendre compte des « matrices culturelles » (Martín-Barbero, 2002) de la « culture de masse ». C'est le cas du mélodrame ou encore des feuilletons qui, dans le contexte de l'industrie télévisuelle, « font médiation *entre les exigences du marché et les formes de la culture, entre la demande culturelle et la formule commerciale* » (Ibid., p134). C'est en ce sens que le chercheur opère un changement de regard sur son objet qu'il traduit par le passage des « médias aux médiations », au fondement de son projet épistémologique :

*« (...) Au lieu de commencer notre recherche par l'analyse des logiques de la production et de la réception pour chercher ensuite leurs relations d'imbrication ou d'affrontement, nous proposons de partir des médiations, c'est-à-dire des lieux*

*d'où viennent les contraintes qui délimitent et configurent la matérialité sociale et l'expressivité culturelle de la télévision » (Martin-Barbero, 2002, p178).*

La posture théorique de Jésus Martin-Barbero rejoint donc celle d'Éric Maigret et d'Éric Macé pour qui les objets médiaculturels constituent des « *représentations collectives et publiques* » qui sont autant de « *traces de l'action collective ou d'une configuration culturelle* » (Rueda, 2010) mais les chercheurs appréhendent leurs objets avec différentes méthodologies. En effet, comme le rappelle Mélanie Le Forestier dans sa thèse, analyser les médiations suppose de porter son regard sur les « *lieux d'où viennent les contraintes qui délimitent et configurent la matérialité sociale et l'expressivité culturelle* » (Martin-Barbero, 2002, p178) ; tandis que les travaux de Macé et Maigret s'attachent davantage au « *point de vue des « usagers » tout en délaissant les processus complexes de fabrication des produits culturels eux-mêmes* » (Rueda, 2010). En ce sens, l'approche développée par Martin-Barbero est une bonne manière pour comprendre que les processus de « symbolisation » à partir desquels s'élaborent les représentations médiatiques ne relèvent pas *seulement* des logiques sociales mais reposent aussi sur un certain « *mode de publicité* » ainsi que sur des « *formes destinées à être reconnues et interprétées* » (Jeanneret, 2008, p96) comme la perspective évoquée par Jeanneret le postule également.

Le risque de la seule perspective « médiaculturelle », tout comme celle de la sociologie des usages, est donc d'oblitérer les logiques proprement *communicationnelles*, c'est-à-dire « signifiantes », de la médiation technique. Un point sur lequel la perspective développée par Jeanneret peut cependant suppléer puisque le chercheur attribue aux médias informatisés un rôle déterminant dans la définition de l'ordre symbolique. Sa réflexion permet ainsi de les appréhender, depuis une autre perspective épistémologique, en insistant davantage sur leur dimension *symbolique* (c'est-à-dire leur dimension proprement communicationnelle que

Jeanneret appelle aussi leur « *dimension langagière et signifiante* ») comme « *condition première de définition des pratiques de communication* » (Ibid., p 25).

En effet, l'avantage de cette approche, qui met l'accent sur la « réalité médiatique », est qu'elle permet de penser les blogs et *YouTube* non plus seulement comme des lieux où des gens font quelque chose (Gomez-Mejia, 2016) ou comme de « *simples opérateurs du social* » (Seurat de Boulaye, 2009, p321) mais comme des « dispositifs » dont il faut interroger la « réalité techno-sémiotique ». Cela sans pour autant se réduire au seul déterminisme technique qui lui est parfois reproché car, le projet de la perspective techno-sémiotique ne cherche pas oblitérer la dynamique des pratiques de communication qui participent pleinement à l'élaboration des formes de l'échange social. C'est pourquoi, fort de cette première réflexion, nous proposons à présent de développer ce que veut dire appréhender la réalité « techno-sémiotique » des médias informatisés, avant d'ouvrir notre réflexion à la présentation de notre cadre méthodologique.

## 2. La définition des blogs et des chaînes *YouTube* au regard de l'approche « techno-sémiotique »

### 2.1. Des « dispositifs d'écriture » : une approche qui prend ses origines dans la notion d'« écriture » selon Michel de Certeau

Comme le rappelle Jeanneret (2014), l'interrogation qui se porte sur la « réalité techno-sémiotique » des médias informatisés prend ses racines dans la conception certalienne de l'« écriture ». En effet, en 1990, de nombreuses réflexions cherchent à s'écarter de la perspective normative induite par la notion de « dispositif » tel qu'elle est a été théorisée par Michel Foucault qui cherchait par-là penser les relations entre « savoir » et « pouvoir »

(Beuscart, Peerbaye, 2006). Privilégiant l'idée d'une « *indétermination* » des dispositifs plutôt qu'une « *surdétermination* » comme le rappellent Jean Samuel Beuscart et Ashveen Peerbaye (2006, p7), la notion de « dispositif » s'engage peu à peu à désigner dans ce contexte des « *assemblages d'éléments hétérogènes nécessaires à l'organisation de la vie sociale* » (Ibid. p7) à l'instar des travaux d'Akrich, Callon, Hennion et Latour qui privilégient la compréhension des assemblages sociotechniques, à la fois humains et non-humains, réhabilitant par-là le statut de « médiateur » aux objets. C'est pourquoi, comme l'explique les deux chercheurs, la notion de « dispositif » telle qu'elle est alors employée dans les recherches des années 1990 met un point d'honneur à rendre compte du « *statut exact à accorder aux objets dans l'explication sociale (Vinck, 1999)* » (Ibid., p11).

En revanche, la pensée Michel de Certeau qui s'emploie à nuancer la vision technicienne et « systémique » de son époque ne rompt pas avec la conception normative du « dispositif » foucauldien mais la discute. Tout en témoignant de l'existence d'une « *créativité dispersée, tactique et bricoleuse* » (Ibid. pXL), qui sera investie d'une puissante portée imaginaire à travers la notion de « résistance », Michel de Certeau rapproche la notion de « dispositif » de celle « d'écriture ». En effet, pour de Certeau, « l'écriture » est « *source de tout pouvoir* » comme le développe l'auteur dans le chapitre X de son livre. Ce dernier est consacré à la question de « *l'économie scripturaire* » que de Certeau définit en tant qu'ensemble de règles et d'outils qui jouent un rôle déterminant dans la médiatisation, c'est-à-dire dans la « *mise en récit* », de la « *parole* » :

« *Aujourd'hui « enregistrée » de toutes les manières, normalisée, audible partout mais une fois « gravée », donc médiatisée par la radio, la télé ou le disque, et « nettoyée » par les techniques de sa diffusion. Là où elle s'infiltré elle-même, rumeur du corps, elle devient souvent l'imitation de ce qui en est produit et reproduit par*

*les médias – la copie de son artefact (...) Aussi faut-il renoncer à la fiction qui rassemble tous ces bruits sous le signe d'une « Voix », d'une « culture » propre – ou du grand Autre.*

*L'oralité s'insinue plutôt, comme l'un des fils dont il est fait, dans le réseau – interminable tapisserie – d'une économie scripturaire » (Ibid., p196 - 197).*

Dans ce contexte, Michel de Certeau pointe que ce n'est plus le discours, ou autrement dit « l'énoncé », qui a valeur « mythique » (Ibid., p198) dans l'« Occident moderne » mais « l'activité multiforme et murmurante de produire du texte et de produire la société comme texte » (Ibid., p198 – 199), c'est-à-dire l'« énonciation » qui s'opère par le truchement de l'écriture. De Certeau parle donc « d'économie scripturaire » pour rendre compte de l'ensemble des « dispositifs » qui définissent les normes et les règles du social, et présentent l'écriture comme un « projet de rationalisation du social » (Jeanneret, 2014, p364).

Cela sans que le « quotidien » puisse pour autant se réduire au seul « système » qui cherche à l'organiser voire à le « discipliner ». En effet, pour de Certeau, malgré la contrainte du dispositif, les individus peuvent se conformer ou « faire avec » (Certeau, 1990, p50) c'est-à-dire contourner, détourner, transgresser et en ce sens « inventer le quotidien ». Au pouvoir de l'écriture se substitue donc le « braconnage » (Ibid., p239) de la lecture qu'il expose au chapitre XII pour rendre compte de la créativité sociale. Ainsi, la vision de de Certeau ne s'oppose pas à celle de Foucault en prônant la radicale liberté des individus qui « résistent » face aux contraintes des dispositifs mais met davantage l'accent sur le « faire » qui résulte de cette rencontre « conflictuelle » à partir de laquelle émergent des « formes sociales inédites » comme le souligne Yves Jeanneret (Jeanneret, 2008, p92).

Dans ce contexte de réflexion, la notion « d'écriture » telle que la définit de Certeau est caractérisée comme « *un processus à la fois logistique et interprétatif* » (Jeanneret, 2014, p376). « *Logistique* » dans le sens où, comme le précise Jeanneret (Ibid.), l'écriture se déploie sur une « *page* » qui délimite un « *cadre* » à l'intérieur duquel se déploie une certaine « *représentation* » - il s'agit du « *texte* » - en vue de la « *saisir* », de la « *contrôler* », de la « *rationaliser* » (Ibid.). « *Interprétatif* », dans le sens où ce que l'écriture ou le « *dispositif* » cherchent à maîtriser se dérobe toujours, est toujours déjoué par la créativité des pratiques sociales effectives.

Cette réflexion explique pourquoi un certain nombre de chercheurs définissent aujourd'hui les médias informatisés, parmi lesquels les blogs et les chaînes *YouTube*, en tant que « *dispositif d'écriture* » (Jeanneret, 2008), « *dispositif scripturaire* » (Gomez-Mejia, 2016) ou encore « *dispositif d'écriture-lecture* » (Souchier<sup>59</sup>, 2014 ; Candel, Gkouskou-Giannakou, 2017). En effet, cette appellation permet de renouer avec la dimension de « *pouvoir* » issue de la réflexion de Michel Foucault, et rediscutée par Michel de Certeau qui laisse une place plus grande à ce que « *font* » les gens face au dispositif.

Ainsi, la réflexion de Michel de Certeau, a été appuyée et repositionnée par Yves Jeanneret (2014) dans le contexte des médias informatisés et de l'informatique. Cette perspective a dès lors l'avantage de souligner que les pratiques de communication des individus ne peuvent, pour toutes les raisons dont nous venons de rendre compte, être décorrélées d'une réflexion sur les « *propriétés de l'écriture* » induites par les médias informatisés sur laquelle nous proposons de revenir à présent :

---

<sup>59</sup> Une expression que le chercheur résume à travers la notion de la « *lettrure* » (Souchier, 2014). En effet, cette notion permet de désigner l'activité conjointe de l'écriture et de la lecture qui se déploie dans l'ensemble des pratiques analysées autour des médias informatisés. En effet, que ce soit pour accéder au distributeur de billets ou pour glisser notre doigt sur l'écran tactile de notre téléphone portable, tout cela participe selon Souchier à « *la richesse des gestes propres à l'écriture contemporaine* » (Ibid.).

« (...) *L'importance de l'économie scripturaire interdit d'envisager ces pratiques indépendamment des propriétés de l'écriture, qui les anticipe, les prescrit au sens étymologique du terme (ou, en grec, les programme) et configure ainsi l'espace dans lequel elles se déploient ainsi que les outils dont elles usent* » (Ibid., p384).

## 2.2. Élément d'analyse de l' « écrit d'écran » selon Emmanuel Souchier

Afin d'appréhender les « propriétés de l'écriture » des médias informatisés, un certain nombre de travaux scientifiques regroupés sous la notion « d'écrit d'écran » se sont intéressés à décrire la nature *écrite et textuelle* des médias informatisés, afin de rendre compte de la « *mise en visibilité de contenus linguistiques et iconiques par la médiation de l'écran* » (Legris-Desportes, 2010). Tout l'intérêt de cette perspective est donc de porter un regard attentif à la nouvelle médiatisation de l'écrit par l'écran, comme Emmanuel Souchier le spécifie dans son article *L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique* (1996).

La notion « d'écrit d'écran » postule l'existence d'une « *écriture informatique* » qui, reposant sur un ensemble « *techniques informatiques* », participe à une évolution des pratiques de l'écriture car elle apporte d'importantes modifications au niveau de « *la matérialité et des supports de l'écriture* » (Ibid., p106). L'intérêt des travaux inscrits dans l'analyse des écrits d'écran est donc de penser *conjointement* « *les stratégies et pratiques d'écriture élaborées avec les nouveaux outils* » (Ibid., p106).

Souchier évoque ainsi que la « *numérisation* » constitue une rupture de taille dans l'histoire de l'écriture puisqu'elle marque une rupture à la fois « *visuelle et conceptuelle* » (Ibid.). En effet, la lettre n'est plus tracée mais numérisée et recomposée à l'écran pour l'œil et la lecture par le truchement des pixels qui font advenir l'image. La lettre est également coupée de la relation

corporelle qui supposait un rapport conjoint de l'œil (la lecture) et de la main (la graphie). Cela a donc une conséquence du point de vue de la pratique d'écriture puisque la main « frappe » les lettres depuis le clavier, et le regard se découpe en trois temps distincts de la lecture : le clavier, l'écran et le document (Ibid.). Par ailleurs, la « *forme graphique* » de l'écrit qui s'élaborait dans le rapport conjoint de l'œil et de la main s'élabore, dans le cadre des techniques informatiques, depuis les « *opérations, outils et processus placés entre la main et l'écran* » qui jonchent le parcours de l'écrit dont le scripteur n'est plus le seul maître (Ibid., p111). Un écrit d'écran qui déplace, du moins interroge, les contours des définitions jusque-là établies, comme celle « *d'auteur* » et de « *texte* » puisque « *chaque utilisateur est désormais un auteur potentiel et tout texte devient matière manipulable par n'importe qui* » (Ibid., p116).

Les techniques informatiques reposent également sur une plus grande « *abstraction de l'écriture et du texte* » (Ibid.) car le lecteur ne perçoit que la « *page-écran* ». Du texte qui précède et de celui qui suit, ainsi que de la trace écrite, le lecteur n'a pas de connaissance étant donné que ceux-ci « *sont codés par et pour la machine, ils n'existent que virtuellement* » (Ibid., p111). Ainsi, l'écrit d'écran modifie également la relation qui se tenait jusque-là entre l'élaboration du texte et sa lecture. En effet, l'écrit d'écran est caractérisé par sa spectacularisation (Ibid., p118) : l'écran est la scène du « *spectacle de l'écrit* » qui se donne à voir, quand le secret se trouve, quant à lui, relégué dans la boîte noire de l'algorithme, espace dans lequel s'est cristallisé « *les enjeux de pouvoir propres à l'écrit* » (Ibid., p119).

Afin de pallier à l'abstraction du texte et de l'écriture, Souchier explique que l'écrit d'écran se nourrit enfin de références à l'histoire du texte dont il reprend un grand nombre de « *codes* » – par exemple, le principe de la lecture verticale qui se « *scrolle* » c'est-à-dire se déroule de la même manière que des rouleaux médiévaux évoqués par Souchier, ce qui entraîne une rupture avec « *l'écrit-tableau* » (Ibid.) au profit des listes - et de « *références* », à l'instar des «

*hypertextes* » dont le principe « *réhabilite l'histoire du texte à travers l'espace de l'écran* » (Ibid., p112).

A notre sens, l'intérêt de la perspective des « écrits d'écran » dont nous avons donné ici un aperçu, est donc de s'engager à comprendre le mode d'existence de l'écrit dans l'informatique, en rendant explicite la matérialité de l'écriture informatisée, dont le versant computationnel, c'est-à-dire le code, le calcul et l'algorithme, ne peut être décorrélé de sa traduction « *en signes* » mais aussi « *en possibilités de lecture, en possibilités d'écriture* » et enfin « *en modalités d'implication des personnes dans la communication* » (Jeanneret in Bazet, Hémond et Mayère, 2017).

La perspective des écrits d'écran suppose donc, comme l'a précisé Dominique Cotte (2004), de (i) considérer les objets médiatiques (ex, un blog ou une chaîne *YouTube*) comme des « textes », c'est-à-dire comme un « *système de signes* » envisagé pour cette raison dans leur dimension iconique et graphique (Cotte, 2004), (ii) de prendre en compte « *les dispositifs techniques de production de ces objets, non comme un mode accessoire ou une contrainte nécessaire, mais comme un élément constitutif* » (Ibid.), (iii) enfin de ne pas couper la compréhension des objets médiatiques des « logiques d'usage » c'est-à-dire de leur contexte d'appréhension par les sujets qui les mobilisent (Ibid.), comme le soulignent par ailleurs les notions d' « *énonciation éditoriale* » et d' « *architexte* » que nous proposons de développer à présent.

### 2.3. « Énonciation éditoriale » et « architexte »

Alors que la notion « d'écrit d'écran » (Souchier, 1996) souligne que les techniques informatiques participent pleinement à la production des formes de l'échange social, elle postule dans le même temps que nous ne sommes jamais confrontés sur Internet à ce qu'Isabelle Rieusset-Lemarié appelle des « *textes purs* », c'est-à-dire des textes « *dépouillés de tout « habillage éditorial* » » (2001, p 35).

En effet, la chercheuse rappelle que la fonction éditoriale sur Internet n'est pas inexistante mais au contraire, proliférante dans le sens où « *chaque site Web peut jouer le rôle d'un filtre éditorial* » (Ibid.) en organisant la mise en page des contenus, en proposant certaines modalités d'accès aux textes et de parcours de lecture etc. Internet fonctionne donc plus largement comme une « *médiation éditoriale* » qui organise la « *mise en page* », la « *mise en écran* » et la « *mise en espace* » des parcours de « *l'écriture-lecture* » (Ibid., p45). Dans ce contexte, « *l'accompagnement éditorial* » (Ibid.) est omniprésent sur Internet afin d'« *aider les internautes à produire des documents cohérents, des « œuvres », à partir de parcours personnalisés dans Internet* » (Ibid.). Que ce soit pour la création d'un forum, pour « créer » un blog ou encore « ouvrir » une chaîne *YouTube*, il s'agit à chaque fois d'une mise à disposition d'un « *espace éditorial* » à l'intérieur duquel s'opèrent certaines « *fonctions d'orientation, de tri, d'indexation, de mise en lien, etc.* » (Ibid.).

Dans ce contexte, la fonction éditoriale d'Internet constitue un certain mode d'intervention sur « *l'image du texte* » (Jeanneret, Souchier, 2005, p4) comme le précise la notion d'« *énonciation éditoriale* », développée par Emmanuel Souchier (1998) et précisée avec Yves Jeanneret (2005). La notion « *d'énonciation éditoriale* » souligne la nécessité de penser la médiation technique en termes *éditoriaux* c'est-à-dire au regard de l'invention des formes écrites, de leur imposition, et de la manière dont elle encadre la circulation des textes (Jeanneret, 2005). Ainsi, l'énonciation éditoriale souligne que « *l'on n'écrit jamais que dans des formes* » (Jeanneret, Souchier, 2005, p7) qui sont le lieu du pouvoir.

En effet, d'abord appliquée à l'objet livre, l'énonciation éditoriale suppose de porter un regard attentif à « *l'objectalité* » du texte (Souchier, 1998, p138), laquelle recouvre « *sa matérialité (couverture, format, papier...), sa mise en page, sa typographie ou son illustration, ses marques éditoriales variées (auteur, titre ou éditeur), sans parler des marques légales et marchandes (ISBN, prix ou copyright) ...* » (Ibid.). Elle postule donc que tout texte ne peut « *se départir de*

« *sa livrée graphique* » » (Souchier, 1998, p138) ; ce que le chercheur appelle aussi « *l'image du texte* » ou « *texte second* » (Ibid.) pour faire référence au travail de mise en forme du contenu.

Ainsi, l'énonciation éditoriale est un des niveaux de compréhension des pratiques d'écritures d'écran. Elle postule que « l'image du texte » qui se déploie depuis les dispositifs d'écriture est pris dans une réalité matérielle configurée aussi bien par (i) un dispositif technique qui institue une certaine « *forme-texte* », (ii) des normes sémiotiques qui instituent certaines « *formes-modèles* », et enfin (iii) un *habitus* social qui découle des dynamiques d'usage. Cette perspective suppose donc d'appréhender les blogs et les chaînes *YouTube* en tant que « textes » dont les formes sont instituées par l'informatique qui régit pleinement l'élaboration de « l'image du texte » ainsi que par le « geste d'écriture » des acteurs qui investissent ces espaces. Ce que les chercheurs soulignent également à travers la notion « d'*architexte* ».

En effet, les architextes sont des outils de production textuelle qui sont « *placés à l'origine et au commandement des opérations du texte à l'écran* » (Souchier, 2012), à partir desquels différents acteurs peuvent inscrire leur propre énonciation, pourvu qu'ils en aient la compétence. Les architextes constituent pour cette raison une « *méta écriture* » comme Isabelle Rieusset-Lemarié (2001, p46) le définit pour désigner la mise en abîme de l'écriture dans un logiciel d'écriture qui est lui-même déjà écrit par ses concepteurs informatiques. Ainsi, l'architexte définit à la fois les formes du texte qui « *engagent des conceptions du texte, de l'écriture et de la communication* » (Jeanneret, Souchier, 2005, p11) ainsi que ses conditions d'élaboration et de circulation soumises au langage logique de l'informatique (Jeanneret, Souchier, 2005, p 11), à partir desquelles les acteurs mettent en forme leurs propres discours.

Autrement dit, même si Jeanneret postule un conditionnement de la communication, une anticipation de l'acte interprétatif et une préfiguration des pratiques de communication (Jeanneret, 2014), son approche ne se réduit pas à l'appréhension du seul médium et de

l'écriture informatique. En effet, comme nous l'avons vu, la perspective triviale rappelle que la communication ne se limite pas à sa logistique mais est aussi dotée de sens voire d'intentionnalité.

Ainsi, Jeanneret souligne par exemple que les architextes ne sont pas pour autant synonyme d'un « *pur « formatage » de la communication* » (2011, p176) qui serait dans le même temps un formatage de l'esprit puisque « *les processus d'industrialisation des formes écrites se conjuguent avec une diversification des modes d'intervention sur le texte* » (Ibid.). C'est pourquoi la perspective techno-sémiotique que nous venons de développer ici, ne se réduit pas au seul déterminisme technique mais permet d'outiller conceptuellement l'analyse de la « médiation médiatique » qu'elle se propose d'appréhender dans ses trois dimensions : technique (les logiques du dispositif informatique), sociale (les pratiques de communication) et sémiotique (les formes langagières offertes à la symbolisation).

#### 2.4. Synthèse de la discussion et premières perspectives méthodologiques

Deux principales perspectives théoriques ont donc été abordées et discutées dans ce chapitre afin de préciser le regard que nous porterons sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube. Une appréhension « sociotechnique », d'une part, et une appréhension « techno-sémiotique » qui toutes deux nous ont intéressée pour l'attention particulière qu'elles portent à penser les « dispositifs médiatiques ». Pour autant, les divergences fondamentales qui existent dans la manière dont chacune d'entre elles construit son « regard » sur ces objets, nous ont poussée à nous questionner sur notre construction méthodologique.

A propos de l'appréhension « sociotechnique », le chercheur Serge Proulx (2015) note qu'à partir des années 1990, la sociologie des usages élargit son regard en abandonnant le point de

vue centré sur « l'objet technique » et s'oriente vers une ethnographie des activités. A partir de là, de nombreux modèles théoriques et méthodologiques émergent comme autant « *d'angles de vue sur les pratiques et les situations d'usage* » (Ibid.).

Ces derniers mettent alors un point d'honneur à rendre compte de « *l'activité en situation* » (Ibid.) c'est-à-dire de « ce que font les gens » lorsqu'ils sont dans des environnements équipés de « technologies de l'information et de la communication ». Cependant, en se focalisant davantage sur le point de vue des usagers, nous avons vu que cette approche délaisse l'épaisseur de la « médiation médiatique » que l'appréhension « techno-sémiotique » développée notamment dans le cadre des « écrits d'écran » permet de prendre en compte.

En effet, les divergences fondamentales entre ces deux approches tiennent à la définition et à la place même qui est donnée au « dispositif », qu'il soit pour l'un « sociotechnique » et pour l'autre, « techno-sémiotique ». Définition à partir de laquelle le chercheur construit son regard sur son objet de recherche et oriente la compréhension de son terrain. Dans le cadre d'une sociologie des usages, les dispositifs « sociotechniques » sont envisagés comme un mixte de « technique » et de « social ». Leur compréhension suppose donc que l'on s'intéresse de manière concomitante à leurs caractéristiques techniques et aux usages – ou plus largement aux « situations d'usages » - qui en sont faits. Dans ce cadre, le dispositif sociotechnique est un des niveaux d'analyse de l'usage.

En revanche, la perspective des écrits d'écran postule que les dispositifs « techno-sémiotiques » sont des « *ensembles de ressources offertes à la symbolisation* » (Jeanneret, 2007, p7) c'est-à-dire des dispositifs qui conditionnent (sans pour autant la déterminer) l'élaboration des formes avec lesquelles les individus *communiquent* et se confrontent donc en tant que « *producteurs de sens* » (Ibid.). Ce que l'on observe dépend alors moins des « usages » que des « pratiques de communication » à partir desquelles les individus élaborent du « sens » qu'ils font circuler.

Dans cette perspective que nous avons préférée à celle d'une sociologie des usages, les blogs et les chaînes *YouTube* sont donc envisagés comme des dispositifs d'écriture qui encadrent la production des formes de l'échange social entre les blogueurs littéraires et les booktubers. C'est pour cette raison d'ailleurs qu'ils constituent la condition première des pratiques de communication et, le point de départ de l'élaboration de l'« espace signifiant » dans lequel ces individus communiquent. C'est pour cette raison aussi qu'ils constituent des « lieux de pouvoir » puisqu'ils participent à la mise en forme et à la circulation de la culture. Raison pour laquelle, enfin, des acteurs tiers – notamment les « industries scripturaires » – cherchent à intervenir sur ce processus en fabriquant des dispositifs d'écriture qui définissent les rôles, les circuits et les valeurs de la culture (Ibid., p141) ainsi que nous l'avons évoqué en partie I.

Pour autant, bien que cette perspective insiste sur la réalité « techno-sémiotique » des médias informatisés, elle ne réduit pas la compréhension de la médiation technique au seul déterminisme technique qui lui est parfois reproché. C'est d'ailleurs la nuance que souligne la notion même de « dispositif d'écriture-lecture » qui suppose que toute activité d'écriture est toujours corrélée à l'activité de lecture. Une idée que l'on retrouve également dans le cadre des écrits d'écran qui suppose de penser conjointement les pratiques d'écriture en lien avec les nouveaux outils comme nous l'avons présenté.

Ainsi, la perspective techno-sémiotique ne nous semble pas renoncer à la question des « stratégies d'acteurs » ni à ce que « font les gens » avec les médias informatisés. Cependant, elle déplace les termes de leur compréhension en les analysant en tant que « pratiques de communication » qui se déploient dans un espace signifiant contraint par des dispositifs d'écriture qui délimitent les formes de l'échange social. Elle suppose donc de porter un regard attentif aux trois niveaux qui composent l'épaisseur de la médiation technique : (i) sa dimension « technique » qui suppose de prendre en compte les logiques du dispositif informatique, (ii) sa dimension « sémiotique » pour comprendre les formes présentées à l'écran et, (iii) sa dimension

sociale pour comprendre l'appréhension qui en est faite du point de vue des pratiques de communication des acteurs qui la mobilisent.

La discussion de ces différentes perspectives théoriques nous a donc conduite à envisager la construction d'un cadre méthodologique qui permette d'articuler à (i) l'analyse des logiques des dispositifs d'écriture ainsi que des ressources offertes à la symbolisation sur les blogs et les chaînes *YouTube* (en production), (ii) aux discours que les blogueurs littéraires et les booktubeurs (en réception) formulent à l'égard de leurs pratiques de communication.

Ainsi, le chapitre suivant propose de présenter au lecteur la construction de ce cadre méthodologique que nous définirons comme une approche « socio-sémiotique » des blogs littéraires et des chaînes BookTube. Une approche « socio-sémiotique » que nous avons élaborée à partir d'un emprunt à différentes méthodologies, issues de plusieurs disciplines. En effet, notre démarche méthodologique propose d'articuler à la technique d'une analyse « sémiotique » des blogs et des chaînes *YouTube*, des entretiens semi-directifs issus de la sociologie. A la croisée de l'analyse sémiotique et de l'analyse de discours, notre approche méthodologique s'est enfin nourrie d'un emprunt à la démarche ethnographique puisque nous avons mené des observations sur les « réseaux sociaux numériques » - *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* - en plus des blogs et des chaînes *YouTube* de nos enquêtés ; ce que nous proposons de développer à présent.

## Chapitre 2 - Définition d'une approche « socio-sémiotique » des blogs littéraires et des chaînes BookTube

### 1. La construction de l'analyse sémiotique des blogs littéraires et des chaînes BookTube

#### 1.1. La sémiotique des écrits d'écran : pour une analyse des propriétés techniques et sémiotiques des blogs littéraires et des chaînes BookTube

Dans son article sur « le web comme dispositif », Laurence Monnoyer-Smith souligne que ce que nous appréhendons lorsque nous regardons ce qui est donné à voir à l'écran<sup>60</sup>, ne peut se réduire à la seule explication des stratégies d'acteurs ou de constructions de collectifs (Ibid.) mais doit également chercher à « *déconstruire l'évidence de la trace pour mettre en lumière le tissu des médiations qui, comme la partie émergée de l'iceberg, produit la trace qui est donnée à voir au chercheur* » (Ibid., p15).

Dans ce contexte, la perspective des écrits d'écran évoquée plus haut, est une des manières de donner à voir les différentes « *médiations textuelles qui permettent l'affichage des textes à l'écran* » (Collomb, 2017 puisqu'elle suppose de prendre en compte le rôle organisateur joué par l'écriture (Ibid.), notamment par le biais des « *architextes* » (Souchier, 2012) qui préfigurent les gestes d'écriture et conditionnent une certaine « *image du texte* ». Ainsi, comme l'avons vu, la perspective des écrits d'écran insiste sur la prise en compte de l'organisation matérielle de l'écrit, soulignant que ce qui est communiqué dans les échanges signifiants entre les individus, et plus largement dans les pratiques de communication, est une certaine représentation du texte

---

<sup>60</sup> Qu'il s'agisse « *d'un construit sémiotique, d'une expression éditoriale, d'une trace d'usage* » comme le précise la chercheuse (Monnoyer-Smith, 2013, p14).

qu'une analyse sémiotique peut s'attacher à rendre compte, et constitue pour cette raison notre premier emprunt méthodologique.

En effet, comme le rappelle Christiane Legris-Desportes (2010), l'objet de la sémiotique est d'explorer « *la dimension culturelle des signes et de leur inscription dans l'imaginaire* » (Ibid.). L'objet d'une analyse sémiotique est ainsi de s'intéresser à la « *la production du sens, à ses conditions d'actualisation, en analysant les ingrédients formels qui construisent la signification : le langage, les images, les objets, etc.* » (Ibid.).

Partant de ce postulat, une « sémiotique des écrits d'écran » met un point d'honneur à s'intéresser aux formes d'organisation de la langue, à la singularité des formes visuelles portées par l'écrit d'informatique - telles que l'organisation visuelle de la page, ses filiations formelles, son organisation dans l'espace, la plastique de ses formes (Ibid.) - ainsi qu'aux « signes passeurs » qui « *une fois activés [réalisent] donc un acte de lecture-écriture à part entière, mènent au chargement d'une adresse URL et à l'affichage d'un nouveau texte (Davallon et al., 2003: 23; Souchier et Jeanneret, 2002)* » (Collomb, 2017, p2). Autrement dit, aux signes qui « *ont pour fonction de désigner des ressources textuelles non manifestes* » (Souchier, 2011, p155).

Postulant que le sens est en partie dans les formes elles-mêmes et qu'une pensée du « texte » ne peut faire abstraction de ses supports d'énonciation, l'intérêt d'une sémiotique des écrits d'écran est donc de porter un regard attentif sur la « *forme de la pratique* », plutôt que sur la « *la distribution sociale [des] usagers ou la signification transcendante [des] usages* » (Pignier, Drouillat, 2004, p9).

Un regard qui suppose cependant de prendre en compte la double dimension de l'écrit d'informatique. D'une part, sa dimension opératoire en s'intéressant aux propriétés techniques de la technologie informatique qui produit des « *formes automatisées qui ont leur propre*

*contrainte logique* » (Jeanneret, 2005), et d'autre part ses composantes sémiotiques relatives aux formes culturelles dont il hérite et plus largement, aux ressources qu'il offre à l'écriture. En somme, un regard qui s'intéresse à l'ensemble des signes (passeurs ou non, comme le rappelle Cléo Collomb (2017)) et des « *petits formes* » (Candel, Jeanne-Perrier, Souchier, 2012) qui composent la « *grammaire éditoriale* » et « *l'écriture des sites Web* » (Ibid.) à partir desquels une sémiotique des écrits d'écran cherche à appréhender l'espace textualisé de la technique (Collomb, 2017).

Pour autant, il faut souligner que l'objectif d'une sémiotique des écrits d'écran n'est pas de poser le sens « plein » du texte - lequel, comme Yves Jeanneret le précise, ne dépend que de l'élaboration du parcours du sens propre à chacun – mais s'attache à rendre compte du sens « possible » que peut revêtir l'organisation formelle des signes à l'écran sur un blog, et sur une chaîne *YouTube* par exemple. En ce sens, une sémiotique des écrits d'écran rend compte de perspectives de sens *possibles* à partir d'une analyse des données matérielles du « texte ».

En plus de cela, il n'est pas question de pouvoir déterminer par l'analyse sémiotique le sens « fini » qui serait déposé une fois pour toute dans l'objet analysé, mais de souligner les évolutions, les formations et déformations constantes auxquelles sont en prise les écrits d'écran (Ibid.). C'est ce qui rend d'ailleurs extrêmement délicat l'analyse sémiotique et de manière plus large, l'appréhension méthodologique d'un objet de recherche tel que les blogs et les chaînes *YouTube* qui se présentent comme un terrain extrêmement « friable ». L'espace graphique des page-écran des blogs ou encore de *YouTube* étant par exemple soumis à de nombreux changements que le chercheur ne peut maîtriser au cours de son enquête de terrain.

De la même manière, *YouTube* est régulièrement l'objet de transformations concernant les « fonctionnalités » permises par le dispositif, sans oublier la logique mouvante et opaque de l'algorithme qui - bien qu'associé à la dimension « secrète » de l'écrit informatique, repoussée

vers la machine (Souchier, 1996, p118) - participe pleinement à la dynamique des écrits d'écran. En effet, il nous semble important de souligner que l'algorithme entretient un lien étroit avec les formes de l'écriture permises par les architextes, puisqu'il en conditionne notamment les logiques de visibilité, comme nous le verrons dans nos analyses. Il s'agit donc aussi d'être attentif à l'articulation entre les formes de l'écriture et la dynamique du « *calcul algorithmique* » (Cardon, 2015, p10). Dernier point sur lequel une sémiotique des « sites web » nous a permis d'être plus attentive, puisque certains chercheurs proposent d'appréhender la « signification culturelle » des « sites web » en postulant l'idée que les pratiques de communication ainsi que le contexte de communication participent pleinement à l'élaboration de leur « sémiose », et proposent pour cela un certain nombre de réflexions qui ont nourri la construction de notre grille d'analyse sémiotique.

## 1.2. La sémiotique des sites web : penser le « jeu énonciatif » dans lequel s'inscrivent les blogs littéraires et les chaînes BookTube

En plus de la sémiotique des écrits d'écran, nous nous sommes appuyée sur une partie de la littérature scientifique qui s'attache à l'analyse sémiotique des « sites web ». Ces derniers étant entendus comme « *un ensemble de pages reliées entre elles par des liens hypertextuels, accessible au travers du réseau Internet et à l'aide d'une adresse web à partir d'un nom de domaine* » (Pignier, 2015), ce à quoi, d'un point de vue informatique, les blogs et les chaînes *YouTube* renvoient également. A partir de cette définition, il est donc possible de nourrir le regard d'une sémiotique des écrits d'écran, évoqué ci-dessus, par quelques-unes des propositions méthodologiques relatives à l'analyse des sites web dont nous proposons ici une présentation.

En effet, nous pensons que l'intérêt de ces différentes perspectives est d'articuler à l'analyse d'éléments techniques, plastiques, formels ou encore rédactionnels des sites web, l'analyse d'éléments relatifs aux stratégies d'énonciation des individus et plus largement, au contexte de communication dans lequel ils s'inscrivent. En effet, comme le précise Mariana Lescourret dans sa thèse, « *l'analyse sémiotique doit se saisir en contexte, non indépendamment de l'environnement économique et social, ainsi que des orientations communicationnelles et stratégiques abordées par [les acteurs]* » (Lescourret, 2017, p12). C'est pourquoi la mobilisation de références à la sémiotique des sites web a aussi participé à l'élaboration de notre grille d'analyse sémiotique comme nous proposons de le voir à présent.

Parmi ces réflexions, nous retenons celle de Sébastien Rouquette qui, prenant soin de placer l'analyse des sites web dans une approche contextuelle et « *multifactorielle* » (Rouquette, 2015), préconise donc de ne pas envisager les sites web comme des « textes clos » qui auraient leur propre logique interne comme pourrait par exemple le laisser entendre la seule appréhension graphique des sites web. Un point sur lequel la réflexion de Peter Stockinger (2015) met également l'accent puisque le chercheur met en avant la notion « d'écosystème » comme élément central pour comprendre les sites web.

Revenant sur sa propre réflexion à propos des sites web en date de 2005<sup>61</sup>, le chercheur souligne ainsi l'importance de prendre en compte l'évolution de l'« *écosystème de communication* » des sites web afin d'en effectuer l'analyse (Stockinger, 2015). En effet, le site web a connu de profondes mutations depuis l'avènement du dit « Web 2.0 » que le chercheur développe ainsi : un site web n'est plus seulement construit comme un « *centre de documentation* » (Ibid.) mais

---

<sup>61</sup> En référence à sa présentation dans le cadre de la journée d'étude « *L'analyse des sites web est-elle encore pertinente ?* », organisée par Patrick MPondo-Dicka à l'Université Jean Jaurès, en 2015 : [https://www.canal-u.tv/video/universite\\_toulouse\\_ii\\_le\\_mirail/pour\\_une\\_approche\\_semiotique\\_des\\_nouveaux\\_ecosystemes\\_nu\\_meriques\\_de\\_communication\\_peter\\_stockinger.21012](https://www.canal-u.tv/video/universite_toulouse_ii_le_mirail/pour_une_approche_semiotique_des_nouveaux_ecosystemes_nu_meriques_de_communication_peter_stockinger.21012)

est également un espace qui permet « *l'interaction sociale* ». C'est aussi un espace de « *référence culturelle* » qui accompagne la structuration et l'organisation de « *communautés* ».

Avec l'apparition des « *CMS* », les sites sont également devenus « *personnalisables* » et, depuis 2008, avec « *l'Internet des objets* », les sites web s'apparentent pour le chercheur à des « *acteurs* » à part entière, proposant par exemple par eux-mêmes des « *recommandations* » en suivant les logiques, opaques, de l'algorithme (Stockinger, 2015).

Autant de caractéristiques qui entrent donc en jeu au moment de l'analyse des dispositifs d'écriture, laquelle ne peut ainsi se limiter à la seule dimension graphique du « *design* » de la page-écran comme Nicole Pignier l'a également souligné (2015), revenant sur les réflexions menées avec Benoît Drouillat à propos du « *webdesign* » qui proposait alors de « *penser l'interface des « pages écrans » en termes d'effets de sens pour l'utilisateur* » (Pignier, Drouillat, 2008, p42). Presque dix ans après ses premières réflexions, la chercheuse se détache de la seule appréhension des sites web du point de vue de leur « *représentation* » et de leur « *ethos*<sup>62</sup> » pour articuler son analyse de l'ethos des sites web à celle de leur « *environnement médiatique* », ce qui n'est pas sans rappeler l'approche développée par Peter Stockinger (2015), et par ailleurs celle de Sébastien Rouquette (2015).

En effet, la chercheuse évoque le mouvement d'industrialisation « *tant du point de vue de la conception que du développement* » (Ibid.) qui s'est mis en place, notamment avec l'apparition des « *CMS* », puis des dits « *réseaux sociaux numériques* » qui forment ce qu'Yves Jeanneret (2014) appelle les « *industries médiatisantes* ». Ces derniers sont autant d'espaces éditoriaux qui reposent sur des modèles préfabriqués et déjà codés à l'instar de *Wordpress* (Pignier, 2015),

---

<sup>62</sup> En tant qu'imaginaire de la marque et de l'utilisateur pour reprendre les termes de la chercheuse (2016).

et supposent selon la chercheuse une certaine « *réticularité de la circulation de l'information* », une « *facilitation de l'énonciation* » ou encore « *la mise en relation des usagers* » (Ibid.).

C'est pour ces raisons que la chercheuse insiste sur la prise en compte de « *l'environnement médiatique du web* » pour penser la manière dont cet environnement participe à l'élaboration de la « *sémiose* » (Ibid.) des sites web.

Ces différentes approches nous ont particulièrement intéressée et cela pour plusieurs raisons. Tout d'abord, elles ont le mérite de mettre l'accent sur le rôle des dispositifs d'écriture et de leurs contraintes techniques dans l'émergence des textes (Ibid.). Elle invite donc le regard de l'analyse à se porter sur cette articulation – ce « *jeu* » comme le dit Nicole Pignier - entre les « *strates* » (Pignier, 2015) qui préfigurent et rendent possible l'émergence des textes et les pratiques de communication qui participent à leur production.

L'approche de Nicole Pignier souligne donc ce jeu d'interrelation énonciative entre des « *industries médiatisantes* » d'une part - elles-mêmes structurées d'un côté par un souci de valorisation économique de leur site web qu'il nous faut prendre en compte dans l'analyse sémiotique des blogs et de *YouTube*, et de l'autre par les contraintes techniques des médias informatisés qui définissent les conditions de production de l'énonciation, de la « *personnalisation* », de l'interaction etc. - et les pratiques de communication des blogueurs et des booktubeurs d'autre part qui, orientés par leurs propres motivations, cherchent à s'exprimer au mieux dans les espaces préfigurés et contraints des industries médiatisantes. Cela tout en gardant à l'esprit que ce « *jeu énonciatif* » (Ibid.) est également global dans le sens où il se déploie sur différents espaces éditoriaux, que sont les blogs et *YouTube* dans notre cas.

Cette notion de « *jeu énonciatif* » permet également à la chercheuse de souligner la manière dont les « *industries médiatisées* » (Jeanneret, 2014) - qui regroupent notamment les marques, et dans notre cas, il s'agira des maisons d'édition comme nous le verrons - tissent des liens avec

les industries médiatisantes (les blogs, *YouTube*, *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*) dans l'optique de construire une « co-énonciation » avec les usagers auxquels elles ne s'adressent plus seulement en tant que « consommateurs » mais « *de gens qui aiment produire et partager des contenus, qui aiment se prêter au jeu de l'information et de la communication* » (Ibid.) ce qui est l'un des enjeux que nous retrouvons dans notre thèse, notamment avec les maisons d'édition, comme nous le développerons dans la partie III.

La prise en compte de la dimension économique – en plus du contexte global - est également davantage prégnante dans la réflexion de Sébastien Rouquette qui propose une analyse des sites web à la croisée entre la compréhension de leur mode de « rentabilisation » (Rouquette, 2015) et celle des figures de l'internaute qui y sont projetées. En effet, Sébastien Rouquette précisait déjà dans sa « radiographie du cyberspace » (2009) que l'analyse des sites web est particulièrement complexe en raison de son caractère « *multidimensionnel* » (2015), les sites étant traversés par différentes logiques qui participent toutes à leur manière à sa construction : « *sociales, esthétiques, ergonomiques, économiques, normatives, publicitaires, cognitives, professionnelles* » (2009, p5) etc. C'est pourquoi le chercheur présente une liste non-exhaustive de six différentes manières d'analyser les sites web, lesquelles articulent l'analyse sémiotique de ces derniers à d'autres perspectives méthodologiques afin de faire des liens entre ces différentes dimensions (2009).

Parmi ces dimensions, il faut préciser au lecteur que nous avons été particulièrement attentive à la logique économique qui traverse les blogs et les chaînes *YouTube*. Une logique que nous n'avons cependant pas formalisée comme un critère de description sémiotique dans notre grille d'analyse, mais qui s'est constituée comme une des hypothèses explicatives (Rouquette, 2009, p12) d'un certain nombre d'éléments formels que nous avons relevés au moment de nos analyses sémiotiques. Par exemple, la présence d'un « compteur du nombre de visites » sur un blog souligne le souci que les dispositifs d'écriture incitent à générer du trafic sur un blog,

lequel s'inscrit dans une « logique d'audience » induite par le modèle économique des blogs comme nous le verrons dans le chapitre suivant.

De la même manière, un certain nombre d'éléments recueillis dans le cadre de nos analyses sémiotiques ne peuvent trouver « d'explication » - ou plutôt une interprétation - qu'à partir du moment où ils sont posés en regard du « contexte » plus large de la communication dans lequel ils s'inscrivent. Ainsi, certaines filiations formelles des blogs avec « l'écriture de soi » (Deseilligny, 2008) peuvent trouver une explication au regard de l'« imaginaire technique » (Flichy, 2001) des débuts d'Internet.

Il sera ainsi possible au lecteur de voir qu'un nombre de nos analyses issues de notre analyse sémiotique ont été mises au regard de ces imaginaires techniques afin de formuler un certain nombre « d'hypothèses *explicatives* » (Rouquette, 2009, p12). Autant d'éléments de l'interprétation qui, n'apparaissant pas de manière « formalisée » dans la grille d'analyse sémiotique, constituent pourtant une partie intégrante de ce qui « fait » l'analyse sémiotique.

Prenant en compte cette « *interrelation énonciative* » (Pignier, 2015) dans laquelle s'inscrivent les blogs littéraires et les chaînes *BookTube*, notre approche sémiotique s'attache donc à interpréter l'analyse des « formes automatisées » (Jeanneret, 2005) de l'écriture ainsi que leurs composantes sémiotiques<sup>63</sup>, au regard des logiques économiques mais aussi « symboliques » (c'est-à-dire ici relatifs aux imaginaires techniques) qui les traversent.

Une interprétation qu'elle se propose également de mettre en relation avec les pratiques de communication des blogueurs et des booktubers, que la réalisation d'entretiens semi-directifs doit permettre d'éclairer comme nous le développerons en suivant.

---

<sup>63</sup> C'est-à-dire les « formes culturelles » (Jeanneret, 2005).

### 1.3. Constitution des corpus analysés, méthodologie de recueil des données et présentation des critères d'analyse sémiotique

A partir de ces différents éléments, nous avons élaboré une grille d'analyse sémiotique que nous proposons d'explicitier à présent. Tout d'abord, nous avons fait le choix d'analyser le blog et/ou la chaîne *YouTube* de chacun des blogueurs et/ou booktubeurs de notre terrain. Sur les vingt personnes que nous avons rencontrées, 14 ont un blog – lesquels ont donc constitué notre premier corpus pour l'analyse sémiotique - et 19 d'entre eux ont une chaîne *YouTube* – lesquelles ont donc constitué notre second corpus pour l'analyse sémiotique.

La première difficulté a été de savoir comment analyser des objets qui, quand ils ne sont pas « éphémères » comme une « story » sur *Instagram*, sont extrêmement labiles. En effet, les blogs sont sans cesse alimentés, leur design évolue et parfois, les blogueurs décident de changer de dispositif de publication (en passant de *Blogger* à *Wordpress* par exemple) ce qui altère intégralement la structure, la présentation formelle, etc. du blog en question.

Dans ce contexte, il nous est apparu que la constitution d'un corpus de blogs doit s'appuyer sur une procédure d'archivage permise par certains logiciels informatiques. Ainsi, le robot *Internet Archive* – qui a commencé à collecter automatiquement des sites au milieu des années 1990 - nous a permis dans un premier temps d'archiver les pages de blogs que nous souhaitions étudier (cf. annexe numérique). Cependant, ce n'est pas à partir de cet outil que nous avons constitué notre corpus car le robot qui procède à la copie des pages des blogs ne permet pas de conserver la structure globale du blog et ainsi, de pouvoir le consulter en dehors d'une connexion internet. En revanche, *Internet Archive* a été utile – tout comme la consultation quotidienne des blogs et des chaînes *YouTube* - pour observer en amont de l'analyse mais aussi en aval de celle-ci, l'évolution dans le temps du design des blogs, à l'aide de la fonctionnalité « wayback machine », également utile pour l'analyse de *YouTube* comme nous le verrons en suivant.

Afin de constituer ce premier corpus, nous avons donc décidé d'« aspirer » les 14 blogs à l'aide du logiciel *HTTrack*<sup>64</sup> en date du 07 juillet 2016<sup>65</sup>. L'intérêt de ce logiciel est d'aspirer la structure globale des blogs, c'est-à-dire d'en faire une *copie* qui devient par cette manipulation un document. Nous avons donc procédé à l'aspiration des blogs de notre terrain, devenus consultables hors connexion et avons constitué un corpus documentaire de 14 blogs à partir duquel ont été réalisées nos analyses sémiotiques.

En revanche, nous avons dû procéder différemment pour *YouTube* ne pouvant pas aspirer le site dans son intégralité. Notre parti pris a donc été de réaliser l'analyse sémiotique de *YouTube* en date de janvier et février 2017 tout en illustrant cette dernière par un ensemble de captures d'écran illustratives que nous avons archivées dans un dossier<sup>66</sup>.

Par ailleurs, nous avons également consulté depuis *Internet Archive* les différentes copies des page-écran effectuées depuis 2005 jusque 2019 et ainsi, observé l'évolution du design d'interface de *YouTube*, même si notre second corpus documentaire se compose exclusivement de copies effectuées en date de 2017.

Il nous faut également préciser que ces captures d'écran sont issues de trois pages principales présentées sur *YouTube* : (i) la page d'accueil de *YouTube*, (ii) la « chaîne » *YouTube* des booktubeurs de notre terrain (dont chacune a été également copiée et archivée dans un dossier), et enfin (iii) la page de lecture de la vidéo.

---

<sup>64</sup> Je remercie Mariana Lescourret qui m'a aidée dans la collecte des blogs depuis le logiciel *HTTrack*.

<sup>65</sup> Ces fichiers sont consultables depuis l'annexe numérique de la thèse.

<sup>66</sup> Ibid.

La grille d'analyse sémiotique<sup>67</sup>, quant à elle, reprend d'un point de vue strictement formel le tableau de « description sémiotique » proposée par Peter Stockinger (2005), et a été découpée en quatre approches, chacune constituée d'un ensemble de critères de description sémiotique que nous souhaitons à présent expliciter :

- *Approche structurelle*

La première approche dite « structurelle » suppose de porter notre regard sur l'organisation générale de l'information sur les blogs ainsi que sur *YouTube*. Pour cela, deux sous-critères ont été retenus : d'une part, l'*arborescence* (i) du blog, (ii) de *YouTube* ainsi que (iii) de la « chaîne » *YouTube* afin de voir quelles sont les « thématiques » proposées au lecteur/spectateur ainsi que leur organisation.

D'autre part la *composition topographique* des page-écran analysées : pour les blogs, il s'agissait de regarder (i) la page d'accueil du blog, pour *YouTube*, (ii) la page d'accueil de *YouTube* ainsi que (iii) la page de la « chaîne » *YouTube* et (iv) celle dédiée à la lecture de la vidéo.

L'objectif de ce deuxième point étant de comprendre le découpage général des pages en question, et d'avoir une vue d'ensemble sur les différentes zones qui les composent, leur « nature » (à quoi servent-elles ?) ainsi que leur organisation et leur présentation. Cette première approche s'est articulée autour de deux dimensions auxquelles nous avons prêté attention : d'une part, au niveau de l'architexte afin de voir comment ce dernier propose au blogueur et au booktueur d'organiser ses contenus ; d'autre part, au « geste d'écriture » du blogueur et du booktueur pour comprendre comment ce dernier organise ses contenus (en les hiérarchisant et en les valorisant de telle ou telle manière).

---

<sup>67</sup> En annexe III.

- *Approche fonctionnelle et thématique*

La seconde approche dite « fonctionnelle et thématique » a été constituée de trois critères de description. Le premier critère supposait de prendre en compte les éléments de « *circonscription* » du blog et *YouTube* afin de voir quels sont les éléments qui composent l'entour du « texte », du « contenu » – soit des articles, dans le cas du blog, soit des vidéos, dans le cas de *YouTube* – ce qu'ils proposent/permettent, et comment ils s'organisent. A noter que sur ce point, une autre page *YouTube* a été analysée : le « *creator studio* » (« équivalent » du tableau de bord des dispositifs de publication des blogs comme nous le verrons en suivant). Un deuxième critère a été défini pour permettre l'analyse de la dimension « *hypertextuelle* » du blog et de *YouTube*. Pour cela notre regard s'est porté sur la présence, la formalisation et « l'objectif » de « signes passeurs » à deux niveaux : en interne (avec par exemple la présence de « liens » qui permettent de passer d'une page à une autre) et en externe (avec par exemple des « logos » qui permettent de consulter la page *Facebook*, *Twitter* ou *Instagram* du blogueur/booktueur en question). Enfin, un troisième et dernier critère supposait enfin de prendre en compte le contenu des blogs littéraires et des chaînes *YouTube* en s'intéressant au « *traitement narratif du thème littéraire* » : quels « genres » de contenus sont proposés au lecteur/spectateur, comment sont-ils présentés et organisés ?

- *Approche visuelle*

La troisième approche dite « visuelle » s'est composée de trois critères d'analyse sémiotique. Le premier s'intéresse à la « *dimension plastique* » des blogs de notre corpus ainsi qu'à celle de *YouTube*. Cela supposait de regarder aussi bien l'identité visuelle du blog en question, son ambiance générale ou encore sa métaphore d'interface, de la même manière que pour *YouTube* ces différents éléments ont orienté notre regard à se porter sur l'aspect graphique de sa page-écran. Le second critère porte sur « *la mise en scène des contenus* » (images, vidéos, police, jeux de couleurs, smileys, graphiques ...) – des articles sur les blogs et des vidéos sur *YouTube*

– afin de voir comment les contenus se donnent à voir au lecteur/spectateur. Enfin, le troisième et dernier critère s'intéresse à la « *mise en forme rédactionnelle* » des articles de blogs de notre corpus d'une part, et à la « *mise en forme* » générale des vidéos d'autre part. Sur ce dernier point, il faut noter que l'attention a été plus particulièrement portée sur la récurrence de certaines mises en scène, certains plans et effets, comme les effets de montage, de sons ou encore de colorimétrie, et ne prétend donc pas à une analyse systématique d'un corpus particulier de vidéos.

- *Approche interactionnelle*

Enfin la dernière et quatrième approche dite « interactionnelle » distingue deux niveaux d'analyse avec d'une part, des éléments relevant de l'(i) énonciataire, et d'autre part, des éléments relevant de l'(ii) énonciateur. Pour ce qui est de l'énonciataire, trois critères d'analyse ont été retenus.

Tout d'abord, notre regard s'est porté sur la « *présence formelle* » de l'énonciataire sur le blog et sur *YouTube*, à son « *identité subie* » (Georges, [...]), laquelle se traduit notamment par l'ensemble des fonctionnalités ou « *petites formes* » (Candel, [...]) qui pousse le blogueur et/ou le booktueur à se présenter et/ou qui donnent des informations sur lui. A partir de là, nous nous sommes intéressée à la « *présentation du blogueur/booktueur* », à son « *identité clamée* » (Georges, [...]) à l'instar du choix d'images le représentant, choix du pseudonyme, logos, bannières, miniatures, discours d'autoprésentation etc.

En somme, aux éléments qui relèvent d'un geste éditorial de la part du blogueur et/ou booktueur en question. Puis, pour ce qui est de l'énonciateur, trois critères d'analyse ont été retenus.

Tout d'abord, nous avons regardé la « *présence formelle* » de l'énonciateur qui peut se traduire par la présence de pseudonymes, photos, outils de mesure de l'audience etc., en somme, tous les éléments qui participent à formaliser la présence de « l'autre » sur les blogs et sur *YouTube*. Puis, nous nous sommes intéressée aux « *fonctionnalités* » qui permettent l'interaction entre le blogueur/booktueur et ses lecteurs/spectateurs comme les adresses mails, formulaires de prise de contact, commentaires, flux RSS, newsletter etc. Ce dernier point d'analyse a été articulé avec le dernier critère d'analyse de cette approche qui s'est intéressé à la « *présentation formelle* » de l'échange : est-il subordonné aux contenus ? Se présentent-ils sous la forme de cadres ? Quel est son positionnement sur la page ? Etc. En somme, quelle est la place faite aux publics sur les blogs et sur *YouTube* depuis une analyse du design de l'interaction.

## 2. Présentation de la méthodologie des entretiens semi-directifs

### 2.1. Le choix des entretiens semi-directifs

Comme nous l'avons évoqué plus haut, l'analyse sémiotique que nous avons proposée des blogs littéraires et des chaînes BookTube ne peut se départir d'une analyse des pratiques de communication des blogueurs et des booktubers qui, orientés par leurs propres motivations, cherchent à s'exprimer dans les espaces préfigurés et contraints des industries médiatisantes. Un constat qu'Etienne Candel a souligné dans sa thèse (2007) dans laquelle le chercheur préconise d'« *observer les formes et les matériaux de la communication comme des réalités fluctuantes, mobilisées de manière variable selon les acteurs et les situations* ». C'est pourquoi à l'approche sémiotique des blogs littéraires et des chaînes BookTube, nous avons fait le choix de mener des entretiens semi-directifs avec les blogueurs et/ou des booktubers de notre terrain.

Issus de la sociologie, les entretiens semi-directifs sont communément présentés comme l'une des méthodes de recueil de données qualitatives donnant une place à l'expression du point de vue, des opinions et des représentations des individus, notamment à propos de leurs pratiques. L'entretien est une technique d'enquête qui a émergé dans un contexte scientifique sensible à l'établissement d'un rapport plus « égalitaire » entre l'enquêteur et l'enquêté, contrairement au questionnaire alors jugé trop autoritaire (Blanchet, Gotman, 2015).

Parmi leurs références, Anne Blanchet et Alain Gotman évoquent notamment la pensée philosophique de l'école de Chicago dont les « *études principales [qui] portent sur les faits et gestes de la vie ordinaire, les manières d'être et les modes de vie* » (2015, p13) ont mobilisé les entretiens. Ce faisant, ils ont contribué à leur légitimation dans le champ des enquêtes sociales, notamment à partir des années 1950 sous l'impulsion des travaux d'Howard Becker et Everett Hughes (Ibid., p14).

Rompant avec le modèle de l'entretien hérité des sciences de la nature pour privilégier l'« *entretien conversationnel* » (Ibid., p 15), les deux sociologues mettent l'accent sur la nécessité de prendre en compte la dimension intersubjective de l'entretien plutôt que de tenter d'en annuler la teneur (Ibid.). Car, l'un des intérêts de l'entretien qui devient alors central est ce qui se joue au moment de la rencontre entre les représentations de l'enquêteur et celles de son enquêté. En effet, l'entretien se fonde sur une interaction qui informe le processus de production de la connaissance plutôt qu'il ne la biaise comme le soulignent Anne Gotman et Alain Blanchet (2015).

D'un point de vue définitionnel, l'entretien semi-directif se distingue de « *l'entretien compréhensif* », tel qu'il a été défini par Jean-Claude Kaufman (1996), car ce dernier laisse une plus grande latitude au chercheur qui le construit en fonction de ses besoins (Gil, 2011, p263). L'entretien semi-directif, quant à lui, reprend la forme de la discussion libre mais se structure autour d'un certain nombre de thématiques élaborées en amont (Ibid.) et organisées dans un guide (cf. annexe I) qui sert de fil conducteur à la discussion, sans pour autant imposer de linéarité à la conversation.

Dans notre cas, l'intérêt de l'entretien semi-directif a été d'aller à la rencontre des blogueurs et/ou des booktubers de notre terrain afin de recueillir leurs discours sur leurs pratiques de communication. En effet, il ne faut pas oublier que ce que le chercheur recueille dans le cadre des entretiens semi-directifs ce ne sont pas les pratiques elles-mêmes mais des « *faits de parole* » (Blanchet, Gotman, 2015, p22), c'est-à-dire des discours qui portent sur les représentations que les enquêtés se font de leurs pratiques et de leurs expériences individuelles.

Par ailleurs, il nous faut préciser que le recours aux entretiens n'a pas eu pour visée de confronter les résultats des analyses sémiotiques et ethnographiques aux discours des blogueurs et/ou booktubers mais de les compléter en contribuant à enrichir notre compréhension et notre interprétation de notre objet de recherche. Dans cette perspective, les entretiens semi-directifs

ont été envisagés comme une « *enquête sur les représentations et les pratiques* » telle qu'elle est définie par Blanchet et Gotman, c'est-à-dire motivée par la compréhension des pratiques du point de vue de ce qui les relie aux valeurs, idéologies, croyances, symboles etc. formulés par les acteurs eux-mêmes (2015, p30).

L'objectif étant d'articuler à la description des pratiques par les blogueurs et/ou les booktubers eux-mêmes, le « système » des leurs propres représentations. Les discours de nos enquêtés devant nous permettre de recueillir un certain nombre d'éléments sur la manière dont ils envisagent de mettre en scène la lecture depuis leurs blogs littéraires et leurs chaîne BookTube. Pour cela, nous avons réalisé nos entretiens semi-directifs avec les vingt blogueurs et/ou booktubers présentés en première partie de cette thèse.

## 2.2. Les « deux temps » des entretiens semi-directifs : questionnaires et rencontres en face à face

Après la prise de contact avec les blogueurs et/ou booktubers de notre terrain, effectuée par mail ou depuis les messageries privées de *Facebook* ou *Instagram*, la phase des entretiens s'est déroulée en deux temps.

La première phase a reposé sur l'envoi d'un questionnaire dont les thématiques portaient sur (i) le « profil sociologique » des blogueurs et/ou booktubers de notre terrain (âge, profession, études, hobbies), (ii) leurs débuts sur les blogs et/ou les chaînes *YouTube* (notamment leurs motivations initiales) (iii) leurs habitudes de consultation des blogs et/ou des chaînes *YouTube* et leur usage d'Internet, (iv) leur rapport à la lecture (enfance, école, entourage familial), (v) leurs habitudes et pratiques de lecture (papier/liseuse, rythme de lecture, achats de livres, fréquentation des bibliothèques, salons littéraires, librairies, consultation d'avis littéraires autres que les blogs et *YouTube* etc.), (vi) leur rapport à l'écriture, enfin (vii) quelques premières

questions sur leurs représentations autour de thématiques telles que la « vraie littérature », les « classiques », les « jeunes et la lecture », « Internet et la lecture ».

L'objectif de ce questionnaire étant de pouvoir brosser un premier portrait sommaire de lecteur en amont de l'entretien. Par ailleurs, les éléments de réponse apportés par les blogueurs et/ou booktubers nous ont servi, d'une part, pour introduire les entretiens en revenant sur certains des aspects évoqués dans le questionnaire et d'autre part, pour nourrir la rédaction des portraits de lecteurs présentés en première partie de cette thèse.

Aussi, il nous faut préciser que la construction de ce questionnaire - effectuée dans une optique exploratoire - mobilise des catégories qui sont le fruit de nos propres représentations sur notre terrain et plus largement, sur ce que cela supposait pour nous « d'être lecteur ». Ainsi, les thématiques ou certaines notions mobilisées dans le questionnaire sont certainement illustratives de ce que nous projetions comme idées reçues sur le fait « d'être lecteur », sur la « lecture » ou encore sur la « littérature » au moment de la construction du questionnaire. Elles étaient également déjà une manière de susciter chez le blogueur et/ou le booktuber une prise de position sur un certain nombre de sujets évoqués lors des entretiens (et non présentes dans le guide d'entretien) et l'on peut donc supposer que le questionnaire a orienté à sa manière le déroulement de ces derniers.

Les 20 entretiens qui composent notre corpus ont été menés en présentiel dans la ville de résidence des blogueurs/ou booktubers de notre terrain. Une partie des entretiens a été réalisée chez le blogueur et/ou booktuber en question (Erica, Corentin, Esther, Grégoire) quand les autres ont été menés dans des lieux publics au choix du blogueur et/ou booktuber en question<sup>68</sup> : cafés (Aline, Maud, Madeleine, Anna, Hilda, Noémie, Lise), restaurants (Léon, Fabienne), parc/lieu public (Rémy, Mathias, Martin, Olivia, Camilla, Sacha), bibliothèque (Marion).

---

<sup>68</sup> A noter que chacun des entretiens a été enregistré puis retranscrit à l'aide du logiciel *Sonal*, que le lecteur peut consulter dans l'annexe numérique.

Chacun des entretiens a été mené en suivant les thèmes qui composent notre guide d'entretien structuré de cette manière : (i) « pratiques », (ii) « mises en forme », et (iii) « liens » (cf. annexe II).

Chacune de ces grandes thématiques étant organisées en fonction de différents sous-thèmes que nous pouvons présenter ainsi : (i) la partie sur les « pratiques » s'intéressent aux discours que les blogueurs et/ou les booktubers portent sur leur(s) usage(s) des blogs, de la chaîne *YouTube* et des dits « réseaux sociaux numériques » et aux représentations sur leurs pratiques que ces discours charrient avec eux.

La (ii) partie sur les « mises en forme », davantage descriptive, s'intéresse aux choix des blogueurs et/ou des booktubers pour l'écriture de leurs articles, la réalisation de leurs vidéos, leur mise en scène et celle de leurs contenus, leurs « critères » de publication, leur rapport à la notion de « travail » ou encore la question des compétences.

Enfin, la troisième et dernière thématique (iii) porte sur les « liens » qui émergent entre les blogueurs et/ou booktubers et leurs pairs, leurs « publics », les maisons d'édition et autres acteurs du « monde du livre » tels que les libraires, les bibliothèques/médiathèques, ou encore les salons littéraires avec lesquels ils tissent des relations, et enfin les médias. Cette dernière thématique a ainsi été l'occasion de recueillir les impressions et les représentations que les blogueurs et/ou booktubers se font de leur place et de leur rôle face aux différents acteurs avec lesquels ils sont amenés à composer.

Nous précisons que ces thématiques n'ont pas toujours été abordées dans le même ordre car le guide, dans le cadre de l'entretien semi-directif, a surtout servi à garder un fil conducteur et à conserver une certaine « structure » pour les entretiens.

Par ailleurs, le guide s'est également enrichi de remarques et de réflexions qui n'apparaissent pas directement dans la grille présentée ici : chaque entretien étant investi d'une dimension exploratoire renouvelée à chaque nouvelle rencontre.

### 2.3. Prises de contact, « effet communauté » et mise en récit de soi

La prise de contact est un moment crucial qui fait partie intégrante de l'entretien puisque nous pensons qu'elle repose notamment sur la construction d'une « première impression » que le chercheur présente à son enquêté.

Dans notre cas, chaque nouvelle prise de contact nourrissait une certaine appréhension puisqu'il fallait justifier le besoin d'un entretien en présentiel plutôt que par écran interposé, et chacune d'elle était alors orientée par de nombreux « présupposés » que nous avions sur les blogueurs et/ou booktubers. Le ton, par exemple, n'était jamais trop formel – parfois même enjoué – dans l'espoir d'atténuer le caractère trop officiel de notre demande. Aussi, nous mobilisions parfois les noms des autres blogueurs et/ou booktubers rencontrés comme pour rassurer le blogueur et/ou booktubeur sur nos intentions.

Il était d'ailleurs possible de se rendre compte au moment des entretiens que certaines personnes avaient échangé entre elles à notre propos : Anna par exemple a échangé avec Fabienne ce qui l'a confortée dans sa décision de nous rencontrer. Sacha avait échangé avec Olivia à propos de nos questions sur les services de presse comme nous pensons l'avoir compris. Hilda sait que nous avons rencontré Erica ou encore Camilla. Enfin, Esther a laissé un commentaire public et positif à notre sujet, sur la page *Facebook* de Corentin lorsque ce dernier a publié une photo de nous deux, prise à la suite de notre entretien.

En effet, à la fin de l'entretien, Corentin qui semble avoir pris plaisir à jouer au jeu de l'*interview*, nous propose de prendre une photo devant sa bibliothèque. Photo qu'il publie en suivant sur sa page *Facebook*, et à la suite de laquelle nous avons reçu des « *demandes d'amis* » de personnes inconnues, relatives au cercle de Corentin.

Tout cela nous a donné la sensation d'être présente dans un « petit monde » qui se regarde de très près et se parle beaucoup. Cela a pu, dans une certaine mesure, avoir un « impact » sur le choix des réponses données par les enquêtés à nos questions ainsi que sur la manière dont l'enquêté se présentait au moment de l'entretien : son image « médiatique » devant s'accorder à celle qu'il présentait au moment des entretiens. En effet, il ne faut pas oublier que leur public se compose avant tout des autres blogueurs et/ou booktubers, nous pouvons donc formuler l'hypothèse que la cohérence entre leur « moi médiatique » et leur « moi intime » ne peut être mis en péril par la situation d'entretien.

L'ensemble de ces éléments fait aussi partie de ce que le chercheur ne maîtrise pas et qui pourtant, joue un rôle dans le discours des enquêtés ainsi que dans le déroulé plus large de l'entretien. En effet, cet « effet communauté » est par exemple apparu de manière plus évidente au moment des entretiens alors que certaines réponses données par les blogueurs et/ou booktubers à nos questions semblaient être des réponses qu'ils adressaient à d'autres blogueurs et/ou booktubers.

Autrement dit, il était possible pour nous de distinguer dans les discours, les visions qui s'accordaient de celles qui s'opposaient, les « effets de groupe » avec les liens d'amitié, les attachements d'une part et les distinctions d'autre part, et avec cela comme l'impression que le regard des autres blogueurs/booktubers motivaient certaines des prises de position dans les discours et donnaient à l'entretien la tournure d'un dialogue avec les autres blogueurs et/ou booktubers, très présents tout en étant absents.

Anna par exemple n'a eu de cesse de revenir sur les positionnements d'autres personnes face auxquels elle se distinguait ou se rapprochait, et plusieurs de ses réponses étaient des réponses formulées à la suite de discussions avec ces mêmes booktubers.

Par ailleurs, il nous faut préciser qu'au moment de la prise de contact, nous avons évoqué les grandes lignes de notre recherche sans véritablement rentrer dans le détail de celle-ci. Il est d'ailleurs possible que certains des blogueurs et/ou des booktubers rencontrés nous est davantage assimilée à une étudiante en master, plusieurs d'entre eux nous ayant confié se prêter volontiers à l'exercice de l'entretien quand il s'agissait d'aider les étudiants<sup>69</sup>. Aussi, certains d'entre eux semblaient habitués au « jeu des questions-réponses », comme Mathias, qui nous a confié ne pas être à leur premier entretien, ou d'autres qui ont déjà pu intervenir dans le cadre de salons ou d'ateliers pour parler de leurs pratiques du blog et/ou de la chaîne *YouTube*. Dans ce contexte, il nous était possible de retrouver certains de leurs discours dans d'autres contextes, par exemple lors de tables rondes organisées par le « Salon du Livre et de la Presse Jeunesse » à Montreuil, comme habitués à raconter leur « expérience » de blogueur et/ou de booktuber.

Ces similitudes d'un discours à l'autre nous ont ainsi questionnée sur le rôle que joue l'entretien en tant que relai supplémentaire dans la production de discours sur soi et sur sa pratique, tout comme le questionnaire était déjà une invitation à s'écrire en tant que lecteur. Les entretiens, en tant qu'ils sont de situations propices à la production de discours sur soi, ont donc participé à la mise en récit de soi des blogueurs et/ou des booktubers ainsi que de leurs pratiques, soulignant qu'un enjeu de la (re)présentation de soi est irréductible à tout entretien : celui de la « façade sociale » (Goffman, 1973). Aussi, cela peut expliquer que blogueurs et booktubers ne se soient pas épanchés sur certains de leurs goûts plus difficiles à exprimer en public.

---

<sup>69</sup> A ce propos, il est facile de retrouver sur le groupe privé des « booktubers » (*Facebook*), des « annonces » publiées par des étudiants (parfois des blogueurs et/ou des booktubers eux-mêmes) mettant le lien vers le questionnaire en ligne de leur travail de recherche qu'ils soumettent aux lecteurs du groupe afin qu'ils y répondent.

Finally, the interviews, all transcribed, then became the object of a thematic analysis, first individual in order to sketch a « *cognitive and affective* » (Bardin, 2013, p96) understanding of each person, which notably nourished the portraits presented in the first part of this thesis; then collective in order to identify a certain number of transversal themes on which the discourses of our respondents joined, completed or diverged or even opposed.

Organized around several themes articulated to our problem, the analysis of semi-structured interviews does not pretend to account for the « *effective* » communication practices of bloggers and booktubers, but is limited to the collection of discourses held by the actors themselves on their practices, and this even if our methodological approach is also nourished by a borrowing from ethnography as we propose to see it today.

### 3. Démarche ethnographique & observations en ligne sur *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*

#### 3.1. Un emprunt à la démarche ethnographique : présentation des objectifs de l'« observation en ligne »

Nous avons emprunté à la démarche ethnographique une partie de sa méthodologie pour observer ce qui, depuis les blogs et *YouTube* est publié mais aussi circule sur les dits « réseaux sociaux numériques » - *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* – lesquels participent pleinement pour cette raison à la dynamique d'écriture des blogs et des chaînes *YouTube*. Par le biais de cette démarche nous souhaitons pouvoir replacer dans le contexte plus large des interactions quotidiennes sur les « réseaux sociaux numériques » ce qui, par l'analyse sémiotique et les entretiens semi-directifs, semblait « couper » d'un côté les blogs et les chaînes *YouTube* des dynamiques sociales dont ils se nourrissent une fois un article ou une vidéo publiée, et isoler les enquêtés de la dynamique « discursive » plus large à laquelle ils participent depuis les « réseaux sociaux numériques ».

Comme le rappelle François Laplantine, (1996, 2015), la démarche ethnographique, inscrite dans une perspective anthropologique, constitue un mode de connaissance qui s'élabore à partir de l'observation rigoureuse des groupes humains avec lesquels nous entretenons un rapport personnel.

Courant lié aux « subaltern studies » motivé par l'étude et le témoignage des paroles oubliées comme le rappelle Sylvain Lefèvre<sup>70</sup>, la méthode ethnographique – définie ici à grands traits – repose notamment sur l'immersion du chercheur dans son terrain qui, interpellé par des

---

<sup>70</sup> Dans le cadre du séminaire « *La mouche sur le mur ? Position et rôle du chercheur dans l'enquête ethnographique* » qui s'est tenu à l'Université du Québec à Montréal (UQAM), en avril 2018.

manières de faire, de se présenter, d'habiller l'espace etc., cherche à restituer un certain nombre de logiques sociales et structurelles à partir de ses observations.

Dans les années 1990, le développement d'Internet s'accompagne d'une émergence de réflexions autour de la méthodologie ethnographique, lesquelles nous intéressent plus particulièrement pour l'appréhension de notre objet de recherche. En effet, un certain nombre de recherches qui analysent les « communautés virtuelles », s'interrogent sur les principes méthodologiques à partir desquels il est possible de les appréhender. Dans ce contexte, Robert Kozinets, professeur en marketing qui s'intéresse « *aux communautés de consommation [émergent] à travers la communication virtuelle* » (Sayarh, 2013, p231), expose en 1997 une démarche méthodologique qu'il nomme la « *netnographie* » (née de la contraction « network » et « ethnography »), directement inspirée de l'ethnographie et de ses principales étapes d'analyse que le chercheur adapte à son objet de recherche (Sayarh, 2013, p229). Comme le rappelle Vincent Berry dans son article :

*« Dans cette approche, une ethnographie du virtuel se doit, comme toute ethnographie traditionnelle, de « rendre explicite « les allant de soi » et les façons tacites dont les gens font sens de cela dans leur vie. L'ethnographe se doit d'habiter dans un monde entre deux, à la fois indigène et étranger. » (Hine, 2000, p. 5). Derrière le terme d'ethnographie du virtuel, il s'agit ainsi pour certains de parler d'observation sur la longue durée et d'insister sur la participation comme une condition sine qua non » (Berry, 2012).*

Pourtant, cette vision de l'ethnographie du virtuel a été très discutée par d'autres chercheurs qui insistent quant à eux sur ce qui la distingue d'une « ethnographie classique » puisque, d'une part, le chercheur n'observe pas son terrain *in situ* mais derrière son écran d'ordinateur - et/ou de téléphone portable dans notre cas – et d'autre part, parce que ses observations ne se

cantonnent « *qu'à ce qui est sur l'écran, qu'à ce qui est produit en ligne* » (Berry, 2012). Dans ce contexte, le chercheur observe moins des « pratiques » que des « textes » lus et écrits par les individus eux-mêmes. Au regard de ces divergences théoriques, il nous faut donc préciser quelle a été la place et le rôle des observations menées dans le cadre de notre thèse.

Tout d'abord, nos observations ne s'attachent ni à rendre compte des « pratiques » des blogueurs et/ou des booktubers ni du « fonctionnement » de la « communauté » ou encore d'une quelconque « culture de groupe ». En somme, nos observations ne prétendent pas à « *une compréhension profonde du groupe social investi* » (Sayarh, 2013, p232). En effet, dans notre cas, les observations se sont limitées à porter une attention particulière (i) aux dispositifs qui construisent l'espace signifiant des échanges (ii) ainsi qu'à ce qui est échangé entre les individus. Par ailleurs, nous n'avons pas interagi au sein de la « communauté » adoptant une posture distanciée et non participante, réduite à la lecture de publications, de commentaires ou au visionnage de vidéos et « stories » sur *Instagram*.

Ce que nous avons observé relève donc davantage (i) de notre propre expérience des dispositifs qui donnent corps à des « espaces textuels » dans lesquels (ii) les individus échangent des « significations », c'est-à-dire certains des « contenus » (pour souligner ici la dimension formelle des « publications » que nous observions) mais aussi certains discours et certaines idées à propos de leurs lectures, de leurs pratiques sur les blogs, les chaînes *YouTube* et les « réseaux sociaux numériques » ou sur des thématiques plus larges relatives à la lecture et la littérature.

Pour cela, nous avons mené des observations sur les blogs et *YouTube*, mais aussi sur lesdits « réseaux sociaux numériques », *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*. En effet, les blogueurs et/ou les booktubers de notre terrain y publient quotidiennement.

Dans ce contexte, la pratique des « réseaux sociaux numériques » participe pleinement au blog et à la chaîne *YouTube* en tant que relai de communication pour annoncer une nouvelle publication ou encore, un moyen pour échanger avec la « communauté » et partager ses avis de lecture. Pour cette raison, il ne nous paraissait pas possible de décorrélérer, comme tendaient à le faire nos analyses sémiotiques, les blogs et les chaînes *YouTube* du recours aux « réseaux sociaux numériques ». Ainsi, les deux objectifs principaux de nos observations peuvent être résumés de cette manière :

- (i) Une première phase d'observation a été investie d'une perspective exploratoire des dispositifs qui ne nous étaient pas connus, à savoir *Twitter* et *Instagram*, en plus d'une attention plus systématique portée à *YouTube* et *Facebook* que nous « pratiquons » déjà dans un contexte personnel. Au cours de cette première exploration dédiée à la création de nos profils et à la compréhension du fonctionnement général des différents dispositifs, nous avons multiplié les « abonnements » aux chaînes *BookTube* (dont celles présentes dans notre terrain) ainsi qu'aux comptes *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* de chacun des booktubers. Dans ce contexte, les observations quotidiennes menées depuis *YouTube*, *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*, devaient nous permettre d'appréhender les « logiques » des dispositifs, notamment celle des recommandations, en en faisant l'expérience. Et, bien que ces observations n'aient pas été systématisées sous la forme d'une grille, elles nous ont permis d'informer nos analyses sémiotiques - en prêtant une attention particulière aux logiques opaques de l'algorithme - ainsi que nos entretiens semi-directifs pour lesquels elles ont nourri la construction de notre guide d'entretien.

(ii) Dans un second temps, les observations menées quotidiennement devaient nous permettre de voir ce que les blogueurs et/ou les booktubers publient sur leurs blogs et leurs chaînes *YouTube* ainsi que sur les « réseaux sociaux numériques ». Pour cela, nous avons été attentive à trois points en particulier : (i) les observations devaient nous permettre de suivre l'actualité de publication des blogueurs et/ou des booktubers, et notamment ceux de notre terrain. (ii) Nous avons été attentive à la manière de mettre en forme les articles que nous lisions ou les vidéos que nous regardions (repérant des similitudes et/ou des divergences) ainsi qu'à la mise en forme des publications sur les réseaux sociaux numériques. (iii) Enfin, nous avons été sensible aux discours et/ou aux commentaires des blogueurs et/ou des booktubers, notamment ceux de notre terrain, sur des points évoqués dans notre guide d'entretien à l'instar de : la question de la « professionnalisation », de la « lecture scolaire », des « classiques » ou encore de thématiques relatives aux « genres littéraires » et aux « maisons d'édition ».

### 3.2. Présentation méthodologique de la récolte des données : « observation flottante », « observation diffuse » et « densification des données »

Notre corpus pour les observations se compose des 14 blogs et 19 chaînes *YouTube* présentées pour nos analyses sémiotiques, ainsi que les comptes *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* de chacun de nos enquêtés. Cependant, nous avons également élargi la base de ce corpus à d'autres chaînes *YouTube* ainsi que comptes *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* de manière à replacer les blogs et les chaînes *YouTube* dans le contexte plus large des échanges qui ne se réduisent pas à ces seuls vingt blogueurs et/ou booktubers.

Cependant, bien que nous ayons pris le parti d'une approche qualitative basée sur des corpus restreints (20 blogueurs et/ou booktubeurs, 14 blogs et 19 chaînes *YouTube*), il nous faut souligner que la première difficulté relative à la démarche ethnographique sur Internet est due à l'abondance de données qui, recueillies par le chercheur, peuvent rapidement le submerger.

A notre sens, l'une des étapes fondamentales de cette démarche est donc de dessiner des contours à la masse informe des données que le chercheur est susceptible de récolter afin qu'il puisse en suivant en donner une interprétation. C'est pourquoi nous souhaitons à présent expliciter la manière dont nous avons procédé pour nos observations en ligne

Nous souhaitons insister sur le fait que nos observations n'ont pas été systématisées par une grille d'observation ni par une prise de notes quotidienne dans un journal de bord ou de comptes rendus. Aussi, nous précisons que notre emprunt à la démarche ethnographique s'inscrit à la croisée entre l'« *observation flottante* » telle qu'elle a été définie par Colette Pétonnet (1982 citée in Moussaoui, 2012) et l'« *observation diffuse* », définie par Jean-Michel Chapoulie (2000). En effet, comme le rappelle Abderramane Moussaoui, l'observation flottante repose sur un terrain d'enquête suffisamment *ouvert* (2012, p36) pour que l'observateur y enquête de manière anonyme afin de « *suivre les évolutions du terrain en mobilisant toutes ses potentialités* » (Ibid.).

L'observation flottante, contrairement à « l'*observation analytique* » (Chapoulie, 2000), ne repose donc pas sur des catégories préalablement établies qui s'attachent à rendre compte de phénomènes précis mais dépend d'une démarche inductive plutôt que déductive. Dans le contexte de l'observation flottante, l'observateur, au contraire, ne focalise pas son attention sur des points précis mais la laisse « flotter » jusqu'à ce que des « *points de repère* », des « *convergences* » (Colette in Moussaoui, 2012, p36) émergent.

De cette même manière, nos observations ont été menées en partie en suivant la logique de « l'observation flottante » mais nous nous sommes également appuyée sur la méthode de l'« observation diffuse », une fois nos principaux points d'attention définis : (i) actualité des publications, (ii) mises en forme des publications, (iii) discours et commentaires autour de thématiques évoquées dans le guide d'entretien. L'observation diffuse suppose que l'observateur décrive les pratiques et les lieux à mesure de leur découverte en s'appuyant sur les « *catégories du langage ordinaire* » (Chapoulie, 2000, p6), reconnues de l'observateur comme des « observés ». Cependant, ces descriptions, traditionnellement présentées dans le « carnet de bord » de l'observateur à mesure de la découverte de son terrain, ont été dans notre cas limitées à l'archivage de captures d'écran<sup>71</sup>, effectuées régulièrement en fonction des points d'attention évoqués plus haut, puis organisées par « thématiques » et par « dossiers » pour chacun des dispositifs : (i) blogs, (ii) *YouTube*, (iii) *Facebook*, (iv) *Twitter*, (v) *Instagram*.

En ce sens, notre emprunt à la démarche ethnographique s'est donc davantage attaché à « *densifier* » les données récoltées (Latzko-Thot, Bonneau, Millette, 2017, p199) autour de notre corpus composé de 20 blogueurs et/ou booktubers ainsi que de leurs blogs et/ou de leurs chaînes *YouTube*. Par-là, l'objectif a été de recueillir un certain nombre de leurs « *traces de données*<sup>72</sup> » (Latzko-Thot, Bonneau, Millette, 2017, p199) afin de nourrir nos analyses sémiotiques ainsi que nos entretiens semi-directifs de considérations issues de notre propre investissement sur les différents dispositifs.

---

<sup>71</sup> Consultables dans l'annexe numérique.

<sup>72</sup> Parmi ces « traces », les chercheurs incluent les contenus générés par les individus tels que les « posts » Facebook, les « tweets », les « snaps » etc. Dans ce contexte, les traces sont ainsi définies : « *In this case, the content production (writing a tweet, posting a picture) is the activity, and the content itself is a trace of this activity, along with related metadata (e.g. author, timestamp, etc.). Therefore, digital traces comprise all user-related data that can be available on social media platforms* » (Latzko-Thot, Bonneau, Millette, 2017, p199).

En effet, il nous faut préciser que ces « traces » produites par « l'activité » des individus ne nous permettent pas d'avoir accès au sens qu'elles revêtent pour les blogueurs et/ou booktubers de notre terrain car, recueillies de cette manière et non confrontées par le biais d'entretiens par exemple, ces données sont totalement détachées de leur contexte de publication et des acteurs qui les produisent. Il n'est pas question non plus de considérer la récolte de ces « traces » comme une manière de pouvoir accéder aux « vraies » pratiques des blogueurs et/ou des booktubers comme Guillaume Latzko-Thot, Claudine Bonneau et Mélanie Millette le suggèrent dans leur réflexion.

Dans notre cas, ces données ne prennent sens que dans l'interprétation que nous proposons d'en faire au regard de nos analyses sémiotiques et de nos entretiens semi-directifs, et viennent pour cette raison enrichir et/ou illustrer certains des enjeux soulevés par le biais de ces différentes méthodologies. C'est en ce sens que la démarche ethnographique telle que nous l'avons mise en place participe à la « densification des données » de notre terrain. Car, la récolte de ces « traces » participe finalement à l'exhaustivité des descriptions menées par ailleurs dans le cadre des analyses sémiotiques et des entretiens semi-directifs.

Une récolte qui par ailleurs questionne le statut même de « l'observation » qui se résume dans ces conditions à l'observation de la construction d'artefacts à partir desquels le chercheur interprète les données de son terrain. Une dimension « artefactuelle » d'autant plus forte que toute observation qui est menée par le chercheur sur les blogs et *YouTube*, mais aussi *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*, ne peut se départir du regard que fabrique pour lui les blogs et *YouTube* (ainsi que *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*).

En effet, il est toujours affaire de « regard médiatisé » par des dispositifs d'écriture qui participent pleinement à la construction de ce qui est visible à l'écran et, de ce qui ne l'est pas à l'écran.

Dès lors, il est possible que nous ayons regardé des « contenus similaires », que les contenus de certains blogueurs et/ou booktubers soient davantage ressortis au moment de nos observations, et ainsi, nous ne sommes pas à l'abri d'avoir nous-mêmes participé à restituer, sans que nous puissions en connaître la mesure, une part de ce qui fait le « visible » et « l'invisible » sur les blogs et les chaînes *YouTube*.

### 3.3. Synthèse

Empruntant des éléments méthodologiques à la technique de l'analyse sémiotique des écrits d'écran d'une part, et des sites web d'autre part, notre approche socio-sémiotique repose également sur la réalisation d'entretiens semi-directifs issus de la méthodologie sociologique, et se nourrit d'un emprunt à la démarche ethnographique par le biais « d'observations » menées sur les « réseaux sociaux numériques ».

L'objectif de cette méthodologie composite est d'articuler à (i) l'analyse des logiques informatiques des dispositifs d'écriture ainsi que des ressources offertes à la symbolisation sur les blogs et les chaînes *YouTube*, (ii) celle des « pratiques de communication » des blogueurs littéraires et des booktubers. En effet, il faut souligner sur ce dernier point que notre approche méthodologique ne prétend pas analyser les pratiques de communication « effectives » des acteurs mais s'est employée à recueillir, comme nous l'avons vu, les discours que ces derniers formulent au sujet de leurs pratiques.

Dans ce contexte, les deux chapitres qui suivent s'attachent à rendre compte d'une compréhension des « cadres de l'écriture » au regard du contexte plus large de leur « fabrication ». En effet, le développement des blogs et des chaînes *YouTube* accompagne la structuration d'une « industrie du Web » qui cherche à tirer une plus-value des « activités des internautes » (Cardon, Casilli, 2015), alors placés au cœur des médias informatisés qu'elle développe sous le vocable du « Web 2.0 ».

La compréhension des enjeux économiques, développés dans le chapitre 3, permet ainsi de souligner la double injonction à laquelle les blogs et les chaînes *YouTube* sont soumis. Une injonction à la visibilité d'une part, qui répond au souci de maintenir une audience dont « l'attention » (Citton, 2014) est valorisable auprès des « partenaires économiques » (les publicitaires, les industries culturelles). Une injonction à la mise en scène de soi d'autre part, qui cherche à soutenir l'activité productive des blogueurs et des booktubers. Deux injonctions qui, chacune à leur manière, permettent également de rendre compte d'un certain nombre d'enjeux symboliques relatifs aux « *imaginaires techniques* » (Flichy, 2001) que charrient les dispositifs d'écriture qui délimitent « l'espace signifiant » à partir duquel les blogueurs littéraires et les booktubers mettent en scène la lecture.

## Chapitre 3 - Des « dispositifs attentionnels » : l'« injonction à la visibilité » sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube

### 1. Des lieux de l'« écriture industrialisée »

#### 1.1. « Industries scripturaires » et « capitalisme médiatique » selon Yves Jeanneret

Au début des années 2000, les blogs connaissent un développement exponentiel (Augey, 2006) soutenu par la multiplication de « dispositifs de publication<sup>73</sup> » (Jeanne-Perrier, 2006) qui accompagne la construction d'une industrie du Web dont les enjeux financiers participent à les façonner. En effet, selon Laurence Allard, le Web est marqué par une « *stratégie user turn* » (Allard, 2009, p6) alors que l'industrie informatique rencontre « *la nécessité face à un marché de masse saturé de produits standards de développer une offre personnalisable pour les consommateurs* » (Ibid., p5). A partir de ce moment, l'économie du Web opte pour un « *tournant de l'utilisateur* » (Ibid.) en misant notamment sur une logique du « *bottom up* » (Ibid.) telle qu'elle a été aussi décrite par Christophe Aguiton et Dominique Cardon (2008).

Comme nous l'avons évoqué dans la partie I, le modèle de l'innovation technologique repose sur une « *stratégie de mise en marché [s'appuyant] sur la poïétique des usagers, leur créativité* » (Allard, 2009). En effet, pour se développer, ce « *modèle de coopération* » (Aguiton, Cardon, 2008, p81) a besoin de « *la participation massive d'utilisateurs* » (Ibid.) qui vont « créer » les « contenus », et dans le même temps produire des données qui seront exploitées.

---

<sup>73</sup> La chercheuse privilégie ce terme à celui de « dispositif d'autopublication » pour rendre compte du « partage » des pouvoirs de l'écriture entre un « éditeur externe », le CMS, et un « éditeur interne », l'utilisateur.

Ambivalence que résume à lui seul le principe de « *l’user-generated content* » (UGC), tel qu’il est présenté par Thomas Stenger et Alexandre Coutant (2011), au fondement de ce qui par la suite a été qualifié de « *Web 2.0* » et de « *médias sociaux* » afin de promouvoir un Web « *socialisant* » et « *participatif* » tout en masquant la question de l’exploitation des données (Ibid.) :

« *Plus précisément, la caractéristique commune de ces sites web est de bâtir un modèle économique autour de contenus et parfois même d’outils essentiellement produits par les internautes. L’intérêt économique est évident pour les plateformes* » (2011, p11).

Dans ce contexte, les blogs et *YouTube* sont des dispositifs d’écriture qui s’inscrivent dans un contexte d’industrialisation des formes de communication de la culture telle qu’Yves Jeanneret (2014) l’a développé à travers la notion de « *capitalisme médiatique* » que nous proposons de présenter ici.

Le « *capitalisme médiatique* » repose sur les dispositifs d’écriture qui conditionnent le processus de la communication et cherchent à stimuler – voire capturer- les pratiques de communication des individus. Pour autant, Jeanneret considère que l’industrialisation ne se réduit pas à la seule imposition puisque subsiste toujours un « *jeu qui s’établit entre dispositif médiatique et pratique* » (Ibid.). Dans ce contexte, les individus peuvent « *développer leur propre espace de pratique et de sens* » (Ibid.) auquel le capitalisme médiatique sait cependant s’adapter, de la même manière que dans la pensée de Morin, le système industriel capitaliste sait s’adapter voire se nourrit du besoin d’invention et d’individualisation au cœur de la production d’une « *culture industrielle* » (Morin, 1962, p37).

La créativité des pratiques est donc au cœur de ce processus et oblige dans le même temps, les industries à épouser en permanence le mouvement de leur évolution.

C'est cela l'ajustement créatif, et c'est pour cette raison que Jeanneret parle aussi « *d'une industrie entièrement fondée sur l'exploitation tactique des usages* » (Ibid., p644). C'est sur cette « contradiction dynamique » que reposent donc la définition et la force même du « capitalisme médiatique » dont l'objectif est « *de parvenir à optimiser, jusqu'à un certain point, l'instrumentation, l'anticipation et la standardisation des formes de la culture, tout en laissant libre cours à la différenciation radicale des conduites* » (Ibid., p586).

Le capitalisme médiatique repose ainsi sur la mise à l'écriture d'une gamme de plus en plus étendue des pratiques culturelles qui participe à légitimer l'utilité – si ce n'est la nécessité – de ces dispositifs qui instrumentent les pratiques « ordinaires » des individus. Dans ce contexte, cette « industrie scripturaire » repose sur l'implication des « acteurs ordinaires » auxquels elle délègue le « travail » de production de « contenus ». Un travail qui n'est jamais présenté comme tel comme l'ont étudié Antonio Casilli et Dominique Cardon (2015) à propos du « *digital labor* », et à partir duquel elle tire pourtant une plus-value<sup>74</sup> tandis qu'elle-même se charge moins de produire des œuvres que de contrôler les moyens de la production et de la distribution<sup>75</sup> :

*« Il s'agit d'attirer les pratiques par la réquisition, de faire en sorte que les sujets s'estiment obligés de passer par les outils que proposent ces firmes pour exister socialement et communiquer, et de maximiser sous toutes leurs formes les*

---

<sup>74</sup> En fonction de toute une gamme de modèles économiques propre à chaque média informatisé.

<sup>75</sup> Contrôle de la distribution que le chercheur Nikos Smyrniotis (2017) développe notamment en revenant sur la concentration « horizontale » et « verticale » de l'oligopole constitué par les GAFAM. La concentration verticale (2017, p76 -82) concernant le positionnement stratégique des GAFAM à différents niveaux de la chaîne de production (au niveau des systèmes d'exploitation, des équipements informatiques grands public, des réseaux de télécommunications et des data center) ; la concentration horizontale concernant « *la réunion sous un même pouvoir de décision de sociétés qui produisent des biens ou des services substituables, c'est-à-dire assurant une fonction comparable pour l'utilisateur final* ». Cela se joue par exemple au niveau des « services de communication et de réseautage », de « l'accès à l'information et aux contenus en ligne » et du « téléchargement payant » (Ibid., p82 -84).

*échanges qui peuvent enrichir ces lieux de fixation des pratiques sociales* » (Ibid., p643).

En ce sens, ce que Jeanneret appelle aussi l'« industrie de la médiatisation » se présente comme l'industrie « *des* » acteurs ordinaires, réalisée « *par* » les acteurs ordinaires, « *pour* » les acteurs ordinaires pour reprendre les termes Abraham Lincoln<sup>76</sup> dont il nous semble que le capitalisme médiatique cherche à revêtir l'idéal démocratique. En outre, cette référence a comme intérêt de souligner que le capitalisme médiatique est aussi largement influencé par le modèle « américain » puisque *Wordpress*, *Blogger* ou encore *YouTube* ont été créés par des entreprises américaines. Il est donc question aujourd'hui – comme le relève Nikos Smyrnaioi - d'une domination des industries culturelles américaines (2017, p63) qui se sont construites en oligopoles (Ibid.). Dans ce contexte, les dispositifs d'écriture tels que les blogs et *YouTube* constituent des cadres *industrialisés* de l'écriture des individus, soumis aux impératifs économiques auxquels doivent répondre les acteurs comme ce chapitre propose de le voir.

### 1.2. La fabrique de dispositifs « prêts à l'emploi » : le cas de *Blogger*, *Wordpress*, *Wix* et *Weebly*

Parmi les dispositifs de publication, *Blogger* domine largement dans notre terrain ainsi que *Wordpress* suivi par *Wix* et *Weebly*, bien que – pour reprendre les termes de Valérie Jeanne-Perrier (2005, p72) – ces trois derniers n'aient pas pour vocation générique de se cantonner à la seule création de blogs mais permettent la création de sites internet ou de boutiques en ligne.

L'intérêt de ces dispositifs est que l'utilisateur n'a plus besoin de passer par le code informatique « html » pour éditer ses articles puisqu'il est désormais assigné à remplir les champs qui lui sont imposés, sur le modèle du « formulaire » (Ibid., p76).

---

<sup>76</sup> En référence au discours de Gettysburg prononcé le 19 novembre 1863 lors de la guerre de Sécession qui opposait l'Union et la Confédération.

Comme le précise la chercheuse, l'écrit est dans ce contexte « *soumis à l'injonction de la forme* » et ajoute une nouvelle tâche à l'écriture qui consiste à « *inscrire une trace* » dans les champs laissés vides à cet effet (Jeanne-Perrier, 2005, p73).

*Blogger*, *WordPress*, *Wix* et *Weebly* fonctionnent donc sur le modèle des « *systèmes de gestion de contenus* » (SGC), aussi appelés CMS pour *content management system*, que les discours promotionnels des concepteurs présentent comme des « *solutions techniques* » (Ibid., p71) puisqu'il s'agit d'outils d'écriture « prêts à l'emploi » proposant des modèles de mise en forme standardisée des contenus afin de leur donner un aspect « quasi-professionnel » (Ibid.) et ainsi, « faciliter<sup>77</sup> » la publication en ligne.

*Blogger* a été développé en 1999 par la société *Pyra Labs* et est, à ses débuts, totalement gratuit. Sans modèle économique suffisamment robuste, c'est Dan Bricklin qui flaire le potentiel de la technologie élaborée par Evans William, notamment pour son système de gestion de contenus qui permet de rendre facilement appropriable le dispositif de publication<sup>78</sup> à une plus large audience, et propose de lui racheter. A ce moment-là, une version « premium » destinée aux professionnels est créée par *Blogger* en plus de sa version « grand public » que l'on reconnaît à la mention « *blogspot.com* » accolée au nom du blog.

Cependant, la version premium est rapidement abandonnée par *Google* qui rachète en 2003 la société *Pyra Labs*, ainsi que *Blogger*. Le rachat de *Blogger* par *Google* – qui a ainsi la main mise sur les techniques de production et de diffusion – va alors modifier en profondeur le modèle économique du dispositif qui reposait jusque-là sur le paiement d'abonnements pour sa version « premium » (Rosenberg, 2009, p127).

---

<sup>77</sup> Il est toujours affaire de compétences, ce que la notion de « digital literacy » souligne à titre d'exemple.

<sup>78</sup> Dont il vante les mérites en ces termes sur son site personnel : « *Blogger is a phenomenal tool that enables the passionate self-expression that has always been a part of our society (...) The web logging phenomenon reminds me of the pamphleteers who helped shape the American Revolution by engaging in passionate, public debate through their writings. As an avid web logger myself (www.danbricklin.com/log), I am a devout believer in the power of blogging for self-expression and as a way to communicate with other people* ».

En effet, la même année *Google* développe *AdSense* qui lui permet d'engranger de l'argent grâce aux « *recettes publicitaires liées à la vente d'espace sur les blogs hébergés sur la plateforme* » (Augey, 2006).

Dans cette logique, le blogueur peut, s'il le souhaite, fournir un espace publicitaire aux annonceurs par le biais de son blog, et perçoit par l'intermédiaire de *Google* un paiement en fonction du nombre de clics. Les blogs dans ce contexte deviennent des « *dispositifs industriels* » (Gomez-Mejia, 2016) dont l'intérêt du modèle économique est de permettre la mise en place de publicités contextuelles (Smyrniotis, 2017, p107) pour des annonceurs qui deviendront, au fil du temps, de plus en plus nombreux.

En plus de la construction d'un modèle économique reposant sur la publicité, *Google* fait en sorte que tous les blogs associés à un compte *Google*, désormais obligatoire pour pouvoir créer un blog sur *Blogger*, soient transférés sur ses propres serveurs, ce qui a pu constituer un atout indéniable pour *Google* qui intègre *Blogger* à l'ensemble de ses autres produits et s'est ainsi constitué une base riche de données « valorisables ». Sans prétendre à l'exhaustivité au regard de la multitude de changements apportés suite au rachat de *Blogger*, il nous faut ajouter que *Google* a fait traduire les éléments textuels de son interface en une cinquantaine de langues de manière à pouvoir exporter sa technologie à plus grande échelle ; des fonctionnalités additionnelles, aussi appelées des « gadgets » ou « widgets », ont été développées à mesure du temps afin que l'utilisateur puisse les ajouter sur son blog, et il est également devenu possible de gérer le blog depuis son téléphone portable. Depuis son rachat, *Google* a donc cherché à rendre *Blogger* le plus « accessible » possible et ainsi, le plus rentable possible.

Sur le marché du blogging, *Wordpress* a été quant à lui créé en 2003 par la société américaine *Automattic*, spécialisée dans l'édition de logiciels informatiques. A sa tête, l'informaticien Matthew Mullenweg développe son système de gestion de contenu, gratuit et libre, pour la publication de blogs et de sites internet qu'il décline de deux manières : d'une part, sur

Wordpress.com et d'autre part, sur Wordpress.org. Comme pour *Blogger*, le site Wordpress.com fait office de dispositif de publication pour les internautes ainsi que de plateforme d'hébergement pour les blogs et les sites web. Son objectif est de rendre la publication la plus « simple » possible pour ses utilisateurs qui doivent pouvoir éditer leurs contenus depuis le « tableau de bord » (sur lequel nous reviendrons). Sur Wordpress.com, tout le contenu publié par le blogueur est stocké sur une base de données appelée *MySQL* et tous les aspects techniques (sécurité, sauvegarde, mise à jour etc.) sont gérés par les développeurs du dispositif de publication, ce qui dans le même temps est une manière de concentrer l'attention de l'utilisateur sur la seule « création » de « contenus ».

Du point de vue de son modèle économique, *Wordpress* repose aussi sur la publicité mais bride également son offre gratuite en proposant des fonctionnalités additionnelles payantes qui lui permettent de se rémunérer sous la forme d'abonnements. Sur le site Wordpress.org, il est possible de télécharger la version open source de *Wordpress* que l'utilisateur installe directement sur son ordinateur. Il lui reste alors à payer son nom de domaine ainsi que les frais d'hébergement de son blog ou de son site web. Des éditeurs, parmi lesquels *Wordpress*, développe alors tout une gamme de produits comme des thèmes (templates) et des extensions (plugs in) payants pour les utilisateurs qui souhaitent personnaliser leurs blogs et leurs sites web, ou encore des services payants, tels que l'hébergement (ex, *Bluehost* appartient à *Wordpress*), la sauvegarde de blogs et de sites web, le consulting et les conseils, qui lui permettent aussi de générer de l'argent.

Parmi les concurrents directs de *Wordpress*, *Wix* est l'un des systèmes de gestion de contenus qui ressort également de notre terrain de thèse. Fondée en Israël en 2006 par Avishai Abrahami, Nadav Abrahami et Giora Kaplan, *Wix* est un dispositif de publication de sites web mais n'est pas, contrairement à *Wordpress*, un logiciel « open source ».

Son code n'est donc pas libre d'accès, ce qui ne permet pas aux utilisateurs de pouvoir télécharger des extensions et des thèmes développés par d'autres éditeurs. Le système est donc bridé de telle manière que l'utilisateur ne peut avoir recours qu'aux fonctionnalités éditées par les développeurs de *Wix*.

En plus de cela, *Wix* est également une plateforme d'hébergement qui propose des « designs préfabriqués » - les « templates » - aux utilisateurs, sans aucune maîtrise des langages informatiques, qui peuvent les personnaliser sur le modèle du « drag and drop<sup>79</sup> » (en français, « glisser-déposer »). *Wix* s'est également engagé, comme *Blogger* et *Wordpress*, à faire traduire ses interfaces en plusieurs langues pour exporter sa technologie dans plusieurs pays et faire fructifier son économie. En effet, tout comme pour *Wordpress*, la version gratuite de *Wix* suppose que des publicités soient diffusées pour alimenter son modèle économique qui repose par ailleurs sur des formules payantes, avec des fonctionnalités additionnelles - notamment l'achat du nom de domaine ou les fonctionnalités qui permettent d'optimiser le référencement du blog dans les moteurs de recherche - qui lui permettent de générer des revenus sous la forme d'abonnements.

Enfin *Weebly*, créé en 2006, par David Rusenko, Chris Fanini et Dan Veltri alors étudiants, est aussi un logiciel de publication de blogs et de sites web (et aussi d'applications mobiles aujourd'hui) ainsi qu'une plateforme d'hébergement dont le siège se situe aujourd'hui dans la Silicon Valley. Tout comme ses concurrents, le modèle économique de *Weebly* repose sur l'exportation de sa technologie dans différents pays pour toucher la plus vaste clientèle possible, ainsi que sur la tarification de certaines fonctionnalités additionnelles (on retrouve ici toujours la possibilité d'acheter le nom de domaine) qui lui permettent de générer des revenus sur la base

---

<sup>79</sup> L'intérêt de cet outil est que l'utilisateur peut glisser (redimensionner et personnaliser) les éléments (du texte, des images, des liens etc.) de son choix vers des « conteneurs » - grâce au développement du langage informatique html5 - afin d'organiser son blog ou son site web qui n'appartient pas à l'utilisateur.

d'abonnements. Comme *Wordpress*, *Weebly* diversifie également sa gamme de produits sur la base de « services de référencement », de « solutions » pour le paiement des boutiques en ligne, de conseils en marketing ou encore en communication digitale.

Le point de convergence de ces différents dispositifs de publication est donc qu'ils reposent sur des procédures d'automatisation des formes de l'écriture en proposant des modèles - qui se fondent eux-mêmes sur des « scripts » c'est-à-dire des programmes codés par des développeurs à partir de différents langages informatiques - personnalisables par les utilisateurs. Ainsi, les CMS sont avant tout le fruit d'une coopération entre les éditeurs de CMS (éditeur externe) et ses « scripteurs » (éditeur interne) (Jeanne-Perrier, 2005), lesquels sont amenés à occuper « *des rôles revisités de la chaîne de publication (notamment auteur, producteur, animateur, éditeur...)* s'articulant à des degrés divers en fonction de l'utilisation finale pensée par les concepteurs du CMS » (Ibid., p72).

En ce sens, les CMS se rapprochent de ce qu'Yves Jeanneret qualifie aussi de « *machines à texte* » puisqu'ils participent à l'organisation et à la structuration des écrits en automatisant des processus sur lesquels différents acteurs avaient prise par ailleurs. C'est l'idée qu'évoque aussi Dominique Cardon (2015) dans son travail sur les algorithmes qu'il rapproche d'un « *guidage automatique* » (Ibid., p106) orientant les individus sans pour autant les contraindre (Ibid., p100).

Cette automatisation se traduit notamment par la délégation de certaines compétences (Stiegler, 2014) – relatives à la production, la mise en ordre ou encore la circulation des textes - à ce qu'Yves Jeanneret appelle « *l'ingénierie du texte* » pour rendre compte de la volonté « formaliste » portée par les acteurs industriels qui cherchent à optimiser techniquement et économiquement les procédures mêmes de l'écriture des textes (Jeanneret, 2011, p182). Du point de vue des concepteurs, un certain nombre d'enjeux vont ainsi se formaliser au niveau de ces dispositifs.

Par exemple, en raison de leur modèle économique qui repose sur la publicité, les concepteurs ont tout intérêt à mesurer le trafic des blogs – qu’ils souhaitent le plus important possible - et à engager ainsi le blogueur à générer du trafic sur son blog ou encore à fidéliser son public.

Des enjeux que l’on retrouve également sur *YouTube* dont le modèle économique repose aussi de manière centrale sur la publicité.

### 1.3. La constitution de *YouTube* en « industrie médiatisante »

Une première version de *YouTube* est lancée en mai 2005, et une première vidéo présente Jawed Karim commentant sa visite au zoo. Aussi anodine qu’elle puisse paraître, cette vidéo souligne à notre sens l’intérêt que portent les concepteurs de *YouTube* au partage de nos expériences quotidiennes qu’ils se proposent de « médiatiser » :

*« (...) this is now giving people a new opportunity to be seen and that’s what we see ourselves as as doing is you’re creating a stage for everyone to participate on »*

(Chad Hurley, 2016, dans le cadre d’une interview avec *Whoinventedme.net*).

En effet, *YouTube* se présente comme un « agrégateur de contenus ». Il met ainsi en avant son rôle qui est de fournir la technique de diffusion, comme le souligne le slogan « *broadcast yourself* », et dans une certaine mesure de production puisqu’il se propose par exemple d’appareiller les vidéos « live » (« en direct ») et fournit également depuis le « studio du créateur<sup>80</sup> » un logiciel de montage ou encore, une banque de données d’images et de son.

---

<sup>80</sup> Pour désigner ici l’interface à partir de laquelle le booktubeur accède à un ensemble de paramètres et de champs à partir desquels il lui est possible de « gérer » et « configurer » sa chaîne *YouTube* comme nous le verrons en suivant.

Dans ce contexte, *YouTube* se présente comme une sorte de « coquille vide » que les amateurs remplissent avec leurs vidéos, participant par ce biais à la construction idéale d'une « télévision communautaire » que dénote aussi l'expression « You-Tube ». Pour cette raison, *YouTube* est d'ailleurs décrit par Muriel Plana et Thibault Christophe (2013) comme une « *machine palimpseste à communiquer très complexe* » pour rendre compte de la diversité des acteurs qui ouvrent des chaînes, de la diversité de leurs intentions et, par extension, de la diversité des usages qui peuvent être fait de *YouTube*.

A la suite du lancement de *YouTube*, *Google* tente d'abord de le concurrencer en créant sa propre technologie de diffusion de vidéos mais, face au peu de succès qu'il rencontre, finit par racheter *YouTube* en 2006 (Silva, 2012, p68), l'année où *YouTube* sera désigné « personne de l'année » par le *Time*. A partir de 2010, *YouTube* connaît alors une hausse considérable de son trafic générant par exemple pas moins de deux milliards de vues par jours (Silva, 2012, p69). Une hausse soutenue par le développement technique de la plateforme (avec par exemple la possibilité de publier de vidéos depuis le téléphone portable) permis notamment par la construction de son modèle économique tel que Patricia Silva le présente dans sa thèse et que nous proposons de rendre compte ici.

Un modèle qui repose principalement sur la transformation de l'audience en ressource de monétisation (Silva, 2012, p72) par le biais de la publicité. Pour cela, divers formats publicitaires sont ainsi envisagés à l'instar des « pre-roll videos » qui consistent à afficher le message publicitaire avant la visualisation d'une vidéo de contenu, pendant quelques secondes généralement. *YouTube* a également mis en place un abonnement – d'abord *YouTube Red*, aujourd'hui *YouTube Premium* – payant au mois qui garantit au spectateur le visionnage de vidéos sans publicité, ou lui propose de voir des contenus originaux ainsi que d'écouter de la musique en streaming, ainsi qu'un « service » (une chaîne) de vidéo « musique » *Vevo* qui diffuse des clips musicaux et illustre les accords de marché engagés auprès des industries

culturelles avec lesquels *YouTube* partage les bénéfices générés par la valorisation des audiences.

En plus de cela, *YouTube* a permis la création de « brand accounts » - ou « chaînes de marque » - qui permettent de donner aux marques un espace particulier de diffusion et de visibilité (qui peut être optimisée en tant que « compte de marque ») dissocié des chaînes « personnelles », afin de répondre à leurs différentes stratégies webmarketing. *YouTube* a également resserré ses liens avec les industries culturelles avec le développement en 2007 de l'outil « content ID » qui permet aux auteurs des contenus publiés d'identifier et gérer la diffusion de leurs créations.

Aussi, cet outil a permis d'optimiser les démarches marketing puisqu'associé à la fonctionnalité « Analytics », il permet de récolter un certain nombre de statistiques sur le visionnage des vidéos et ainsi sur les audiences potentiellement intéressées par ces créations. Enfin, avec l'application de la « Creative Commons », les auteurs peuvent autoriser que leurs contenus soient repartagés, remixés, réutilisés permettant ainsi, comme le souligne Patricia Silva, aux youtubeurs qui le souhaitent et de les réutiliser dans leurs propres vidéos.

A mesure du temps, *YouTube* a donc adapté le discours de sa plateforme aux intérêts divers et multiples des « audiences » qui le composent, et notamment des industries culturelles, des entreprises ou encore des marques. Cela souligne la tension dans laquelle *YouTube*, mais aussi plus largement les médias informatisés se trouvent pris. Une tension sur laquelle Gustavo Gomez-Mejia (2016) revient dans le cadre de sa réflexion sur les représentations de soi aux prises avec les « dispositifs du web » tels que *Myspace*, *Facebook*, ou encore *YouTube*. En effet, le chercheur y détaille par la description sémiotique « *l'ambiguïté grand intertexte des réseaux* » (2016, p90) que constitue Internet, caractérisé par la double face des éléments de son discours.

Le chercheur souligne ainsi l'intrication étroite du discours des acteurs industriels (« industries médiatisantes » et « industries médiatisées » pour reprendre la distinction opérée par Yves Jeanneret (2014)) avec celui du « *commun des internautes* », que les dispositifs du web positionnent en tant qu'auteur, pair mais aussi de client<sup>81</sup> (Gomez-Mejia, 2016, p110). Dans ce contexte, différents acteurs se saisissent des mêmes signes qui composent l'intertexte des réseaux, lequel répond alors aux « *intérêts croisés* » et au « *rapprochement d'écriture aux rôles divers* » (Ibid., p107).

En outre, la centralité du modèle publicitaire sur internet induit un certain nombre d'impératifs – tels que celui de la productivité, de l'instantanéité, de l'exhaustivité (Smyrniotis, 2017, p117) – et inscrit les pratiques d'écriture des internautes dans les finalités économiques des différents dispositifs industriels façonnés par « *l'hégémonie idéologique et politique du néolibéralisme* » (Ibid., p122). Un des autres impératifs est celui de la concurrence pour « l'audience », ou plutôt pour son « attention » (Citton, 2014), comme on le retrouve sur les blogs et sur les chaînes *YouTube*. En effet, alors que les « biens culturels » nous sont donnés « gratuitement »<sup>82</sup>, les dispositifs industriels usent de l'attention comme monnaie d'échange pour les publicitaires. Car, désormais « *ce qui est grand n'est plus ce qui est vendu mais ce qui est connu* » (Ibid.). Ce qui compte sur internet est donc ce qu'Yves Citton a appelé le « *coût attentionnel* » (Citton, 2014), de plus en plus cher aujourd'hui car il est aussi de plus en plus rare en raison de la vampirisation du temps de notre attention<sup>83</sup> que renforce un phénomène d'accélération<sup>84</sup> (Rosa, 2017) de la société, lui aussi au cœur de la logique économique capitaliste.

---

<sup>81</sup> Ce que le chercheur résume avec la notion de « *sujet-client* » (Gomez-Mejia, 2016, p110).

<sup>82</sup> Cela sans prendre en compte que pour y avoir accès, il est nécessaire d'être en possession du matériel qui lui est payant.

<sup>83</sup> Merci aux chercheurs de l'Atelier Grecom, notamment Muriel Lefebvre, Pierre Molinier et Amanda Rueda, de nous avoir initiés à la réflexion d'Yves Citton lors de rencontres mensuelles à partir desquelles il m'est possible aujourd'hui de mobiliser cette notion dans le cadre de la thèse.

<sup>84</sup> Merci à Guillaume Carbou pour son exposé de la pensée d'Hartmut Rosa dans le cadre de l'Atelier Grecom du 17 novembre 2017 qui me permet de mobiliser cette notion.

## 2. Des dispositifs de valorisation de « l'attention » selon Yves Citton

### 2.1. L'importance du « regard » du spectateur : ébauche d'une injonction à la visibilité sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube

Dans sa *Théorie de l'écran* (2004), Raphaël Lellouche souligne que « *la généralisation de la présence des écrans dans notre vie quotidienne reflète le fait massif que l'expérience de l'homme contemporain – et son expérience visuelle en particulier - s'éprouve de plus en plus par le truchement d'un appareillage technique* » (2004, p6). Cette notion « d'expérience visuelle appareillée » (Lellouche, 2004) nous intéresse plus particulièrement puisqu'elle nous permet de comprendre que dans le cadre des observations, le chercheur observe son terrain au regard de sa propre expérience d'« usager ». Une expérience à partir de laquelle il est possible de présenter quelques premiers éléments d'analyse qui relèvent plus largement d'une injonction à la visibilité sur laquelle repose les dispositifs d'écriture.

Alors que nous « scrollons » le « fil d'actualité » de *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* depuis notre *Smartphone*, force est de constater que les gestes – *scroll*, balayage ou encore tapotement - accompagnent le regard de notre lecture.

Ce dernier est à la fois guidé, il est vrai, par le cadre des observations qui « oriente » sa focalisation sur certains éléments, mais nous pensons que se joue au niveau de ce regard autre chose que le seul cadre de la méthodologie d'enquête. En effet, sur *YouTube*, un système de « barre de progression » des vidéos permet par exemple de savoir à quel moment le spectateur a interrompu le visionnage d'une vidéo. En cliquant de nouveau sur la vidéo, cette dernière reprend au moment où le spectateur s'était arrêté.

Tout l'intérêt *YouTube* n'est donc pas seulement de capter le regard du spectateur comme nous le verrons en suivant, mais également de le pérenniser et de les maintenir le plus longtemps possible sur sa plateforme.

Une pérennisation facilitée par les scénarios de la pratique (Souchier, 2012, p93) permis par « *l'ingénierie logicielle* » (Ibid.) du *Smartphone*. En effet, il est beaucoup plus simple depuis le téléphone portable de consulter les vidéos et les réseaux sociaux numériques – même si cela est, en revanche, plus difficile pour les blogs. Le plus souvent sur soi ou près de soi, rarement éteint, consultable quotidiennement et rapidement, les procédures à suivre depuis le téléphone portable facilitent le regard qui peut, en tout temps et en tout lieu, se déporter sur l'écran. En ce sens, le corps qui n'occupe pas une place centrale dans notre réflexion, constitue pourtant au moment des observations un vecteur important de la « *prise attentionnelle* » telle que Caroline Datchary l'a décrit à propos de la dispersion au travail<sup>85</sup>.

Une prise attentionnelle qui est également soutenue par certaines des fonctionnalités des dispositifs d'écriture. L'exemple des notifications, sémiotisées sur *Facebook* par une cloche ou, dans tous les autres cas, indiquées par la couleur rouge, alertent l'utilisateur d'une nouvelle publication, d'une nouvelle photo publiée, d'un nouveau commentaire, d'une nouvelle story à regarder. Car, c'est là que réside la promesse que soutient la notion même « d'actualité » – que l'on retrouve dans le « fil d'actualité » - qui peut laisser penser à l'utilisateur qu'il y a toujours quelque chose de nouveau qui a été dit voire est en train de se dire, toujours quelque chose de nouveau à regarder ou à lire.

---

<sup>85</sup> Evoqué dans le cadre de son intervention, *Le travail au prisme de l'écologie attentionnelle, lors de la journée d'étude « L'attention : un enjeu social, culturel et économique »* qui s'est tenue à l'Université Toulouse Jean Jaurès le 09 juin 2016.

Les notions de maintien et de pérennisation soulignent donc que les différents dispositifs d'écriture jouent avec le « temps ». Sur *YouTube*, la « lecture automatique » par exemple, configurée par défaut, entraîne (techniquement mais pas nécessairement) un visionnage en cascade de vidéos. Sur les réseaux sociaux numériques, des temps courts et fractionnés qui ponctuent la journée semble davantage privilégiés : sur *Facebook*, *Twitter* et *Instagram*, nous déroulons le fil d'actualité, rédigeons quelques commentaires, quelques tweets ou nous contentons – pour être plus toujours plus rapide – de « liker » certains contenus, voire d'y « réagir » (ex, le *like*).

Aussi, contrairement aux blogs, notre regard paraît plus volatile sur *YouTube* et sur les réseaux sociaux numériques puisqu'il est très sollicité, tendu par exemple sur *YouTube* vers la pléthore de listes – « playlists » - qui organisent les contenus en fonction de nos « goûts », c'est-à-dire des vidéos que nous avons déjà consultées, de nos « abonnements », des mots-clés associés aux contenus déjà visionnés qui permettent à l'algorithme de nous « recommander » des « contenus similaires ». Se dégage alors par moment la sensation de regarder des contenus en « vase clos » comme si, en un sens, *YouTube* s'assurait de maintenir l'attention du spectateur en lui présentant ce qu'il aime, et comme si, dans l'autre sens, en ayant l'impression de se « reconnaître » sur ce que *YouTube* présente, le spectateur appréciait davantage les contenus proposés.

Nous retrouvons également cette logique de la complaisance sur les différents réseaux sociaux numériques - *Facebook*, *Twitter* et *Instagram* – qui mettent en avant les notifications relatives aux personnes que nous « regardons » le plus souvent ou avec lesquelles nous échangeons le plus. Alors que nous « suivons » quotidiennement des blogueurs et des booktubeurs sur chacun de ces réseaux sociaux numériques, nos comptes personnels se chargent des images d'inconnus passionnés de lecture qui exposent leurs livres. Parmi cette pléthore de visages devenus « familiers » avec le temps des observations, nous constatons donc que certains d'entre eux apparaissent de manière plus récurrente que d'autres.

Ce constat trouve d'ailleurs son écho dans le discours de certains enquêtés qui expliquent avoir le sentiment de « devoir faire leur place » pour être remarqué. Hélène, par exemple, décrit son angoisse de ne plus être vue dans un contexte d'effervescence des chaînes *YouTube* :

*« (...) ça fait 5 ans que j'ai ma chaîne, que j'ai l'impression que je stagne, alors que j'ai l'impression d'en donner beaucoup alors que derrière ça prend pas, et puis y'avait toutes ces chaînes qui sortaient et qui m'ont mis le stress aussi en disant "ben en fait maintenant on est tous noyés dans la masse quoi", enfin j'avais peur d'être ensevelie je pense alors qu'au final ma chaîne c'est une des rares chaînes fantasy, que je me démarque comme ça (...) ».*

En plus du souci qu'elle porte à se démarquer pour se faire remarquer, le discours d'Hélène souligne l'importance que revêt le regard du spectateur sur tel « objet » plutôt que tel autre dans le cadre de vidéos sur *YouTube*. En somme, le regard du spectateur participe pleinement d'une « économie de l'attention » (Citton, 2014) avec laquelle les blogueurs et les booktubers, comme Hélène le souligne, doivent composer pour se rendre visibles et être regardés.

## 2.2. Des dispositifs d'écriture en prise avec une « économie de l'attention » selon Yves Citton

Issue du paradigme économique au milieu des années 1990, la notion d'« attention » souligne que dans le contexte des « médias de masse », structurés par une logique concurrentielle, nous sommes confrontés à une surabondance informationnelle. C'est pourquoi l'« attention » que Citton définit comme une « énergie mentale, est caractérisée par sa rareté, et que le « regard » est ce qui contribue à produire de la valeur. Pour Citton, l'attention constitue donc le nouvel horizon du « techno-capitalisme » (Citton, 2016) que les industries de la culture et des data (Citton, 2016) cherchent à valoriser.

Cet intérêt économique qui repose sur la valorisation de l'attention est un enjeu central au regard de notre propre terrain de recherche puisque le modèle publicitaire des blogs et de *YouTube* que nous venons de développer, repose sur le principe d'une économie de l'attention : il faut attirer et capter l'attention des lecteurs et/ou des spectateurs.

Pour le chercheur, cet intérêt économique explique par ailleurs que le « numérique », et avec lui les médias informatisés, soient constitués de multiples dispositifs de filtrage qui prennent une « *dimension politique, dès lors qu'on se demande quels sont les critères de « pertinence » au nom desquels [ils] opèrent* » (Citton, 2014, p12). Pour Citton le « numérique » se caractérise donc par le principe d'« *anticipation de la catégorisation*<sup>86</sup> » qui permet d'expliquer que notre attention y est toujours déjà orientée (Citton, 2016). En effet, le chercheur considère que le numérique court-circuite notre « *attention réflexive* » (Citton, 2016), c'est-à-dire la capacité que nous avons à évaluer ce à quoi il vaut la peine de prêter attention. Citton souligne ainsi que le numérique est utilisé pour privilégier l'accélération soutenue par un ensemble de « *logiques sociales* » qui participent à resserrer le circuit « *stimulus-réponse* » :

« *Il faut reconnaître que notre monde fonctionne à une accélération et à des modes de consommation culturelle qui sont de l'ordre du court-circuit sensible* » (Ibid.).

Dans ce contexte, l'attention y est toujours déjà orientée car les technologies numériques opèrent par sélection et filtrent les données qu'elles distinguent en fonction d'un « *certain taux de pertinence* » (Ibid.), et donc, en fonction de divers « *intérêts* ».

C'est sur ce point que revient par exemple Matteo Pasquinelli (Citton, 2014, p161) pour qui le *Google PageRank* est une manière de cadrer l'attention, comme nous le verrons en suivant pour

---

<sup>86</sup> Ce qu'il explique lors de sa conférence « *Attention, catégorisation, computation* » dans le cadre du cycle *Pour un numérique humain et critique*, 2016.

les blogs ; de la même manière que le système de recommandation sur *YouTube* dont la logique opaque de l'algorithme sélectionne certains contenus à visionner plutôt que d'autres.

A partir de là, le chercheur ouvre alors sa réflexion sur la notion d'« écologie<sup>87</sup> » (2014) afin de souligner que l'attention collective et environnementale existe tout autant que l'attention individuelle et focalisée. L'attention s'inscrit dans un « milieu » où immergés nous prêtons « *collectivement attention à ceci plutôt qu'à cela* » (Ibid., p28). Pour le chercheur, il s'agit donc de porter un regard attentif sur le « milieu » médiatique où se joue notre attention :

« (...) *l'attention relève d'abord de phénomènes indissociablement architecturaux et magnétiques d'envoûtements collectifs induits par les dispositifs médiatiques mettant en circulation certaines formes (plutôt que d'autres) entre nous et en nous* » (Ibid., p54).

La perspective attentionnelle développée par Citton permet ainsi de souligner que l'un des enjeux centraux est celui d'une attention toujours sélective et définie en amont par les dispositifs d'écriture. Pour devenir l'objet d'une attention dans un contexte de « *visibilité médiatisée* » (Voirol, 2005), les blogueurs littéraires et les booktubers de notre terrain doivent donc faire émerger leur blog et leur chaîne *YouTube* en composant, par tâtonnements, avec les logiques de la mise en visibilité.

---

<sup>87</sup> Nous renvoyons ici à son second ouvrage de la même année, intitulé *Pour une écologie de l'attention* dont le lecteur retrouvera la référence dans notre bibliographie.

### 2.3. La « boîte noire » de l'algorithme : l'injonction à la visibilité n'est pas un processus maîtrisable

Dans le cadre des blogs et de *YouTube*, une réflexion sur la visibilité ne peut se départir de la notion « d'algorithme » comme principe structurant la mise en visibilité des contenus sur Internet, et de fait, l'attention qui leur est accordée. En effet, comme le souligne Dominique Cardon, l'algorithme répond au souci de classification et d'organisation des contenus sur Internet en fonction de « *techniques de calcul qui justifient selon des principes différents, la manière dont elles produisent un ordre de tel type plutôt que de tel autre* » (Cardon, 2015 p19), et participe pleinement<sup>88</sup>, pour cette raison, à la construction de la « visibilité médiatisée » évoquée précédemment.

En revanche, même si la prise en compte de l'algorithme comme principe explicatif de ce qui est visible, et de ce qui ne l'est pas sur les blogs et *YouTube* est indéniable, elle ne doit pas pour autant réduire la question de la visibilité à un processus entièrement maîtrisable, lequel découlerait d'un ensemble de principes clairement établis. Idée que les seules analyses sémiotiques pourraient appuyer car, en cherchant à décrire les logiques de visibilité induites par les différents dispositifs, nous participons à l'idée que la visibilité est un processus maîtrisable. De la même manière, certaines questions de notre guide d'entretien s'inscrivaient dans l'idée qu'il était possible de découvrir les rouages par lesquels tel blogueur et/ou booktueur parvient à se rendre visible. Or, il nous semble que cette idée est à nuancer car l'une des limites du principe de l'algorithme bien qu'orienté vers l'anticipation des comportements et les logiques de la prédiction comme le souligne Cardon (2015), est celle du « hasard », du « non-

---

<sup>88</sup> Cela sans pour autant tomber dans l'idée selon laquelle les pratiques des individus se réduits à des automatismes comportementaux faisant « oublier que les usages d'Internet ne cessent de se complexifier, de s'intellectualiser et de devenir en eux-mêmes des objets réflexifs » (p103)

maîtrisable », que toutes les métriques possibles ne peuvent réduire aux seuls « *automatismes comportementaux* » (Cardon, 2015, p103).

Les logiques de la visibilité sur les blogs et sur *YouTube* sont aussi caractérisées par une grande part d'inconnu et d'incertitude que les blogueurs et les booktubers cherchent dans leurs discours à sonder, expliquer, et *in fine*, maîtriser, adoptant une posture réflexive sur leurs propres pratiques. D'ailleurs, cette part « d'inconnu » - la « boîte noire » de l'algorithme autour de laquelle les conversations formelles (ex, sous la forme de vidéos sur *YouTube*) ou informelles (ex, un échange entre deux booktubers autour d'un café) s'affairent à comprendre les logiques - constitue le creuset à l'intérieur duquel se déploie un sentiment d'incompréhension mêlée parfois de suspicion à l'égard de ceux qui parviennent à « accéder » à une plus grande visibilité que d'autres, à l'instar d'Anna :

*« (...) je trouve ça dommage qu'on se la jette sur nos divers buts les uns, les autres, c'est pas - je sais pas encore une fois tout ça, tout ça me semble prendre des proportions bien grandes pour quelque chose d'aussi incertain et d'aussi simple que de poster une vidéo euh c'est la loterie quoi. Y'a une part de - y'a une part où on se dit "oui ça, ça marche parce que" mais y'a une telle part d'injustice aussi (...) Y'a tellement de chaînes formidables qui n'ont pratiquement pas d'abonnés ou qui ne se font jamais découvrir et ... c'est une loterie, et je pense qu'à partir de là c'est dommage euh d'y accorder une importance démesurée dans le sens où ça nous échappe tellement quoi » (Anna).*

Dans ce contexte d'incertitude et d'inconnu, un certain nombre de pratiques évoquées lors des entretiens souligne l'attention que portent les blogueurs et les booktubers pour tenter de maîtriser cette visibilité, sans pour autant y parvenir de manière assurée.

Cette idée, certains des enquêtés l'évoquent dans leurs discours, comme Hilda qui se sent démunie car « *y'a aussi le fait de tout ce que tu comprends pas* », et cela malgré tous les conseils donnés par le « network<sup>89</sup> » qu'elle s'est appliquée à suivre dans l'espoir d'améliorer sa visibilité :

*« (...) en fait elle te dit "oui il faut regarder ça", elle te donne plein de conseils par rapport au texte que tu mets dans ta barre d'information, par rapport à comment tagger, comment faire ci, comment faire ça, comment regarder un peu la fidélisation de l'audience »* (Hilda).

Face à leur succès, Anna qui a été prise à partie par d'autres booktubers, ainsi qu'Erica gênée par l'attitude de certains d'entre eux, expriment aussi cette idée :

*« C'est jamais vraiment frontal et ça se sent - moi ça a toujours été des questions, ça va ça s'est calmé et ça s'est arrêté mais "comment t'as fait pour avoir autant d'abonnés ? Comment t'as fait pour avoir autant d'abonnés ?" (...) C'est des booktubers, principalement et ça c'est dur parce que enfin j'ai pas calculé quoi, j'ai fait ce que je voulais, je me suis amusée et c'est très embêtant d'avoir l'impression que je détiendrais une recette que je n'aimerais pas partager et c'est pas le cas quoi (petits rires) c'est pas du tout le cas »* (Anna).

Cependant, il faut rappeler qu'Anna est community manager, aussi, même si sa pratique professionnelle ne détermine pas sa visibilité, nous qu'elle pensons qu'elle lui permet de mobiliser certaines « routines » à même de l'aider dans sa pratique comme le souligne Fabienne :

---

<sup>89</sup> Le network est une structure composée de professionnels qui aide et encadre le youtubeur, ou le booktueur, en lui donnant des conseils pour gagner en visibilité, améliorer la qualité de ses contenus, comprendre la monétisation etc. Nous reviendrons sur le network dans la troisième partie de la thèse.

« (...) Elle est arrivée directe avec des vidéos ultra léchées, hyper bien montées, avec une dynamique de fou enfin elle est pas community manager pour rien quoi donc euh elle savait aussi comment faire les choses et c'est tout à son honneur parce qu'elle a utilisé son savoir-faire et ses connaissances » (Fabienne).

C'est également le cas de Ninon qui souligne quant à elle ouvertement, et à plusieurs reprises, les « techniques marketing » qui lui permettent notamment de faire sa propre veille, de gérer le référencement de son blog ou encore de privilégier une certaine régularité pour « entretenir sa chaîne et sa communauté ». Au contraire, Anna rejette cet argument, offensée que l'on réduise sa réussite aux seules stratégies de communication :

« (...) bon y'avait un jeune homme qui m'a fait cette réflexion et c'est jamais allé super loin mais on entend "pourquoi toi ? De toute façon, j'ai déjà eu - t'es community manager - donc tu sais comment ça marche ?" et non justement, je suis pas une marque (...) » (Anna).

D'ailleurs, sur les réseaux sociaux numériques et lors de rencontres au moment des salons, les regards de suspicion des pairs semblent peser sur celles et ceux qui joueraient la carte de la communication pour la communication. C'est l'idée qui ressort des critiques faites au sujet de celles et ceux qui distribuent par exemple des flyers et des marque-pages au moment des salons littéraires : le blogueur ou booktueur s'étant alors comme fourvoyé dans son rôle de communicant, ou de marque comme l'évoquait plus haut Anna, au détriment de son rôle de « transmetteur » du goût de lire<sup>90</sup>. Dans le contexte de la « visibilité médiatisée », les blogueurs et les booktueurs tentent donc de mettre en place certaines stratégies plutôt que d'autres, dans l'espoir de rendre maîtrisable la visibilité de leur blog et/ou de leur chaîne *YouTube*, tout en n'y

---

<sup>90</sup> Nous développons davantage ce point dans la partie III de la thèse.

réduisant pas totalement leur pratique qui repose finalement sur la recherche d'un équilibre précaire.

Il y a ainsi une tension claire qui s'établit entre ce qui relève du caractère individuel et personnel de la mise en visibilité et son caractère logistique et automatique qui répond à des logiques médiatiques auxquelles le blogueur et/ou le booktubeur est appelé à répondre.

### 3. Les stratégies de mise en visibilité des blogs littéraires et des chaînes BookTube : entre référencement et mesures d'audience

#### 3.1. Visibilité et référencement sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube

La visibilité des blogs dépend en grande partie des « *mesures du Page Rank* » (Cardon, 2015, p18) qui repose sur l'idée que « *le lien hypertexte est à la fois un acte de reconnaissance et un signe d'autorité* » (Cardon, 2013). Comme le précise Dominique Cardon, le *Page Rank* cherche donc « *à se situer au-dessus du web afin de hiérarchiser l'autorité des sites au moyen des liens hypertextes qu'ils échangent* » (Cardon, 2015, p18) et à partir desquels un blog peut améliorer sa visibilité dans le moteur de recherche *Google*. Ainsi, le sociologue souligne que tout en réclamant l'invisibilité, *Google* – et nous pourrions ajouter *YouTube* comme nous allons le voir - recommande(nt) « *un ensemble de pratiques de bon sens qui permet d'être mieux vu par le moteur de recherche* » (Cardon, 2013).

Parmi ces pratiques, certains blogueurs et/ou booktubeurs reviennent sur la nécessité de se lier les uns aux autres ; le lien présupposant une « coopération » comme l'évoque Erica quand elle dit :

« *BookTube te fait monter les uns les autres, c'est une chaîne en fait [...] tu peux pas monter tout seul* » (Erica).

Du point de vue du dispositif d'écriture, les liens hypertextuels occupent une place centrale sur les blogs et le « blogroll<sup>91</sup> » est un exemple phare de ce « *jeu de citations* » (Trédan, 2009) entre blogueurs. Un impératif que l'on retrouve également sur *YouTube*, qui se présente aussi comme un moteur de recherche, avec la présence des « *chaînes similaires*<sup>92</sup> ». A ce propos, il faut noter que le « blogroll » et les « chaînes similaires » sont ce qui rendent techniquement possible la structuration d'une « communauté de lecteurs ». Aussi, les blogueurs et/ou les booktubers apprennent-ils à se construire un réseau de relations solidaires qui repose sur tout un ensemble de pratiques tel que : se citer les uns les autres dans le corps du texte ou en début de vidéo ; indiquer les chaînes respectives des uns et des autres en « barre d'information » ; laisser des commentaires sur les blogs et les chaînes des autres (ce à quoi Martin dit ne pas être très bon ce qui ne l'aide pas à développer sa chaîne) ; ou encore en réaliser des vidéos ensemble.

En revanche, les pratiques qui consistent à faire la publicité de son blog et/ou de sa chaîne dans l'espace des commentaires est très mal perçue au sein de la communauté, de la même manière que les vidéos entre booktubers font parfois l'objet de mûres réflexions pour ne pas passer aux yeux des publics et des pairs comme du « réseautage » ainsi que l'évoque Anna qui a refusé une vidéo en collaboration avec la booktubuseuse la plus populaire pour cette raison. De son côté, Erica évoque quant à elle certaines logiques de « cooptation » par le biais desquelles des booktubers plus populaires peuvent mettre en lumière des plus petites chaînes. Erica a par exemple mis en lumière plusieurs booktubers garçons qui peinent à gagner la visibilité de certaines booktubuses.

---

<sup>91</sup> Un blogroll se compose de listes de liens qui renvoient vers des blogs « amis ».

<sup>92</sup> « *Related channels* » en anglais est une liste de liens qui renvoient vers les chaînes « amies ».

Au contraire, Sacha de son côté évoque la difficulté qu'il rencontre à faire connaître davantage son blog puisque marginalisé par certains des blogueurs, il se retrouve « seul dans son coin », ce qui lui rend la tâche plus difficile. Une idée qu'Erica évoque également au moment de l'entretien :

*« Tu peux pas monter tout seul, tu peux pas, ça marche pas. Imaginons que tu veuilles faire ton truc tout seul - par exemple tu vois j'ai des exemples euh je te donne pas de noms mais t'en as qui ont créé des polémiques ou alors qui se sont engueulés, t'en as que j'ai voulu aider et qui finalement nous ont planté un couteau dans le dos (...) Euh le fait qu'ils nous aient planté un couteau dans le dos, les autres se sont révoltés avec nous, du coup ceux-là ils sont à l'écart et ils ne monteront plus jamais » (Erica).*

En plus de cela, certains blogueurs ont pris l'habitude de partager leurs avis sur différents relais, notamment les « réseaux sociaux de lecteurs » (ex, *Livraddict*) ou les groupes *Facebook* comme l'évoque Grégoire :

*« C'est quelque chose que j'ai toujours fait, c'est quelque chose qui donne de la visibilité à l'article sinon y'aura aucune statistiques sur l'article, ça fait partie du jeu, c'est la promotion du blog ».» (Grégoire).*

D'autres, quant à eux, reviennent sur la manière qu'ils ont de bien décrire les « mots-clés » - ou « tags » - associés à leurs images, à leur blog ou encore à leur chaîne *YouTube*, dans l'optique d'améliorer la qualité de leur référencement sur *Google*, et sur *YouTube*. En effet, on remarque que sur les blogs et sur *YouTube* de nombreuses « formes classificatoires » parmi lesquelles les listes, les onglets, les archives, les index ou encore les nuages de mots, composent à l'écran l'économie documentaire des blogs, de la même manière que les « playlists » et les tableaux composent l'économie documentaire de *YouTube*.

Tous deux sont ainsi régis par un principe classificatoire qui repose d'une part, sur le « geste automatique » de l'outil d'écriture qui dénombre les articles et/ou les vidéos publiés et d'autre part, sur le geste du blogueur et/ou du booktueur qui procède à l'organisation de ses articles et/ou de ses vidéos sous la forme d'onglets, d'index (par auteurs, par nom de livre, par genres), ou encore de nuages de mots sur les blogs et sous la forme de « playlists » (thématiques, ex, les vidéos « top 5 », les vidéos « challenge », les vidéos « book haul » etc.) et/ou de dossiers sur *YouTube*.

Dans ce contexte, la « raison classificatoire » des blogs et des chaînes *YouTube* fait une place centrale aux pratiques d'indexation des blogueurs et/ou booktueurs qui doivent, tout en devant se familiariser avec une « *culture documentaire* » (Le Deuff, 2010), caractériser et organiser par mots-clés leurs propres articles et/ou leurs propres vidéos. Cette pratique est ce qu'Olivier Le Deuff (2012) appelle la « folksonomie » pour désigner « *le phénomène d'indexation des documents numériques par l'utilisateur* ». Dans ce contexte, la folksonomie positionne l'utilisateur au centre du système et s'accorde ainsi avec l'idéal du dit « web 2.0. » comme le souligne Le Deuff, puisque c'est à lui que revient la tâche d'associer des mots-clés à ses articles et/ou à ses vidéos.

Tous les blogs et les chaînes *YouTube* reposant sur un modèle standard de mise en page, la folksonomie relève d'un côté d'un geste de la « personnalisation » du blog et de la chaîne, comme nous le développerons dans le chapitre suivant. En effet, elle est ce par quoi les blogueurs et les booktueurs guident leurs lecteurs et/ou leurs spectateurs vers les « contenus » qui pourront l'intéresser et/ou vers des « contenus » similaires comme le permet la création de playlists thématiques sur *YouTube*, afin de lui présenter un certain nombre de parcours possibles et alternatifs à celui proposé automatiquement par le dispositif d'écriture qui organise les publications selon un ordre ante-chronodaté (2012, p43).

Sur les blogs, ce guidage opère le plus souvent par « genres » (ex, « littérature, manga/bd, science-fiction, jeunesse, romance, fantasy » etc.), l'objectif étant d'orienter les lecteurs potentiels en fonction de leurs préférences et de leurs goûts personnels, de la même manière qu'on le retrouve d'ailleurs sur les « réseaux sociaux de lecteurs » (Le Deuff, 2012) comme *Babelio* ou *Livraddict*.

En revanche, sur *YouTube*, le guidage s'opère au niveau des thématiques des vidéos comme les « book hauls », « top 5 », « vlogs » etc. dans l'optique de proposer aux spectateurs des formats de contenus similaires. Ce que l'on peut supposer répondre aux « mesures prédictives » (Cardon, 2015, p18) omniprésentes sur *YouTube* qui cherche par-là à prédire le « comportement » des internautes à partir des traces de leur navigation (Ibid.), et ainsi, à favoriser la pérennisation de leur attention en proposant des « contenus » en accord avec les goûts des internautes.

D'un autre côté, l'incitation à la description des tags par les usagers répond à la nécessité du référencement des blogs et des chaînes *YouTube* qui doivent par ce biais pouvoir être suffisamment visibles sur les différents moteurs de recherches. Dans ce contexte, il s'agit moins de chercher à attirer l'attention des publics que celle des algorithmes des moteurs de recherche afin de se rendre visibles auprès des publics.

C'est pourquoi les blogueurs et les booktubers sont en partie tributaires de leur indexation car cette dernière, participe à leur référencement sur les moteurs de recherche et par extension, à leur visibilité.

Certains blogueurs et certains booktubers de notre terrain, par tâtonnements comme pour Fabienne, par automatisme pour Corentin, ou par routines professionnelles comme pour Anna et Noémie qui travaillent toutes deux dans la communication digitale, prennent soin de décrire

leurs vidéos :

« En fait oui c'est vrai si on veut avoir de la visibilité, il faut aussi se donner les moyens d'avoir la visibilité donc euh maintenant je blinde de tags à chaque fois (petits rires) mais je sais pas si ça a vraiment joué quelque chose ou pas »  
(Fabienne).

Camilla, de son côté, fait également attention aux « métadonnées » des images qu'elle met dans les articles de son blog car les photos qu'elle prend elle-même de ses livres lui permettent par exemple de constater depuis la fonctionnalité « Google Analytics » que certaines de ses images attirent l'attention de visiteurs qui « viennent » juste pour télécharger les photos du livre. Cela peut constituer une des manières de faire venir d'éventuels lecteurs sur son blog sans pour autant en avoir l'assurance comme le souligne Fabienne.

Car, tout ce que les blogueurs et/ou les booktubers de notre terrain semblent pouvoir faire est de chercher à discerner un certain nombre de « bonnes pratiques » dont ils discutent également sur leur groupe *Facebook* qui se présente comme un lieu d'échanges de conseils entre pairs. Ainsi, Martin a par exemple pris soin de partager en Février 2019 plusieurs articles qui rendent compte de la logique des algorithmes de *Facebook*, *Instagram* et *YouTube*. Ainsi, blogueurs et booktubers semblent tiraillés entre la familiarisation nécessaire aux techniques pour se rendre visibles et la sincérité des liens qu'ils s'échangent entre eux et avec leurs publics.

En effet, l'injonction à la visibilité induite par les blogs et *YouTube* se traduit dans les discours des blogueurs et des booktubers par le sentiment de devoir « *faire sa place* » (Olivia). Dans son discours, Océane souligne ainsi que se cristallise autour de l'injonction à la visibilité une certaine ambiguïté.

En effet, pour être visible, la blogueuse explique devoir mettre en place certaines techniques qui se rapprochent davantage de la « publicité » : « *parce que quand on n'est pas forcément répertorié sur Google parce que la plateforme<sup>93</sup> qu'on euh elle nous héberge pas sur Google ou quoi, c'est un petit peu plus compliqué de faire sa place que si on était sur WordPress* ».

Ce sont ces logiques-là qui entachent, potentiellement, l'image de la blogueuse et booktubreuse qui face à nous, justifie avoir ouvert sa chaîne pour donner plus de visibilité à son blog. D'ailleurs, cette ambiguïté nous la retrouvons aussi lors de l'entretien avec Matthias durant lequel s'imisce une gêne accompagnée d'un petit rire alors que nous lui disons : « *Et généralement, quand je vous écoute parler, je vois bien toutes ces stratégies qu'il y a ...* », et au blogueur de nous couper pour répondre : « *(petits rires) Stratégies ça fait ...* ».

Notre remarque semble ainsi compromettre la sincérité de sa démarche en l'inscrivant dans des logiques « stratégiques » - de type « *marketing* » (pour reprendre les termes de Mélisande) - potentiellement manipulatoires et donc orientées vers la recherche de finalités intéressées, telles que la notoriété ou la popularité :

*« Comme je disais, je cours pas après la popularité, à être le plus vu ou machin, c'est toujours un peu triste hein de voir qu'y'a des articles qui sont pas forcément vus alors qu'ils mériteraient plus mais je vais pas partir à la guerre pour faire un plan marketing pour que "ah ça, ça marche !", non » (Aline).*

---

<sup>93</sup> Le blog d'Olivia est hébergé sur Weebly.

### 3.2. Mesures d'audience et impératif gestionnaire des blogs littéraires et des chaînes BookTube

Dans sa réflexion sur les algorithmes, Dominique Cardon ajoute que les « *mesures d'audience* », omniprésentes sur le Web, doivent permettre de « *dénombrer les clics des internautes* » et ainsi, d'« *ordonner la popularité des sites* » (Cardon, 2015, p18). Sur les blogs, et surtout sur les chaînes *YouTube*, la logique de mesure de l'audience est également omniprésente comme l'illustre le compteur du nombre d'abonnés et de vues associé sous chaque vidéo et à chaque chaîne afin d'en définir la « popularité<sup>94</sup> ». Une logique que l'on retrouve aussi sur certains blogs qui mettent en avant le nombre de « *visites livresques* », par exemple, sur le blog de Mathias qui fait le choix d'afficher le nombre de visites de son blog par l'ajout d'un widget.

Cette comptabilisation des spectateurs est aussi renforcée par la fonctionnalité *Analytics* dont se servent les booktubeurs rencontrés, ainsi que les blogueurs qui – comme Grégoire – peuvent avoir une vue sur les données statistiques liées à leur audience et au trafic de leur blog en payant une fonctionnalité additionnelle.

Sur *Blogger*, la fonctionnalité « statistiques » permet par exemple au blogueur de sonder le trafic de son blog en s'informant sur le nombre de pages vues ou encore sur le nombre de « membres » du blog. Par son intermédiaire, il peut aussi se renseigner sur les articles et les « pages » qui connaissent le plus de succès ou observer les sources du trafic de son blog en fonction de « l'url d'origine » ou des « mots-clés de recherche » qui y sont inventoriés. Enfin, il lui est possible d'en savoir plus sur la situation géographique des « participants » du blog ainsi que sur le « navigateur » (Chrome/Firefox) et le « système d'exploitation » (Macintosh/Windows) utilisés pour consulter le blog. Sur *YouTube*, la fonctionnalité *Analytics*

---

<sup>94</sup> Tout en gardant en tête, comme le précise Dominique Cardon, que « *l'attention attire l'attention* » (2015, p92).

permet quant à elle d'obtenir des informations sur (i) le visionnage des vidéos comme la durée de visionnage, les données démographiques des spectateurs ou encore les sources de trafic, ainsi que sur (ii) les interactions comme le nombre de likes, les commentaires ou encore le nombre de partages.

Dans ce contexte, la possibilité de calculer le nombre de partages souligne l'importance accordée au nombre de vues que les chaînes doivent générer. Importance que l'on observe aussi dans les pratiques des booktubers qui demandent à leurs spectateurs de « liker » et de partager leurs vidéos, appuyée aussi par le souci qu'ils portent à susciter les réactions et les réponses des spectateurs, puisque les commentaires participent de cette économie des mesures d'audience. Aussi, certains évoquent-ils l'utilité des réseaux sociaux numériques pour continuer à entretenir leur « présence » et leur visibilité entre la publication de deux articles, ou plus précisément de deux vidéos car la réalisation de vidéos demande un travail plus conséquent que la rédaction d'un article. La régularité constituant l'un des impératifs au nom duquel le blogueur et/ou le booktuber est incité à répondre s'il souhaite entretenir sa visibilité :

*« Ben en comme j'te disais insta story comme certains, Twitter aussi, si, si, je pense que ça joue, ça donne l'impression de pas être si absent que ça quoi, au final les gens constatent pas ton absence si vite comme ça sur YouTube, je sais que Camilla elle, elle le vit en ce moment parce que pendant longtemps elle a pas posté »*  
(Noémie).

Une régularité parfois soutenue pour ce qui est des booktubers par la mise en place de « rendez-vous » réguliers ou par la planification et la programmation<sup>95</sup> de vidéos qui doivent aider à maintenir un certain rythme. Certains s'étant également familiarisés à publier leurs

---

<sup>95</sup> En effet, une fonctionnalité sur *YouTube* permet au booktuber programmer la publication de sa vidéo.

« contenus » au moment le plus « opportun » comme Grégoire qui juge plus pertinent de relayer des informations le dimanche soir.

Les mesures d'audience supposent donc de devoir capter le plus grand nombre d'abonnés mais aussi de rendre pérenne leur attention comme le souligne la centralité du nombre de « lus » et de « vus » qui comptent tout autant que le nombre de lecteurs et/ou de spectateurs qu'il faut alors chercher à fidéliser. C'est ce que souligne la notion même d'« abonnement » qui constitue un outil de fidélisation des spectateurs de la même manière que sur les blogs, certains blogueurs mettent en place un « flux RSS<sup>96</sup> » et une « newsletter<sup>97</sup> » afin de chercher à fidéliser les lecteurs et d'attirer leur attention sur l'« actualité » de leur blog dans l'optique de les faire revenir.

Une « actualité » présente sur *YouTube*, par le biais des notifications, sémiotisées par une cloche, qui alertent l'internaute à la sortie d'une nouvelle vidéo. En ce sens, comme le souligne Madeleine au moment de l'entretien, *YouTube* se charge de faire le lien entre le youtubeur et l'abonné en le notifiant d'une publication ce que ne fait pas automatique *Blogger* sur lequel la blogueuse héberge son blog. A ce propos, il est alors intéressant de noter que la forme de l'« abonnement » se retrouve sur certains des blogs littéraires avec la présence du widget<sup>98</sup> *Google Friend Connect* qui cherche à fédérer une communauté autour du blog et souligne ainsi le souci que portent certains blogueurs à se lier à leurs lecteurs en leur permettant de devenir « membre » du blog qu'ils lisent.

---

<sup>96</sup> Le flux RSS est un outil de veille qui « permet d'informer l'utilisateur de la mise à jour d'une page en affichant les titres de la page concernée. Les flux rss peuvent être agrégés sur un navigateur web ou bien sur un blog ou toute autre application acceptant le format. Cette méthode évite le travail fastidieux de se rendre sur chacune des pages « surveillées » pour recueillir l'information pertinente ». Définition recueillie dans l'article de Luc Quoniam et Arnaud Lucien, *L'intelligence économique 2.0 ?*, Les Cahiers du numérique 2009/4 (Vol. 5), pages 11 à 37, Url : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2009-4-page-11.htm>

<sup>97</sup> Lettre d'information électronique envoyée de manière hebdomadaire (ou à autre fréquence) pour informer le lecteur des derniers articles publiés par le blogueur.

<sup>98</sup> Fonctionnalité que le blogueur peut ajouter, au cas par cas, depuis son tableau de bord.

En outre, des mesures plus « qualitatives » sont prises en compte par certains des blogueurs et/ou des booktubers de notre terrain. Sur *YouTube* par exemple, le temps passé par les spectateurs sur une vidéo apparaît comme un enjeu central dans le discours de certains enquêtés. Pour cela, l'une des nécessités des booktubers est de chercher à rendre « durable » le visionnage des vidéos, ce que soutiennent certaines de leurs pratiques.

Ainsi, en consultant la durée de visionnage d'une de leurs vidéos, Anna et Cassandra ont constaté que le visionnage excède rarement quelques minutes.

Les booktubers optent alors pour des formats plus courts de vidéos de manière à concentrer l'attention des spectateurs. D'autres fonctionnalités proposées par *YouTube* viennent aussi en soutien pour pérenniser l'attention des spectateurs comme la « lecture automatique » qui permet de suggérer en fin de visionnage une autre vidéo, de manière à maintenir le spectateur sur la chaîne.

Sur les blogs, cette nécessité se traduit par un changement de design de certains blogs qui présentent les articles sous la forme d'une « grille » et non plus en suivant l'ordre anté-chronodaté de publication. En effet, Madeleine explique au moment des entretiens que la comptabilisation du nombre de « lus » sur les blogs dépend du nombre de clics sur un article, ce à quoi n'incite pas la présentation traditionnelle des blogs, basée sur le déroulé anté-chronodaté des publications. C'est pourquoi Madeleine a privilégié cet autre format de présentation des articles.

Ainsi, l'ensemble de ces éléments constituent la concrétisation technique du souci que portent les blogs et *YouTube* au développement de l'audience des blogueurs et/ou des booktubers ainsi qu'à l'amélioration des performances de leur blog et/ou de leur chaîne. Aussi, il nous faut préciser au lecteur que ces incitations sont encadrées par le « tableau de bord » sur les blogs, et le « studio du créateur » sur *YouTube*. Ces derniers se présentent comme des « outils de

gestion » du blog et de la chaîne puisqu'ils regroupent l'ensemble des fonctionnalités à partir desquelles les blogueurs et les booktubers peuvent personnaliser leur blog (comme nous le verrons dans le chapitre suivant) et/ou leur chaîne, publier des articles et/ou des vidéos, consulter leurs statistiques ou encore « monétiser » leur blog et/ou leur chaîne *YouTube*.

La monétisation repose sur la possibilité pour un blogueur et/ou un booktuber d'ajouter des annonces publicitaires ciblées à son blog et/ou à sa chaîne. Une fois que les encarts dédiés à la publicité sont investis par des entreprises, des marques, etc. *Google* ou le dispositif de publication reverse une part (souvent dérisoire comme cela est évoqué au cours des entretiens) des recettes au blogueur et/ou au booktuber. Cependant, il ne s'agit pas ici de dire que la monétisation permet aux blogueurs et/ou aux booktubers de vivre de leurs « contenus » car aucun des blogueurs et des booktubers de notre terrain ne gagne suffisamment d'argent pour vivre seulement de sa monétisation<sup>99</sup>. En revanche, dans les deux cas, il est intéressant de noter que le modèle économique des dispositifs de publication, évoqué plus haut, encadre ainsi les pratiques de communication des blogueurs et des booktubers dans le sens de leurs intérêts économiques.

En ce sens, les logiques de mesures d'audience et de monétisation induisent un « *impératif gestionnaire* » dû à « *l'instrumentalisation marketing et managériale* » de l'Internet comme l'ont souligné Oliver Galibert et Benoit Cordelier (2017). Cela explique le sentiment de tiraillement des enquêtés évoqué plus haut face à la « *prescription technique de la plateforme* » comme le décrivent Marie-Caroline Heid et Catherine De Lavergne (in Galibert, Cordelier, 2017), et souligne plus largement la tension qui existe entre les formes de la socialisation permises sur les médias informatisés et l'impératif gestionnaire qui participe à leur conditionnement.

---

<sup>99</sup> Nous développons ce point dans le dernier chapitre de la partie III.

En effet, l'analyse des logiques de mise en visibilité ne doit pas laisser penser que les blogueurs et/ou les booktubers ne répondent qu'au seul calcul rationnel de la quête de visibilité mais plutôt qu'ils se trouvent pris dans une des tensions irréductibles à leur pratique de socialisation sur les blogs, les chaînes *YouTube* ainsi que les « réseaux sociaux numériques ».

Des logiques de mesures d'audience et de monétisation qui invitent également à penser la « passion » sur le registre de sa valorisation en tant que source de revenus. Le blogueur et/ou le booktuber qui le désire étant ainsi appelé à se positionner comme le propre entrepreneur de sa passion. Il n'y a alors rien de surprenant à remarquer que les industries scripturaires soutiennent le modèle de l'auto-entrepreneuriat, lequel annonce pour ce qui est de notre terrain, l'émergence d'une figure qui est celle du « prescripteur auto-entrepreneur » comme nous le développerons dans le dernier chapitre de la partie III.

### 3.3. Synthèse

Ce chapitre s'est efforcé de replacer les blogs et les chaînes *YouTube* dans leur ancrage économique afin de comprendre que leur « fabrication » accompagne la structuration d'une « industrie du Web » qui cherche à tirer une plus-value de l'activité productive des internautes. En précisant le modèle économique des dispositifs d'écriture, nous avons vu que la centralité du modèle publicitaire sur Internet induit un certain nombre d'impératifs parmi lesquels la concurrence pour « l'audience », ou plutôt pour son « *attention* » (Citton, 2014) à partir de laquelle les dispositifs d'écriture tirent leur plus-value.

Dans ce contexte, les blogs et les chaînes *YouTube* sont envisagés, en production comme en réception, comme des « *dispositifs attentionnels* » c'est-à-dire orientés par le souci de développer l'audience et les performances des blogs et des chaînes *YouTube* de manière à pérenniser son attention. Pour cette raison, les dispositifs d'écriture interviennent sur les

conditions de visibilité (Jeanneret, 2008, p136) des « contenus » publiés par les blogueurs et les booktubeurs de notre terrain.

Ainsi, nous avons vu que dans les deux cas, le modèle économique des dispositifs d'écriture oriente les pratiques de communication des blogueurs et des booktubeurs dans le sens de leurs intérêts économiques.

Cela se traduit notamment par le sens d'un « *impératif gestionnaire* » qui met en tension la familiarisation nécessaire aux techniques pour se rendre visibles, avec la sincérité des liens que les blogueurs et les booktubeurs tissent entre eux et avec leurs publics.

En effet, les blogs et les chaînes *YouTube* ne peuvent se départir de la logique opaque de « l'algorithme » comme principe structurant la mise en visibilité de leurs « contenus », et de fait, l'attention qui leur est accordée. Dans ce contexte, les blogueurs et les booktubeurs de notre terrain tentent de mettre en place certaines stratégies plutôt que d'autres, dans l'espoir de rendre maîtrisable la visibilité de leur blog et/ou de leur chaîne *YouTube*, tout en n'y réduisant pas totalement leurs pratiques de communication qui reposent sur la recherche d'un « équilibre précaire ».

Cependant, comme le souligne Dominique Cardon, les stratégies de visibilité (et d'invisibilité) ne peuvent être décorrélées d'une réflexion sur les « *formats identitaires* » (Cardon, 2008) proposés par les médias informatisés qui enjoignent les blogueurs et les booktubeurs à parler d'eux voire de se mettre en scène. En effet, il ne faut pas oublier que les débuts d'Internet ont été marqués par la volonté d'élargir « l'espace public » (Cardon, 2010, p35), laquelle s'est traduit par un élargissement de « *l'espace de la visibilité dans lequel chacun<sup>100</sup> manifeste aux autres sa singularité pour la faire reconnaître* » (Cardon, 2010, p11).

---

<sup>100</sup> Ce qui ne veut pas dire *tout le monde*.

Dans ce contexte, Dominique Cardon précise que les « *nouveaux entrants dans la visibilité du web* » (Cardon, 2010, p49) peuvent ainsi s'exprimer au sujet de leurs ressentis, de leurs goûts ou encore de leurs convictions, tout en prenant en charge leur propre mise scène (Cardon, 2008). Dans ce contexte, les blogs et les chaînes *YouTube* sont envisagés comme des « espaces d'expression » propice à l'« *autoreprésentation* » (Cardon, 2010, p51-52) qui se nourrit d'un idéal démocratique et repose sur certaines modalités de la « représentation de soi » (Goffman, 1973) comme propose de le voir le dernier chapitre de cette partie.

## Chapitre 4 – « Être et avoir son propre média » : la teneur imaginaire des formes de l'énonciation personnelle

### 1. Des dispositifs de la mise en scène de soi

Depuis la multiplication des premières « pages personnelles », des « journaux intimes en ligne » (Aupeix, 2013), des blogs et aujourd'hui des chaînes *YouTube*, un grand nombre de recherches s'est attaché rendre compte des « transformations » et des constances « liées à l'acte d'écrire dans la construction du sujet » (Deseilligny, 2009) en prise avec les dispositifs de publication. C'est le cas par exemple de l'approche développée par Laurence Allard et Frédéric Vandenberghe (2003) qui postulent que les dispositifs de publication ont contribué à l'émergence d'un « *individualisme expressiviste* ». Cette notion suggère que la formation identitaire ne dépendrait plus seulement de « *modèles d'identités prescrites* » (Allard, Vandenberghe, 2003) ou « *d'identifiants socles* » (Lahire, 1998 cité par Coutant, 2011) mais relèverait davantage « *de l'invention et de la création* » (Allard, Vandenberghe, 2003). Dans le contexte d'un « *individualisme expressif* » les individus pourraient ainsi se libérer de certaines « *contraintes socioculturelles* » afin de « *choisir la biographie et la forme de vie qui leur conviennent le mieux, ainsi que le style de vie afférent* » (Ibid.).

Dans cette perspective, les dispositifs d'écriture sont ainsi envisagés comme autant de « *technologies de soi* », en référence à la pensée de Michel Foucault<sup>101</sup>, qui accompagnent la formation des « *identités* » (Allard, Vandenberghe, 2003).

En effet, dans sa réflexion Foucault met notamment l'accent sur la dimension matérielle de la « *subjectivation* » (Merx, 2015), la notion « *d'écriture de soi* », qu'il y développe, soulignant

---

<sup>101</sup> En référence au *Souci de soi* de Michel Foucault (1984, 1997).

l'importance de la médiation du récit dans la constitution du « sujet » et la formation de son identité. Cependant, Foucault ne propose pas de définition universelle qui concernerait le rôle du récit, mais souligne la diversité de ses fonctions en insistant sur son ancrage historique particulier. Il existe donc une pluralité des formes d'écriture de soi qui sont autant de « *formes de subjectivation* » (Merx, 2015). Dans la continuité de cette perspective, Laurence Allard et Frédéric Vandenberghe considèrent donc les pages personnelles ou encore les blogs comme une actualisation des « hypomnêmata » présentés par Foucault, et les définissent ainsi en tant que « *dispositifs de l'écriture de soi* » (Allard, 2005).

Ainsi, dans son analyse des blogs comme « *technologie agrégative du soi* » (Allard, 2005), la chercheuse évoque notamment la diversité des profils de blogueurs et des genres discursifs à partir desquels ils usent de modalités énonciatives diverses pour se (re)présenter en tant que cinéphile ou passionné de musique. Dans cette perspective, le cinéma, la musique ou encore la littérature sont autant de « *territoires existentiels* » (Ibid.) à partir desquels les individus « s'écrivent » sous la forme de « *petites formes hybrides et singulières* » (Ibid.) - mêlant des signes visuels, sonores et textuels (Ibid.) - et procèdent à la construction de leur identité par « *bricolage et assemblage* » (Ibid.).

En revanche, une des limites du paradigme « expressiviste » est qu'il permet difficilement de rendre compte de ce qui se joue dans l'articulation entre les pratiques de (re)présentation de soi - que la chercheuse envisage sur le registre de la « *performance identitaire* » (Allard, 2005) - et les dispositifs de l'écriture qui les « appareillent » pourtant. Sur ce point, d'autres recherches articulées autour de la notion « *d'ethos numérique* » (Couleau, Deseilligny et Hellégouarc'h, 2016) cherchent ainsi à articuler une réflexion sur les stratégies de représentation de soi aux prises avec les dispositifs de l'écriture :

« *Étudier l'ethos, c'est s'appuyer sur une réalité simple, intuitive, celle d'un phénomène qui est coextensif à tout emploi de la langue : le destinataire construit*

*nécessairement une représentation du locuteur à travers ce que ce dernier dit et sa manière de le dire* » (Maingueneau 2014, p46 citée in Couleau, Deseilligny, Hellégouarc'h, 2016).

Inscrite dans la perspective d'une sociologie interactionniste, la notion de « représentation de soi » telle qu'elle a été théorisée par Erving Goffman (1973) permet de rendre compte que dans toute situation banale d'interaction, une personne qui se présente elle-même et/ou son activité, le fait toujours en cherchant à « *orienter et gouverner l'impression qu'elle produit* » sur les autres (Goffman, 1973, p9). Expression de soi et impression de soi sont donc intimement liées du point de vue de la perspective goffmanienne selon laquelle toute présentation de soi est donc toujours une mise en scène de soi.

Cette perspective explique pourquoi la notion de « mise en scène de soi » est par ailleurs parfois rapprochée de la notion « *d'extimité* » qui, développée par Serge Tisseron, désigne « *le processus par lequel des fragments du soi intime sont proposés au regard d'autrui afin d'être validés* » (Tisseron, 2011). La notion d'extimité pointe donc que l'individu sélectionne toujours certains « *fragments d'un soi intime* » qu'il décide d'exposer à autrui, de la même manière que dans toute représentation de soi, l'individu prenant toujours « *place sur la scène de son théâtre intérieur* » comme l'a précisé Anaïs Aupeix (2013, p179).

Aussi, l'intérêt de la notion d'extimité est d'ajouter une « couche supplémentaire » de compréhension à la notion de « mise en scène de soi » qu'elle articule avec l'idée d'une reconnaissance sociale et non seulement d'une recherche de « maîtrise » des impressions produites chez l'interlocuteur, dans le sens où le désir d'extimité répond au souci d'avoir une bonne image de soi. Elle permet ainsi de ne pas décorréliser les pratiques de (re)présentation de soi des blogueurs et/ou des booktubers, d'un terreau essentiel qui est celui d'un sentiment de valorisation et de considération personnelle qui est omniprésent dans le discours de nos

enquêtés, et rejoint certaines de leurs préoccupations relatives à ce que Sébastien Rouquette définit comme une « *reconnaissance identitaire suffisante* » (Rouquette, 2008).

En effet, de la même manière que pour les « blogs extimes » étudiés par le chercheur (Ibid.), il apparaît que la pratique du blog et des chaînes *YouTube* est perçue par les enquêtés de notre terrain comme une « *activité valorisante de présentation de soi* » (Rouquette, 2008). Ainsi, certains comme Martin ou Madeleine expriment le sentiment d'avoir trouvé un moyen d'intéresser les autres à ce qu'ils pensent des livres, d'autres reviennent sur la prise de confiance qu'ils ont gagnée en se (re)présentant à l'écran en raison de leur timidité, comme Maud et de leur pudeur comme Marion. D'autres enfin, parlent de leur pratique du blog et de la chaîne *YouTube* sur le registre « thérapeutique » et du « développement personnel » comme Corentin et Anna qui expriment un sentiment de reconstruction personnelle permis par leur pratique de la chaîne *YouTube* :

« *C'est vraiment quand les gens ont commencé à venir sur mon blog, des gens vraiment que je ne connaissais pas que j'ai pris presque plus de plaisir parce que j'avais vraiment le sentiment d'intéresser en fait* » (Madeleine).

Dans ce contexte, Christèle Couleau, Oriane Deseilligny et Pascale Hellégouarc'h (2016) notent que la construction de l'éthos est « multimodale » et que les pratiques de (re)présentation de soi sont tendues « *entre un désir de maîtrise et les processus automatisés de mise en forme et de traitement des données* » (Ibid.). Ce faisant, elles soulignent une tension irréductible, caractéristique de « l'éthos numérique » qui porte la marque des dispositifs d'écriture régissant sa construction mais en même temps, jouant avec eux (Ibid.). Les chercheuses précisent ainsi que les dispositifs d'écriture ne sont donc pas uniquement des supports mais des « *milieux* » (Ibid.) à partir desquels les pratiques de représentation de soi doivent s'adapter voire se reconfigurer (Ibid.).

Ce faisant, elles soulignent que la construction des « ethos numériques » est envisagée par les dispositifs de l'écriture sur le registre de l'« injonction », puisque c'est à partir d'eux que nombre d'industries scripturaires collectent et « *assemblent de manière automatisée* » les données de « *visiteurs silencieux et vigilants* », lesquelles vont ensuite bénéficier à ces « *entreprises avides d'omniscience* » pour reprendre les termes des chercheuses (Couleau, Hellégouarc'h, Deseilligny, 2016).

A leur manière, les blogs et les chaînes *YouTube* participent donc de cette injonction à parler de soi et à se mettre en scène, laquelle est comme la « surpique » de l'injonction à la visibilité évoquée dans le chapitre précédent. Cependant, il nous faut préciser que depuis les blogs et les chaînes *YouTube*, la construction d'un « ethos numérique » repose sur un « geste<sup>102</sup> » de la « *personnalisation* ». Un « geste » que nous proposons donc à présent d'analyser afin d'en comprendre la teneur imaginaire. En effet, cette dernière nous paraît pourtant cruciale pour comprendre ce qui est en jeu du point de vue de l'articulation entre les dispositifs d'écriture et les pratiques de la mise en scène de soi des blogueurs littéraires et des booktubers de notre terrain

## 2. La « prescription de la personnalisation » sur les blogs et les chaînes *YouTube*

Sur les blogs et sur les chaînes *YouTube*, les pratiques de représentation de soi se déploient par le truchement de logiciels d'écriture à partir desquels il est possible de faire « advenir » une « image de soi » à l'intérieur de l'« image du texte » pensée en amont par les concepteurs. C'est cela que les concepteurs désignent par le terme de « personnalisation ».

---

<sup>102</sup> La notion de « geste » ici est entendue comme l'ensemble des procédures techniques et scripturaires que le blogueur et/ou le booktuber est amené à faire pour pouvoir personnaliser son blog.

Pour effectuer ce « geste », le blogueur et/ou le booktueur doit donc passer par tout un ensemble de champs préprogrammés qu'il retrouve depuis une interface appelée le « tableau de bord » sur les blogs, et le « studio du créateur », sur *YouTube*.

A leur propos, on notera le déplacement sémantique intéressant du « tableau de bord », présenté comme *outil* de pilotage inscrit dans une perspective managériale, qui devient le « studio du créateur », présenté dès lors comme un *espace* dédié à la démarche créative. On notera ainsi l'effacement de la dimension « outillée » du logiciel d'écriture que connote le « tableau de bord », au profit de la métaphore spatiale du « lieu » personnel qui tend à masquer la logique « technique » du logiciel d'écriture. Enrobé dans la rhétorique « artistique », le « studio du créateur » hante par ailleurs (Gomez-Mejia, 2016) l'expérience du logiciel d'écriture par la métaphore de la création artistique, le youtubeur étant positionné comme un « créateur » (et non un producteur) de « contenus » pour dire « vidéos », tandis que sur les blogs, il est positionné comme un « manager » ou « gestionnaire ».

Selon nous, cela peut expliquer certains éléments de langage que l'on retrouve d'une part, dans les discours de certains acteurs « extérieurs » (ex, dans le domaine public comme le CNC<sup>103</sup> ou dans le privé avec les « channels networks<sup>104</sup> ») qui préfèrent au terme de « youtubeur » celui de « vidéastes », voire de « talents ». De la même manière, certains « youtubeurs » se présentent désormais comme des « vidéastes », et non plus en tant que « youtubeurs ». Dans notre terrain, les booktueurs ont ainsi précisé leur statut de « créateur de vidéo » sur le groupe *Facebook* où ils se retrouvent pour s'entraider.

---

<sup>103</sup> Centre National du Cinéma et de l'image animée.

<sup>104</sup> Il s'agit d' « une entreprise travaillant conjointement avec les sites de partage de vidéos (par exemple, YouTube) et proposant aux vidéastes des services ayant trait à la monétisation et la promotion de contenu, la gestion des droits, l'aide au développement et les relations avec les annonceurs et partenaires commerciaux, en échange d'un pourcentage sur les revenus de leur chaîne », définition issue de Wikipédia, consultée en septembre 2019, en ligne : [https://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9seau\\_multicha%C3%A9ne](https://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9seau_multicha%C3%A9ne)

A notre sens, ce dernier point est particulièrement intéressant pour souligner un enjeu de légitimité, certainement relatif à la professionnalisation des youtubeurs, parmi lesquels les booktubeurs, comme nous l'évoquerons dans la troisième partie.

Dans ce contexte, il est aussi intéressant de noter le déplacement du statut d'« autorité » attribué au blogueur envisagé comme « rédacteur en chef » de son blog (dont Sacha est certainement l'exemple le plus illustratif de cette logique<sup>105</sup>), à celui du « youtubeur » envisagé comme « artiste » sur sa chaîne *YouTube*. La notion « d'artiste » recouvrant dans cette perspective tout un ensemble de rôles distribués en métiers spécialisés. En effet, sur sa chaîne *YouTube*, le booktuteur est invité à cumuler les rôles de scénariste, régisseur, décorateur, cadreur (parfois mixeur), monteur, programmeur, promoteur, producteur mais aussi d'acteur.

Ainsi, force est de constater que *YouTube* se nourrit de la rhétorique issue des industries culturelles, davantage que de celle issue du monde de la presse comme on peut la retrouver sur les blogs. *YouTube* faisant office dans cette perspective « d'agent artistique » puisqu'il opère une mise en avant de nouveaux « talents » prompts à être découverts (ou redécouverts dans le cas de personnalités déjà célèbres), en fonction de leur créativité comme le suggère la métaphore du logiciel d'écriture, mais aussi en fonction des logiques de la visibilité comme nous l'avons développé dans le chapitre précédent.

Des logiques de la visibilité qui soulignent également que la définition de la promesse « démocratique » dont se nourrit *YouTube* repose sur l'idée que c'est l'audience « votante » (notamment par le système des « likes ») qui joue un rôle de premier ordre dans la fabrication

---

<sup>105</sup> Au moment de l'entretien, le blogueur qui cherche à professionnaliser son blog (ce qui n'est pas le cas de tous les blogueurs) dit : « *Ouais ben si tu veux t'as un système sur WordPress qui te permet de mettre euh ben c'est aussi bien pour l'équipe du coup parce que si tu veux t'as ton article et en fait t'as le statut de l'article (...) T'as "en ligne", "en attente de relecture", euh "en correction" et "en proposition" donc en fait les chroniqueurs les mettent en proposition et moi je les accepte euh ou j'accepte pas - bon en général j'accepte parce qu'ils travaillent pas pour rien (petits rires) - voilà et après ils passent en relecture, donc càd que là eux ils vont relire une fois, deux fois, trois fois voilà comme ils veulent et moi après je passe dessus » (Sacha).*

de la « célébrité » de la personne. A ce propos, il faut noter qu'un grand nombre de booktubeurs de notre terrain disent ressentir un changement de « perception » de leurs publics depuis qu'ils ont ouvert leurs chaînes *YouTube*. Ce changement se traduit par un sentiment de « starification » qu'ils disent trouver inconfortable puisque cela crée une distance là où blogueurs et booktubeurs disent avoir d'abord investi les blogs et les chaînes *YouTube* afin de recruter des « pairs lecteurs » :

*« Ah mais ça me gêne mais version 150 milliards de fois quoi (rires) c'est horrible en fait parce que je sais pas - mais en plus j'ai pas vu le changement s'opérer c'est que du jour au lendemain, les gens n'osaient plus nous parler ou euh enfin je me suis retrouvée face à des personnes - ben y' des gens qui m'ont pleuré dans les bras, j'ai pas compris - enfin, c'est vraiment un - pour nous c'est un choc mais monstrueux quoi » (Erica).*

En outre, les booktubeurs de notre terrain évoquent le sentiment désagréable qu'ils ressentent face à une « audience » plus « omnipotente » qui leur réclame parfois d'en savoir plus sur leur vie privée :

*« (...) tu peux faire vite monter l'aigreur de quelqu'un comme ça qui va te dire (elle prend un air furieux) "non mais attends euh moi je regarde tes vidéos" y'a aussi beaucoup ce sentiment - beaucoup de gens pensent que c'est eux qui t'ont fait, alors que moi je suis là encore une fois je n'ai pas fait booktube pour avoir 10 000 abonnés quoi, ce n'est toujours pas mon but malgré tout, et euh oui, y'a ce truc, "c'est nous qui t'avons fait, tu nous dois bien ça quoi !" » (Anna).*

Dans ce contexte, les logiques de visibilité qui sont articulées aux logiques affinitaires soutenues par la construction de « communautés » structurées autour de goûts communs

participent à la « fabrication » de célébrités « affinitaires », au risque de « *se retrouver enfermé dans son propre monde éthique* » (Couleau, Deseilligny et Hellégouarc'h, 2016). Dans ce contexte, cela nous amène à questionner le discours qui veut que la « transmission de la lecture » soit orientée vers un public plus large que les seuls lecteurs déjà convaincus et inscrits dans une communauté composée des « mêmes ».

Cependant, malgré des divergences fondamentales dans la manière d'envisager leur logiciel d'écriture, les deux dispositifs prescrivent un « geste » de la « personnalisation » à partir duquel peut se déployer la mise en scène de soi. Une « prescription à la personnalisation » que Daniel Fabre évoquait d'ailleurs déjà dans sa réflexion sur les « écritures ordinaires » (1993). En effet, alors qu'il se questionnait sur l'émergence de supports préfabriqués, à l'instar de « *papiers à lettres inédits et autres colifichets épistolaires* » (1993, p60) en attente de l'apposition d'une marque personnelle, l'anthropologue formulait en ces termes le paradoxe du support « prêt à l'emploi » : « *c'est que le marché est assez diversifié pour faire du produit de série le lieu de la différence* » (Fabre, 1993, p61).

Une prescription à la personnalisation qui, comme l'a précisé le chercheur, suggère « *à chacun des stratégies du paraître imposant la recherche d'une adéquation entre l'image valorisée de soi et les produits de consommation par lesquels on existe socialement* » (1993, p60) : « *avoir son papier à lettre* » (Fabre, 1993, p60), de la même manière qu'il s'agit d'avoir par exemple « sa chaîne de télévision ».

Une réflexion qui peut dès lors s'appliquer aux blogs et aux chaînes *YouTube*. En effet, alors que les architextes fournissent des modèles standards de présentation des blogs et des chaînes *YouTube* - qui nourrissent entre eux un certain « *air de famille* » (Jeanne-Perrier, 2005, p71) - les blogueurs et les booktubers sont appelés à faire émerger leur « propre » énonciation à l'intérieur de ces formes premières de l'écriture.

Ainsi, comme Daniel Fabre (1993) l'évoquait déjà, « l'écriture numérique » caractérisée par un mouvement de « dépersonnalisation » « *par la perte mais de la graphie* » (Ibid., p339), s'accompagne dans le même temps d'un mouvement de « *re-personnalisation* » qui opère au niveau de « l'image du texte » (Ibid.).

Une « *re-personnalisation* » qui repose dans le discours de nos enquêtés sur une injonction à « *mettre en scène sa singularité* » (Angé, Deseilligny, 2012) à l'intérieur des formes premières de l'écriture. Aussi, nous retrouvons dans le discours des enquêtés l'idée que le blog et la chaîne *YouTube* doivent refléter leur « personnalité ». Il faut que le blog leur « *ressemble* » (Camilla), leur « *corresponde* » (Marion) et que leur « *personnalité* » transparaisse dans leurs vidéos :

« *Ben plus je m'impliquais dans le blog plus je me disais que j'avais envie que ce soit quelque chose qui me corresponde, qui me plaise, que les gens aient plus envie de revenir quand ils le verraient* » (Marion).

Ainsi, tous les enquêtés s'accordent pour souligner l'importance de la personnalisation qui n'est jamais remise en question. Selon eux, parler de soi c'est un peu une évidence parce que c'est une nécessité. En effet, si on ne le fait pas, on prend le risque de susciter moins d'intérêt comme le souligne Marion, mais aussi moins « *d'attachement* » comme le souligne Erica, et donc d'être moins lu, et d'être moins vu. C'est ce dont nous fait part Maud, davantage impliquée sur son blog que sur sa chaîne *YouTube*, elle évoque la difficulté qu'elle a eue à être associée à son blog dans certains salons littéraires car personne ne reconnaissait son visage :

« (...) *on n'assimilait pas mon visage à mon blog en fait, donc c'est pour ça aussi que j'ai fait la vidéo, c'est pour qu'on m'assimile, et ça a bien marché en fait* » (Maud).

Maud a donc fait appel à un photographe professionnel qui a réalisé un certain nombre de portraits d'elle en train de lire dans une forêt<sup>106</sup>. Ces photos Maud s'en est servi pour personnaliser son « template » en les mettant comme fond pour son blog, en plus d'avoir ouvert une chaîne *YouTube*. Cela peut également expliquer, comme nous avons pu l'observer au Salon du livre de Montreuil (en décembre 2015), que certains blogueurs littéraires (sans chaînes *YouTube*) portent un badge avec le « logo » de leur blog lors des salons littéraires de manière à être plus facilement reconnaissables. Détail sur lequel Lise revient également alors que nous échangeons au sujet des rapports qu'entretiennent les blogueurs littéraires et les booktubers :

« [*> Lise*] : *J'ai un petit peu l'impression que y'a une petite guéguerre, enfin pas méchante tu vois mais que les blogueurs aimeraient être un peu plus reconnus quoi, après euh ...*

[*>Lorraine*] : *Vous en discutez ou pas ? C'est le genre de sujets dont vous discutez ?*

[*>Lise*] : *Ben euh souvent quand on va genre dans des salons en fait tout le monde est mélangé et euh du coup enfin je sens ... en fait ça se sent surtout parce que les blogueurs ont quasiment tout le temps un badge ou un truc tu sais parce que sinon rien ne les reconnaît ».*

Dans ce contexte, la personnalisation est envisagée par les blogueurs et les booktubers comme un moyen de se démarquer suffisamment les uns des autres afin de ne pas être noyés dans la masse des blogs et des chaînes déjà existantes comme le souligne Olivia :

---

<sup>106</sup> Ce détail a son importance car le genre de lecture préféré de Maud est « l'imaginaire », le décor de la forêt annonce donc au lecteur ses goûts de la lectrice.

*« Le problème c'est qu'il faut réussir en même temps qu'on écrit l'article - réussir à passer un petit peu de notre personnalité à nous (...) C'est-à-dire un petit peu du petit truc qui va faire que justement les gens vont préférer regarder notre chronique plutôt qu'une autre » (Olivia).*

Cela suppose d'une part de devoir exprimer sa « personnalité » pour être suffisamment « original » et dans cette optique, suffisamment reconnaissable dans la masse des blogs et blogueurs, mais aussi parfois de se positionner et/ou de se spécialiser - certains évoquant par exemple avoir spécialisé leur blog et/ou leur chaîne dans la « littérature de l'imaginaire » comme Hilda – ou encore de chercher à se démarquer par certains formats de vidéos comme l'a envisagé Anna.

Les discours des blogueurs et des booktubers érigent donc la « personnalisation » en une des valeurs centrales car le geste de la personnalisation est habité par la promesse d'un discours « personnel », suffisamment original pour cette raison, par le biais duquel ils disent pouvoir se démarquer les uns des autres mais aussi se distinguer - en tout cas le considèrent-ils - des « médias traditionnels » comme le souligne Erica :

*« (...) on peut pas être un média traditionnel dès que tu pars du principe que ce que les gens aiment c'est, c'est ta personnalité tu vois. Moi les médias traditionnels, tout est neutre » (Erica).*

Cette dernière remarque nous apparaît particulièrement intéressante pour souligner que le blog et la chaîne *YouTube* sont ainsi envisagés comme la promesse d'une rupture avec les « médias traditionnels » car ils subsument une plus grande personnalisation du discours, que ne le permet par exemple la télé qui s'adresse à une « masse informe ».

Une idée d'autant plus forte que se substitue à l'importance de la *personnalisation* du blog, celle de la « *personnalité* » du booktueur. Certains, avec Erica, étant ainsi persuadés que ce qui compte sur *YouTube*, c'est le youtubeur :

*« Je pense que c'est la personnalité, je pense qu'ils s'attachent à la personnalité avant de s'attacher à - ben d'ailleurs je leur dis, je leur pose la question "est-ce que ça vous dérange si je commence à parler de séries ?", "pas du tout ! tu nous parles de ce que tu veux ! De toute façon tant que c'est toi tu nous parles de ce que tu veux, on s'en fiche", est-ce que ça vous dérange là de faire ces vidéos-là et je fais ça ? "mais non ! Tu fais ce que tu veux ! Faut juste que tu t'amuses" » (Erica).*

### 3. Une « intensification du rapport à soi » ? De la « personnalisation » à la « personnification »

Nous pensons que cette remarque souligne un glissement dans la manière d'envisager le « geste » de la personnalisation sur les chaînes *YouTube*. En effet, force est de constater que les blogueurs et/ou booktueurs rencontrés parlent différemment de leur blog et de leur chaîne *YouTube*. Déjà parce qu'ils ne parlent jamais de leur chaîne *YouTube* comme d'un « univers » mais comme d'une « chaîne », davantage envisagée pour cette raison comme un « canal de diffusion » et moins comme un « espace personnel ». Ainsi, il n'est pas surprenant de retrouver dans certains discours le sentiment d'un attachement plus profond au blog qu'à la chaîne *YouTube*, que certains jugent plus « impersonnelle » :

*« Et puis je trouve qu'une page YouTube a moins de différenciation - enfin deux pages YouTube se ressemblent énormément à part au niveau des miniatures et de la bannière, y'a pas tant de personnalisation que ça et du coup je me sens pas*

*vraiment chez moi, j'ai dû mal à créer vraiment une communauté euh, euh avec des miniatures » (Camilla).*

Il faut souligner que les blogs requièrent de manière centrale l'investissement du blogueur sur le « modèle éditorial » de son blog. En effet, dans le cadre des blogs, la personnalisation est au cœur de la pratique du blogueur à partir de laquelle ce dernier peut « s'approprier » l'espace éditorial en le stylisant à sa manière. Dans ce contexte, le blogueur est positionné comme « l'éditeur interne » de son blog pour reprendre l'expression de Valérie Jeanne-Perrier (2006) :

*« L'auteur est parfois également un éditeur interne : il est celui qui mobilise l'outil, et va plus ou moins l'appivoiser, en tentant de gommer les marques de l'éditeur externe » (Jeanne-Perrier, 2006)*

Le plus souvent en tâtonnant<sup>107</sup>, s'appuyant sur son entourage parfois plus rôdé en informatique (comme pour Hilda dont le conjoint réalise entièrement le design de son blog ou pour Camilla dont le petit ami est graphiste) ou sur des tutoriels glanés sur Internet, le blogueur procède ainsi à la personnalisation de son blog à travers un jeu de couleurs, de typographies, de polices ou encore d'images qu'il choisit pour définir le fond ou encore la bannière de son blog. On découvre ainsi la « promesse » que délivre « l'univers » de chacun des blogs, lesquels annoncent à la fois le « profil » du lecteur et ses goûts de lecture, eux aussi mis en scène sur le blog.

Ainsi, malgré un effet de standardisation dû aux modèles d'écriture, l'approche visuelle des blogs souligne d'une part, une grande diversité des couleurs, des typographies, des formes, en somme des « ambiances » construites par les blogueurs de notre terrain, et d'autre part, une certaine « malléabilité » dans la manière d'organiser les pages et les blogs de manière générale.

---

<sup>107</sup> Parce qu'il ne faut pas oublier que le blog et la chaîne *YouTube* sont aussi, et peut-être surtout aujourd'hui, une affaire de compétences.

En revanche, du blog à la chaîne *YouTube*, force est de constater que l'investissement du booktueur est moins orienté vers la personnalisation du modèle éditorial de sa chaîne que sur la *production de vidéos*. En effet, la première chose à relever est que même s'il existe un « *air de famille* » (Jeanne-Perrier, 2005, p71) entre les blogs, toutes les « chaînes *YouTube* » sont quant à elles identiques du point de vue de leur structure (on ne peut par exemple modifier la catégorie de la barre des onglets) et de leur présentation formelle. Tout le monde a donc la même chaîne *YouTube*. La personnalisation du modèle éditorial est ainsi impossible, et se trouve réduite à l'ajout d'éléments personnels tels que la « photo de profil » ou la « bannière de la chaîne ». Certains des booktueurs prennent ainsi soin d'investir ces « espaces » de manière à créer une cohérence éditoriale sur leur chaîne dont l'image du texte, certes standardisée se rapproche visuellement des standards professionnels.

L'importance accordée aux vidéos est d'ailleurs soutenue par la dimension plastique de *YouTube* qui privilégie un design épuré et dominé par le blanc, semblant ainsi masquer l'architexte des pages au profit de la mise en avant des miniatures qui, pour cette raison, constituent un enjeu central pour attirer l'attention des spectateurs. Ainsi, tandis que *YouTube* se présente comme le « distributeur » qui a la main mise à la fois sur les techniques de production, de diffusion et de promotion de ses vidéos (qui s'aligne sur la logique des algorithmes), le booktueur n'est pas envisagé comme l'éditeur interne de sa chaîne mais comme un « producteur » de « contenus ».

Dans ce contexte, l'enjeu de la personnalisation se porte moins au niveau de l'architexte que de la vidéo, c'est-à-dire au niveau de son format qui est envisagé dans notre terrain comme l'expression de la « personnalité » du booktueur ainsi que nous le verrons dans la partie III.

Le geste de la personnalisation du modèle éditorial se déporte donc sur *YouTube* vers un « geste<sup>108</sup> » de la personnification qui se déploie au niveau de la vidéo. Une idée que l'on retrouve dans le discours des blogueurs et booktubeurs qui considèrent que la vidéo est l'expression de leur personnalité grâce à laquelle les gens « s'attachent » (Erica) et ont envie de suivre leurs conseils. C'est d'ailleurs toute la difficulté qu'évoque Martin comme désillusionné face aux nombreuses « personnalités » plus extravagantes, telles que Lise ou encore d'Anna qu'il idole pour cette raison :

*« (...) euh en fait ben je me disais qu'y'avait déjà beaucoup de choses sur internet, j'avais peur vraiment de faire du déjà vu et de pas réussir à trouver ma un peu ma personnalité là-dedans » (Martin).*

D'autres comme Grégoire et Madeleine évoquent au contraire leur malaise vis-à-vis de la place donnée au booktubeur au détriment des livres et de la lecture, repoussés ainsi par l'individualité omniprésente sur laquelle repose les vidéos des booktubeurs :

*« (...) moi c'est ça qui me déplaît, c'est un peu cette utilisation de l'image en fait, je vois certains surtout booktubuses où ça devient des phénomènes quoi j'ai l'impression qu'elles savent plus où aller pour aller plus loin et quand j'entends ce qui se passe à Montreuil des fois, au salon de Montreuil, déjà c'est pas un salon qui m'attirait plus que ça où j'entends qu'elles ont distribué des flyers euh je me dis "wouah faut ffff (petit rire) au bout d'un moment ..." » (Grégoire).*

Entre « personnalisation » pour les blogs et « personnification » pour les chaînes *YouTube*, toujours est-il que les deux dispositifs de l'écriture formulent ainsi la promesse d'une énonciation « personnelle », centrale dans la manière dont les blogueurs et les booktubeurs de

---

<sup>108</sup> Le « geste » recouvre ici tout ce qui, relevant de la mise en scène du booktubeur dans sa vidéo, de sa manière de se filmer ou encore de monter sa vidéo, participent à exprimer sa « personnalité » en image.

notre terrain envisagent leurs pratiques de communication. Une énonciation « personnelle » qui repose en partie sur la filiation des blogs avec les formes de l'écriture de soi comme le souligne Oriane Deseilligny, (2008, 2010). Des formes que l'on retrouve également sur les chaînes *YouTube* comme nous proposons de le voir à présent.

#### 4. « Expression culturelle vernaculaire » et « idéal démocratique » sur les blogs et les chaînes *YouTube*

Dans sa recherche sur *les fabriques de soi*, le chercheur Gustavo Gomez-Mejia souligne que la métaphoricité des page-écran facilite « la *transfiguration des documents, pages et écritures Web* » (2016, p48) en « murs », « chaînes », « flux » etc., masquant en fin de compte l'industrialisation des écritures de soi sur le Web. Cette métaphoricité trouve son expression dans le nom même des sites qui en traduit la promesse imaginaire. Ainsi, les « blogs » - de l'anglais « web log » renvoient-ils métaphoriquement à l'idée du « carnet de bord ». Une métaphore que la chercheuse Oriane Deseilligny a par ailleurs soulignée en s'intéressant aux filiations formelles du blog (2008) qui repose sur une réactualisation des formes de l'écriture diaristique : celle du journal intime et de la lettre familière. Par le biais de son analyse, la chercheuse pointe certaines résistances morphologiques des formes de l'écriture de soi auxquelles la forme textuelle des blogs est en partie soumise. En effet, comme elle le précise, l'écriture de soi n'est pas un genre fixe, et ne peut donc être conçue que comme une écriture « *ambulatoire qui migre constamment d'une forme à l'autre et ignore les formes génériques* » (Diaz in Deseilligny, 2008, p60).

Ainsi, nous retrouvons sur les blogs littéraires « *la datation de chaque mise à jour* » (Ibid., p49) laquelle constitue un invariant de l'écriture de soi dans les journaux intimes comme le rappelle également Anaïs Aupeix qui présente le journal intime comme un écrit fragmenté épousant le

dispositif du calendrier (2013, p13), et se composant pour cette raison d'une « *succession de lettres ouvertes* » (Lejeune in Aupeix, 2013, p190). Cette datation surplombe le texte et fait l'objet d'une personnalisation graphique qui la met en avant au niveau de la mise en page. Elle est parfois également générée automatiquement par le dispositif de publication et apparaît en fin d'article (ex, pour le blog de Rémy). Pour Oriane Deseilligny, cette datation est aussi le gage d'une « authenticité » du texte (2008, p53) puisqu'elle l'inscrit dans une histoire personnelle.

Une « authenticité » d'autant plus forte que l'écriture diaristique, envisagée comme la mise en scène « *d'une capture instantanée du réel tel qu'il a été vécu* » (Aupeix, 2013, p163), convoque l'idéal d'une « écriture authentique » en raison de son caractère intrinsèquement subjectif comme le précise Anaïs Aupeix, et subsume pour cette raison l'idéal d'une « *sincérité dans les sentiments exprimés* » et dans les faits relatés, gage de l'honnêteté de celui qui écrit (Ibid., p175).

D'autre part, la chercheuse souligne la reprise de certains codes d'écriture qui relèvent davantage du « genre épistolaire » (Ibid. p52) et engagent l'imaginaire d'un échange intersubjectif comme elle le précise (Ibid., p53). Un imaginaire que l'on retrouve aussi dans le « journal intime » qui, comme le précise Anaïs Aupeix (2013), ne se limite pas à être une pratique « solipsiste » mais s'est aussi constitué comme une forme discursive caractérisée par sa structure dialogique, en projetant la figure d'un lectorat espéré.

Sur les blogs, l'intronisation du lectorat se fait par le biais de l'espace des commentaires, placés en fin d'article, de la même manière que sur les chaînes *YouTube*. Cette intronisation du lectorat est importante puisqu'elle convoque d'une part, l'idéal de la « communauté » (Rebillard, 2007), dont la teneur symbolique, analysée par Franck Rebillard, subsume l'idéal d'une « horizontalité » dans les échanges, chère au « Web 2.0 » :

*« La communauté constituerait cette entité fondée sur une interaction permanente entre individus partageant à la fois des biens et des centres d'intérêts communs. Dans ce schéma, la communauté s'interpose comme la médiation sociale essentielle entre l'individu et la société. Comme le principal lieu d'échanges culturels et informationnels. Pour les partisans du web 2.0, la communauté n'est donc pas seulement une alternative à l'architecture verticale des industries de la culture et de l'information ; elle n'est rien de moins qu'une nouvelle modalité de structuration des rapports sociaux » (Rebillard, 2007, p21).*

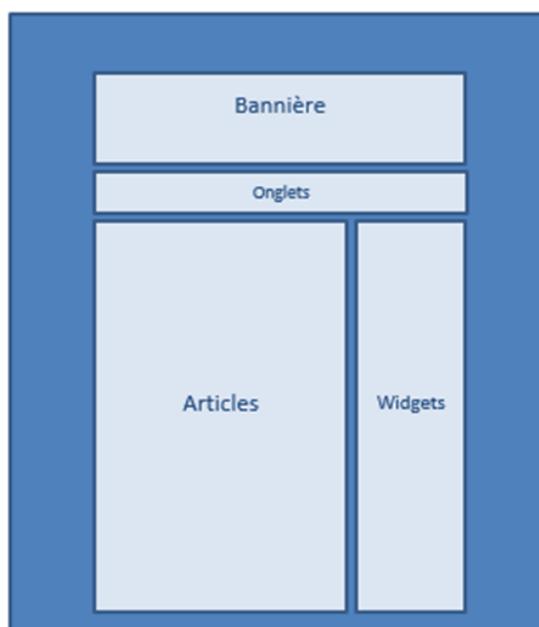
Ainsi, les blogs et les chaînes *YouTube* participent-ils de l'idée d'une « nouvelle » modalité de structuration des rapports sociaux qui repose notamment sur l'idéal « communautaire » et « interactif<sup>109</sup> » que la notion de « partage », centrale dans le discours de nos enquêtés comme nous le verrons dans la partie III, résume à elle seule.

Une intronisation du lectorat qui convoque d'autre part l'idéal de la de la « proximité » (qui n'est pas synonyme d'échange symétrique comme nous le verrons dans la troisième partie de la thèse) cher aux blogueurs et aux booktubers, et préfigure « l'engagement » des lecteurs et des spectateurs, idéalement envisagés comme une « audience participante », qui peuvent échanger avec le blogueur et/ou le booktuber, alors envisagé comme une personne « accessible ». En ce sens, le blog et la chaîne renouent avec l'idéal de la conversation, qui nourrit l'idéal horizontal du Web 2.0 (Rebillard, 2007) comme nous l'avons vu.

---

<sup>109</sup> Ce que Franck Rebillard (2007) remet en question en pointant que la constitution des « communautés » n'est pas une chose nouvelle mais se trouve médiée autrement.

Enfin, du point de vue de la structure générale du blog, il est intéressant de noter qu'elle repose sur un « invariant formel » d'un blog à l'autre<sup>110</sup>. En effet, présenté dans la longueur d'une page, la bannière du blog surplombe toujours la barre d'onglets qui se découpe en différentes catégories (cf. schéma (i) ci-dessous). Sous la barre d'onglet, une zone se découpe en deux ou trois colonnes. La colonne centrale est toujours dédiée à la publication des articles, classés de manière antechronodatée, tandis que les colonnes annexes qui encadrent la partie réservée aux articles – à droite, à gauche ou des deux côtés en fonction des « templates » – sont dédiées aux « widgets<sup>111</sup> » que le blogueur décide d'ajouter à son blog.



**Schéma (i) – organisation générale de la page d'accueil d'un blog**

---

<sup>110</sup> A l'exception des blogs qui ont choisi la présentation sous la forme d'une « grille » à l'instar du blog de Grégoire, Camilla et Sacha. Cependant, même la « grille » se constitue comme un invariant formel pour ces blogs qui entretiennent ainsi eux aussi un « *certain air de famille* » (Jeanne-Perrier, 2005, p71).

<sup>111</sup> Les « widgets » sont des « extensions » qui permettent au blogueur d'ajouter certains modules fonctionnels tels que le pourcentage de la lecture en cours, un lien vers ses réseaux sociaux, une barre de recherche etc.

Cet invariant formel se retrouve alors sur les chaînes *YouTube* qui se présentent pour cette raison comme une réécriture formelle des blogs comme nous proposons de le développer à présent.

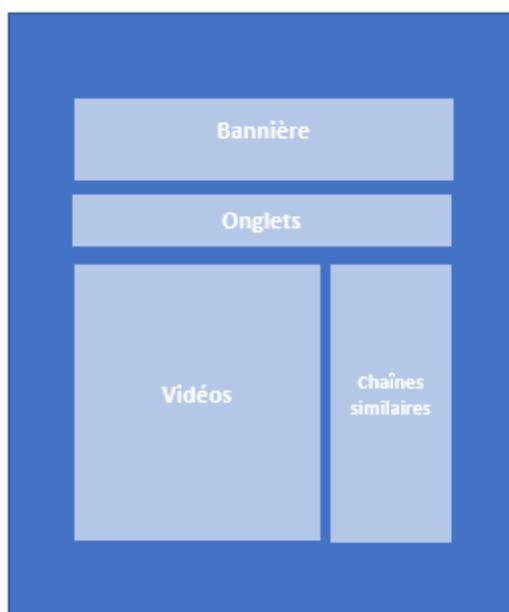
En effet, dans sa réflexion, Gustavo Gomez-Mejia postule que la métaphoricité de l'interface de *YouTube* est celle d'une « *idiocathodie* » (Gomez-Mejia, 2016, p47), soulignant par-là l'idée d'une « *télévision de soi* ». Une promesse que le nom du site ainsi que son slogan résument à eux seuls : « *You-Tube* » signifiant « vous êtes le canal de communication » et le slogan « *broadcast yourself* » voulant dire à la fois « diffusez-vous » et « diffusez par vous-même ». Toute la promesse de *YouTube* peut ainsi tenir dans une seule et même expression qui en résume la teneur imaginaire : « *diffusez-vous par vous-même* ». « Être » et « avoir » son propre média voilà ce que *YouTube*, à la suite des blogs, propose idéalement en offrant à chacun la possibilité d'être le sujet de sa propre « chaîne » de télévision qu'il se fabrique, cependant, à partir des formes imposées par l'architexte comme le souligne le chercheur (2016) :

« *Le web contemporain prévoit ce genre d'artifices de montage pour vous faire sentir qu'un objet standardisé vous est propre, que vous pouvez vous soustraire en apparence à l'ordinaire des nombres* » (Gomez-Mejia, 2016, p34).

Ainsi, *YouTube* n'est pas une télévision mais use de cette métaphore pour habiller conceptuellement sa structure et ainsi, « *hanter l'expérience* » du dispositif d'écriture à l'écran pour reprendre les termes employés par le chercheur (2016, p46). Une structure dont le design épuré, le blanc domine, semble d'ailleurs participer à dissimuler l'architecture générale du dispositif d'écriture au profit de la mise en valeur des contenus vidéo sur lesquels l'œil est ainsi orienté. Dès lors, que ce soit assis derrière notre écran d'ordinateur posé sur notre bureau, ou derrière l'écran de notre smartphone incarcéré dans la paume de notre main, ce n'est jamais la *télévision* que nous regardons, mais un leurre d'écran inséré sur une page blanche : quelque chose comme un leurre de télévision encapsulé dans un leurre de papier.

De la même manière que pour les blogs, il s'agit toujours d'un leurre des pages « papier » qui composent un leurre de « carnet de bord ». Aussi, lorsque nous regardons *YouTube*, force est de constater que ce sont *toujours* les *trois* mêmes « pages » que nous regardons : la (i) « page d'accueil », (ii) la « chaîne *YouTube* » et enfin, (iii) la page de « visionnage des vidéos ».

Dans ce contexte, le seul espace que le booktubeur peut investir est la page de la « chaîne » *YouTube*. Cependant, la chaîne *YouTube* se présente sur le modèle d'une page standard, identique à tous les youtubeurs et parmi eux à tous les booktubeurs, qui doivent remplir les champs imposés par l'architecte pour « habiter » l'espace, le rendre « personnel » comme nous l'avons vu. Une chaîne *YouTube* se présente donc à l'œil comme un ensemble de modules éclatés sur une page blanche et toujours identiques d'une page à l'autre :



**Schéma (ii) – organisation générale de la page d'accueil d'une chaîne *YouTube***

Ainsi, on note que d'un point de vue formel, ce que recouvre la chaîne *YouTube* est en réalité une réécriture du blog en « vlog ». En ce sens, la chaîne *YouTube* repose elle aussi sur la métaphore du « carnet de bord », à la différence que les articles publiés sont ici des vidéos.

De la même manière que les blogs, *YouTube* structure donc le temps du geste d'écriture en fonction des entrées par dates à la manière du « journal intime ». Les vidéos sont ainsi organisées automatiquement en suivant l'ordre ante-chronodaté de leur publication. On retrouve aussi un certain nombre de codes d'écriture qui relèvent du « genre épistolaire » - à l'instar des « séquences d'ouverture et de fermeture » évoqués par Oriane Deseilligny (2008, p50) que l'on retrouve en vidéo - et engagent aussi l'imaginaire de l'échange « intersubjectif » comme nous l'avons évoqué plus haut. *YouTube*, de la même manière que les blogs, présente donc aussi un certain nombre de filiations formelles avec l'écriture de soi.

A ce propos, il est intéressant de noter que le chercheur américain Michael Strangelove (2010) souligne que les débuts de *YouTube* sont marqués par la diffusion de vidéos amateurs « faites maison », parmi lesquelles les vidéos de famille et les vidéos qui reprennent le format du « journal intime<sup>112</sup> ». Selon le chercheur, ces dernières répondaient alors au désir « d'authenticité » que se proposait d'incarner *YouTube* (Strangelove, 2010, p65) aux yeux d'une audience, elle aussi en quête d'« authenticité » et de « transparence » (Ibid., p82).

Des valeurs que les formes de l'énonciation personnelle permises sur les blogs et les chaînes *YouTube* qui reprennent certaines des formes de l'écriture de soi, convoquent dans l'imaginaire. En effet, le chercheur précise que les premières vidéos publiées sur *YouTube* répondaient alors aux codes d'une représentation de soi « non-médiée » et « non-scénarisée<sup>113</sup> » (Strangelove, 2010, p82) remettaient alors en question les standards professionnels comme norme unique de la qualité (Ibid.). En effet, pour le chercheur les vidéos réalisées par les amateurs participent à questionner les « hiérarchies esthétiques » issues des industries médiatiques :

« *The notion that do-it-yourself amateurism can stand on equal ground with media industry professionalism signals a democratic challenge to hierarchies of aesthetic*

---

<sup>112</sup> Les « video diaries ».

<sup>113</sup> Qui est en réalité médiatée et scénarisée comme le chercheur le précise cependant.

*value. And at the same time that amateur media is gaining ground, so is the communitarian alternative to traditional, top-down mass media distinctions between production and reception* » (Strangelove, 2010, p82-83).

Le chercheur voit ainsi dans les vidéos amateurs de *YouTube*, la « *forme créative d'une expression vernaculaire* » (Ibid., 82-83), idéalement envisagée comme l'expression d'un « parler populaire ». Des vidéos qui renouent aussi avec l'idéal « démocratique » du « Web 2.0 » lequel repose sur l'idéal de la « *coopération en réseau* » (Ibid.) et la promesse d'une « *démocratie Internet* » (Cardon, 2010) davantage « *représentative* » (Ibid.) que l'on retrouve sur les blogs et sur *YouTube* dont le discours présente « l'audience » comme l'instance placée au contrôle du « média ». Or :

*« Le poids des acteurs, leur autorité, leur compétence technique, leur niveau d'engagement dessinent des rapports de force qui organisent la visibilité sur la Toile. Internet invite à une démocratie des actifs qui risque toujours de laisser sur le bord de la route les silencieux et les non-connectés. Mais son succès le place au cœur des stratégies et des intérêts du marché. De plus en plus présents sur Internet, les médias, les industries culturelles, les partis politiques et les entreprises y ont partiellement retrouvé la domination qu'ils exercent sur les hiérarchies de l'espace public traditionnel [...] la captation de l'attention des internautes est au cœur de la compétition que se livrent les acteurs traditionnels de l'espace public et les nouveaux conglomérats du numérique »* (Cardon, 2010, p100 – 101).

## 5. Synthèse

Inscrits dans un contexte caractérisé par l'élargissement de la « visibilité publique », nous avons vu que les blogs et les chaînes *YouTube* érigent l'énonciation personnelle en valeur centrale de leurs discours, que ce soit au travers du geste de la « personnalisation » ou de la « personnification ». Ils incitent ainsi à parler de soi et à se mettre en scène tout en s'adaptant aux potentialités techniques permises par les dispositifs d'écriture qui reconfigurent les pratiques de la représentation de soi. Pour les enquêtés, cette mise en scène de soi répond au souci de se démarquer les uns des autres, mais est aussi envisagée comme une opportunité pour se distinguer des « médias traditionnels » qui ne reposent pas, au regard des discours de certains enquêtés, sur une énonciation personnelle, informelle voire intime comme leur permet leur blog et/ou leur chaîne *YouTube*, au travers de la mise en récit et la mise en scène d'une « personnalité » amicale et sympathique, à la fois « proche » et « accessible » de son public.

La teneur imaginaire des formes de l'énonciation personnelle subsume donc une valeur « d'authenticité » gage de la sincérité du blogueur et/ou du booktueur ; de « transparence » gage de son honnêteté comme nous le développerons en suivant, et d'« horizontalité » laquelle met symboliquement fin à l'idée d'une hiérarchie et subsume l'idéal de la « proximité » et de la « conversation » entre pairs égaux. Des valeurs qui renouent avec l'idéal démocratique dont sont investis les blogs et les chaînes *YouTube*. En outre, les formes de l'écriture diaristique privilégient l'idéal d'une mise en scène de soi « *non médiée* » et « *non scénarisée* » (Strangelove, 2010, p82) que certains présentent comme la forme « *créative d'une expression vernaculaire* » (Ibid.).

Pour cette raison, le discours des dispositifs d'écriture porte déjà en soi les germes de la remise en question d'un discours professionnel, questionné notamment dans son rapport à la « hiérarchie des valeurs esthétiques » (Ibid.), mais aussi institutionnel, dans le sens où la parole des internautes sur les blogs et les chaînes *YouTube* est envisagée comme une parole alternative aux « discours traditionnels ».

Cependant, cette parole ne peut pour autant être décorrélée de son inscription dans le contexte économique des dispositifs d'écriture sur lequel elle se déploie, et qui répond d'une « économie de l'attention » (Citton, 2014) comme évoqué dans le chapitre 3. En ce sens, les blogs et les chaînes *YouTube* sont aussi les lieux du rapprochement des discours des internautes avec celui des acteurs industriels dont on peut supposer qu'ils participent pleinement à la production d'un discours sur la culture.

A partir de ces éléments qui nous ont permis de poser une compréhension des « cadres de l'écriture », nous proposons à présent de revenir sur la manière dont les blogueurs et les booktubeurs de notre terrain envisagent de se mettre en scène et de mettre en scène la lecture depuis leurs blogs et leur chaînes *YouTube*.

## PARTIE III

---

L' amateur et la culture :

de l'ambivalence des discours sur la mise en scène

de la lecture

## Chapitre 1 – La prescription : un difficile dilemme pour la mise en scène de la lecture sur les blogs et les chaînes BookTube

### 1. « *Je suis pas là pour faire critique littéraire* » : les discours de distinction de la « prescription traditionnelle »

#### 1.1. « Sociabilités littéraires » et production d'un jugement esthétique sur les blogs littéraires et les chaînes BookTube

Comme nous l'avons évoqué dans la première partie de cette thèse, la majorité des blogueurs littéraires et des booktubers de notre terrain évoquent le besoin de s'exprimer sur leurs lectures face au sentiment d'isolement qu'ils ont ressenti en raison d'une situation familiale et parfois amicale qui ne leur permettait pas de parler de leurs lectures :

*« Ça m'a motivée ben si d'appartenance à un groupe en fait, oui, oui parce que moi autour de moi y'avait pas grand monde qui lisait, euh à part mes parents et on lit pas du tout le même genre de livre » (Hilda).*

Dans ce contexte, les blogs puis les chaînes *YouTube* sont apparus aux yeux de nos enquêtés comme des outils de communication propices à la « rencontre » et l'échange avec d'autres lecteurs. Au moment des entretiens, les anecdotes ne manquent donc pas sur les amitiés que les blogueurs comme les booktubers ont tissées entre eux. Le cas le plus exemplaire étant la formation de différents groupes de « booktubers » aux goûts et aux centres d'intérêts communs, qui s'attribuent un surnom, échangent par message privé sur *Facebook* et se retrouvent dans les salons du livre ou, dans le cadre de rencontres plus informelles et

personnelles comme au moment de Noël pendant leurs vacances ou encore à leurs mariages respectifs.

Ainsi, les blogs et les chaînes *YouTube* constituent des « *instruments originaux de production des sociabilités* » (Cardon, 2006) qui permettent de replacer la lecture dans une « dynamique sociale » comme l'ont par ailleurs analysé Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini (2008) évoqués en première partie de la thèse.

Pour les chercheurs, les « communautés de lecteurs » sont à penser dans la lignée des « cercles littéraires » caractérisés par la « *publicité* » de l'échange et de la promotion du plaisir de lire » (Ibid., p68). En effet, l'échange littéraire tel qu'il se déploie dans le cadre des « cercles littéraires » se caractérise par la production d'un « jugement esthétique » - « l'*avis* » dans le discours de nos enquêtés - et le « partage » de l'expérience individuelle de lecture – les « *ressentis* » dans le discours de nos enquêtés - auprès d'autres lecteurs qui présentent à leur tour leur propre expérience de lecture. Une confrontation qui, selon les deux sociologues toujours, répond au souci de formation permanente du lecteur dans ses propres goûts et dans l'argumentation de son propre jugement (Leveratto, Leontsini, 2008, p69). Ce que les blogueurs et/ou booktubers de notre terrain soulignent alors qu'ils expriment être désormais plus armés pour repérer par exemple « *les ficelles* » de l'écriture (Olivia), ou encore se sentir « *plus critiques* » (comme l'évoquent Camilla, Maud ou encore Aline) dans leurs propres goûts de lecteur :

« *Déjà je lis plus. Avant je lisais une dizaine de livres par an, maintenant j'en lis entre 50 et 100 ce qui est énorme au niveau de mon budget, au niveau de plein de choses. Euh je suis plus à plus - étant donné que je lis plus, je suis plus difficile au niveau de mes lectures genre avant je pouvais lire de tout et tout aimer maintenant euh je me rends compte des choses, je me rends compte des schémas qui*

*reviennent tout le temps, des clichés au niveau des personnages et euh je suis plus difficile à ce niveau-là » (Camilla).*

Dans le contexte des « cercles littéraires », comme le précisent Leveratto et Leontsini (2008), l'intérêt est ainsi d'exprimer son ressenti personnel et ses sentiments, omniprésents dans le discours de nos enquêtés, tout en étant attentif au point de vue de l'autre. Sans prétention à l'érudition littéraire<sup>114</sup> (Leveratto, Leontsini, 2008, p76), les chercheurs soulignent ainsi que l'accent est davantage mis sur la « *convivialité* » (Ibid., p76) et l'expression des subjectivités par le biais de laquelle les lecteurs construisent en commun « *une sorte de discours normatif sur la vie* » (Ibid., p58). Une idée qui ressort du discours d'Anna qui parle d'une relation de l'ordre de la « *résonnance* » entre elle et ses « spectateurs » qui partagent des choses « *peut-être plus intimes* », personnelles et profondes par le biais de la confrontation de leurs points de vue autour de leurs lectures, et lui permettent ainsi de nourrir ses réflexions sur le monde.

Pour autant, cela ne doit pas laisser penser que l'exercice de la production d'un jugement sur la lecture dans le cadre des cercles littéraires se limite à l'expression personnelle des sentiments. En effet, les sociologues ajoutent que les cercles littéraires sont aussi une manière le lecteur de construire sa propre « *compétence littéraire* » (Leveratto, Leontsini, 2008, p243) au travers des échanges avec les autres lecteurs, et ainsi de faire en sorte que son expérience de lecture se constitue en « *expertise littéraire* » (Leveratto, Leontsini, p243). Ce qui ressort également de nos entretiens lorsqu'Aline, Olivia ou encore Hilda soulignent qu'elles ont acquis par le biais de leurs lectures « *un peu de bouteille* » (Olivia) :

*« (...) ça m'a permis d'apprendre justement à aiguïser mon goût pour les livres, à dire ben là ouais il est quand même pas mal, c'est recherché, que bon là ça reste très simple, là l'univers il est classique mais bon l'intrigue elle reste efficace et ça*

---

<sup>114</sup> Ce qui ne veut pas dire qu'ils en soient dépourvus.

*permet de jauger comme ça, plus tu lis, plus t'es en mesure d'évaluer en fait »*

(Aline).

Un point qu'il est important de souligner en raison des enjeux de professionnalisation que rencontrent les blogueurs et les booktubers de notre terrain au moment des entretiens, et sur lesquels nous reviendrons dans le dernier chapitre de cette partie.

Ainsi, de la même manière que pour les « cercles littéraires », les blogs littéraires et les chaînes BookTube qui rendent possible la structuration de « communautés de lecteurs » comme nous l'avons vu, se nourrissent de la production des « jugements esthétiques » des blogueurs et des booktubers qui participent à la vaste « économie du conseil » en échangeant leurs propres avis de lecture. Cependant, à la différence des « cercles littéraires », les jugements de lecture des blogueurs et des booktubers s'expriment sur la scène d'Internet qui, comme nous l'avons vu dans la partie précédente, leur offre une « visibilité publique » et inscrit ainsi la production des « jugements esthétiques » dans le cadre d'une « activité prescriptive » qui fait que la mise en scène de la lecture dépasse le seul cadre d'une « incitation à la lecture ».

## 1.2. De la production d'un « jugement esthétique » à la « prescription littéraire »

Comme l'a souligné Lucien Karpik (2007), Internet voit se multiplier les « dispositifs du jugement » dans un contexte de saturation du marché des produits culturels, et notamment du marché du livre (Donnat, 2018) qui doit faire face à une « pléthore éditoriale » (Ducas, Pourchet, 2014). Dans ce contexte, il y a urgence à « recommander », « prescrire », « conseiller », etc.

Dans ce contexte, il est indéniable que les blogueurs littéraires et les booktubers participent à cette économie des « jugements profanes en ligne » (Pasquier, 2005) que certaines recherches

regroupent sous la thématique de « l'évaluation profane » pour comprendre ce qui se joue « *entre la question de la participation sur Internet et la question de la crédibilité et de l'efficacité de l'exercice critique* » (Ibid.)

En effet, force est de constater que la majorité des blogueurs et des booktubers acceptent de jouer le jeu de la promotion des livres envoyés par les maisons d'édition et font ainsi l'objet de récupération par des acteurs tiers, principalement des acteurs économiques à l'instar des maisons d'édition, mais aussi dans une moindre mesure des acteurs publics, à l'instar du Centre National du Livre (CNL), des « agences du livre » ou encore des médiathèques qui les sollicitent, par exemple, dans l'optique d'organiser des ateliers de « vidéos BookTube ». Inscrite dans cette perspective, la production du « jugement esthétique » motivée au départ pour nos enquêtés comme une forme de partage entre lecteurs à la manière des « cercles littéraires », devient alors une « activité prescriptive » au sens où définit par Sylvie Ducas et Maria Pourchet la prescription littéraire « *induit l'acte d'achat d'un roman* » (Ducas, Pourchet, 2014).

Une partie de la littérature scientifique s'est engagée à comprendre les constantes et les mutations de la « prescription littéraire » qui, conduite par les « acteurs traditionnels », est appelée à se reconfigurer dans le cadre du Web 2.0 (Ibid.). Cela afin de rendre compte « *[des] formes et [des] agents, [des] représentations et [des] valeurs d'une prescription littéraire irréductible aujourd'hui à une simple relation de confiance ou de crédit porté par des instances traditionnelles (presse, académies, jury) dont l'autorité et la recommandation verticale ne vont pas (plus) de soi* » (Ducas, Pourchet, 2014, p23). D'autres recherches, quant à elles, s'intéressent davantage à la « prescription littéraire » depuis les blogs de lecteurs, à l'instar de Brigitte Chapelain (2014) ou encore Géraldine Bois qui s'est intéressée à la « *critique littéraire amateur* » sur les blogs de lecteurs (Bois, 2016) ainsi qu'au « *travail réputationnel* » sur les blogs de lecteurs, avec Emilie Saunier et Olivier Vanhée (2018).

Cependant, comme l'a analysé Sidonie Naulin (2014) à propos des blogs culinaires, le « pouvoir prescripteur » des blogs et dans notre cas des chaînes *BookTube*, dépend avant tout de l'intérêt que des acteurs économiques extérieurs (elle cite les agences de communication, les marques de l'agroalimentaire et les fabricants de matériel de cuisine) leur portent. Une idée que Fabienne évoque d'ailleurs au moment de l'entretien, et que l'embarras diffus des blogueurs et des booktubers au sujet de la « prescription » nous a semblé souligner au moment des entretiens :

« [*> Fabienne*] : (...) *je pense qu'on va faire de nous des prescripteurs*

[*>Lorraine*] : *Oui ...*

[*> Fabienne*] : *Avec tous les partenariats, les maisons d'édition qui nous courent après et tout ça mais à la base c'est pas ça qu'on fait* » (Fabienne).

Le cadre théorique de la « prescription littéraire » possède ainsi un intérêt heuristique indéniable pour comprendre que les blogs et les chaînes *BookTube* soulèvent un certain nombre d'enjeux relatifs à la production des jugements profanes en ligne. Des enjeux qui, soulevés au moment des entretiens, amènent les blogueurs et les booktubers à se questionner et à se positionner vis-à-vis du « pouvoir de prescription » dont ils se trouvent ainsi investis. En effet, l'inscription des blogueurs et des booktubers dans un tissu d'acteurs professionnels invite à les questionner sur le rôle premier de « transmetteur du goût de la lecture » qu'ils revendiquent au moment des entretiens, puisqu'ils revêtent désormais un statut « d'intermédiaires dans l'acte d'achat ». Cela rappelle d'ailleurs ce que Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini ont décrit à propos des « groupes de lecteurs » qui participent à la domestication du marché (2008, p93) et font office de prescription comme nous l'avons évoqué dans la première partie.

Un rôle qui leur apporte une légitimité indéniable comme nous le verrons dans le dernier chapitre, mais qui semble aussi mettre en péril leur mise en scène de la lecture sur leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube.

### 1.3. « Ni critique, ni libraire » : le blogueur et le booktubeur en tant que « passeur-découvreur »

Les blogueurs et les booktubeurs de notre terrain sont clairement conscients des enjeux liés au « pouvoir de prescription » de leur blog et de leur chaîne *YouTube*, acceptant notamment d'y participer en recevant des services de presse, voire dans les cas d'une professionnalisation, en acceptant de produire des « contenus sponsorisés » comme nous le verrons dans le dernier chapitre. Pour autant, au moment des entretiens, aucun d'entre eux ne semblent accepter que leur blog littéraire et leur chaîne BookTube soient associés à l'idée de « faire vendre » des livres. En effet, aucun d'entre eux ne dit *chercher à susciter* un acte d'achat, voire pour les plus « convaincus » s'en distinguent. C'est le cas de Fabienne ou encore d'Anna qui toutes deux affirment au moment des entretiens que le rôle du blogueur et/ou du booktubeur n'est pas de faire acheter des livres :

*« (...) maintenant je pense qu'il y a pas mal de problèmes dans la communauté booktube, notamment le fait que les maisons d'édition commencent à voir un potentiel en nous et en fait ce qu'on oublie souvent, c'est que nous, on n'est pas libraires. Euh, notre boulot c'est pas de vendre des livres, on n'est pas là pour ça - après y'en a peut-être qui veulent faire ça mais à la base on n'est pas là pour ça »*

(Fabienne).

Se joue ici un certain nombre d'enjeux relatifs à l'image « commerciale » qui colle notamment à BookTube, et dont certains cherchent à se distinguer dans leur mise en scène comme nous

l'évoquerons dans le chapitre 3. Ainsi, les quelques blogueurs et/ou booktubers qui reconnaissent au blog et à la chaîne *BookTube* son pouvoir de prescription ne l'entendent pas de la manière dont elle a été définie plus haut au regard de la littérature scientifique. Léon par exemple envisage la prescription sur le registre de l'incitation à la lecture. Il dit ainsi que les « *grande chaînes* » booktube s'attachent à promouvoir la lecture auprès des jeunes, en proposant notamment une « *lecture de divertissement* » tandis que son rôle à lui est de présenter une diversité de lectures aux plus jeunes afin d'aiguiser leur esprit critique et de les orienter vers d'autres lectures, non pas sur le registre de l'acte d'achat donc mais sur celui de l'incitation à la lecture :

« (...) *l'important c'est qu'il faut mettre le pied à l'étrier et à partir du moment où on les a pour qu'ils aiment lire, c'est bon, il suffit ensuite de les convaincre que ce livre-là c'est plus intéressant pour lui de le lire qu'un autre et encore j'ai envie de dire par moment c'est bien de lire des divertissements (...)* » (Léon).

Au moment des entretiens, nous comprenons que Léon et avec lui, Camilla et Hilda dont il est proche, ont assisté tous les trois à une journée interprofessionnelle organisée par l'ARALD<sup>115</sup>. Invités en tant que blogueurs et booktubers, l'objectif de la journée était d'échanger autour de leur place dans les « *modes de la prescription traditionnels du livre* ». Aussi, on retrouve dans leurs discours la trace de cette rencontre car tous les trois se définissent en tant que « prescripteur » pour décrire leur rôle de « conseiller » - Hilda parle même de « *conseiller littéraire* » - auprès notamment des jeunes lecteurs ; la prescription étant dans ce contexte entendue comme incitation à la lecture, valorisée pour cette raison :

---

<sup>115</sup> Agence du Livre et de la lecture Rhône-Alpes, aujourd'hui « *Auvergne-Rhône-Alpes Livre et Lecture* ».

« (...) je pense qu'il y a vraiment un acteur du livre qui est au même niveau que alors je dirais entre les libraires et la presse (...) Parce que nous on vend rien enfin on conseille euh et on n'est pas au même niveau de la presse qui est un média peut-être plus institutionnel et qui touche plus les parents, les profs, je pense que dans « La grande librairie » c'est pas les jeunes qui vont acheter les livres, ce sont les parents qui vont acheter les livres pour les jeunes alors que nous on s'adresse peut-être plus directement au public visé en fait » (Camilla).

Au regard de cette remarque de Camilla, il est intéressant de noter que le « pouvoir de prescription » est aussi entendu par les blogueurs et les booktubers sur le registre de la « prescription littéraire médiatique » pour désigner ici celle des « critiques littéraires », des « journalistes » ou encore des « émissions littéraires » (*La Grande Librairie* est évoquée dans certains entretiens) auxquels les enquêtés font référence pêle-mêle, là encore pour s'en distinguer.

En effet, le plus souvent présentés dans la presse en ligne, auxquels certains disent prêter un œil attentif, comme les « nouveaux prescripteurs littéraires » ou les « critiques littéraires 2.0 », les blogueurs et les booktubers de notre terrain disent pourtant chercher à distinguer leur blog et leur chaîne des formes de la prescription professionnelle. Rémy par exemple souligne ainsi que le blogueur et/ou le booktuber se distingue des journalistes qui parle du genre « pompeux » et « sérieux » et pas de « littérature jeunesse » :

« (...) eux se concentrent sur le genre euh - comment ils disent, le genre un peu pompeux, le genre sérieux etc., nous on parlera du rayon d'à côté, le rayon plus euh jeunesse, jeune adulte etc. » (Rémy).

De la même manière Aline considère que le blogueur se distingue du journaliste pour trois raisons. D'une part, parce que ses « avis » ne sont pas contraints par un certain nombre de caractères, d'autre part parce que les journalistes ne peuvent pas parler des livres qu'ils aiment et se voient ainsi imposés certaines lectures, enfin, parce qu'elle considère que le journaliste serait plus sujet aux relations de « copinage » qui remettent en question l'honnêteté de son avis :

*« (...) le journaliste on n'a pas spécialement les mêmes goûts, je le connais pas, je sais pas, et j'irai pas forcément lui faire confiance parce que lui il a dit que - surtout que bcp de fois on dit y'a du copinage parce que l'auteur - le journaliste connaît l'auteur donc il va lui faire un bon papier et basta » (Aline).*

D'autres, comme Erica qui reconnaît le « pouvoir de prescription » des booktubers en convoquant l'argument de « l'influence » que leurs avis peuvent avoir sur les « abonnés », refuse pour autant que la figure du blogueur et du booktuber soient rapprochée de celle du « critique littéraire » :

*« Donc euh je dirais oui dans le sens où ben oui on va les influencer un peu mais non parce qu'on n'est pas là pour euh enfin moi personnellement je suis pas là pour faire critique littéraire » (Erica).*

Une « critique littéraire » dont on constate au moment des entretiens qu'elle connote pour les blogueurs et les booktubers l'idée d'une « autorité appréciative », laquelle reposerait sur la production d'un jugement qui définirait les canons du bon goût en vue d'orienter les lecteurs, ce à quoi blogueurs et booktubers se refusent comme nous l'avons évoqué en partie I, motivés par le « tout-lire ».

Ainsi, Corentin au moment de l'entretien revient-il en ces termes sur la définition de la « critique littéraire » :

*« (...) critique pour moi je le trouve plus négatif comme euh comme terme ce mot alors que on peut très bien parler d'un livre en bien j'sais pas, je comprends pas et j'ai envie de me mettre dans la peau du mot - "critique" ! se dit d'une situation, d'un état qui décide du sort de quelqu'un ou de quelque chose qui est crucial, non c'est pas ça, ah voilà "art de juger" y'a le mot jugement justement hm c'est euh c'est voilà c'est critique littéraire ».*

Cette considération n'est d'ailleurs pas sans rappeler ce que Frédéric Martel (2009) a décrit à propos des critiques culturelles, Pauline Kael, Tina Brown ou encore Oprah Winfrey (toutes trois américaines) dont la stratégie est de chercher à « *parler de manière grand public de la « haute » culture* ». Aussi, Frédéric Martel précise-t-il que ces trois figures incarnent le changement de la « *critique culturelle* » qui a lieu aux Etats-Unis en 1968 (Ibid., p219) :

*« Dans une époque de valeurs relatives, et alors que tous les jugements critiques sont considérés comme le résultat de préjugés de classe, la popularité par les ventes apparaît comme neutre et plus fiable »* (Ibid., p226).

Décrite par Frédéric Martel la « critique culturelle » repose ainsi sur le brouillage des frontières entre « high » et « low » culture, refusant pour cela « *le paternalisme des critiques cultivés et l'académisme des universitaires* » (Ibid., p192) qui discuteraient le bon du mauvais. Dans ce contexte, le critique – comme le souligne Martel en citant les propos de Pauline Kael - n'écrit pas tant pour juger mais pour « transmettre » puisque son rôle est de « *suggérer des perspectives et donner un sens aux émotions que le public ressent* » (Ibid., p193) au sujet de livres qui peuvent plaire au plus grand nombre.

En ce sens ce qui compte, ajoute Frédéric Martel, c'est le « *plaisir* » et les « *émotions* » : pour cela, le critique parle à la première personne, se cherche un style, raconte une histoire que soutient le registre de la narration, mélange l'art et « *l'entertainment* », « *entre en conversation avec son public* » (Ibid., p210), dans ce contexte :

« *L'important, désormais, ce n'est plus la hiérarchie culturelle, c'est le « cool »* »

(Martel, 2009, p209).

De la même manière, ce que souligne Corentin est ainsi l'impossibilité de pouvoir juger de la qualité d'une œuvre littéraire. Ainsi, il précise que le blogueur et/ou le booktueur ne juge pas, il donne son avis, et c'est en cela qu'il se distingue du critique et/ou du journaliste littéraire. En ce sens, les blogueurs et/ou les booktueurs présentent leur « critique » comme une manière de « jauger sans juger » : « *on propose, on n'impose pas* » comme le précise Anna. C'est pourquoi Corentin dit aussi préférer le terme « d'avis littéraire » à celui de « critique littéraire » :

« *Avis ! Ce serait avis littéraire, c'est ça ! Critique voilà "art de juger", "l'Art de juger" (il insiste) bon c'est, c'est "art de juger de la valeur d'une œuvre littéraire ou artistique" voilà, ce serait plus pour donner un avis surtout sur Booktube que euh dans les plateaux ou dans On n'est pas couché ou La grande librairie quoi* »  
(Corentin).

En effet, la « critique littéraire » supposerait de pouvoir distinguer le « bon » du « mauvais », ce à quoi les enquêtés se refusent de faire dans leurs discours de la même manière que le souligne Frédéric Martel (2009) à propos de la « critique culturelle » aux Etats-Unis. Pour nos enquêtés, le « geste critique » est dès lors perçu comme un geste « orgueilleux » dont la « prétention » serait de pouvoir dire quelles lectures seraient meilleures que d'autres ; et ainsi, de participer à une critique qui ne respecterait pas le relativisme des goûts.

Un relativisme que les enquêtés envisagent principalement à travers l'idée d'une « confrontation des points de vue ».

Dans ce contexte, il n'est pas rare de voir que le « geste critique » est parfois envisagé au prisme de la « normativité » (voire de la « pression sociale ») comme le dit Anna dont les tentatives pour définir la littérature – qui appartient au « *domaine de l'art, de la subjectivité, de comment on le reçoit* » - se clôt par une expression qu'elle présente à la manière d'un adage : « *normer l'art, c'est aussi le limiter* ». D'ailleurs Anna est certainement la plus tranchée dans son discours, car elle ne souhaite rapprocher la figure du « booktubeur » d'aucune autre figure extérieure :

« (...) *pourquoi est-ce qu'on essaie de rapprocher quelque chose d'un autre nom c'est-à-dire booktubeur, c'est quelque chose donc pourquoi ? Et ça c'est quelque chose qu'on voit énormément en ce qui concerne les métiers ou les phénomènes qui émergent du web, on essaie toujours de les rattacher à quelque chose de la "vraie vie" entre guillemets comme si c'était pas ... non ça peut pas se définir seulement comme ça. Ben si ! Booktube est booktube, je suis booktubeuse (petit rire) après si j'ai un lien dans la chaîne du livre ? Euh étant donné que j'ai pas fait de services presse, et que j'étais pas en partenariat ni rien, euh je sais pas* » (Anna).

Une idée que l'on retrouve également dans le discours de Madeleine qui, tout en remettant en question le présentateur de l'émission *La grande librairie*, souligne que la critique est « *toujours une question de subjectivité* ». Dans leurs discours, les blogueurs et les booktubeurs se présentent donc plutôt comme des « passeurs-découvreurs ». Le « passeur-découvreur », tel qu'il a été défini par Gisèle Sapiro et Cécile Rabot (2016), est à la fois celui qui cherche à *transmettre* un goût pour la lecture tout en étant capable de présenter des orientations de lectures inhabituelles (Rabot in Segré, 2018).

Le « passeur-découvreur » participe ainsi aussi à la consécration de certains ouvrages (2016) sur laquelle certains blogueurs et booktubers de notre terrain reviennent. Aline, par exemple, souligne le rôle que joue le blogueur dans la mise en avant de certains ouvrages de la même manière qu'elle le fait en tant que libraire :

*« (...) y'a tellement de toute façon de livres qui sont publiés qu'on peut pas tout lire et que si y'a une sélection de faite ben les blogs ça sert aussi à ça, c'est des fois de faire ce que fait en gros le boulot d'un libraire, c'est quand le libraire il fait ses notules, ses coups de cœur sur les livres, c'est pour faire ressortir du lot parce que celui-là il vaut peut-être plus la peine qu'un autre, c'est permettre de faire émerger des titres » (Aline).*

Erica, quant à elle, évoque le rôle de consécration que le booktubeur peut jouer en mettant en avant certains ouvrages dont elle constate qu'ils sont alors publiés dans d'autres formats par les maisons d'édition :

*« (...) la littérature de genre, le Young Adult et tout ça c'était celle que j'aimais donc du coup je lisais beaucoup, beaucoup de ça donc j'en parlais forcément et c'est vrai que c'est une littérature dont on ne parle pas beaucoup et j'trouve ça vraiment dommage parce qu'il y a vraiment des p'tites perles genre "Les fiancés de l'hiver" hein concrètement ben d'ailleurs la preuve ils l'ont sorti pour les adultes parce qu'on a tellement dû leur dire "eh oh, réveillez-vous là faut faire quelque chose" » (Erica).*

Ainsi, la notion de « passeur-découvreur » est une notion intéressante pour souligner les deux versants sur lesquels repose, au moment des entretiens, la définition du rôle que nos enquêtés se proposent de revêtir.

Une notion qui prend également soin de les distinguer de la dimension commerciale sans pour autant l’oblitérer puisqu’il s’agit toujours de jouer un rôle dans la consécration de certains ouvrages, et donc potentiellement de leurs ventes. En revanche, ce rôle de la consécration qui est envisagé par les blogueurs et les booktubers non pas sur le registre « commercial » ni « critique » mais sur la base d’un engouement qu’une lecture suscite auprès d’un public comme l’a souligné Erica, ou sur la base d’un engouement personnel comme l’a souligné Aline. D’autres, comme Olivia la présente comme une manière de soutenir « l’économie du livre » comme l’évoque Olivia :

*« (...) y'a certains blogs qui sont suivis mais ils ont un nombre de visiteurs à la journée euh absolument énormissime, quand on regarde les commentaires et souvent en plus c'est "oh tu m'as convaincu, je pars l'acheter" ce genre de chose-là, donc vraiment je ne sais pas où en serait l'industrie du livre maintenant s'il n'y avait pas des blogueurs et des booktubers pour parler des livres et vendre des livres tout simplement en tant que, en tant que passionné qui a aimé un livre et qui veut le faire partager parce qu'il l'a trouvé génial et non pas en tant que commerçant qui dit "il faut absolument vendre" » (Olivia).*

Ainsi, on retrouve l’ambiguïté sur laquelle repose les discours des enquêtés présentée dans la partie I. En effet, les blogueurs et les booktubers sont soucieux de ne pas être rapprochés d’une figure de la « prescription traditionnelle » tout en n’y renonçant pas non plus totalement comme en témoigne l’idée d’un « art de jauger sans juger ».

## 2. Un « art de jauger sans juger » ou comment se distinguer de la « prescription traditionnelle » ?

### 2.1. La « subjectivité » : ce qui compte c'est ce que le lecteur donne à penser du livre

*« (...) on est les premiers à véhiculer justement que j'ai aimé, je suis en train de vous donner un avis le plus subjectif du monde, je veux vous engager parce que ça m'a plu que vous le lisiez, par contre, je suis honnête avec vous, ça peut ne pas plaire à ci, à ça » (Anna).*

Même si le blogueur et/ou le booktubeur considère qu'il ne « critique » pas mais « donne son avis », l'expression d'un goût est nécessairement liée à la production d'un jugement. Pour relativiser la notion de « jugement », on note que les blogueurs et les booktubeurs ont ainsi recours à l'argument de la « subjectivité ».

Une subjectivité qui est ainsi érigée en valeur centrale de leurs discours puisqu'ils la considèrent comme l'indicateur central de la confiance dont ils sont les dépositaires. En effet, dans un contexte caractérisé par une certaine défiance des discours médiatiques traditionnels, les blogueurs et les booktubeurs disent s'engager à donner leur avis sur le registre de son ancrage dans leur histoire personnelle et de l'expérience comme garanties de « l'authenticité » de leur point de vue.

Cela rejoint ce qu'Oriane Deseilligny soulignait déjà à propos des blogs de voyage pour lesquels la chercheuse rappelle que l'énonciation personnelle est ce qui confère la légitimité au « conseil » de son auteur :

*« Le récit renvoie en permanence au vécu, s'ancre dans l'actualité de l'expérience et, de fait, bénéficie d'une certaine légitimité quand il s'agit d'émettre des jugements et de formuler ici ou là des conseils pour de futurs voyageurs »*

(Deseilligny, 2014).

Aussi, cela n'est pas sans rappeler ce que nous avons évoqué dans la partie précédente à propos de la valeur « d'authenticité » que convoque les formes de « l'énonciation personnelle » portée par les dispositifs d'écriture. Dans ce contexte, les blogueurs et/ou les booktubers de notre terrain relativisent la notion de « critique » en considérant que leur « avis » repose sur l'expression assumée de leur point de vue personnel et que dans ce contexte, le jugement qu'ils formulent à propos de tel ou tel livre ne peut s'expliquer qu'au prisme de leur expérience personnelle de lecture. Une expérience dont ils cherchent à rendre compte « à leur manière » c'est-à-dire par une mise en scène toute personnelle comme le souligne Anna :

*« (...) vu que tout le monde pense tellement différemment et tellement - tout le monde reçoit tellement différemment, par contre ce qui va différencier c'est la manière dont on l'exprime, tout simplement » (Anna).*

Nos enquêtés semblent ainsi souligner que ce qui compte chez le blogueur et/ou le booktuber est avant tout ce que le lecteur donne à penser du livre. Que ce soit pour les blogs littéraires ou pour les chaînes BookTube, les articles et les vidéos sont ainsi envisagés par nos enquêtés comme une « mise en écriture » de la « réflexivité » du lecteur, attentif à décrire aux autres lecteurs ce qu'il a « vécu » au moment de sa lecture. Dans ce contexte, soutenue par des dispositifs d'écriture qui appellent à la mise en forme d'une « énonciation personnelle », la médiation de l'écriture est envisagée par nos enquêtés comme une manière de « *cultiver une intériorité* » (Fabre, 1993, p68). Une dimension que Daniel Fabre décrivait déjà en précisant que l'écriture dans sa « *dimensions spéculaire* » (Ibid., p68) se fait le reflet de notre propre

personnalité, accompagnant ainsi le souci de cultiver son intériorité et d'affirmer par ce biais son identité (Ibid.).

A notre sens, cela peut expliquer pourquoi le registre des émotions, des ressentis et des sensations dominant dans leurs articles et leurs vidéos. En effet, blogueurs et booktubers cherchent à donner une interprétation toute personnelle et donc irréductible à chaque singularité mise en scène sur le blog et/ou sur la chaîne *YouTube*. Aussi, l'expression assumée des subjectivités assoit-elle l'idée d'un relativisme qui contrecarre symboliquement l'idée d'une hiérarchie culturelle.

Ainsi, la notion de jugement se voit pondérée par le discours de soi que les blogueurs et les booktubers s'engagent à tisser avec un discours sur la lecture. Une idée que Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini ont également précisé au regard des « groupes de lecteurs » dans lesquels « *le sens de l'échange* » engage un « *travail sur soi* » qui permet de formuler un discours sur la « *technique de l'écriture littéraire* » et en même temps « *de dialoguer avec soi-même, d'interroger son propre vécu, de faire le point sur sa propre vie, et du rôle qu'y joue la littérature* » (Leveratto, Leontsini, 2008, p141).

La réflexion des sociologues corrobore ainsi l'idée évoquée plus haut par Daniel Fabre qui veut que la mise en écriture accompagne le souci de cultiver de son intériorité, le livre se faisant selon eux « *l'instrument de mesure de [leur] propre développement personnel* » (Leveratto, Leontsini, 2008, p141).

Une dimension que l'on retrouvera dans la mise en scène de la lecture comme nous le verrons dans le chapitre 3.

## 2.2. Une « personnalité engageante » ou la promesse d'une relation « directe » et « personnalisée »

*« (...) t'as tellement - ben surtout maintenant t'as plein de booktubeurs et tu peux pas toucher tous les - toutes les personnes qui vont aimer les booktubeurs, tu vas toucher toutes les personnes qui voilà sont attachées à toi et qui se retrouvent dans tes lectures en fait » (Erica).*

Dans ce contexte, l'expression de la « personnalité » est ce qui authentifie la subjectivité de l'avis qui est donné par le blogueur et/ou le booktubeur. C'est pourquoi la « personnalité » occupe une place prépondérante dans le discours de nos enquêtés. En effet, certains d'entre eux disent regarder certains booktubeurs uniquement pour leur « personnalité », précisant que cette dernière est peut-être même plus importante que ses goûts de lecteur :

*« Ça peut être autant une personnalité qui est pas du tout enfin avec laquelle j'accroche pas même si elle me présente un livre que j'adore ça va pas forcément le faire alors qu'au contraire y'a des personnes que je peux suivre même si je lirai jamais les livres qu'elles présentent ou euh voilà » (Camilla).*

Pour cette raison, certains de nos enquêtés envisagent la « personnalité » comme un support favorable à « l'engagement » de leurs publics. Une idée qu'Erica souligne comme nous l'avons évoqué dans la partie II, puisqu'elle distingue les médias traditionnels des booktubeurs dont les vidéos reposent sur l'efficacité de la mise en scène de soi. Pour nos enquêtés le rapport à soi est donc central dans la manière de mettre en scène la lecture, ce qui peut expliquer que les blogs sont majoritairement délaissés au profit des chaînes *YouTube*, alors envisagées comme une manière de soutenir une intensification du rapport au booktubeur que permet notamment la mise en scène du lecteur en vidéo.

Par ailleurs, l'expression de la « personnalité » est perçue comme une manière d'assurer un sentiment « d'*attachement* » (Erica), au sens d'une proximité affective sur laquelle repose idéalement l'« engagement » des spectateurs. La dimension « affective » a d'ailleurs été soulignée par Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Téterel (2006) à propos de la « blogosphère ». Postulant que la production de soi sur les blogs constitue une « technique relationnelle », les chercheurs considèrent pour cette raison que ce que produisent les blogueurs est par définition « interactif » et donc, très liée à l'expression de leur identité personnelle, ce qui leur permet « *d'établir des liens directs et personnalisés avec leur public* » (Cardon, Delaunay-Téterel, 2006.). En ce sens, l'expression de la « personnalité » répond à la promesse d'une relation « directe » et « personnalisée » entre le blogueur et/ou le booktueur et ses lecteurs et/ou spectateurs, c'est-à-dire à la construction de liens affectifs face auxquels il est intéressant de voir que certains des booktueurs se questionnent. En effet, face à l'impression de proximité que suscite leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube, les enquêtés s'interrogent sur la « bonne distance » à adopter face à leurs publics :

*« (...) y'a un sentiment de proximité, on voit ma gueule, on voit mes attitudes donc on se dit "ben ouais ça pourrait être ma copine" et c'est vrai euh sauf que moi je ne sais pas ce qu'il y a derrière la personne euh en retour donc il faut me laisser le temps quoi euh je peux pas en un message me dire "wouah" direct et on sera les meilleurs amis du monde, j'ai besoin de temps, j'ai besoin de revoir les mêmes personnes en commentaires, d'échanger, petit à petit quoi » (Anna).*

Au regard de nos observations, force est de constater que cette dimension affective peut alors prendre la forme du « don – contre-don<sup>116</sup> » puisque la réciprocité dans les échanges est ce qui constitue le ciment entre des individus qui se sentent appartenir à la même communauté et

---

<sup>116</sup> En référence à Marcel Mauss, dans son *Essai sur le don*, dont la date de publication originale est 1925.

coopèrent ainsi à son élaboration à travers leurs échanges. Pour Anna, cela se traduit par exemple par la création de « *contenus additifs* » (Anna) sur ses réseaux sociaux numériques, et pour d'autres, cela prend la forme d'un « concours » qui permet de faire plaisir en offrant un livre (Erica, Corentin, Marion) et de remercier du soutien (Erica, Anna, Corentin) c'est-à-dire de l'attention que donnent les publics. D'autres formes permettent quant à elles de susciter les réactions des publics que ce soit à la fin d'une vidéo ou d'une publication sur les réseaux sociaux. C'est aussi en cela qu'*Instagram* rencontre du succès auprès des blogueurs et/ou des booktubers de notre terrain car, les « stories<sup>117</sup> » suscitent des « réactions immédiates » comme le précise Anna, et resserrent le temps des publications qui peuvent ainsi être quotidiennes. A notre sens, ces éléments répondent au souhait que formulent nos enquêtés dans leurs discours puisqu'ils reviennent sur la recherche d'un lien qui leur permette d'entretenir une relation suffisamment informelle, proche et amicale entre eux et avec leurs lecteurs et/ou leurs spectateurs comme le souligne Madeleine :

*« (...) j'ai vraiment envie de créer un lien avec mes lecteurs, le plus concret, le plus réel possible même le plus "simple" entre guillemets parce que voilà c'est simplement je donne les avis et après on discute comme ça et voilà je pense que c'est comme ça qu'on peut créer vraiment un lien (...) » (Madeleine).*

### 2.3. « Parler de ses goûts » ou l'idéal de la mise en scène des préférences du plus grand nombre

Enfin, afin de se distinguer de la « prescription traditionnelle », les blogueurs et les booktubers de notre terrain mettent au centre de leurs discours l'expression de leur goûts personnels.

---

<sup>117</sup> Vidéos éphémères de courte durée.

En effet, en refusant de se positionner « au-dessus » de l'œuvre, ni érudit ni professionnel comme nous pourrions résumer le discours des enquêtés, le blogueur et/ou le booktubeur exprime donc *ses goûts personnels* lesquels fondent la légitimité de son avis puisqu'ils sont l'expression de sa « subjectivité ».

Ce point nous amène par ailleurs à souligner l'importance des « logiques d'adhésion » comme corollaire de l'expression des goûts. En effet, contrairement à la « critique culturelle » qui, décrite plus haut par Martel (2009), cherche à parler du « goût de tous », le blogueur et le booktubeur parle avant tout de « ses goûts à lui » puisque les enquêtés de notre terrain partent du principe que « l'affiliation » entre le blogueur et/ou le booktubeur et ses lecteurs et/ou spectateurs repose avant tout sur les affinités en termes de goûts :

*« (...) je pense que les gens s'orientent vers des personnes euh qui ont les mêmes goûts qu'eux donc oui je pense que c'est mieux quand même de clamer ou au moins d'avoir enfin de dire je fais pas tout mais des trucs assez spécifiques, tu me verras assez peu parlé de Young Adult, déjà je trouve que j'en parle beaucoup autrement, c'est pas trop mon genre de lecture même si y'en a que j'aime bien parce que je suis pas la mieux placée pour en parler clairement » (Lise).*

Ainsi, certains se sont engagés à se « spécialiser » dans certains genres littéraires, la « jeunesse » pour Rémy, « l'imaginaire » pour Hilda, la « fantasy » pour Mandy, la « romance » pour Esther.

Des goûts dont on a également vu dans la partie II qu'ils sont soutenus par les différents dispositifs d'écriture qui invitent à se « regrouper » en fonction de ce que l'on aime (ou de ce que l'on n'aime pas) et ainsi, à structurer les communautés sur la base de « réseaux sociaux affinitaires » ce que permettent par exemple le « blog roll » et les « chaînes similaires ».

D'autre part, la logique de l'affinité par les goûts personnels est également soutenue, sur *YouTube*, par la logique de l'algorithme qui repose sur une personnalisation automatisée de la recommandation qui propose des « contenus similaires » en fonction de notre « activité » de visionnage de vidéos. Dans cette perspective, le « goût » est défini comme une « métrique » basée sur « les affinités numériques » (Cardon, 2015, p32) :

*« L'algorithme fait confiance à la régularité des structures de goûts et d'intérêts des utilisateurs pour rendre prévisible les rapprochements entre les produits recommandés » (Cardon, 2015, p 64).*

Sur les blogs, l'expression des goûts s'exprime notamment au niveau de la personnalisation du modèle éditorial. Le choix d'un fond vert pour Hilda annonce son goût pour la fantasy quant au choix d'un fond plus sombre pour le blog de Grégoire annonce son goût pour les « thrillers ». En plus des éléments de son « identité clamée » (Georges, 2008) – par exemple, une courte présentation personnelle - qui lui permettent de se présenter en fonction de ses goûts, le blogueur organise aussi son blog en fonction des genres littéraires qui permettent là aussi d'informer les lecteurs potentiels sur ses goûts. Sur *YouTube*, la manifestation de ces goûts se joue principalement au niveau de la bibliothèque présentée dans la vidéo du booktueur dont la mise en scène permet de présenter ses goûts de lecture :

*« (...) je sais que j'apprécie - je suis curieuse de voir les livres des gens, ce qu'ils ont dans leur bibliothèque parce que la bibliothèque reflète un peu la personne qu'on est donc on peut voir ce que les gens aiment bien lire, voir ce qu'il y a derrière euh derrière la personne j'apprécie ouais » (Marion).*

Aussi, comme l'a précisé Dominique Pasquier, la manifestation publique des goûts permet de constituer une « culture identitaire partagée » (Pasquier, 2011) que soutient sur les blogs et les chaînes BookTube la constitution de « communautés affectives ».

Ce point peut alors éclairer le fait que les goûts sont le plus souvent évoqués dans les discours de nos enquêtés sur le registre la « revendication identitaire ». L'intérêt semblant être par-là de défendre dans leurs discours une diversité des goûts de lecture qui répond dans l'idéal à la mise en scène des préférences du plus grand nombre. Cela n'est pas sans rappeler ce que Mathias évoque d'ailleurs au moment de l'entretien, pensant qu'une personne qui ne lit pas encore, est peut-être une personne qui n'a tout simplement pas encore trouvé le « genre » qui lui correspond.

### 3. Synthèse

Ainsi, nous avons vu que dans le cadre des échanges entre lecteurs sur la scène de la « visibilité publique » des blogs et des chaînes *YouTube*, la production des « jugements esthétiques » s'inscrit dans le cadre d'une « activité prescriptive ». Dans ce contexte, la mise en scène de la lecture dépasse le seul cadre d'une « incitation à la lecture » et s'articule également autour de sa promotion marchande. En effet, les blogueurs et les booktubeurs font l'objet de récupération par des acteurs extérieurs, principalement les maisons d'édition, qui « font » des blogs et des chaînes BookTube l'un des relais pour susciter un acte d'achat. Cette idée a d'ailleurs été appuyée par une partie de la littérature scientifique qui s'engage ainsi à comprendre les constances et les transformations de la « prescription littéraire », professionnelle et amateur, sur Internet.

Pour autant, nous avons montré que dans leurs discours, les enquêtés cherchent à se distinguer des formes de la « prescription traditionnelle » refusant d'une part, de réduire leur blog et ou leur chaîne à être un intermédiaire de la vente de livres. Et en se distinguant d'autre part, des « critiques » et des « journalistes » qui définissent selon eux les canons du bon goût en vue d'orienter les lecteurs.

Ce à quoi les blogueurs et les booktubeurs de notre terrain se refusent, estimant ne pouvoir juger de la qualité d'un livre qu'au regard de leur propre expérience de lecture.

Dans ce contexte, les blogueurs et les booktubeurs se positionnent dans leurs discours en tant que « passeur-découvreur » (Sapiro, Rabot, 2016). Ce dernier étant à la fois celui qui « transmet un goût de lire », c'est-à-dire donne envie de lire, et celui qui participe à la consécration de certains ouvrages. Une consécration qui n'est cependant pas envisagée par les enquêtés sur le registre « commercial » ni « critique » mais sur la base d'un engouement personnel et/ou collectif lorsqu'une lecture suscite un intérêt auprès du public sur la base duquel tel ou tel ouvrage mérite d'être mis en avant, et que la notion de « passeur-découvreur » met bien en avant. Cela, même si dans les faits, les blogueurs et booktubeurs participent à la vente des livres et au « geste critique » dont ils cherchent à se distinguer.

En ce sens, il est intéressant de noter que tout en se distinguant d'une partie de la prescription traditionnelle qui convoque d'une part, l'idée d'une « commercialisation » de leur blog et de leur chaîne BookTube (à laquelle ils participent), et d'autre part, un imaginaire « snob » qu'ils associent à la « critique littéraire », nos enquêtés n'y renoncent pas pour autant totalement. En effet, il faut préciser que la « prescription institutionnelle » réalisée par des agences du livre est davantage valorisée par les discours de certains enquêtés pour le souci qu'elle porte à inciter les jeunes à lecture. Ainsi, nous avons vu que nos enquêtés mobilisent dans leurs discours l'argument de la « subjectivité », de la « personnalité » et des « goûts personnels » afin de pondérer ce que connote à leurs yeux la dimension « prescriptive » dans laquelle ils se trouvent pris et ainsi, de nous préciser la manière dont ils envisagent de mettre en scène la lecture depuis leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube.

## Chapitre 2 – « *C'est voir le livre ou en parler ?* » : La divergence des discours sur les dispositifs de la mise en scène de la lecture

### 1. Du modèle épistolaire sur les blogs littéraires au « simulacre » de l'échange en face à face sur *YouTube*

#### 1.1. L'« égotisme » sur *YouTube* ou la critique de l'importance du booktueur au détriment de la lecture

Au moment des entretiens, notre terrain est particulièrement marqué par deux phénomènes. D'une part, on remarque une tendance à délaisser les blogs littéraires, au profit des chaînes *YouTube*. En effet, un regard longitudinal sur les blogs littéraires de notre terrain permet de se rendre compte que le nombre d'articles publiés est concrètement en baisse et que la diversité des formats d'articles proposés (ex, « tags », « swaps », « concours », « bla bla », etc.) se réduit considérablement au profit des seuls « avis littéraires<sup>118</sup> ». Dans ce contexte, les blogs perdent de leur ancrage dans le « quotidien du lecteur » - sur lequel nous reviendrons dans le chapitre suivant - pour se présenter davantage comme une compilation « d'avis littéraires ». Des changements qui ont commencé à s'opérer avec l'émergence des chaînes *YouTube*, et continuent de s'accroître aujourd'hui avec *Instagram*<sup>119</sup> qui occupe une place de plus en plus prépondérante au détriment des chaînes *YouTube* cette fois-ci.

---

<sup>118</sup> Il suffit pour cela de consulter la section « archives » pour constater par exemple que sur le blog de Rémy 3 articles ont été publiés en 2018 pour 134 en 2011 ; sur le blog de Mathias 28 articles ont été publiés en 2018 pour 207 en 2013 ; sur le blog de Marion 5 articles ont été publiés en 2018 pour 54 en 2014.

<sup>119</sup> Nous faisons ici référence à la structuration d'une communauté autour du hashtag « Bookstagram ».

D'autre part, nous remarquons au moment des entretiens que se joue une distinction plus nette que ce que nous pensions entre d'une part, la revendication d'une « identité » de blogueur et d'autre part, la revendication d'une « identité » de booktubeur, comme le souligne Madeleine au moment des entretiens :

*« (...) j'aime vraiment que ce soit mon activité de blogueuse qui prime parce que c'est là que je m'identifie plus dans l'état d'esprit euh c'est là où je me sens le mieux, c'est là où je me sens plus à l'aise, c'est là où je trouve que ce que je fais a le plus d'intérêt, je me trouve plus intéressante sur mon blog que sur ma chaîne YouTube »*  
(Madeleine).

Une distinction qui pointe à notre sens les divergences de conceptions et les désaccords que les enquêtés nourrissent à propos de la « scène » sur laquelle chacun parle de la lecture, c'est-à-dire la met en scène. En effet, pour certains blogueurs de notre terrain le choix du blog est envisagé comme une manière de se distinguer d'un manque de sérieux que la vidéo sur *YouTube* leur semble connoter, notamment car elle répondrait davantage aux logiques de mise en visibilité de soi. Ainsi, Madeleine qui a délaissé sa chaîne *YouTube*, et Aline qui a fait le choix de ne pas en avoir, remettent toutes deux en question dans leurs discours la prégnance de la figure du booktubeur et de sa vie personnelle auxquelles la vidéo leur semble donner trop d'importance au détriment des livres et de la lecture :

*« Et finalement, quand on regarde, j'ai vu ça l'autre jour, quand on regarde le nombre de vues par vidéo, sur une chaîne littéraire et ben les vidéos qui font le plus de vues c'est les vidéos qui n'ont aucun rapport avec les livres, qui sont sur la vie des booktubeurs, qui sont sur je sais pas- des voyages ou des challenges, des trucs comme ça et finalement les vidéos qui sont très centrées sur les livres ou les choses comme ça ben c'est les vidéos qui font le moins de vues »* (Madeleine).

Pour Grégoire qui, de la même manière que Madeleine a délaissé sa chaîne *YouTube*, suggère que le blog qui repose sur l'écriture – ici au sens de l'acte même d'écrire – demande davantage de réflexion qu'une vidéo, avant de se raviser reprochant davantage l'utilisation de l'« image » qui peut être faite par certaines booktubéuses – il fait ici référence aux plus populaires – auxquels il reproche de « *faire une campagne politique* » (Grégoire) de leurs chaînes, et pointe ainsi un rapport plus « égotique » qui lui semble retrouver sur les chaînes BookTube :

*« C'est un exercice quand même d'écrire, ça demande une réflexion alors je dis pas que les vidéos ne demandent pas de réflexion mais c'est vrai que ... c'est ça qui me déplaît, c'est un peu cette utilisation de l'image en fait, je vois certains surtout booktubéuses où ça devient des phénomènes quoi j'ai l'impression qu'elles savent plus où aller pour aller plus loin et quand j'entends ce qui se passe à Montreuil des fois, au salon de Montreuil, déjà c'est pas un salon qui m'attirait plus que ça où j'entends qu'elles ont distribué des flyers euh je me dis "wouah faut ffff (petit rire) au bout d'un moment ..."» (Grégoire).*

En ce sens, la critique de Grégoire reproche aux booktubéuses de réduire leur mise en scène et plus largement leurs chaînes *YouTube* à de la « *publicité* » ou de la « *com* », ce qui participerait à décrédibiliser les booktubéurs, notamment auprès des maisons d'édition qui envoient des services de presse :

*« (petits rires) En faisant ça euh c'est pas ce qu'elles prouvent je trouve, je sais pas vraiment si les professionnels sur place en ont un bon ... une bonne image en fait. Est-ce qu'ils ont la bonne perception de ça ? Parce que je disais, je vois bien que le Centre National du Livre s'intéresse beaucoup à BookTube en ce moment mais pour quelle raison ?*

*Est-ce que parce que pour eux c'est un nouveau très bon vecteur de com, et euh mais est-ce que c'est de la com dans le bon sens quoi ? Est-ce que c'est juste euh voir le livre ou en parler du livre ? » (Grégoire).*

Très critique à l'égard de ces logiques, Grégoire reproche ainsi l'instrumentalisation qui peut être faite des chaînes BookTube qui lui semblent ainsi parfois envisagées comme de bons « *vecteurs de com* » au détriment du « contenu » des livres que lui semble privilégier le blog. Cela en raison de son rapport étroit avec l'écriture, et non avec l'image qui, quant à elle, placerait au cœur de la mise en scène la figure du booktubeur comme le souligne Grégoire. En revanche, ce qu'omet le blogueur c'est que la vidéo repose elle aussi toujours sur un travail d'écriture, cependant elle n'est pas envisagée comme telle par les booktubeurs qui l'envisagent davantage comme une technique d'enregistrement et donc de « reflet » d'eux-mêmes. Ce qui corrobore l'impression « d'égotisme » soulevée par Grégoire.

#### 1.2. De la « transcription » sur les blogs à « l'enregistrement » sur *YouTube*: l'idéal d'une mise en scène « non-scénarisée » d'un « soi-lecteur »

En effet, au moment des entretiens, Rémy souligne que le cœur de « l'avis littéraire » du booktubeur repose sur les sentiments qu'il livre à ses spectateurs, c'est pourquoi pour lui le montage n'a d'intérêt que secondaire, la « spontanéité » des ressentis étant ce qui est valorisé auprès de nos enquêtés :

*« C'est pas parce que y'a plein de montage etc. que ça va plus forcément donner envie de lire le livre, ce qui compte c'est vraiment ce que nous on va dire à propos de ce livre » (Rémy).*

L'écriture est ainsi envisagée comme une « médiation » des émotions, c'est-à-dire ici un moyen de les « retranscrire », ou pourrait-on dire une médiation au service de la traduction de l'intériorité de chacun. De la même manière, Hilda souligne que sur le blog, l'écriture est là aussi employée comme une médiation au service de la mise en forme des ressentis que la blogueuse donne à lire à ses lecteurs afin de leur donner envie de lire tel ou tel livre :

*« Le truc qui était dur au début du blog c'était euh comment faire pour donner envie aux gens de lire tel ou tel livre, c'était la question que je me posais quand j'écrivais des avis parce que j'étais devant mon pc, et je me disais "mais qu'est-ce que je peux dire sur le livre ?" euh enfin tu vois, j'ai fait une filière littéraire mais j'étais pas spécialement bonne en dissert', c'était un gros exercice en fait (...) Et en gros petit à petit ouais ça a été la question ben "qu'est-ce que toi t'as aimé dans le livre ? et transcris-le et essaie de donner envie de le lire aux autres parce que toi t'as aimé ça, et ça sans forcément dévoiler le gros euh tu vois le gros cliffhanger et tout ça" » (Hilda).*

Ainsi, même si les blogueurs décrivent au moment des entretiens, leur travail de relecture ainsi que d'agencement et/ou de structuration de leurs avis qui repose parfois sur un certain « schéma » (Aline) d'écriture, tous évoquent retrouver dans l'acte d'écrire une « spontanéité » – le blog « *c'est des émotions brutes* » comme dit Maud – que l'écriture doit permettre de retranscrire.

Dans les deux cas, les discours de nos enquêtés investissent donc leur blog et leur chaîne *YouTube* d'un profond désir « d'authenticité ». Ce dernier repose moins sur la recherche d'un « moi essentialisé » que sur la recherche d'une mise en scène de soi et de ses émotions qui soit la plus « brute » possible.

C'est ce que souligne par exemple Madeleine, pour qui le désir d'authenticité sur le blog ne répond pas à un souci d'épanchement personnel, qu'elle juge trop frivole, mais sur la mise en scène la plus « authentique » possible d'un « *soi-lecteur* » (Leveratto, Leontsini, 2005). Une idée que la booktubreuse Anna souligne également à travers l'idée d'une mise en scène de son « *alter ego de lectrice* ».

En revanche, nos enquêtés soulignent que les blogs rendent plus difficile la mise en scène « authentique » d'un soi-lecteur en raison de la médiation de l'écriture qui « fait écran ». Au contraire, le recours à la vidéo leur donne l'impression que la médiation de l'écriture s'efface au profit de l'expression « brute » de leurs ressentis. C'est pour cette raison que la vidéo est davantage valorisée, y compris auprès des blogueurs littéraires, car elle répondrait davantage à l'idéal de la « spontanéité » dont ils investissent leurs blogs et leurs chaînes *YouTube*. Une idée que souligne Erica alors qu'elle présente son rapport à la vidéo sur le registre du « *naturel* » :

« *Parce que je trouve pas ça naturel pour - enfin, moi je suis plus naturelle à l'oral qu'à l'écrit, j'ai dû mal à retransmettre euh et retranscrire surtout mes sentiments et ce que j'ai pu ressentir en lisant le bouquin à l'écrit* » (Erica).

Dans leurs discours, les blogueurs et les booktubers distinguent ainsi l'écriture sur le blog, qu'ils envisagent comme une technique de *transcription*, tandis que sur *YouTube*, la vidéo est envisagée comme une technique d'*enregistrement*<sup>120</sup>. Or, transcrire, c'est copier et la copie c'est le « reflet », tandis qu'enregistrer, c'est saisir le moment « présent », le « vrai soi » : c'est là que, selon nous, réside la promesse de la vidéo qui ne convoque pas le même imaginaire que l'écriture sur le blog, même si toutes deux puisent leurs filiations formelles dans l'écriture « diaristique » comme nous l'avons évoqué dans la partie II.

---

<sup>120</sup> Et cela même si toute vidéo repose nécessairement sur un travail d'écriture, y compris dans le cas d'une écriture qui cherche à recréer l'impression de la spontanéité.

Toujours est-il que sur *YouTube*, cette « écriture diaristique » se trouve médiée par une vidéo qui ne convoque pas le même imaginaire que l'écrit sur les blogs pour nos enquêtés. Une nuance que l'on retrouve ainsi dans le discours des blogueurs qui envisagent les blogs comme le « *reflet* » de leur personnalité, tandis que la chaîne *YouTube* présenterait l'original dépouillé des artifices de la copie. On retrouve ici la promesse de l'énonciation personnelle de la vidéo amateur comme nous l'avons évoquée dans la partie précédente. Les premières vidéos amateurs sur *YouTube* répondant, selon Strangelove, au souci d'une représentation de soi « *non-médiée* » et « *non-scénarisée* » (Strangelove, 2010, p82) sur laquelle semble s'aligner les discours de nos enquêtés, notamment celui de Rémy qui revient sur les débuts de BookTube où « *c'était le côté spontané, c'était on se livre devant la caméra, on va pas répéter quinze fois pour que ça soit super beau, super joli* ».

La médiation de l'écriture s'efface ainsi, idéalement du moins, au profit de la « capture » du moment vécu, « brut », « spontané », comme dépouillé des artifices de l'écriture. La recherche de spontanéité subsumant alors celle de la sincérité et de la transparence comme le souligne Aline :

« (...) souvent ce que j'ai pu voir c'est le côté sincère, parce que dans un écrit on peut dire "oh j'ai adoré ce livre, c'est trop bien" mais c'est peut-être pas trop bien que quand on parle d'un livre quand on voit l'expression du visage, on peut savoir si la personne est sincère ou pas, ou si elle ment ou pas, je pense que ça peut jouer aussi sur ça » (Aline).

Une considération que l'on retrouve alors dans la manière dont les blogueurs et/ou booktubers de notre terrain envisagent leur montage qui, du point de vue audiovisuel, constitue la clé de voûte de l'écriture d'une vidéo.

En effet, il faut noter que la majorité d'entre eux ne rédige pas de « script » de manière à ne pas casser l'impression de spontanéité et paraître ainsi le plus « naturel » possible face caméra comme le souligne Erica :

*« Même euh même celles où je commence à faire des mises en scène, j'y pense avant en me disant "tiens tu peux faire ça comme ça" mais je vais jamais écrire un script comme euh ça peut se faire sur YouTube. Je sais que les autres Youtubeurs font tous des scripts quasiment. Moi j'y arrive pas. Ça me bloque en fait (...) parce que je trouve pas ça naturel » (Erica).*

Dans ce contexte, certains, comme Hilda, Esther, Sacha ou encore Grégoire, se servent seulement d'un carnet ou d'une feuille qui leur sert d'aide-mémoire en lisant les points-clés de leurs discours. L'important étant de ne pas paraître « robotique », comme cela est reproché à l'une des booktubeuses dont on « a l'impression qu'elle lit un texte » (Noémie). Un reproche que Léon se fait aussi à lui-même puisqu'il a fait le choix de scripter entièrement au risque de perdre en spontanéité.

Ainsi, le montage est quant à lui envisagé non pas comme une opération d'assemblage des « morceaux du discours », mais plutôt comme une opération de « coupage ». En effet, Corentin explique par exemple que « la magie du montage » (Corentin) est de permettre de retirer tous les blancs, les hésitations, les bafouillages et autres tics de langage de manière à ne pas trop alourdir la vidéo et à la raccourcir. En ce sens, le montage doit servir avant tout à dynamiser le rythme de la vidéo, notamment par l'insertion de « jump cuts » qui permettent de recréer, par saccades, une impression d'avance rapide dans le discours.

Le « jump cut » constitue pour cette raison le code de l'écriture filmique le plus répandu parmi les booktubeurs.

On le retrouve également à l'échelle plus large de *YouTube*, notamment dans les vidéos humour, lifestyle, beauté qui empruntent également au « jump cut » son effet de dynamisation du rythme de la vidéo. Même Anna qui de son côté scripte entièrement toutes ses vidéos pour se rassurer, opte pour un montage centré sur le « coupage » de manière à donner du rythme à la vidéo à la manière des vidéos « gaming<sup>121</sup> » qui l'ont inspirée, ainsi que sur un effort d'oralisation pour rompre avec le côté « récitatif » du script.

Elle privilégie également un jeu sur les plans en passant des plans serrés aux plans larges, rappelant les changements de position (entre un point A et un point B) qu'Erica fait dans certaines de ses vidéos entre deux plans de manière à dynamiser sa mise en scène en face caméra. Ainsi, elle ne se présente pas toujours au même endroit de l'image, comme essaie également de reproduire Martin qui, une fois son script rédigé, s'inspire des codes filmiques récurrents de certains youtubeurs et de certaines booktubéuses qu'il admire. De la même manière, l'ajout de musique en fond de la vidéo participe pour les booktubéurs de cette impression de dynamisme général qu'ils cherchent à dégager de leurs vidéos.

En outre, Martin évoque avoir recours à l'accélération de certaines de ses vidéos ce qui lui permet d'avoir un débit de parole plus soutenu et de renforcer ainsi l'effet de dynamisme que la pratique du montage doit chercher à recréer. Au niveau des effets visuels, seules des incrustations – notamment des couvertures de livres dont il est question – sont ajoutées, et Anna dit accentuer la colorimétrie de ses vidéos de manière à dynamiser cette fois la surface visuelle de l'image. Autant d'éléments que l'on retrouve dans le discours des booktubéurs qui cherchent par-là à ce que ça soit « peps » ou « vivant ». Pour les booktubéurs, ce rythme est ce qui doit assurer la pérennisation de l'attention des spectateurs en tenant éveillé leur intérêt.

---

<sup>121</sup> Elle cite le youtubeur *Squeezie*.

En effet, comme le souligne Nicole Brenez, les « *montages à haute fréquence* » (Brenez, 2010) qui associent notamment « *l'accélééré, le « jump cut » (coupe dans le plan), le filé, le recours à l'intermittence des flashes* », recréent l'impression d'une progression « *haletante* » qui n'est pas sans rappeler l'imaginaire interactif des jeux vidéo (Brenez, 2010). Cela traduit selon la chercheuse, la recherche d'une certaine maîtrise de la vitesse (Ibid.), soutenue dans notre cas par les stratégies d'écriture des booktubers qui s'appuient sur certaines techniques d'accélération du temps des vidéos : accélération du débit de la parole comme l'évoque Martin, mais aussi accélération de l'image filmée comme on peut par exemple le retrouver dans les formats de vidéo « vlogs ».

Le recours à ces codes de l'écriture filmique recrée ainsi l'impression d'une certaine « vitalité » : les coupes, les saccades, les accélérations étant autant de manière de rompre avec l'idée de la monotonie et ainsi, avec une posture contemplative - sous-entendue « passive » - du spectateur dont on recherche qu'il soit davantage « engagé » - sous-entendu « actif » - comme le souligne Noémie :

*« (...) je la regarde moins parce que je la trouvais très robotique, j'avais l'impression qu'elle lisait un texte, du coup ça ben c'est con mais ouais en termes de crédibilité enfin pas de crédibilité mais d'engagement (...) Moi ça m'engage pas, parce que j'aime bien justement le côté assez naturel » (Noémie).*

A notre sens, ce qui s'exprime dans les pratiques de montage de nos enquêtés est ainsi la volonté de donner aux spectateurs l'intuition d'une « expérience » de la conversation que la notion « d'engagement » souligne. En effet, du point de vue de l'écriture de leurs vidéos, nous pensons que ce qui est proposé à la réception, est de suivre la pensée du booktuber en train de se dérouler et de se construire au fil d'un « simulacre » (Baudrillard, 1981) de l'échange en face à

face, lequel repose notamment sur un idéal de la « proximité ». Ce que semble moins permettre les blogs au regard des discours.

### 1.3. L'impression de proximité ou la mise en scène d'un idéal de l'échange « non-médiatisé »

Les discours des enquêtés, blogueurs et booktubers, mettent au cœur de leurs préoccupations la dimension dite « interactive » que permet selon eux la vidéo. Ainsi, Olivia, Aline et Mathias évoquent en termes d'« *interactivité* » l'avantage de la chaîne *YouTube* par rapport au blog :

« (...) *c'est vrai que sur le blog en général le blog ça va que dans un sens, c'est généralement toi qui publies un article pour que les autres le lisent et tant mieux si t'as des commentaires mais c'est pas souvent que les gens prennent le temps de poster un commentaire alors que sur YouTube y'a plus une interaction alors déjà parce qu'on te voit enfin moi c'est comme si je prenais un café ou comme si je discutais avec toi là* » (Olivia).

Par « *interactivité* », les blogueurs et/ou les booktubers font donc référence à l'imaginaire de la « conversation » comme modèle idéal de l'échange entre lecteurs. C'est ce que souligne Rémy qui évoque « *le côté discussion* » qui se dégage des vidéos, ou Louise qui dit se mettre dans la même situation informelle que si elle « *conseillait un livre à un pote qui était en face de moi* » lorsqu'elle se filme pour sa chaîne *YouTube*. En revanche, le blog est caractérisé par sa « *fixité* », les enquêtés le décrivant comme quelque chose de « *froid* » (Rémy) ou de « *peu interactif* » (Olivia). Pour les enquêtés, les échanges se limitent à quelques « *billets* » écrits auxquels le blogueur ne répond pas toujours et les contraintes techniques pour répondre depuis un *Smartphone* freinent les interactions, limitant la dimension « conversationnelle » à un échange de billets écrits sur le modèle épistolaire comme l'a par ailleurs évoqué Oriane Deseilligny (Deseilligny, 2008, 2010).

Dans ce contexte, la vidéo est considérée par les booktubers comme un format « interactif », ou plutôt « communicatif », qui permet de s'adresser aux spectateurs et de déployer ainsi une impression de proximité malgré la distance réelle qui sépare les booktubers de leurs spectateurs. Dans le même ordre d'idée, la mise en scène du booktuber dans sa vidéo se met au service d'un « simulacre » (Baudrillard, 1981) de l'interaction en face à face.

Un simulacre qui repose tout d'abord sur l'écran de l'ordinateur ou du *Smartphone* qui envisage, dès le dispositif de visionnage, une réception sur le registre du rapport interpersonnel. Par ailleurs, en ayant recours à « *une rhétorique visuelle (dominance du visage en plan rapproché) [et] énonciative (le spectateur est interpellé, « regardé »)* » (Gschwind-Holtzer, 1993) le spectateur est inclus dans le processus communicatif (Gschwind-Holtzer, 1993) de la vidéo. C'est d'ailleurs ce qu'illustre de manière emblématique le recours indétrônable du « face-caméra » qui convoque l'imaginaire de la « webcam » - cher aux débuts de *YouTube* - et ainsi, du sentiment de proximité instauré par le « face à face » virtuel.

Dans ce contexte, les vidéos baignent également dans une rhétorique communicationnelle, notamment dans sa fonction phatique dont l'objectif est de créer du lien entre les personnes engagées dans l'échange.

Ne pouvant abolir la distance « physique », l'écriture des vidéos – même si elle n'est pas formulée comme tel par nos enquêtés - repose aussi sur le souci d'atténuer la distance temporelle en simulant la simultanéité de l'échange en face à face. A notre sens, cela peut expliquer la valorisation de certains formats dans les discours, parmi lesquels les « live » comme le précise Olivia - mais aussi des réseaux sociaux numériques, parmi lesquels *Instagram* qui occupe une place de plus en plus importante puisqu'il combine à la fois l'écriture du blog, la photo et la vidéo « spontanée » avec les « stories ».

Par ailleurs, les réseaux sociaux numériques peuvent être utilisés depuis un téléphone mobile. Le dispositif de communication, qui s'ancre dans le quotidien du spectateur, permet alors d'échanger à tout moment sur le mode du sms. L'interaction est donc facilitée du point de vue de sa réalisation technique, contrairement aux blogs mais aussi à *YouTube*, où la démarche est plus fastidieuse. En outre, la messagerie privée alimente l'impression d'un rapport plus « individuel » et « privé » entre les publics et les booktubers qui semblent par ce biais extrêmement « accessibles ». Cela au risque de se confronter parfois à une entrée de ces publics dans l'intimité du booktuber qui prend conscience du sentiment « d'accessibilité » qu'il peut donner à ses publics :

*« (...) tu sens que bon comme des fois je donne pas mon âge, y'a de très, très jeunes, je me vois pas rentrer - je trouve pas ça très sain de rentrer dans une discussion intime avec eux, parce que je suis une adulte et c'est pas à moi qu'il faut qu'ils racontent leur secret, je pense pas, je trouve pas ça sain » (Anna).*

En effet, sur les dits réseaux sociaux numériques, les spectateurs entrent plus en profondeur dans « l'extimité » (Tisseron, 2011) du booktuber comme le soulignent Olivia et Erica :

*« Ça permet aussi bien de relayer des infos euh relatives à mon blog que relatives à moi, ça permet à ceux qui me lisent d'être un peu plus proches » (Olivia).*

*« Je pense qu'ils ont envie de savoir ce que je lis actuellement enfin vraiment tu vois la - la proximité quoi » (Erica).*

En ce sens, le sentiment de proximité est soutenu par la quête de « l'immédiateté » - cette « *urgence à communiquer* » comme la définit Fanny Georges (2009) - recherchée par les dispositifs d'écriture, parmi lesquels les réseaux sociaux numériques qui « resserrent » les temporalités.

Ainsi, les « stories » sur *Instagram* - permettent-elles par exemple de faire concorder le « geste d'écriture », avec celui du vécu sur le modèle des vidéos « éphémères » de *Snapchat*. Caractérisées par un effet de « spontanéité » et « d' instantanéité », elles mélangent photos et courtes vidéos dans lesquelles les booktubers peuvent rendre compte de leurs lectures en cours par exemple. Le booktuber, qui partage par exemple ses avis à chaud, dévoile alors une certaine image du quotidien de lecteur au service d'un échange ordinaire entre passionnés de lecture. Ces derniers peuvent alors « répondre » ou « réagir » (par le biais d'émoticônes) à même la vidéo, depuis la « barre » incrustée en bas de la vidéo qui redirige automatiquement le spectateur vers le système de la messagerie privée. *Instagram* instaurant automatiquement le spectateur dans un rapport de l'interaction interpersonnelle et privée avec le booktuber qu'il regarde.

Dans ce contexte, le rapport au public n'est plus seulement envisagé sur la base d'une interaction possible comme cela été le cas sur les blogs mais sur celle d'un lien personnel et affectif que la réception est engagée à tisser avec le booktuber, lequel cultive un rapport « *informel* » et « *intime* » avec son public comme le souligne Anna. Par le biais de cette écriture audiovisuelle, certains booktubers évoquent que leurs publics nourrissent alors le sentiment de pouvoir entrer en contact avec une personnalité « accessible », proche et presque « amie » sans jamais pour autant la connaître qu'à travers le prisme des « instantanés » médiatiques de sa vie. Une impression de proximité et simultanété qui, comme le souligne Anna, est aussi une manière d'engager la réception à réagir et à participer.

Dans ce contexte, le booktuber se met en scène dans ses vidéos comme un individu lambda qui entre en conversation avec ses publics. Les booktubers nourrissant le souhait de parler de lecture sur le ton informel des sociabilités entre amis.

Bien entendu, la recherche d'une impression de « proximité » n'est pas sans rappeler ce qui fait le cœur de la promesse de l'imaginaire des dits « médias sociaux », à savoir leur « *composante relationnelle* » pour reprendre l'expression de Franck Rebillard (2007). A ce propos, Valérie Patrin-Leclère et Caroline de Montety (2011) rappellent que l'idéal de la « conversation » est constitutif de l'imaginaire d'Internet. En effet, partant d'une réflexion sur la communication revisitée par la conversation appliquée au champ du marketing les deux chercheuses évoquent la réactivation du « *modèle originel de l'échange interindividuel non médiatisé* » (2011, p24) comme imaginaire constitutif du « Web 2.0 » et des « médias sociaux » :

« (...) *c'est la promesse d'une communication « naturelle » qui se joue : la conversation est un retour aux sources de l'échange humain* » (Patrin-Leclère, Montety, 2011, p24).

Les chercheuses rappellent que sur Internet, « *le lien médiatique* » empreint de l'idéal conversationnel repose sur l'idée d'une « *démédiation* » - au sens d'une « *dissolution* » des médiations - qui substitue « *à la dissymétrie la symétrie et à la médiation l'échange direct* » (Patrin-Leclère, Montety, 2011, p63). Les booktubers cultivant par là une « horizontalité » des échanges suggéré par ledit « Web 2.0 », (Rebillard, 2007) qui se présente comme la tentative d'une « *annulation pure et simple de la dimension médiatique du web* » (Berthelot-Guiet, 2011, p84). Un idéal de la « conversation » qui laisse ainsi à penser que la situation de communication se constitue comme un échange « symétrique » voire égalitaire. Or, les blogs par exemple, reposent sur les modes natifs de l'interaction générés par la plateforme d'hébergement que sont les commentaires.

Ce modèle de l'interaction vient des premiers forums électroniques dans lesquels on retrouve une suite de messages consécutifs classée de manière arborescente et subordonnée à l'article publié par le blogueur. Une configuration de l'interaction que l'on retrouve aussi sur *YouTube*, les commentaires étant subordonnés à la vidéo du booktueur.

Du point de vue du design de l'interaction, les blogs et les chaînes *YouTube* ne mettent donc pas fin à la séparation entre la production d'une part, et la réception d'autre part (Hillrichs, 2016). Le design de l'interaction reposant même au contraire sur cette dysmétrie fondamentale qui, comme le souligne Hillrichs (2016), présente les blogs et les chaînes *YouTube* davantage comme des « *environnements non-égalitaires* ». De la même manière, il faut noter que les commentaires se font toujours par écrit, ce qui renforce en un sens la dysmétrie dans les échanges. Pourtant, il semble que cette recherche de l'environnement égalitaire par les blogueurs et les booktueurs, idéalement empreint d'une dimension conversationnelle, se porte aujourd'hui vers *Instagram* comme le souligne Anna au détour de notre entretien :

« Insta euh c'est euh vraiment le réseau où j'ai l'impression que c'est à double sens, c'est-à-dire que je partage autant que je vais regarder ce que je reçois des autres, et c'est aussi c'est vrai, là aussi, j'y ai réfléchi, l'endroit où j'ai l'impression d'être le plus à égalité en termes de ce que je dévoile parce que J'AI les pages de mes abonnés et je VOIS leur stories, et je VOIS leurs trucs (...) Donc du coup on n'est pas du tout sur cette espèce de rapport le grand et le petit ou quoi, non, là on est vraiment, les personnes, on voit chacun ce qu'on a envie de se partager d'une journée, peut-être que c'est pour ça aussi que ça me soulage beaucoup et que ça me rend beaucoup plus apte à échanger dans ce format-là quoi » (Anna).

## 2. Du « studieux » entre soi de lecteurs au divertissement « moderne » et « juvénile »

### 2.1. Le « divertissement » sur *YouTube* : entre discours de la « spontanéité » et discours sur les « artifices de l'amusement »

La critique d'une dimension « égotique » de *YouTube* est également prolongée dans le discours de certains blogueurs par une distinction, voire pour certains un refus, de la dimension « divertissante » de *YouTube*, face auquel certains opposent une image plus « studieuse » du blog littéraire. C'est ce que souligne Olivia alors qu'elle découvre pour la première fois les vidéos de « critiques de livres » sur *YouTube*. La jeune femme est alors surprise de retrouver ces vidéos sur un espace qu'elle associe davantage aux clips musicaux et aux vidéos humoristiques. Par ailleurs, sa surprise est d'autant plus grande que les vidéos sont réalisées par de jeunes lecteurs alors qu'elle considérait jusque-là que très peu de jeunes sont des lecteurs. Sur ce dernier point, il est intéressant de noter que *YouTube* bénéficie aussi d'un effet de sens « juvénile » que nos enquêtés confèrent moins aux blogs comme nous le verrons en suivant :

*« Parce que euh enfin ... dans l'imaginaire collectif quoi tout le monde associe plus YouTube aux clips vidéo, aux clip humoristiques du genre Cyprien, Norman etc. et pas forcément à ce qui touche à la culture comme peut le faire euh c'est "Le Point Culture" par exemple aussi, y'a Nota Bene aussi, tout ce genre chose-là qui tourne euh sur des sujets pas forcément marrants et un peu plus sérieux, un peu plus lié à la culture tout ça, je m'attendais pas forcément à trouver ça sur la plateforme de YouTube alors en plus des livres, des chroniques de livres faites par des personnes passionnées et relativement jeunes, on s'y attend pas forcément vu l'état de la lecture au niveau des jeunes aujourd'hui » (Olivia).*

La blogueuse Olivia qui ne rejette pas la dimension « divertissante » de *YouTube*, souligne que l'écriture – toujours ici au sens de l'acte même d'écrire – convoque une image plus « studieuse » que la vidéo. En effet, la jeune femme distingue ainsi son blog, sur lequel elle dit rédiger des articles plus construits voire « *scientifiques* » car elle peut « *s'appesantir* », de sa chaîne *YouTube* sur laquelle elle va présenter un « *avis bâti sur mon ressenti* », plus « spontané » et aussi plus « funky » :

*« Alors au départ, je montais avec E-movie, au départ mais euh après j'avais eu une idée de fond vert justement à cause de ce problème de décor pour euh faire quelque chose d'un petit peu plus funky (...) » (Olivia).*

De la même manière, Aline précise que son blog lui permet de développer davantage ses avis – elle met notamment en avant la longueur de ces derniers – tandis que la vidéo se caractériserait par une plus grande digression dans les propos, au risque de voir le booktubeur se détourner du « contenu » du livre :

*« Voilà, en soi, le lecteur ne m'intéresse pas, c'est plutôt son avis et du coup par écrit on voit directement que - là ils peuvent faire des digressions et parler un peu de tout et n'importe quoi avant de se reconcentrer sur le livre » (Aline).*

Dans le discours de Rémy, qui continue à alimenter son blog en plus de sa chaîne *YouTube*, on retrouve également l'idée que le blog serait plus « studieux » que la chaîne qu'il ne rejette pas cependant voire privilégie à son blog (en effet, le blog de Rémy fait partie des blogs qui se présentent davantage comme une « compilation » d'avis littéraires comme nous l'avons évoqué plus haut). Aussi, souligne-t-il que les blogs s'adresseraient à des publics en quête d'un avis plus « littéraire », « posé » et « réfléchi » :

*« Hm, hm ben les vidéos comme je disais c'est - pour ce que j'ai c'est beaucoup plus le côté spontané qu'ils veulent et la vidéo oui, et ceux qui aiment plus le côté réfléchi et ceux qui aiment plus le côté euh il a pris du temps pour écrire son machin » (Rémy).*

Tandis que la vidéo de son côté serait caractérisée par sa plus grande « spontanéité » et son côté « fun » :

*« (...) on n'est pas Cyprien, on n'a pas 10 millions de vues quoi, bon c'est pour le fun, c'est une petite communauté vraiment sympathique et chacun a sa personnalité, moi souvent je porte des petits tee-shirts rigolos avec des Pikachu, des Mario, des machins c'est voilà, c'est vraiment pour le fun » (Rémy).*

Une « spontanéité » que la blogueuse Madeleine ne pense pourtant pas incompatible avec le blog puisqu'elle-même dit à plusieurs reprises au moment des entretiens privilégier une « écriture spontanée » pour ses articles :

*« (...) je relis pas euh comme ça c'est une écriture spontanée et voilà, j'ai jamais eu des reproches du type "on voit que tes articles sont pas relus etc." donc je considère que c'est quelque chose qui me convient bien euh je me dis que vu que mon article ça reste quand même un avis, je partage comme je partagerais un avis de lecture à l'oral » (Madeleine).*

Aussi, Madeleine s'accorde-t-elle avec le discours de Rémy pour dire que la chaîne *YouTube* permettrait de parler de la lecture sur le même registre que lorsque l'on en parle à l'oral. Elle évoque ici le cadre de conversations informelles entre amis :

*« (...) j'ai envie de montrer que le livre c'est pas seulement un vieux truc que tu vois en cours et tu lis pour la torture des cours entre guillemets, voilà tu peux aussi te*

*faire plaisir en le lisant et euh et en fait c'est pour ça que quand le format BookTube m'intéressait à la base parce que je me suis dit euh parler de livres euh en face d'une caméra c'est comme si je parlais de livre à quelqu'un en face à face et euh du coup je trouvais ça intéressant » (Madeleine).*

Cependant, à la différence du jeune homme, Madeleine est particulièrement critique d'un certain nombre de « codes tacites », relatifs au divertissement, qui ne lui conviennent pas. Tout d'abord, Madeleine rejette la « *course aux abonnés* » - qu'elle juge cependant moins drastique que sur les chaînes dédiées à la beauté - ainsi que la tendance à vouloir « *toujours innover et faire quelque d'étonnant, de drôle* » au risque de faire de *YouTube* un seul « *support d'amusement littéraire* » :

*« (...) je pensais pas qu'on aurait besoin d'autant d'artifices pour intéresser et je me rends compte que quand tu te places juste avec ton bouquin et même un décor enfin voilà je parle pas du sens vidéo de qualité ou basse qualité etc. euh ben t'intéresses finalement bien que si tu te mets euh des assiettes avec de la chantilly dessus voilà tu feras plus de vues et en fait je trouve que finalement YouTube c'est plus un support d'amusement que littéraire » (Madeleine).*

Dans ce contexte, Madeleine semble regretter que les formats de vidéo proposés par les booktubeurs s'inscrivent dans la lignée de ceux des youtubeuses et des youtubeurs « beauté » et « life style ». En effet, la blogueuse considère que ces derniers mettent l'accent sur le fait de « *raconter sa vie, faire des challenges, teste des trucs devant la caméra* » (Madeleine), tandis que la jeune femme se refuse à parler des livres de la même manière que l'on parle de la beauté :

*« C'est mon avis - ça a aussi un peu déteint sur booktube je veux dire et c'est exactement ce qu'on trouve aussi et l'idée de partage du livre, comme partage de*

*la beauté par exemple pour prendre un autre exemple, ben finalement c'est ce qui perd le plus, on se retrouve vraiment dans une espèce de vouloir absolument un YouTube humoristique, s'amuser » (Madeleine).*

Ainsi, les discours que portent certains enquêtés sur *YouTube* critiquent la dimension du spectacle « divertissant » de certaines chaînes *BookTube* qui leur semblent négliger dans ce contexte le livre et la lecture. Il est possible que ces critiques, portées par celles et ceux qui ont fait le choix du blog, soient aussi une manière de revendiquer au moment des entretiens « l'intégrité » de leur propre pratique du blog dont la visibilité est moins importante que celle des chaînes *YouTube* qui rencontrent plus de succès comme en témoigne l'affichage ostentatoire des nombres de vues et d'abonnés que parviendraient plus difficilement à réaliser les blogs :

*« Parce que c'est nouveau alors que les blogs sont plus anciens, parce que ça fait moderne d'avoir une caméra parce que forcément on a des chiffres qui sont plus impressionnants, c'est vrai on peut pas pour moi comparer euh les chiffres d'une chaîne YouTube et les abonnés du blog parce que ça n'a rien à voir la façon dont ça fonctionne etc. et du coup la légitimité des blogueurs elle en a pris un coup euh forcément au moment où on était en train de se créer une légitimité, où on commençait à avoir - parce qu'on travaille avec des services de presse, des éditeurs et c'est là qu'on se rend compte de notre légitimité en fait » (Madeleine).*

Une idée que souligne aussi la booktubeuse Fabienne, assurée de la péremption des blogs et la perte de visibilité de certaines blogueuses face à l'arrivée de *YouTube* et aujourd'hui d'*Instagram* :

*« Ben parce que je pense que les blogs c'est fini, enfin y'a eu un âge d'or des blogs mais maintenant c'est fini, ça se voit y'a plein de nanas qui étaient des reines des*

*blogs, c'est fini on les voit plus et euh le blog c'est bien mais je pense que maintenant l'avenir c'est YouTube et encore maintenant l'avenir c'est Instagram »*  
(Fabienne).

Ainsi, on peut noter que certains blogueurs, comme Grégoire ou Olivia, semblent avoir fait le choix un peu « contraint » d'ouvrir une chaîne *YouTube* dans un souci de promotion c'est-à-dire de mise en visibilité de leur blog. Cela afin de répondre aux impératifs d'une « économie de l'attention » (Citton, 2014) comme nous l'avons évoqué dans la partie précédente.

Dans ce contexte de la concurrence, les enquêtés qui privilégient le blog soutiennent l'idée que ce dernier est dédié aux livres et à la lecture, et non au travail de construction de leur image de booktubeur ou encore à la mise en spectacle de la lecture telle qu'elle leur semble envisagée sur BookTube au moment de nos entretiens.

Et cela même si ces enquêtés reconnaissent dans le même temps un intérêt certain à *YouTube*. C'est le cas de Grégoire pour qui les chaînes BookTube permettent notamment de « moderniser » l'image du livre (Grégoire) que ne possèdent pas les blogs car ces derniers convoquent un imaginaire plus « vieillot » et « désuet » qui lui font rencontrer moins de succès, notamment auprès des jeunes. En effet, le dernier effet de sens de *YouTube* qui est pointé par nos enquêtés est celui de la figure centrale d'un public juvénile auquel ils s'adressent :

*« (...) c'est pour ça que c'est bien que qu'y'ait toute cette communauté BookTube pour sortir de toute cette image vieillot de la lecture et euh de La grande librairie, le jeudi soir et euh des magazines littéraires et des blogs qui manquent de modernisme »* (Grégoire).

## 2.2. La mise en scène d'une « identité juvénile » : pour une proximité symbolique avec les publics projetés

Olivia par exemple, distingue deux figures des publics qu'elle projette pour chacun des supports. Ainsi, la jeune femme dit-elle avoir affaire à un public plus jeune et plus « décontracté » sur *YouTube* que sur les blogs :

*« Déjà la moyenne d'âge, sur mon blog c'est plus des personnes euh un petit peu plus âgées qui y vont plutôt que des personnes vraiment jeunes alors que sur la ... la chaîne, je suppose on ... on va dire le panel de personnes qui regarde est quand même un petit peu plus jeune, un petit peu décontracté même s'il y a des personnes un peu plus âgées qui regardent » (Olivia).*

Une idée que l'on retrouve aussi dans le discours de Grégoire qui considère que *YouTube* s'adresse à un public « plus jeune, plus adolescent, jeune adulte et trentenaire », tandis que « le blog amène plus de personnes qui ont 50, 60 ans ». Ainsi, la figure « idéale » du lecteur d'une part, et du spectateur d'autre part, peut-elle expliquer le choix que la blogueuse fait de privilégier un ton « fun » sur sa chaîne *YouTube* - comme nous le verrons en suivant – et une écriture soignée voire « scientifique » comme elle le dit sur son blog littéraire qu'elle n'envisage pas pour autant, dénué de sa personnalité.

Aussi, il est intéressant de noter sur ce point que la majorité de nos enquêtés – dont les discours sont en grande partie appuyés par les statistiques qu'ils ont pu consulter depuis la fonctionnalité *Analytics* de *YouTube* - envisagent de s'adresser à un public composé de jeunes :

*« Euh après y'a beaucoup de jeunes de 15 à 20 ans, après euh des « jeunes-jeunes » pas trop et des un peu plus vieux, 40 ans, pas trop non plus, c'est vrai que j'ai une*

*grosse fourchette entre 16 et 40 ans quoi (...) essentiellement des femmes »*

(Mathias).

Certains d'entre eux évoquent également que la variable de l'âge, mais aussi du sexe, est un enjeu central de l'identification entre eux et leurs spectateurs. Anna qui a plus de trente ans s'est par exemple refusée à dévoiler son âge, préférant jouer sur le tableau de son apparence juvénile :

*« (...) je sais que je fais plus jeune physiquement (...) Donc après, à partir de là, je vais pas te mentir je me dis juste je compte sur ça puis rien à foutre (petits rires) vraiment, je compte sur ça, rien à foutre » (Anna).*

Léon, quant à lui, évoque les difficultés relatives à son âge et son sexe qu'il considère comme un obstacle pour l'identification de ses spectateurs car les publics des chaînes BookTube sont composés principalement de jeunes femmes comme en témoignent les chiffres qu'il arrive aux booktubers de se communiquer au moment de conversations informelles ou sur le groupe privé des booktubers :

*« (...) en plus les garçons on a un problème, l'audience est en grande majorité féminine et sur les vidéos YouTube, les gens ont besoin de s'identifier les jeunes en particulier ont besoin de s'identifier et s'identifient donc au même sexe qu'eux (...) moi j'ai une double tare entre guillemets c'est que je suis pas jeune et je suis un garçon et je lis pas de romances, très peu » (Léon).*

Une difficulté qu'Hilda, qui a plus de trente ans souligne aussi précisant qu'elle parviendrait difficilement – au regard des chiffres fournis par *YouTube* - à s'adresser à des personnes plus jeunes qu'elle, ce qu'elle impute également à son genre de lecture de prédilection, la fantasy, qui concernerait moins les plus jeunes :

« (...) parce que y'a le fameux que les booktubers lisent tous de la young adult enfin grosso modo, moi j'en lis quasiment pas, donc forcément, les jeunes de 15 - 24 qui lisent de la young adult ils vont pas forcément aller voir ma chaîne, ils vont être attirés par tout ce qui est dystopie etc. j'en ai un petit peu mais pas trop donc ils vont plus aller voir des chaînes comme [...], ou d'autres personnes de leur âge aussi » (Hilda).

Enfin, le jeune booktubeur Martin jette le discrédit au détour de notre entretien sur une booktubeuse qui « *cherche à faire un peu plus jeune alors que pas du tout* », notamment en essayant de reprendre les codes de « *certaines booktubuses à la mode* » (Martin). Avec cette remarque, le booktubeur souligne ainsi l'existence d'une forme de « *parler jeune* », c'est-à-dire d'un ensemble de « *pratiques symboliques* », mises en œuvre principalement sur les chaînes *YouTube*, par lesquelles les booktubers élaborent la représentation d'une « *identité symbolique* » juvénile (Lamizet, 2004) qui occupe une place centrale dans la mise en scène de la lecture sur *YouTube*. En effet, comme nous l'avons vu, cette « *identité symbolique juvénile* » ressort en filigrane des discours de nos enquêtés qui la considèrent comme essentielle car elle serait le gage d'une proximité entre le booktubeur et ses publics auprès desquels il se propose d'occuper le rôle d'un ami conseillant ses lectures comme l'a souligné Madeleine. Selon nos enquêtés, le « *parler jeune* » participe ainsi pleinement de la mise en scène de la lecture sur *YouTube*.

Parmi les éléments de cette représentation, le décor des vidéos est certainement ce qui participe le plus de cette identité symbolique. En effet, le lieu privilégié – mais pas exclusif comme nous le verrons dans le chapitre suivant – du booktubeur reste sa chambre qui constitue le lieu de l'intimité et le lieu domestique, lequel est envisagé dans la réflexion du sociologue Hervé Glevarec comme le lieu par excellence de déploiement d'une « *culture juvénile* » :

*« Plus généralement, elle [la chambre] désigne l'espace domestique comme un espace central à partir duquel les jeunes générations entrent en relation avec le monde, leurs amis, la musique, etc. » (Glevarec, 2010, p48).*

Dans ce contexte, la chambre constitue du point de vue des « cultures juvéniles » (Glevarec, 2010), un espace d'expression de la personnalité et d'affichage des passions. Ainsi, le décor permet de dévoiler ses goûts en y incrustant certaines de ses propres références culturelles. C'est le cas des posters, des peluches, des goodies et autres nombreuses figurines parmi lesquelles les « funko pops » qui, à l'effigie des films, des séries ou encore des jeux vidéo préférés des booktubers, ornent leurs bibliothèques, leurs canapés et leurs chambres. A noter sur ce point que l'on retrouve dans notre terrain ce que Bernard Lamizet décrit au sujet de la « *théâtralisation de l'identité par le costume et l'habillement* » (2004), laquelle permet de distinguer une identité « jeune » des autres identités et ainsi d'asoir une appartenance à cette identité symbolique. Pour cela, nous avons vu que les booktubers mobilisent certaines ressources identitaires issues de leurs propres préférences culturelles pour signifier cette appartenance symbolique au monde de la jeunesse (Lamizet, 2004) dont à notre sens, la mise en scène massive de figurines constitue l'une des illustrations, comme le souligne Anna :

*« (...) vu que je voulais cacher des choses, je me suis dit "eh tiens ! Ce qu'on va faire c'est qu'on va mettre des références, et ça marche et ça j'adore !" j'ai beaucoup de clins d'œil dans mes vidéos, j'ai des peluches qui sont issues de mangas que j'ai donc généralement les fans ils viennent voir et ils font "hé ! Mais tu connais tel manga" et ça j'adore ou le livre que je mets en avant sur ma bibliothèque (...) »*  
(Anna).

L'exemple d'Anna est particulièrement intéressant pour souligner que même en étant plus âgée, l'important pour elle est de mettre en avant une identité symbolique juvénile dans ses vidéos et cela, même si cette identité symbolique repose sur des références culturelles issues d'une « génération » précédente :

*« (...) je pense que je peux me dévoiler vachement avec des références que j'ai, les chansons que je (petit rire) que je mets en vidéo qui sont des espèces de trucs kitchouille des années 80 ou 90 euh des trucs de Club Dorothée que je regardais, y'a beaucoup d'indices, c'est-à-dire que je fais pas des choses un secret d'état c'est juste que je les présente pas comme tel (...) » (Anna).*

En outre, comme l'a précisé Dominique Pasquier la « culture juvénile » se « *nourrit de dynamiques sociales* » (Pasquier, 2005, p50). Dans ce contexte, d'autres « codes » qui reposent sur l'imaginaire d'une « sociabilité juvénile » sont aussi mobilisés par les booktubers. Le tutoiement du public, le choix d'un langage plus « relâché » et informel, l'attribution de surnoms mais aussi le recours à certains codes de l'écriture filmique tel que le montage « dynamique » à base de « jump cuts » qui occupent une place centrale dans la « rhétorique filmique » des booktubers, ou le recours à des expressions faciales calquées sur les « *mêmes* » à partir desquels les booktubers s'adressent à leurs publics, sont autant d'éléments qui convoquent l'imaginaire d'une sociabilité juvénile (Lamizet, 2004) sur Internet.

Au contraire, l'échange de conseils sur les blogs prendrait quant à lui, davantage la forme d'une « conversation lettrée » entre lecteurs initiés, peut-être plus âgés si l'on se réfère aux discours des enquêtés, sur le modèle de la conversation épistolaire comme nous l'avons évoqué plus haut.

Pour autant, il nous faut préciser que les booktubeurs ne prétendent pas s'adresser à des lecteurs « non-initiés » sur leurs chaînes BookTube comme le souligne notamment Esther :

*« Euh je pense que la plupart c'est des lecteurs initiés, ça c'est sûr parce que voilà vu leurs commentaires je vois qu'ils lisent déjà beaucoup, surtout y'en a beaucoup qui me conseillent des livres de tel auteur, parce que je parle de cet auteur-là, ils me disent "ah ben si t'as aimé ce livre de cet auteur, je te conseille ce livre qui est super" donc je pense que la plupart sont initiés » (Esther).*

D'ailleurs, la dimension de cette conversation lettrée « ressurgit » au moment de nos observations au niveau des commentaires qui sont laissés sous les vidéos. En effet, force est de constater que la majorité des commentaires laissés est soigneusement rédigée, et ne déroge pas au « ton littéraire » des commentaires laissés sur les blogs. Dans ce contexte, l'enjeu se situe certainement au niveau de la mise en scène de la vidéo qui, contrairement, à l'article se joue moins des codes de la conversation lettrée – et de l'effet d'entre-soi qui semble pourtant persister - comme nous venons de l'évoquer. Ce qui est intéressant c'est que sur *YouTube*, les booktubeurs envisagent dès lors de s'adresser à un public composé de jeunes lecteurs et mettent donc davantage en scène la lecture comme un objet de la « culture juvénile ». Une mise en scène qui là aussi participe idéalement à l'institution d'une relation de « proximité » voire « d'intimité » entre le booktubeur et ses publics, comme l'a par ailleurs développé Bernard Lamizet au sujet d'un magazine destiné à une jeune génération (2004) :

*« (...) je peux visualiser un peu la personne que je lis et je me dis voilà c'est une jeune, euh voilà quoi du coup j'aime bien moi avoir cette idée enfin d'avoir le fait d'avoir un visage ça rapproche un peu le lecteur et ça crée une proximité » (Madeleine).*

Une proximité qui repose ainsi sur la « *reconnaissance d'un âge commun* », lequel peut être l'âge effectif du booktueur, ou relever de sa mise en scène par le déploiement de certains « signes » qui font référence à cet âge commun. Une mise en scène qui participe alors au sentiment d'une appartenance générationnelle (Ibid.) au service d'une proximité symbolique entre le booktueur et ses publics.

### 3. Synthèse

Dans ce chapitre, nous avons vu que les dispositifs d'écriture ne sont pas envisagés de la même manière par nos enquêtés dont les divergences s'articulent autour des considérations que chacun projette sur les blogs d'une part, et sur les chaînes *YouTube*, d'autre part.

En effet, nous avons vu que certains des enquêtés envisagent le blog littéraire comme un média plus « sérieux » pour mettre en scène la lecture que ne l'est *YouTube*, critiqué pour sa dimension égotique et divertissante qui le réduit pour certains à être un support davantage dédié à « *l'amusement* » au détriment de la lecture dont il finirait par se détourner.

Dans ce contexte, l'argument de l'écriture, opposée à l'image, constitue l'un des nœuds de cette distinction. En effet, l'écriture y est décrite comme une médiation plus propice à une mise en scène « réfléchie » et « développée » autour de la lecture, dépouillée des artifices de la mise en scène de soi, tandis que la vidéo se constitue comme une sorte de corollaire distractif auquel ces enquêtés reconnaissent tout de même un intérêt en termes « d'impression de proximité » : « *avoir un visage ça rapproche un peu le lecteur et ça crée une proximité* » (Madeleine).

Un point sur lequel la majeure partie de nos enquêtés insistent d'ailleurs, précisant que la médiation de l'écrit sur les blogs ne permet pas de créer l'impression d'une mise en scène de

soi « *non médiée* » et « *non scénarisée* » (Strangelove, 2010, p82) comme leur semble le permettre la vidéo.

Dans un même ordre d'idée, nous avons vu que ces enquêtés reprochent au blog sa « fixité » qui leur semble réduire les échanges à la seule rédaction de billets écrits, sur le modèle de la conversation épistolaire. Au contraire, la vidéo est quant à elle envisagée comme un format « interactif » qui permet de s'adresser aux spectateurs en déployant notamment cette « impression de proximité ».

Ainsi, le paradoxe que nous avons souligné est que même si toute vidéo repose sur un travail d'écriture (ne serait-ce que par le choix de couper tel ou tel morceau de la vidéo), les booktubeurs de notre terrain considèrent que celui-ci s'efface au profit d'un échange idéalement « *non-médiatisé* » (Patrin-Leclère, Montety, 2011). En outre, les discours soulignent que la vidéo permet au lecteur de mettre en scène son « identité juvénile », laquelle participe au sentiment d'une proximité symbolique entre le booktubeur et ses publics, ce que permet plus difficilement le blog qu'ils considèrent être davantage destiné à un public de lecteurs plus âgés.

En ce sens, les chaînes BookTube sont envisagées comme une médiation plus « interactive » que les blogs. Or, cette « interactivité » tient au fait que les booktubeurs mettent en scène dans leurs vidéos l'interaction en face à face et donnent ainsi à voir la « conversation » à leurs spectateurs. Cette mise en scène répond au souci de cultiver une impression de proximité qui subsume l'idéal d'une horizontalité, chère au « Web 2.0 ». Le booktubeur se met ainsi en scène comme celui qui « entre en conversation » avec ses spectateurs, et n'est plus symboliquement en position de « surplomb ». Et cela, même si nous avons vu que le design de l'interaction repose toujours sur une dysmétrie fondamentale entre la production et la réception (Hillrichs, 2016), de la même manière que « l'interaction » se fait toujours en réception par le biais de commentaires écrits.

L'intérêt de cette analyse est donc de souligner la divergence des discours de nos enquêtés sur les dispositifs d'écriture à partir desquels ils mettent en scène la lecture. En effet, force est de constater que certains d'entre eux qui associent *YouTube* au « divertissement » et à « l'égotisme » renouent avec un discours « normatif » sur la lecture qu'ils ne souhaitent pas mettre en scène sur le registre de « l'amusement ». Cela risquant de compromettre la valeur « littéraire » de la lecture dont la mise en scène sur *YouTube* tendrait à la réduire à une forme de « distraction », de « spectacle » ou encore de « communication » autour du livre qui perdrait pour cette raison de sa « teneur symbolique ». D'autres en revanche, qui sont plus nombreux dans notre terrain, disent privilégier *YouTube* car il leur semble par ce biais pouvoir investir la lecture d'une valeur de « proximité » et « d'horizontalité » à rebours de la valeur « élitiste » qu'ils associent à la littérature.

## Chapitre 3 - Entre mise en scène du geste de la consommation et mise en scène du geste de la lecture : la fin d'un « sacre » ?

### 1. La portée « désacralisante » du divertissement sur *YouTube*

Nous avons vu qu'au moment de nos entretiens, les discours des enquêtés sont traversés par de nombreuses prises de position vis-à-vis de la question du « divertissement ». Des prises de position qui peuvent s'expliquer par le succès que connaissent à ce moment les chaînes *BookTube*, et qui se traduit notamment par la perte d'un certain intérêt pour les blogs littéraires. Comme nous l'avons évoqué, un certain nombre d'enquêtés qui ont décidé de privilégier leur blog littéraire, tiennent ainsi à distance la dimension divertissante de *YouTube* qu'ils rejettent, comme Madeleine ou Aline, ou n'y adhèrent pas totalement, comme Grégoire, Sacha et Olivia qui ont créé leur chaîne *BookTube* par curiosité et pour améliorer la visibilité de leurs blogs littéraires. D'autres, au contraire, et ils sont plus nombreux dans notre terrain, semblent s'aligner dans leurs discours sur la dimension « divertissante » de *YouTube* dans laquelle ils voient un moyen de parler de la lecture de manière plus « moderne », « fun » et « cool » que sur les blogs littéraires, en somme de manière plus « divertissante », se sentant d'ailleurs parfois obligés de composer avec cette dimension comme le souligne Léon :

*« Faut toujours se placer dans l'idée qu'on est sur un média de divertissement et donc on doit tenir compte entre guillemets de « fondamentaux », on peut s'en écarter mais il faut le faire de manière maîtrisée » (Léon).*

Comme l'a souligné le chercheur Michael Strangelove (2010), le « divertissement » est aux origines de *YouTube* qui a d'abord été investi par un grand nombre des vidéos amateurs principalement orientées vers la distraction de publics épars :

« Along with funny television ads and pirated clips of situation comedies, sports, and movies, a great deal of what can be found on YouTube is home-made videos. It might be someone ranting about celebrities, talking trash, or simply opening a box that contains a brand new techno-toy, but for the most part it is entertainment » (Starngelove, 2010, p11).

Une dimension que *YouTube* a depuis largement soutenu en engageant de nombreux partenariats avec différentes industries culturelles (musique, télévision, cinéma, ...) par le biais desquels il s'est constitué en une véritable « *industrie du divertissement* » (Martel, 2009). Une industrie dont le modèle, précisé par Frédéric Martel (2009), est investi des considérations économiques et idéologiques selon lesquelles la production d'une culture « *grand public* » - entendue à la fois comme « *culture pour tous* » et « *culture de marché* » (Ibid., p19) – est plus rentable économiquement et plus « démocratique », idéologiquement, parce qu'elle reflèterait le goût du plus grand nombre. L'intérêt de cette réflexion est donc de souligner le terreau idéologique des industries du divertissement pour lesquelles la définition d'une culture « démocratique » repose sur le brouillage des frontières entre l'art (ou la « culture ») et le divertissement, le mélange des genres et la fin des hiérarchies culturelles (Martel, 2009, p223). De la même manière, les booktubeurs de notre terrain s'alignent sur ce terreau idéologique puisqu'ils revendiquent de parler d'une « *manière « grand public » d'un objet de la « haute culture* » » (Ibid., p219).

Pour cela, les booktubeurs s'appuient sur certains « codes » et formats de vidéos issues du divertissement sur *YouTube*. Des codes et des formats qui, dans ce contexte, sont envisagés par nos enquêtés comme la condition pour rompre avec une image « élitiste » et/ou « snob » d'un objet de la « haute culture ».

Ce point n'est d'ailleurs pas sans rappeler ce que certaines recherches ont décrit à propos de la mise en scène de la politique dans le cadre des émissions de divertissement télévisées. Ainsi, Fabien Granjon relève-t-il que « *l'image télévisée inscrit le travail parlementaire dans un régime de visibilité qui n'est plus seulement centré sur les idées, mais aussi sur les comportements, les attitudes, les émotions, renouvelant ainsi la mise en scène des gouvernants* » ; pointant ainsi que les formes télévisuelles du divertissement ont participé à la « désacralisation » de la « chose politique » (Granjon, 2014, p117).

A ce propos, le discours d'Anna est certainement le plus illustratif de cette prise de position. En effet, la booktubeuse envisage les « codes » du divertissement sous l'angle de leur portée « désacralisante » qu'elle oppose à la portée « sacralisante » de l'enseignement, notamment dans son rapport aux « classiques » :

*« Ce que je disais c'est que ce qui est sacré c'est ce qu'on n'ose pas toucher, encore une fois, peut-être que c'est ce que j'aime pas dans t'avais raison dans l'enseignement, quand on sacralise les livres comment donner envie aux élèves d'y toucher, on a l'impression que "hhhhhhhhuf" (danger, risque) c'est tellement important, c'est tellement grand et moi, ça m'intéresse pas et je vais toucher la relique de je ne sais" enfin pffff » (Anna).*

C'est pourquoi la booktubeuse dit chercher à mettre en avant tout ce que la littérature – parmi laquelle les œuvres « classiques » - a de « *fun* » et de « *croustillant* » de manière à « *appâter* » ces publics, de la même manière qu'elle le faisait en tant qu'enseignante qui usait d'un magazine *Closer* pour expliquer *Les Liaisons Dangereuses* à ses élèves :

*« (...) ben oui il faut être un peu "putaclic" comme on dit sur internet, il faut appâter avec le truc un peu scandaleux euh machin et je le fais dans mes vidéos aussi euh ben le petit truc qui va attirer "han il lui est arrivé ça en fait à cet auteur, ou il s'est*

*passé ça, oh ça c'est scabreux, ou ça c'est scandaleux, ça c'est immonde !" ben oui les gens ils ont besoin d'être attrapés par ce petit truc parce que on a tellement l'idée que c'est une littérature poussiéreuse, galante et gentille » (Anna).*

Ainsi pour Anna, cette mise en scène qui voit se fondre « Zola » et les « réseaux sociaux » peut participer à « rétablir un sentiment de proximité » entre les jeunes et la lecture en proposant une image « désacralisée » de la littérature, c'est-à-dire une image qui tienne à distance le « snobisme » qu'elle reproche à la posture d'un youtubeur « vulgarisateur » :

*« Ben il le dira pas mais bien sûr que c'est parce qu'il est snob et que pour lui c'est de la peccadille quoi bien sûr, il ne veut pas être associé à ça, tout simplement quoi, parce que lui il est sérieux, nous on n'est pas sérieux, moi quand je fais des petites blagues en vidéo, je suis pas sérieuse, pour lui c'est pas bien je pense parce que je sous-entendais quand j'ai fait ma vidéo de vulgarisation sur le roman, il est venu me féliciter immédiatement "c'est bien que tu fasses ça !" après le reste pour lui, c'est pas bien, on parle pas des livres comme ça attends et là encore on est dans un autre - lui c'est purement intellectuel quoi » (Anna).*

Ce qu'Anna reproche à ce youtubeur est la mise en scène d'un « capital littéraire » - « lui c'est purement intellectuel quoi » – qui ne repose pas sur certains des codes et formats issus du « divertissement ». Elle fait notamment référence sur ce point aux « petits blagues » et à l'humour qui constitue une des valeurs centrales de *YouTube*. Pourtant, Anna possède aussi ce « capital littéraire » – elle a master en lettres modernes et a été enseignante – mais suggère ne pas le mettre en scène de la même manière que le youtubeur en question qui, par ailleurs, n'a pas comme objectif « d'inciter à la lecture ».

Cet exemple est à notre sens particulièrement illustratif des enjeux symboliques qui se cristallisent autour des formats de vidéos sur BookTube, notamment pour leur « portée » désacralisante. En revanche, au moment des entretiens, tous les enquêtés ne s'accordent pas sur une définition unanime des formats de vidéo sur lesquels s'appuyer pour mettre en scène la lecture. Dans ce contexte, de la même manière que certains blogueurs se sont distingués des vidéos BookTube, des booktubers se distinguent dans leurs discours de certains de ces « codes » qui, mobilisés par les uns, le seront différemment par les autres. Ces distinctions permettent de souligner qu'au moment des entretiens, la « communauté des lecteurs » est travaillée de l'intérieur par des divergences formelles qui sont autant de divergences « conceptuelles » sur la manière d'envisager la mise en scène de la lecture, sur *YouTube*.

## 2. La mise en scène de la « consommation littéraire » : le « haul » et ses déclinaisons

Les enquêtés de notre terrain s'accordent sur une chose : tout le monde peut trouver sa légitimité dans l'acte de lire, et cela quels que soient ses goûts mais aussi son « rythme » de lecture, les booktubers mettant par exemple en scène leur propre « *panne de lecture*<sup>122</sup> » afin de rappeler que l'essentiel reste toujours de lire par plaisir et sans se forcer. Ainsi, les enquêtés envisagent de ne mettre en scène que des lectures toujours « choisies » et non imposées, y compris dans le cas des « services de presse » - sur lesquels nous reviendrons dans le dernier chapitre - comme les enquêtés prennent soin de le souligner : aucune « lecture contrainte » ne devant faire l'objet d'une mise scène sur une chaîne, y compris dans le cadre d'une vidéo rémunérée.

---

<sup>122</sup> Pour désigner l'absence d'envie de lire.

Dans ce contexte, la lecture est envisagée comme un acte de la vie courante et mise en scène comme un loisir au même titre que jouer aux jeux vidéo, regarder un film, écouter une musique, aller se balader etc. Il n'est donc pas question pour les booktubers de ne parler que du seul livre, mais plutôt de tous les « *supports de la lecture* » - de la BD, au manga jusqu'à la liseuse (dont certains font des vidéos « test ») - ni de se réduire à la seule lecture puisqu'ils parlent aussi des films ou des séries adaptées de livres : la lecture devant être avant tout mise en scène dans sa capacité à être appropriée par le plus grand nombre.

Pour cela, la mise en scène de la lecture repose principalement sur une « *dramatisation de la consommation littéraire* » comme le soulignent Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini (2008, p195), et notamment de ses « *effets positifs sur le lecteur* » (Ibid., p195). Sur les chaînes BookTube, cela se traduit notamment par la mise en scène d'une acquisition abondante des livres que les booktubers mettent en forme au travers de formats particuliers que sont les « *hauls* ».

Le format du « haul » est issu des vidéos dédiées à la « mode » et à la « beauté » qui repose sur le déballage face caméra de cosmétiques, vêtements, etc. Il répond aussi à un certain nombre de principes dramaturgiques relatifs notamment au décor - avec un fond en raccord avec le thème de la vidéo – mais aussi relatifs à la manière de présenter une à une, chacune des dernières acquisitions qui se voit commentée, replacée dans le contexte d'acquisition, et parfois même essayée au cours de la vidéo. Le « haul » se présente ainsi sur le modèle d'une « réaction à chaud ». Des principes dramaturgiques sur lesquels revient d'ailleurs Sacha au moment de l'entretien :

« Ah ben BookTube c'est simple ça se voit chez tout le monde je crois, il faut une bibliothèque derrière toi (petits rires) ou un petit tas de livres (petits rires) et euh ben c'est comme les « beauté » hein faut des petites lumières derrière voilà et des

*petites plumes na, na, na et non ben il faut des livres derrière, ça c'est le principal après les codes ben pfff c'est un peu comme tous les youtubeurs, tu dis "bonjour, nia, nia, nia" après euh puis après si t'as euh la façon de présenter les livres, tout le monde fait à peu près la même chose, c'est tu prends ton livre et tu fais "tiens, bah tiens, il est sorti na, na, na, na, na, na" enfin un peu comme un article en fait au final » (Sacha).*

Sacha souligne ainsi que les vidéos BookTube lui semblent reprendre le principe de l'article des blogs littéraires, rappelant que ces derniers ne sont donc pas détachés de toute forme de dramatisation de la consommation littéraire comme l'ont souligné par ailleurs Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini (2008, p201) à propos des « blogs de lecteurs ».

Sur BookTube, les « book hauls » - ou « acquisitions livresques » - reprennent le principe du déballage d'articles, à la différence que ce sont des livres qui sont présentés face caméra. On retrouve ainsi la bibliothèque décorée placée en fond de décor et chaque livre présenté est commenté, replacé dans son contexte d'acquisition et suscite un certain nombre d'impressions du booktubeur sur ses prochaines lectures. Par ailleurs, le format du « haul » est également décliné à travers un ensemble d'autres formats qui se jouent aussi de la dimension « déballage ». C'est le cas de « l'unboxing » qui consiste à déballer un « colis livresque » face caméra. Ce colis peut être soit une réception d'un « service de presse », une réception d'achats personnels, ou encore la réception d'une « book box » envoyée par des acteurs spécialisés dans leur fabrication comme c'est le cas de la *Kube* qui a par exemple réalisé une box spéciale « young adult », ensuite présentée par une booktubeuse.

Il y a aussi le « swap » qui consiste en un déballage face caméra d'un « cadeau livresque<sup>123</sup> » entre booktubeurs, parfois autour d'une thématique comme *Harry Potter*, l'automne, etc. ou

---

123

plus simplement en fonction des goûts de chacun des lecteurs qui s'échangent un « cadeau livresque ».

Une autre déclinaison possible de vidéos est celle qui, prenant la forme de la « liste » ou du « compte-rendu », constitue le corollaire des formats de l'acquisition puisqu'elles permettent de faire le point sur les lectures faites par le booktubeur. C'est le cas des vidéos de présentation de la « PAL » pour « pile à lire », qui est le moment de donner à voir, toujours face caméra, l'ensemble des livres en attente d'être lus, des « bilans » ou encore des « update lecture » - littéralement « mise à jour de lectures ».

Une acquisition de livres qui se met également en scène dans la bibliothèque constituant le décor de fond de la majorité des vidéos. En effet, à travers cette dernière, les booktubeurs mettent en scène leur collection de livres, parfois très impressionnante, en fonction des maisons d'édition et/ou de leurs collections préférées. Dans ce contexte, certains évoquent le plaisir qu'ils éprouvent à collectionner certains ouvrages uniquement en formats « *hard back*<sup>124</sup> », quand d'autres disent multiplier les différentes éditions d'un même livre, comme c'est le cas par exemple pour *Harry Potter*. Ce dernier point souligne ainsi l'intérêt indéniable que constitue les vidéos pour une maison d'édition qui peut par-là faire profiter de cette visibilité à certains de ses ouvrages comme nous le verrons en suivant.

De même, la couverture du livre occupe une place centrale dans le goût et les dégoûts des booktubeurs qui se moquent au moment des entretiens de leur « faiblesse » de lecteurs qui « craquent » sur la couverture d'un livre.

Marion par exemple explique que les livres l'attirent pour leurs « *jolies couvertures* », puis prend soin de convoquer un argument plus « sérieux » que le seul aspect esthétique du livre et ajoute : « *plus sérieusement, l'odeur du papier (vieux ou neuf), l'objet livre lui-même est pour*

---

124

*moi quelque chose de beau, qui entre ses pages, cache une histoire* ». Des pratiques également connues et soutenues par les maisons d'édition qui se jouent du système de collection comme levier de fidélisation des lecteurs. Une idée que l'on retrouve aussi dans les discours des enquêtés qui parlent de « *boulimie* » (Erica) ou « *d'achat compulsif* » afin de souligner le rapport passionné du lecteur qui se traduit par une consommation littéraire effrénée, alors présentée sur le registre des « tares » de lecteur qui ne peut résister à l'appel d'un livre comme le souligne Rémy :

*« C'est le fait d'avoir des livres. C'est je sens - comme là ça aurait pas été fermé, je sais qu'après j'y serais allé en me disant "t'achètes rien" et je vais repartir avec ça de livres (il mime un tas de livres) » (Rémy).*

Le livre occupe ainsi une place de premier plan qui, lorsqu'il n'est pas positionné de pleine face à l'œil de la caméra ou incrusté dans l'image de la vidéo, envahit généralement le décor par son omniprésence en fond de décor, et se voit multiplié dans ses représentations sur les différents réseaux sociaux numériques associés au blog et à la chaîne BookTube. C'est le cas notamment d'*Instagram* sur lequel les mises en scène du livre se multiplient quotidiennement jusqu'à parfois retrouver, pour les comptes les plus « assidus », des « murs » entiers de photos de livres dont il nous semble que la teneur symbolique se trouve d'autant plus renforcée qu'elle se voit « esthétisée ».

Enfin, la bibliothèque est d'autant plus importante que certains formats de vidéos la mettent en scène comme c'est le cas du « *bookshelf tour* » qui se présente comme une sorte de « visite guidée » de la bibliothèque du booktubeur. Celui-ci, placé derrière sa caméra, filme l'ensemble des étagères de ses bibliothèques tout en y expliquant ses techniques de rangement, en la commentant ou en commentant les ouvrages qui y sont soigneusement alignés.

C'est l'occasion pour les lecteurs d'échanger autour de leurs habitudes de rangement, de leurs goûts, de l'aspect esthétique de la bibliothèque etc., et ainsi de participer à la « mythographie » du lecteur et de la lecture.

De la même manière, il faut souligner que les blogs ne sont pas exempts de cette omniprésence du livre car chaque blogueur de notre terrain prend soin de placer tout en haut de chaque article la couverture du livre sur lequel il donne son avis : les photos de couverture des livres occupant parfois même tout le premier tiers de la page d'un article. Par ailleurs, l'organisation de leurs articles à laquelle ils procèdent par la construction de différents index participe de cette mise en scène d'une bibliothèque de lecteurs. Une idée que souligne par exemple Aline qui évoque au moment de son entretien avoir posté pas moins de « 2000 chroniques ». Plus rares sont cependant les « bookshelf tour », même si Aline a par exemple posté un article dans lequel elle a pris en photo ses étagères de bibliothèques – composées entre 700 et 800 livres comme elle le précise – afin de les montrer aux autres lecteurs avant et après son déménagement.

En outre, la mise en scène de la consommation littéraire repose également sur la présentation de certaines marchandises relatives à la lecture et à son imaginaire qui permettent au booktueur de se représenter à travers certains « attributs » du « fan de lecture » : des tee-shirts avec des citations d'auteurs (parfois d'auteurs « classiques »), des tatouages (avec des livres), des accessoires en forme de livres (sacs, colliers, bijoux etc.) ou en référence à certains livres (ex, des bijoux « *Harry Potter* » ou *Divergente*), des goodies et autres « funko pops » (notamment d'*Harry Potter*) ou encore des posters qui font référence à certains auteurs (par exemple la carte d'un territoire imaginaire issu d'un livre de Terry Pratchett) etc.

D'autres marchandises culturelles, telles que les figurines à l'effigie des films, séries, mangas, ou encore jeux vidéo qu'ils préfèrent, sont également mobilisés.

Ces objets sont le plus souvent mis en scène dans le décor du booktubeur, parfois déposés sur les rebords de sa bibliothèque, au sommet du canapé ou à ras d'une chaise de bureau, et sont, le plus souvent, des références à la consommation d'objets issus de la « culture pop » à laquelle le livre se trouve symboliquement associé.

Enfin des éléments davantage décoratifs sont également mis en scène et renvoient aux conditions idéelles de la lecture, c'est le cas des bougies, des guirlandes, des plaids, des tasses de thé, censés accompagner la lecture tout en convoquant l'ambiance « cocooning » à laquelle la lecture se voit souvent associée, quand les décors en extérieur convoquent davantage l'imaginaire bien connu de « l'évasion ». Autant d'éléments qui cultivent la mythographie du lecteur dont les livres peuplent les intérieurs comme les extérieurs, accompagnent le quotidien du booktubeur qui repose sur certains « rituels de lecture » et le définissent jusque dans son identité même, comme le souligne l'idée de « *routines de lecteur* ».

### 3. La mise en scène de la littérature comme « bien expérientiel » : des « nouveaux formats » de la promotion marchande ?

Il faut préciser que la mise en scène de la consommation littéraire participe au brouillage des frontières entre ce qui relève de l'incitation à la lecture et ce qui relève de la promotion marchande. C'est ce qu'illustre particulièrement bien le format du « haul » et de ses « déclinaisons ». En effet, le blogueur et/ou le booktubeur y parle en tant que lecteur mais aussi en tant que consommateur de livres, et comme tel, évoque le souci d'une recherche de plaisir, procurée (ou non) par l'expérience de cette consommation qu'il partage avec ses publics. Le livre est ainsi mis en scène comme un produit à forte « aspiration expérientielle ».

Ce constat esquisse une problématique relative à la récupération des blogueurs et/ou des booktubers par des acteurs tiers, notamment les maisons d'édition qui leur envoient des « services de presse » afin que ces derniers les chroniquent dans leurs articles et/ou leurs vidéos, comme nous le développerons dans le dernier chapitre. En effet, les maisons d'édition voient dans cette mise en scène de la consommation littéraire, la possibilité de faire une publicité alors parée des atouts du « marketing expérientiel ».

Apparu dans les années 1970-1980 (Carù et Cova, 2006), la « perspective expérientielle » souligne que « *la consommation s'est progressivement désengagée d'une conception essentiellement utilitariste, basée sur la valeur d'usage* » (Ibid.). Elle postule ainsi que ce qui est consommé est avant tout le « sens » des produits. Cette perspective peut ainsi expliquer pourquoi les blogueurs et/ou les booktubers constituent une opportunité non-négligeable pour les maisons d'édition. En effet, par ce biais, ces dernières peuvent proposer un discours promotionnel drapé des atouts du discours de l'expérience des consommateurs. D'autant plus que, les formats publicitaires classiques étant mal considérés, les maisons d'édition bénéficient ainsi de la relation de proximité que le blogueur ou le booktuber tisse avec ses publics. Cela tout en s'adressant à des « captifs », dans le sens où ces publics sont en partie constitués de lecteurs déjà convaincus par les bienfaits la lecture ; mais aussi des « publics de niches », car ciblés en fonction des « genres » préférés du blogueur et/ou du booktuber en question. En effet, alors que l'envoi des premiers services de presse a d'abord privilégié la quantité, les maisons d'édition se sont peu à peu acheminées vers l'envoi de services de presse plus « qualitatif », en délimitant davantage les envois de livres en fonction des genres de prédilection des blogueurs et des booktubers.

De cette manière, les articles de blogs et les vidéos BookTube sont envisagés par les maisons d'édition comme de nouveaux formats publicitaires, ce qui constitue une transformation majeure pour nos enquêtés qui ont été appelés à se positionner face à cette récupération, comme

nous le verrons dans le dernier chapitre de cette partie. En effet, en acceptant de faire le jeu des maisons d'édition, c'est la « sincérité » du blogueur et/ou du booktubeur qui peut être remise en question par ses pairs ou ses publics. C'est pour cela que sur les blogs et les chaînes BookTube, la « transparence » érigée en valeur centrale dans le discours des enquêtés, s'exhibe par l'insertion des logos des maisons d'édition sur les blogs littéraires, ou par la mention orale de la maison d'édition dans les vidéos. Une pratique qui a d'ailleurs surpris Noémie, au moment de sa découverte des chaînes BookTube :

*« (...) En fait ce qui me faisait aussi bizarre au début quand je suis arrivée sur Booktube c'est que tout le monde parlait, présentait l'auteur, le livre et la maison d'édition et alors moi ça me marquait parce que je me disais "mais moi j'en n'ai rien à foutre de la maison d'édition" euh je vais rarement dire voilà j'ai reçu euh j'ai acheté tel livre publié chez bidule, je m'en fous, moi ça m'apporte rien et euh du coup c'est vraiment que dans ces moments-là que je cite la maison d'édition parce que je me dis voilà "et je l'ai reçu de ..." c'est là que je le dis » (Noémie).*

A ce propos, il est d'ailleurs intéressant de relever que le terme « d'influenceur » est de plus en plus privilégié à celui de « prescripteur », comme nous le retrouvons en début de notre thèse. C'est le cas par exemple de « l'Agence du Livre Provence Alpes Côte d'Azur » dont un article s'intitule : « *Les influenceurs, une opportunité pour le livre et la lecture ?* ». La substitution de ce terme est intéressante pour souligner l'intensification du rapport des blogueurs, booktubeurs (et aujourd'hui bookstagrammer) avec le marketing.

En effet, « l'influence » constitue une nouvelle idéologie de la communication sur les « médias sociaux » qui, issue du marketing, repose principalement sur la nécessité de raconter une histoire autour d'un « bien expérientiel », tout en portant une attention particulière à sa mise en scène.

Cela peut souligner l'intrication de plus en plus étroite entre les « contenus » produits par les blogueurs, les booktubeurs - et aujourd'hui les bookstagrammers - et les formes publicitaires de la promotion marchande.

Pour autant, même si la consommation littéraire occupe une place centrale dans la mise en scène de la lecture, certains des booktubeurs de notre terrain soulèvent au moment des entretiens de vives critiques à l'égard de certains formats qu'ils associent à l'idée d'un BookTube trop « superficiel » et « consumériste », au détriment du contenu du livre une fois de plus.

#### 4. « La qualité plutôt que la quantité » : une autre manière de mettre en scène la consommation littéraire ?

Sacha, qui a délaissé sa chaîne BookTube, souligne ainsi la difficulté qu'il a ressenti de pouvoir sortir des formats « classiques » de BookTube, qu'il associe aux formats du « haul » :

*« En fait je me sens obligé de rentrer dans un moule quand je suis sur YouTube euh vu que tu vois pas mal de personnes qui font ça et tu te dis, dès que je vais faire autre chose que les gens, les gens je pense qu'ils vont pas aimer en fait c'est ça. Parce que quand tu remarques ce qui marche le mieux sur YouTube c'est tout ce qui est book hauls et euh update lecture en fait donc en fait au final si tu fais pas ça t'es tout de suite pff ou faut que ce soit super original comme Miss Book, je sais pas si tu connais ? » (Sacha).*

De la même manière Léon évoque la difficulté qu'il y a à se défaire d'un certain nombre de formats, comme les « swaps » mais aussi les « tags » et les « challenges ».

Des formats qu'il considère, malgré ses nombreuses réticences personnelles, comme une manière d'inscrire ses vidéos dans « l'esprit de *YouTube* », d'autant plus que ces vidéos sont

aussi celles qui génèrent le plus de vues. Les « tags », dont les thématiques sont souvent inspirées des chaînes anglophones, sont des vidéos « personnelles » articulées autour d'un « thème » de lecture qui permet d'en savoir plus sur le booktubeur, ses « routines de lecteur » et ses goûts personnels. Les « challenges », quant à eux, sont des vidéos de divertissement qui, adaptés sur BookTube, ont par exemple pris la forme du « book tower challenge » : le booktubeur se filme et doit retrouver en moins de trois minutes dans sa bibliothèque les livres qui découlent d'une suite de questions avant de les classer en une minute par ordre alphabétique.

A noter que les « tags » et les « challenges » empruntent aux codes du divertissement, et sont pour cette raison remis en question par Léon qui cherche par-là à distinguer sa chaîne d'un « certain » BookTube qui s'attacherait moins au fond des ouvrages :

*« Euh alors les tags - alors moi le problème c'est que je veux pas que ma chaîne devienne du divertissement et je veux pas non plus - je veux que ça reste intelligent au propos que j'apporte donc, le tag, je ne fais pas moi un tag seul » (Léon).*

Une critique que Léon associe donc au « manque de fond » qui lui semble retrouver sur certaines chaînes BookTube sans pour autant le rejeter. En effet, dans son discours Léon cherche davantage à se positionner et à démarquer sa chaîne *BookTube*. C'est pourquoi le booktubeur ne se refuse pas à réaliser certains tags, mais souligne qu'un travail d'écriture lui permet de donner à voir un divertissement « *intelligent* » :

*« Ceux que je décide de faire c'est ce que je te disais c'est que soit ça apporte quelque chose euh soit y'a un côté divertissement mais intelligent, quand j'ai fait [titre de la vidéo] euh ça m'a pris beaucoup de temps pour le faire ce fichu truc mais c'est écrit de manière intelligente je trouvais c'est- vous connaissez les personnages, je vais vous faire deviner, essayez de trouver qui c'est » (Léon).*

Dans la même idée, la blogueuse et booktubeuse Camilla est tout comme lui critique de certains formats de vidéos issus de la mode et de la beauté. Confortée dans cette idée par une discussion qu'elle a eue avec certains garçons booktubers, dont Léon, Camilla évoque en filigrane le souhait de certains d'entre eux de se distinguer du côté « shopping entre filles » que le « haul » connote :

*« (...) c'est aussi pour ça que les vidéos de euh de booktubeuse le font facilement, les book hauls c'est parce que je trouve que c'est plus un truc de nanas de montrer ce que t'as acheté qu'un mec (...) Euh et y'a des mecs qui m'ont dit qu'ils s'en fichaient des book hauls et euh donc ce qui revient souvent aussi c'est que les filles passent plus de temps à dire enfin par exemple à ne pas dire de quoi ça parle et ou voilà c'est ce genre de choses ... » (Camilla).*

De la même manière que Camilla reproche aux « hauls » d'être « typiquement féminins », Mathias quant à lui, reproche à certains « designs » ou certaines « mises en scène » d'être trop « clichés filles ». Une critique que l'on retrouve dans le discours de Léon qui explique que le book haul est un format dans lequel les avis ne « font que survoler » une lecture, tandis qu'il fait le choix de la « décortiquer ». Il se distingue ainsi de certains avis « féminins », très émotionnels (comme il dit les retrouver sur le site *Livraddict*), privilégiant pour sa part une certaine objectivité qu'il associe à son esprit scientifique (Léon, comme nous l'avons vu, travaille dans l'informatique). Il distingue également ses avis au regard de son sexe, mais aussi de son âge puisqu'il est le plus âgé de nos enquêtés.

A partir de là, il est intéressant de constater qu'une partie des enquêtés cherche à se distinguer de cette image « féminine » dans le sens où, ce sont les formats du « haul » qui sont l'objet de désapprobations.

Une posture plus « critique » est ainsi mieux perçue par certaines booktubieuses comme Anna, Camilla ou encore Fabienne, mais aussi par certains, comme Léon. Une recherche de distinction qui repose également sur la volonté de se détacher d'une image trop « juvénile », comme le souligne Léon ainsi que d'autres enquêtés qui reprochent aux médias traditionnels de réduire l'image de la communauté à celles de jeunes femmes – des « *gamines* » - lisant du « Young Adult ». Ce qui par ailleurs peut s'expliquer par le fait que les booktubieuses les plus sollicitées par la presse sont généralement les booktubieuses les plus « populaires », lesquelles sont principalement amatrices de « Young Adult » :

*« (...) on pâtit un peu de ça enfin à la base c'est pas mal c'est juste que c'était le contexte de l'époque mais du coup nous on pâtit un peu de ça parce que du coup comme tu vois que ça dans les journaux ben tu te dis oui ben en fait tout le monde lit ça, des gamines qui lisent - qui sont mignonnes chez elles, dans leur canapé et qui te parlent de young adult ben non ! » (Fabienne).*

Une partie de nos enquêtés considèrent ainsi que cette image de la « jeune lectrice de Young Adult » participe à la dévaluation à l'échelle individuelle, de la figure du blogueur et/ou du booktubeur qu'il est alors plus difficile de « *prendre au sérieux* » (Lise). Depuis, Camilla dit ne plus faire plus de book hauls sur sa chaîne, et s'accorde à penser que les tags et les swaps ne font pas partie des contenus les plus pertinents, c'est pourquoi elle privilégie aujourd'hui son blog littéraire.

Enfin, d'autres à l'instar d'Anna, reprochent au « haul » et à ses déclinaisons sa dimension « consumériste » dont elle souhaite se distinguer, afin de ne pas réduire la mise en scène du livre à être un seul « consommable » :

*« Euh en fait ça m'a dérangée parce que je trouve qu'on rentre dans une philosophie consumériste qui me déplaît, un livre c'est pas un consommable qu'on*

*a en - dont on profite en deux minutes, ça demande du temps et euh j'ai l'impression - je parle pas pour les lecteurs qui acquièrent ses lectures - je parle pour ceux qui regardent et qui ont l'impression par moment que peut-être acheter un livre ce serait déjà comme l'avoir un petit lu, ce qui est faux quoi » (Anna).*

Ainsi, il est intéressant de noter qu'au moment des entretiens les booktubers s'interrogent sur la mise en scène de leur consommation littéraire. Parmi eux, Anna qui rencontre un succès rapide au début de notre thèse, évoque avoir pris délibérément le contrepied des book hauls en privilégiant, par exemple, la réalisation de vidéos ne présentant qu'un seul livre afin de rompre avec l'effet « d'abondance » des book hauls qu'elle associe à la philosophie consumériste :

*« Et euh parce que on est dans une société qui donne cette impression, qui donne l'impression de se DEFINIR par ce qu'on possède, donc je possède une grosse bibliothèque DONC je suis un gros lecteur et euh au contraire moi j'ai envie de revenir à cet essentiel c'est pour ça aussi que je fais des vidéo sur un livre parce que un livre c'est un monde, c'est un gros truc, ça ne demande pas cinq minutes, ça prend du temps, y'a des choses à dire dedans et il faut revenir aussi à euh se plaisir pas dans la quantité mais dans la qualité aussi quoi » (Anna).*

Pour cela, Anna a également cherché à diversifier les formats en présentant des vidéos davantage « thématiques » (ex, les clichés en littérature, le rapport à la lecture à l'école, les lectures divertissantes etc.), sans pour autant renoncer aux formats du haul, de l'update lecture ou encore du tag dans lesquels elle se restreint à la présentation de quelques ouvrages. Certaines de ses vidéos empruntent également à la « posture vulgarisatrice » - avec un format articulé autour d'un écrivain, d'un livre ou d'un genre littéraire qui permet d'expliquer davantage certaines notions littéraires - et d'autres se cantonnent à la lecture d'ouvrages en face caméra etc.

Des formats qui distinguent souvent la booktubeuse dans le discours des enquêtés, à l’instar de Fabienne qui dit s’être laissé inspirer par la démarche d’Anna en revendiquant des formats de vidéos plus « critiques », notamment sous la forme de « débats » qui abordent là aussi des thématiques précises, plus vulgarisées et doivent lui permettre de se distinguer des formats « classiques » du BookTube :

*« Après euh fff alors je veux pas critiquer des bouquins je dirais, présenter des livres dans des thèmes ou dans des optiques particulières tu vois genre la SF ou quand je lis les femmes machin, des thématiques un peu globales pour pas dire justement - ben ça m'arrive de dire j'ai lu un livre, j'en parle - mais euh j'aimerais bien aller vers des trucs plus thématisés, pour sortir un peu des formats BookTube classiques quoi » (Fabienne).*

Ainsi, Anna est-elle associée à l’idée d’un renouveau du BookTube dont les formats de vidéos, tout en ne se coupant pas totalement des « formats classiques », s’inspirent du ton et des formes issues d’autres chaînes *YouTube*, davantage scénarisées. Des chaînes dédiées aux jeux vidéo, - Anna s’est par exemple inspirée de la chaîne de *Squeezie* pour son montage dynamique – à la « critique » de cinéma, à la manière d’un *Durendal* qui sur un classique face caméra, développe un avis très détaillé sur un seul film, ou encore de la vulgarisation, qui sont autant de formats qui, s’éloignant du haul, soulignent le souci d’une quête de légitimité d’un « genre » du BookTube, latent dans le discours d’Anna et de Fabienne qui cherchent à dépasser le seul « j’aime / j’aime pas » (Anna), « j’ai lu, j’en parle » :

*« (...) ça veut pas dire que les autres sont pas crédibles, mais pas du tout en plus, y'a eu un débat Erica justement qui dit que elle, elle aime pas rentrer dans l'analyse, elle veut dire "j'ai aimé euh et j'ai pas aimé" et puis voilà, ça fait ça et puis c'est tout. Tant mieux, y'a des gens mais c'est tout ce qu'ils veulent parce que y'a la*

*lecture évasion, moi je lis pour m'ancrer dans le monde, y'en a d'autres qui sont comme ça (...) » (Anna).*

A notre sens, ce discours esquisse la volonté de rompre avec la mise en scène d'une consommation littéraire abondante, évoquée plus haut. En effet, dans son discours Anna met davantage l'accent sur certaines valeurs symboliques de la lecture (ex, la compréhension de soi et du monde, l'apprentissage, l'esprit critique, la liberté, l'évasion, le rêve, etc.) qu'elle cherche à mettre en scène dans ses vidéos :

*« Je voulais rendre ça animé, je voulais le faire vivre. Moi ça m'anime, ça m'anime et euh ça change ma façon de vivre au jour le jour, là je suis en train de lire l'Assassin Royal, quand je viens te voir sur le chemin, je vais penser à ça et ça va modifier ma perception des choses qui m'entourent et je voudrais le montrer vivant, le montrer vivant. La littérature, la manière dont elle peut habiter quelqu'un mais elle est vivante en chacun quoi » (Anna).*

Dans ce contexte, ce n'est plus seulement l'acquisition de livres qui doit être mise en scène mais une manière de « pratiquer » la lecture au quotidien. Ainsi, la lecture est mise en scène dans des situations quotidiennes dont le vlog de la « routine de lecture » est certainement le format vidéo le plus emblématique. Le vlog consiste à filmer « une tranche de vie », le plus souvent en face caméra. Il peut également faire l'objet d'une écriture plus scénarisée, comme c'est le cas des vlogs d'Anna qui sont des mises en scène de « routines de lecteur ». Le « vlog » est particulièrement utilisé sur les chaînes « life style » qui ont de ce point de vue une influence formelle sur certaines des vidéos BookTube.

Sur Booktube, le vlog « routine de lecture » est parfois décliné en fonction des saisons, du moment de la journée, et peut également être détourné en présentant par exemple un vlog « d'une journée sans lecture ».

Dans le contexte du vlog, le livre est présenté comme un compagnon du quotidien que l'on emmène avec soi : à la mer, en forêt et de manière plus large, dans les « moments simples » de la vie. En complément du vlog, certains réécrivent le format classique du « haul » qu'ils ne présentent pas seulement comme un « déballage » d'acquisition de livres, mais comme une présentation d'ouvrages articulée à l'histoire personnelle du lecteur. Par exemple : les « livres qui ont marqué ma vie de lecteur ».

Tout cela étant par ailleurs soutenu par un engouement de certains enquêtés pour l'introspection personnelle et le « développement personnel » : « *je lis donc je suis* » dira Corentin. Ainsi, dans certaines vidéos, la lecture est aussi associée à la mise en scène de certaines pratiques culturelles que les booktubers associent à la « thérapie » et au « développement personnel ».

C'est le cas par exemple de l'écriture, du coloriage ou encore de la peinture. D'autres, quant à eux, font des vidéos relatives à l'organisation de la vie personnelle, comme les vidéos « bullet journal<sup>125</sup> ». Ces formats reprennent cette fois les codes des vidéos dédiées au « do-it-yourself ». En effet, la caméra pointe les mains d'une booktubuse qui, pas à pas, explique comment réaliser et customiser son propre « bullet journal » (agenda).

Dans un autre registre, plutôt axé autour du « développement personnel », une autre booktubuse développe ses réflexions personnelles en voix off pendant que l'objectif de sa caméra pointe son aquarelle en cours de réalisation. Dans ce contexte, la lecture est associée à des pratiques culturelles qui sont envisagées comme un moyen de la « réalisation personnelle », et se donne à voir comme une pratique qui peut procurer à tout un chacun un bien-être personnel. Un bien-être personnel qui découle moins d'un geste de la consommation mais davantage dans un plaisir qui découle du geste même de lire.

---

<sup>125</sup> Le bullet journal est un agenda entièrement personnalisé à la main.

## 5. Synthèse

Dans ce contexte, même si les booktubers de notre terrain investissent le divertissement d'une portée désacralisante qui leur semble pour cette raison banaliser l'idée qu'ils se font de la littérature, force est de constater que le choix des formats de vidéos participe quant à lui à la mise en scène d'une pratique de la lecture qui est extrêmement ritualisée, et pour cette raison toujours sacralisée. En effet, les vidéos sont l'occasion de présenter aux publics un certain nombre de rituels tels que le déballage de colis livresques, les visites dans les salons littéraires, les dédicaces d'auteurs, les participations à des marathons de lecture, etc. A travers leurs mises en scène les booktubers continuent ainsi de filer l'aura « particulière » de la lecture, dont les livres, objets du sacre, restent toujours soigneusement alignés et ordonnés sur les étagères de leurs bibliothèques.

De la même manière que pour les festivals de littérature étudiés par Gisèle Sapiro, Myrtille Picaud, Jérôme Pacouret et Hélène Seiler (2015), il nous semble que les discours des enquêtés ainsi que leur mise en scène de la lecture confortent ainsi la croyance dans la valeur littéraire, cela afin d'entretenir la cohésion du groupe de pairs affiliés à la même communauté, mais aussi d'alimenter cette croyance auprès de publics *idéalement* profanes (Ibid.). C'est pourquoi dans ce contexte, le geste de la lecture est consacré « *comme un geste inconditionnellement positif* », comme le soulignait déjà Anne Marie Chartier (2002, p376).

Une sacralisation d'autant plus forte qu'au moment des entretiens certains des enquêtés se distinguent dans leur discours des mises en scène qui confondent le geste de la lecture, avec celui de la consommation littéraire.

En effet, alors qu'ils disent privilégier une mise en scène de la lecture dépouillée des artifices du consumérisme et du divertissement « superficiel », certains renouent une fois encore avec un discours « normatif » sur le livre qu'ils ne souhaitent pas voir être réduit à un consommable. Et cela, même si ces mêmes discours ne délaissent pas pour autant les formats critiqués qui font l'esprit de « BookTube » et constituent le cœur des vidéos les plus regardées.

Au moment des entretiens, la tension qui se noue autour d'une mise en scène qui confond le geste de la consommation littéraire avec celui de la lecture est alors d'autant plus forte que les blogueurs et les booktubers de notre terrain entrent dans une période de professionnalisation qui tend d'un côté à intensifier le rapport de cette consommation littéraire, mais de l'autre constitue une opportunité indéniable pour construire leur propre légitimité.

## Chapitre 4 - Partenariats, professionnalisation et enjeux de légitimation des amateurs de lecture

### 1. Les premiers temps des services de presse : la remise en question du blogueur littéraire et du booktubeur

Parmi les professionnels du livre, les maisons d'édition sont les plus enclines à investir la figure du blogueur et du booktubeur pour son pouvoir de « prescription » (Chapelain, 2014) et pour sa visibilité qui peut bénéficier à la promotion de leurs ouvrages. Pour cela, certaines maisons d'édition envoient des ouvrages en services de presse aux blogueurs et aux booktubeurs qui donnent ensuite leur avis. D'abord mal perçus par certains blogueurs qui pointent les blogs « opportunistes » pour désigner les blogs créés dans le but d'obtenir des livres gratuits, les premiers services de presse ont donc été source de discordes au sein de la blogosphère :

*« Ben une fois on était tombé sur un blog ça avait fait aussi polémique, il avait quoi, il avait deux mois, il avait trois chroniques écrites en langage sms, il était blindé de services presse parce qu'il envoyait des messages à toutes les maisons d'édition et tout le monde lui envoyait sans vérifier son blog (...) Il avait deux mois, il avait trois chroniques, écrit en langage SMS » (Rémy).*

Les blogueurs sont donc extrêmement vigilants et évaluent entre eux les blogs suffisamment sérieux, des blogs « opportunistes » afin de ne pas compromettre la sincérité de leur engagement. D'ailleurs, au moment des entretiens, Sacha est certainement le blogueur qui a le plus subi les effets de cette évaluation entre pairs.

En effet, alors qu'il a envisagé explicitement son blog littéraire dans une optique de professionnalisation, le blogueur revient sur les injures et la pression à répétition dont il a fait l'objet par d'autres blogueuses qui jugeaient sa démarche trop intéressée. Le premier argument irréductible à la légitimation des services de presse est ainsi l'argument du mérite. Un blog mérite un service de presse au regard de la passion dont fait preuve le blogueur et du travail c'est-à-dire de la rigueur qu'il fournit sur son blog.

Au moment des entretiens, certains blogueurs évoquent alors la réception des premiers services de presse sur le registre de la consécration :

*« C'était incroyable au début ! C'était incroyable qu'on t'envoie des livres, gratuitement, à la demande, ben moi j'ai halluciné au début, c'était euh c'était complètement insensé et on n'était pas des journalistes et "pourquoi ?", et on va pas être à la hauteur, qu'est-ce qu'ils attendent de moi en échange ? » (Grégoire).*

On constate également les efforts réalisés par les maisons d'édition pour « humaniser » les relations qu'elles tissent par écrans interposés avec les blogueurs et les booktubers, au point que certains d'entre eux tissent des relations amicales avec les attachés de presse, comme Corentin proche de l'attaché de presse des éditions *Albin Michel*, ou encore avec les community manager, comme Rémy qui revient sur sa rencontre en face à face avec la community manager d'une maison d'édition :

*« Elle m'a vu – dans les bras – « Rémy depuis des années qu'on se parle ! » et c'est énorme quoi de se dire qu'on se parlait vite fait via Facebook, via Twitter » (Rémy).*

Les maisons d'édition organisent aussi des rencontres entre les blogueurs, les booktubers, les auteurs et l'équipe éditoriale, ainsi Corentin revient-il sur sa visite des locaux d'*Albin Michel*, ou Sacha sur celle du *Cherche Midi*.

Certains des enquêtés préfèrent ainsi s'accommoder de la situation, et s'attachent à la lecture sérieuse des services de presse qui leur sont envoyés et qui les investissent d'une certaine responsabilité comme le souligne Esther :

*« Des fois j'ai pas envie de les lire tout de suite quoi donc je me dis ça traîne, ça traîne en longueur et ça va pas, parce que c'est quand même une question de respect envers les maisons d'édition qui nous envoient gentiment les livres, tu vas pas attendre trois mois quoi » (Esther).*

Dans ce contexte, certains enquêtés conçoivent les services de presse comme une forme de reconnaissance accordée par les professionnels du livre à la qualité de leurs blogs et de leurs vidéos. Ce dont ils se satisfont, tout en n'étant pas dupes des intérêts commerciaux qui motivent cette relation où chacun s'y retrouve : une publicité peu onéreuse pour la maison d'édition, un livre gratuit pour le blogueur et/ou booktueur :

*« C'est un nouveau moyen de communication c'est tout. Et puis disons que pour les maisons d'édition et tout ça c'est de la pub qui leur coûte rien quoi parce qu'ils nous envoient des épreuves non corrigées donc c'est des livres donc ça leur coûte et ça fait plaisir à tout le monde, je pense que tout le monde y trouve son bonheur là-dedans » (Grégoire).*

Dans ce contexte, il est indéniable que les blogueurs et les booktueurs ont tout intérêt à accepter les services de presse car, en prise avec les logiques de la visibilité discutées dans la partie II, ces derniers constituent pour eux l'opportunité d'améliorer leur propre visibilité en présentant des « nouveautés » voire des ouvrages en « avant-première ». Ils peuvent ainsi faire le jeu d'une maison d'édition qui publie un nouvel ouvrage ou réédite un livre d'un auteur célèbre.

Certains, comme Sacha, nous expliquent ainsi recevoir des ouvrages afin de participer à leur promotion avant leur publication officielle, ce qui constitue un « cercle vertueux » entre les blogueurs, les booktubers et les maisons d'édition qui se nourrissent de leur visibilité réciproque. Une idée sur laquelle revient aussi Aline en évoquant que les maisons d'édition sont avant tout à la recherche d'un « buzz », ou Erica qui, dans le cadre de ses vidéos sponsorisées, explique que les maisons d'édition contactent généralement plusieurs booktubers de manière à « amplifier » la promotion faite autour d'un ouvrage.

En ce sens, les services de presse ont un effet direct sur les livres présentés par les blogueurs et les booktubers de notre terrain qui s'alignent, en acceptant la réception de ces livres, sur le principe de la nouveauté éditoriale. Et cela même si dans le cas de booktubers plus frileuses comme Noémie, Anna ou encore Fabienne, les services de presse se font plus rares que pour d'autres chaînes.

Ce point peut en outre expliquer les remarques portées aux blogueurs et aux booktubers dont la présentation de services de presse est encore mal perçue car certains d'entre eux considèrent que leur réception remet en question l'indépendance de la parole du blogueur et du booktuber ainsi que la sincérité de son avis comme le souligne Aline :

*« Vu qu'on reçoit des SP<sup>126</sup>, on en dit forcément du bien pour pouvoir avoir toujours plus de livres et encore, parce que si on dit des choses mauvaises, l'éditeur il va en gros couper le flux de bouquins voilà donc du coup on est des vendus parce que comme on l'a pas acheté soi-même ... » (Aline).*

---

<sup>126</sup> Service de presse.

Le « tabou » qui s'est cristallisé autour des services de presse, s'est ensuite élargi à la question de l'argent car certains refusent que certaines booktubuses puissent être rémunérées pour donner leurs avis.

Cela sous l'effet conjoint des discours médiatiques qui présentent parfois les booktubers sur un mode vénal et des incompréhensions qui ont surgi parmi les blogueurs et les booktubers suite aux premières rémunérations. Face à cela, les blogueurs et les booktubers usent de la « transparence » pour justifier leur démarche à leurs lecteurs, aux autres blogueurs et booktubers et pour se prémunir d'éventuelles critiques qui risqueraient de remettre en question leur crédibilité. Malgré ces premières divergences, certains blogueurs et booktubers voient cependant dans les partenariats avec les maisons d'édition une manière de pouvoir prétendre à leur professionnalisation ainsi qu'à la construction de leur légitimité, et s'engagent ainsi à défendre le tournant que constitue la réception des services de presse.

## 2. Mettre en scène son professionnalisme : un enjeu de légitimation

C'est pourquoi après l'euphorie des premiers temps des services de presse, un nouveau discours a émergé, certains de nos enquêtés déplorant que leur parole soit réduite à des logiques publicitaires que le seul argument de la « passion » ne peut suffire à justifier. Parmi eux, Erica et Anna déplorent par exemple l'instrumentalisation qui est faite des booktubers réduits à de simples « *panneaux publicitaires* » :

*« (...) moi j'ai eu quelques soucis par rapport à ça, où on me prenait juste pour un panneau de pub quoi et c'est vexant, c'est humiliant et j'ai trop de caractère (petits rires) pour me laisser faire donc ouais, ça peut me poser problème, ça me pose plus de problème maintenant » (Erica).*

Dans ce contexte, ce sont alors des formes de pression qui sont mises en avant. Pression liée aux dates butoirs imposées par les maisons d'édition pour chroniquer un livre, pression relative à l'esprit de compétition de certaines d'entre elles qui fonctionnent en cercle restreint en créant des « groupes privés » sur *Facebook* et en sélectionnant les blogueurs ou booktubers qui recevront les services de presse, ou encore par l'envoi intempestif de services de presse – les « services de presse sauvages » - sous lesquels certains disent finir par crouler. Anna souligne également l'approche procédurière de certaines maisons d'édition qu'elle compare à l'« usine » :

*« Y'a quand même des maisons d'édition comme Bragelonne, Milady qui font remplir des formulaires euh pour dire "vous le postez à telle date, et une fois que c'est fait euh on vous envoie un formulaire, vous cochez, vous mettez l'url de la vidéo, vous rempilez quoi" enfin comme à l'usine donc c'est quoi cette histoire quoi ? Ils rémunèrent personne, ils envoient des livres » (Anna).*

Ainsi, chacune d'elles remet en question le service de presse comme « *consécration ultime* » (Anna) et inverse dans leurs discours, le rapport de force. Pour Anna par exemple, il ne s'agit donc pas de reconnaissance mais bien d'un « *service* » rendu par les booktubers qui réalisent un travail bénévole, qu'elle compare à celui de community manager :

*« (...) vous m'avez proposé quelque chose qui me fait envie, la manière dont je traite les vidéos vous plaît, c'est cool, merci, par contre j'irai pas me mettre à plat ventre, enfin, je sais qu'ils en retirent un bénéfice derrière aussi, pour être honnête, le temps de lire un livre, de préparer une vidéo, de partager sur les réseaux sociaux, de faire la com, on leur fait le travail d'un community manager hein euh c'est ce que je dis tout le temps enfin » (Anna).*

Erica qui, quant à elle, a fait le choix de quitter son métier de libraire pour vivre de sa chaîne BookTube (elle est la seule de nos enquêtés dans cette situation), soutient l'idée que la rémunération permet d'asseoir la crédibilité du blogueur et/ou du booktubeur auprès des professionnels :

*« (...) les autres booktubeurs aussi ont un peu du mal mais pas que les booktubeurs, les blogueurs aussi, les gens en général, c'est un changement en fait, on est en plein changement et les gens ont dû mal à comprendre qu'on a BESOIN de ce changement et qu'on le fait pas par appât du gain. Enfin moi je fais pas ça pour le fric en fait mais le fait qu'il y ait du fric à la clé ça donne une crédibilité et surtout ça donne euh - les gens nous prennent en considération et nous prennent plus pour des gamines quoi tu vois » (Erica).*

Dans ce contexte, certains enquêtés élaborent des discours d'autolégitimation dans lesquels ils mettent en avant la pénibilité, associée à l'idée de travail, que constitue leur pratique du blog et de la chaîne *YouTube* :

*« (...) c'est que les gens ils comprennent pas que si tu reçois un livre, c'est pas euh c'est pas pour rien quoi. Le truc c'est du travail » (Erica).*

Deux arguments reviennent ainsi : le blog et la chaîne sont un investissement en énergie et en temps comme l'explique Océane, quand elle dit *« je le considère aussi un peu comme un travail parce que voilà j'y mets du temps, j'y mets de mon énergie »*, ou comme Anna le souligne, affirmant passer entre 36 et 48 heures sur la réalisation d'une seule vidéo. On constate alors qu'il est important pour les booktubeurs de rendre visibles les heures passées sur la réalisation de leurs vidéos. Cela afin de présenter leurs vidéos non plus comme un simple passe-temps mais comme un véritable travail.

Cela passe notamment par la construction d'une image professionnelle qu'ils véhiculent dans leurs vidéos. Les booktubers améliorent, par exemple, la qualité de leurs vidéos en investissant dans du matériel tel qu'une caméra, un micro, un fond vert ou des parapluies de lumière. Certains font aussi le choix de monter leurs vidéos avec des logiciels professionnels (*Adobe Premiere, Sony Vegas Pro*). Par ailleurs, nous remarquons que leur identité gagne en « cohérence ». Leur photo de profil, de bonne qualité, s'accorde avec leur bannière dont le design est parfois réalisé par des graphistes professionnels. Certaines miniatures se standardisent aussi en reprenant les mêmes normes de présentation d'une image à l'autre, suivant la même charte graphique.

En ce sens, comme l'expliquent Grégoire et Erica, la construction de leurs vidéos permet de « *prouver leur valeur* » (Grégoire) et faire preuve de « *technicité* » (Erica). Les vidéos sont alors le témoignage de leurs compétences, de leur implication et du travail fourni. Ainsi, lorsque nous observons les « miniatures » des vidéos proposées sur les chaînes *YouTube*, force est de constater que la qualité des vidéos s'est améliorée se détachant du côté « amateur » que des vidéos de moindre qualité peuvent connoter.

Une logique soutenue par ailleurs par *Youboox* qui est un réseau d'entraide pour les booktubers. *Youboox* n'est pas considéré comme un network car il ne touche aucun pourcentage sur les revenus éventuels des booktubers. Comme nous l'explique la community manager, sa mission se limite à leur donner des conseils, en suivant (tout de même) une « certification *YouTube* », afin d'améliorer la qualité des vidéos. Au regard d'un de ses audits, on constate que l'accent est mis sur : l'importance de la qualité du son et des images, la durée de la vidéo qui ne doit pas excéder dix minutes ou encore le dynamisme de la vidéo (ex, éviter les hésitations et les blancs avec la présence d'un fond sonore). Ainsi, *Youboox* encadre à sa manière la construction d'une image professionnelle des booktubers et surtout, participe à leur uniformisation.

Pour ce qui est des blogs, nous constatons que certains des blogueurs ont fait le choix d'acheter le nom de domaine (c'est le cas des blogs de Sacha, Olivia ou encore Camilla) de leur blog. La propriété du nom de domaine, que Camilla<sup>127</sup> pousse jusqu'à la mise en place d'un copyright sur son blog<sup>128</sup>, témoigne à notre sens d'un glissement dans la manière de considérer le blog. En effet, en achetant le nom de domaine, le blogueur se détache du côté « amateur » que connote la particule « blogspot.com » et gagne en « prestige » car il n'est plus présenté comme le « locataire » de son blog mais comme son « propriétaire ».

En outre, cet effort pour se désengager d'une image « d'amateur » connotée par le blog peut s'accompagner pour certains d'un masquage de sa structure traditionnelle composée de marges sur le côté et d'une page centrale qui se *scrolle*. Ainsi, la blogueuse et booktubreuse Camilla a fait le choix de mettre la même couleur blanche pour les marges et la page centrale de son blog afin de gommer la structure traditionnelle de ce dernier<sup>129</sup>.

En plus de cela, elle abandonne le principe de la « bannière » qui permet au blogueur de se rendre reconnaissable, qu'elle remplace par un slogan (« Passionnez-vous »). Les choix opérés par la blogueuse pour présenter un slogan, faire disparaître la bannière ou encore masquer les formes traditionnelles du blog, lui permettent ainsi de construire une autre image du blog. Ce dernier se présente moins sur le modèle amateur de « l'univers personnel » que sur le modèle professionnel du site d'actualités dont les formes mobilisées le rapprochent des « webzines<sup>130</sup> » qui ont inspiré Camilla.

---

<sup>127</sup> Dans lequel elle mentionne : « © [nom du blog] 2012 - 2017 | Tous droits réservés ».

<sup>128</sup> Dans lequel il mentionne : « (c) Sauf mention contraire, tous les textes de ce blog m'appartiennent et ne sont pas libres de droit ».

<sup>129</sup> Lorraine Feugère, « Les jeunes et la lecture au regard de l'échange littéraire dans les médias sociaux » in Stéphane Vial et Marie-Julie Catoir-Brisson, *Design et innovation dans la chaîne du livre, écrire, éditer, lire à l'ère du numérique*, PUF, 2017.

<sup>130</sup> Magazine « numérique » publié sur Internet.

En plus de cela, la majorité des blogueurs de notre terrain a un onglet dédié à ses « partenaires<sup>131</sup> ». Dans ce dernier, ils recensent les maisons d'édition pour lesquelles ils lisent des « services de presse<sup>132</sup> ». Les maisons d'édition y sont présentées par leurs logos et certains, à l'instar de Grégoire et Mathias, ajoutent un lien hypertextuel renvoyant vers le site web des maisons d'édition. Ces dernières sont donc mises à l'honneur par les blogueurs au travers d'une écriture « cérémonialisée » (Fabre, 1993, p61) du remerciement<sup>133</sup> et la figure de l'éditeur occupe ainsi une place centrale avant même celle de l'auteur. Rendre visible la confiance que ces acteurs du monde du livre leur accordent permet aux blogueurs de se présenter comme des « professionnels de la lecture ».

Nous notons également que d'autres formes sont mobilisées par certains blogueurs pour se détacher de la figure de « l'amateur ». Par exemple, sur les blogs de Marion et de Mathias nous remarquons un badge de « lecteur professionnel » présenté dans la colonne droite. Ce dernier provient d'un site internet appelé *Net Galley* sur lequel les inscrits, présentés comme des « critiques de livres » et des « lecteurs professionnels », ont la possibilité de lire des « épreuves » c'est-à-dire des livres non publiés, qui leur sont envoyés au format numérique.

Le badge constitue une forme de « récompense » attribuée par les administrateurs du site aux lecteurs les plus actifs. Autrement dit, pour ces derniers, plus on lit, plus on a de chance d'être considéré comme un lecteur « professionnel ».

Marion et Mathias ont donc fait le choix de mettre en avant leur activité de lecteur d'épreuves sur leur blog.

---

<sup>131</sup> A l'instar d'Enjoy Books, Hérisson Bookineur, Lecture Rousse, Ma vision du livre, Tribulations d'une vie.

<sup>132</sup> A l'origine, les services de presse sont des livres envoyés aux journalistes par les maisons d'édition.

<sup>133</sup> Par exemple : « Avant tout, je remercie toutes les maisons d'éditions et les différents partenaires qui m'envoient leurs livres » (Mandy) ou « Je les remercie encore une fois pour leur travail et pour les ouvrages qu'elles publient » (Mathieu).

De la même manière que pour les scouts, le badge de « lecteur professionnel » indique une compétence particulière des blogueurs qui les distingue du lecteur « lambda » et les présente comme des « professionnels de la lecture » participant au travail d'édition des livres.

Mobilisés par certains blogueurs, les « badges » font office de certification de la recommandation que ces derniers proposent sur leur blog, et participent ainsi à la construction de leur « autorité prescriptive » (Deseilligny, 2014) qui soutient l'image professionnelle de leur blog et de leur chaîne *YouTube*.

### 3. La construction de « l'autorité critique » du blogueur littéraire et du booktubeur

Même si les enquêtés affirment dans les discours se distinguer des acteurs de la prescription traditionnelle, un certain nombre de formes mobilisées sur leur blog littéraire et sur leur chaîne BookTube participent pourtant à la construction de leur « autorité critique ». En effet, comme l'a souligné Oriane Deseilligny (2014), la mobilisation de ces formes doit leur permettre de gagner la confiance de leurs publics en exprimant visuellement la qualité de leurs recommandations (Ibid.). Une recommandation qui, comme le rappelle la chercheuse, repose sur la circulation, l'appropriation et la transformation de « *formes de la prescription issues de la culture partagée et antérieure au Web* » (Ibid.) qui, dès lors qu'elles sont travaillées de l'intérieur par les discours des acteurs et les imaginaires du Web, se chargent de certaines valeurs.

Ainsi, un ensemble de « petites formes » (Candel, Jeanne-Perrier, Souchier, 2012) composent à l'écran le discours de la recommandation. C'est le cas par exemple du « bandeau » placé en fin d'article sur certains blogs littéraires.

Un bandeau qui comporte la mention « *vous aimerez peut-être* », à la suite duquel une sélection d'articles est alors proposée aux lecteurs. Sur le principe des algorithmes qui proposent des « contenus similaires », par exemple sur *YouTube*, certains blogueurs mobilisent cette forme de la recommandation.

On remarque également la présence de la notation sur certains blogs littéraires : une note sur 5 pour Léon, sur 10 pour Mathias, sur 20 pour Rémy ou encore Olivia, laquelle dresse également un barème en fonction de différents critères d'évaluation qu'elle définit en amont. D'autres formes de la notation, stéréotypées, nomades (Deseilligny, 2014) et faisant partie d'une culture partagée (Deseilligny, 2014), sont également mobilisées par les blogueurs, à l'instar des étoiles, des cœurs ou, pour les versions plus ludiques, des sushis (Marion). Selon Oriane Deseilligny, ces formes mobilisent l'idéal de la « *participation* » chère au Web 2.0 puisqu'elle symbolise la « *possibilité pour l'internaute de participer à l'évaluation* ».

D'autres petites formes expriment également la recommandation telle que « *les formes verbales absolues à l'infinitif* » (Deseilligny, 2014), à l'instar de : « *Un roman à lire de toute urgence si ce n'est pas encore déjà fait !* ». Des formes qui participent ainsi à la sélection des livres « à lire ». Sur *YouTube*, cette sélection se base notamment sur certains formats « prescriptifs » de vidéos comme les « top 5 », les « top 10 », les formats de type « 3 raisons de lire [tel ouvrage] » ou encore les « top/flop », qui reposent sur la logique du classement comme principe de sélection des ouvrages présentés. Des logiques également propres à l'économie du « monde du livre » parmi lequel les bibliothécaires, les libraires ou encore les maisons d'édition doivent mettre en place des dispositifs de sélection et de valorisation des ouvrages face au « *déferlement éditorial* » que décrit Sylvie Ducas (2014).

Sur les blogs en revanche, le processus de séduction des lecteurs s'opère notamment à travers la rédaction d'une courte conclusion dans laquelle le blogueur formule sa recommandation :

« Il va sans dire que je vous le conseille, en tout point différent des romans précédents mais avec pour seul point commun la qualité de l'intrigue et le rythme époustouflant » (Grégoire).

« Je conseille donc cette saga sans hésitation à un public jeune mais aussi moins jeune qui saura trouver une échappatoire intéressante » (Maud).

### Mon avis :

*Cette suite est tout simplement riche en rebondissements !*

«  Si vous aimez les thrillers rétro, ce livre est fait pour vous ! Tout y est : l'ambiance, les personnages un peu glauques et l'intrigue maîtrisée :D » (Mathias).

Dans ce contexte, la propension à la rédaction de formes concises de la recommandation se rapproche selon nous de la pratique des « notules », issue de l'économie documentaire et reprise notamment par les libraires. En effet, la notule permet au libraire de présenter succinctement un livre et d'y joindre en conclusion une appréciation personnelle.

Une forme de la recommandation qu'il nous semble donc retrouver sur les blogs littéraires comme le souligne Aline qui compare son blog à la rédaction de notules. Par ailleurs, ces formulations, parfois lapidaires et placées en fin d'article, se rapprochent également de ce que Maud a mis en place sur son blog pour résumer son avis.

En effet, en tout début d'article, la blogueuse présente en une phrase liminaire, mise en avant par un jeu de police et de couleur, le résumé de son avis qu'elle présente ainsi.

Bien plus concise, cette forme de la recommandation évoque à notre sens la pratique du « blurb ». Issue du marketing et des industries culturelles, la pratique du blurb a notamment été reprise par les maisons d'édition qui cherchent par-là à mettre en avant un livre en y ajoutant un bandeau sur lequel figure une appréciation, parfois signée par un écrivain réputé. A ce titre, il est d'ailleurs intéressant de noter la reprise qui est faite de certains extraits des avis des blogueurs et/ou des booktubers par les maisons d'édition, par exemple sur leur page *Facebook*, ou dans le cadre d'une communication papier au moment de la sortie d'un livre.

C'est le cas d'Anna dont un court extrait de l'avis a été présenté sur une publicité affichée en ville, à la suite de quoi un booktuber l'ayant remarquée et prise en photo, l'a publiée sur *Instagram* en se félicitant du succès de la booktubuse et de BookTube.

Ainsi, le recours aux formes « classiques » de la prescription joue un rôle de légitimation des blogs littéraires et des chaînes BookTube qui se détachent formellement du seul blog de « passionné », lequel connote un certain « amateurisme ». En effet, « *par le caractère sélectif et prescriptif*<sup>134</sup> » (Sapiro, Picaud et al, 2015) dont ils sont drapés, les blogs littéraires et les chaînes BookTube sont ainsi des formes qui, élaborées par des lecteurs institués en tant que « consacrans », jouent un rôle dans le processus de reconnaissance et de légitimation (Ibid.) de certains goûts littéraires. Et cela, même si dans le discours les blogueurs et les booktubers se distinguent des figures traditionnelles de la prescription professionnelle.

---

<sup>134</sup> Dans leur recherche, Gisèle Sapiro, Myrtille Picaud, Jérôme Pacouret et Hélène Seiler (2015) évoquent ce point en référence aux festivals de littérature.

#### 4. La reconnaissance des compétences : entre consécration marchande et consécration institutionnelle

Dès lors, le recours à des standards professionnels ainsi que la construction d'une « autorité critique » répond au souci que nos enquêtés disent porter à la reconnaissance de leurs compétences, parfois remises en question. En effet, lors des entretiens, Erica, Fabienne ou encore Olivia pointent les critiques d'incompétence dont elles font l'objet dans certains médias traditionnels les présentant comme des « gamines » :

*« Dire qu'on n'est pas professionnel, qu'on ne sait pas du tout de quoi on parle parce qu'on est des gamines sorties d'un bac à sable (...) ça peut devenir forcément blessant » (Océane).*

En outre, cette reconnaissance des compétences est envisagée comme une manière de se détacher des logiques utilitaristes qui les réduisent à de seuls « panneaux publicitaires » pour les présenter comme des acteurs du livre à part entière et ainsi, asseoir leur légitimité.

Cette reconnaissance est d'autant plus importante que, pour pouvoir se professionnaliser Erica souligne que le booktubeur ne peut compter uniquement sur la monétisation de sa chaîne BookTube dont le nombre de vues ne permet pas d'engranger suffisamment d'argent. C'est pourquoi le booktubeur doit davantage compter sur les différentes interventions extérieures qu'il est appelé à réaliser. En revanche, il faut préciser, qu'au regard de notre terrain rares sont les partenariats rémunérés car, la rémunération se justifie sur la base de la visibilité du booktubeur en question. Ce à quoi, à l'exception d'Erica et dans une moindre mesure d'Anna, les enquêtés de notre terrain peuvent difficilement prétendre.

Ainsi, il faut préciser que la grande majorité de nos enquêtés ne touchent pas de rémunération, ou seulement de manière ponctuelle. Dans notre cas, il faut donc envisager l'enjeu de professionnalisation de manière plus large que le seul enjeu de la rémunération. En effet, pour la majeure partie de nos enquêtés, l'enjeu de leur reconnaissance leur permet principalement de faire valoir leur blog littéraire et/ou leur chaîne BookTube dans le cadre de leurs études ou d'une recherche d'emploi. Ainsi, Mathias a par exemple obtenu un emploi dans la communication pour une maison d'édition numérique, et Camilla a pu obtenir un stage à la communication d'une librairie.

Dans ce contexte, seule Erica qui considère travailler dans « l'événementiel » autour du livre, a eu l'occasion de réaliser plusieurs « contenus sponsorisés » pour promouvoir les livres de différentes maisons d'édition sur sa chaîne BookTube. Un partenariat que la booktubuseuse met en avant car il ne la positionne plus comme l'objet passif d'une demande professionnelle mais comme un entrepreneur qui « *propose des services* » tel que la réalisation de vidéos. L'action menée avec la maison d'édition est alors valorisée par la booktubuseuse qui n'y voit plus une instrumentalisation de sa parole mais une manière de faire reconnaître ses compétences de booktubuseuse, ce qui participe à assoir sa légitimité auprès des professionnels.

Dans cette même idée, d'autres actions sont également valorisées dans le discours de nos enquêtés car elles leur permettent de mettre leurs compétences « au service » des objectifs des acteurs du livre. Un booktubeur a par exemple réalisé une vidéo dans laquelle il présente des livres tirés des fonds d'une médiathèque. Fabienne, auteur et férue de science-fiction, a été invitée pour animer une table ronde au festival nantais des *Utopiales*. Grégoire a été sollicité par la documentaliste d'un lycée afin de proposer des livres « jeunesse » dans l'optique d'organiser un prix littéraire ; et Cassandra et Léon ont participé à une rencontre interprofessionnelle avec l'ARALD pour échanger avec les professionnels sur le devenir du livre.

Sur ce point, il nous faut préciser que certains de nos enquêtés sont aussi sollicités dans le cadre d'activités dédiées à la médiation culturelle, notamment pour réaliser des ateliers BookTube dans le cadre de médiathèques qui cherchent à faire venir les publics juvéniles dans leurs locaux, ou dans le cadre d'événements ponctuels comme des festivals littéraires.

Nous pensons notamment au festival de littérature jeunesse « Partir en livre », organisé par le Centre National du Livre, lequel a par ailleurs convié une vingtaine de blogueurs et de booktubers dans ses locaux afin que chacun puisse proposer des idées de vidéos et d'animations à destination de la jeunesse. Il est ainsi intéressant de noter que les blogueurs et les booktubers renouent par ce biais avec la légitimité culturelle et institutionnelle qu'ils envisagent comme une autre forme de consécration de leur blog littéraire et de leur chaîne BookTube, plus « *classe* » comme le souligne Mathias :

*« (...) c'est le Centre National du Livre quoi, c'est le truc qui est à Paris, le truc qui s'occupe des bouquins, moi je trouve que ça fait classe et puis euh, ça prouve qu'on a une certaine visibilité sur le net quoi » (Mathias).*

Enfin, pour celles et ceux qui bénéficient d'une visibilité moins importante, nous avons pu constater que certains blogueurs ou booktubers, comme Olivia et Esther, proposent de se faire « bêta lectrice » auprès d'auteurs débutants afin de les aider dans la rédaction de leur roman. Elles proposent ainsi de relire, corriger les fautes, de revenir sur la structure narrative ou encore l'écriture des personnages etc. Sur ce point, précisons que les blogueurs et les booktubers sont le cache-misère des nombreux auteurs auto-édités qui cherchent à trouver une visibilité sur Internet. Aussi, certains enquêtés organisent également des « prix littéraires ». C'est le cas d'Hilda qui organise le « Prix Littéraire de l'Imaginaire » composé d'un jury de blogueurs et/ou booktubers qui cherchent par ce biais à mettre en avant des auteurs encore méconnus.

Ainsi, l'ensemble de ces actions illustrent la confiance qu'un certain nombre de professionnels du livre accordent aux blogueurs et aux booktubers, ce qui participe à la fois à légitimer leur position dans l'espace des professionnels et à nourrir la mise en scène de leur expertise auprès de leurs publics. Cela sans que les blogueurs et les booktubers ne renoncent pour autant à leur statut d'amateur.

## 5. Se désengager d'une image amateur ? La mise en scène de soi en tant que « pro-am »

Au moment des entretiens, les blogueurs et les booktubers de notre terrain sont particulièrement sensibles à la question de leur professionnalisation qui s'est amorcée pour certains sous l'impulsion de leur récupération par les maisons d'édition. Une récupération qui, comme nous venons de le voir, les pousse à adopter certains standards professionnels dans un souci de légitimation vis-à-vis des professionnels du livre. Pour autant, les enquêtés formulent au moment des entretiens le souhait de se représenter « tels qu'ils sont » afin de ne pas apparaître comme un « professionnel » mais toujours comme un « passionné » comme le souligne Olivia :

*« Avoir une bonne qualité rédactionnelle, de manière à ce que ce soit justement agréable à lire, que ça fasse moins euh la petite fille qui vient de sortir de son bac et qu'y'a passé une licence on sait pas comment mais euh comme quelqu'un qui est passionné, qui sait de quoi elle parle mais qui derrière ne se prend pas forcément la tête à essayer de se mettre à la hauteur des professionnels » (Olivia).*

Cette distinction n'est pas sans rappeler la figure du « pro-am » telle que décrite par Charles Leadbeater et Paul Miller (2004).

La notion de « pro-am » décrit cet « entre-deux » selon lequel un amateur, mu avant tout par sa passion, aspire dans le même temps à recourir à des « standards professionnels » qui lui permettent non pas de remplacer l'expert mais d'occuper « *l'espace laissé vacant entre le profane et le spécialiste* » comme le souligne Pauline Adenot (2016) à propos des « vulgarisateurs scientifiques » sur *YouTube*. Le « pro-am » revendique ainsi une compétence de professionnel sans en revendiquer le statut, comme le souligne par ailleurs Aline au moment de l'entretien :

*« En tant que lecteur on est n'est pas forcément amateur, après en tant que chroniqueur, oui, mais amateur parce que c'est pas notre travail, parce qu'on fait ça par plaisir, c'est un hobby, c'est un loisir, c'est euh pour beaucoup c'est comme ça, mais après, nous aussi on peut dire notre avis et savoir si un livre il est bien ou il est pas bien, on peut le jauger » (Aline).*

Cependant, il faut souligner qu'Aline n'est pas motivée par l'idée de professionnaliser son blog littéraire. C'est pourquoi, pour Erica qui souhaite professionnaliser sa chaîne BookTube, le discours est légèrement différent puisque même si elle reste cette « lectrice lambda » qui se filme devant la caméra, ses vidéos font aussi preuve de technicité. Une technicité qui lui permet de revendiquer une compétence professionnelle :

*« Amatrice dans le sens où oui, je suis juste une fille lambda devant sa caméra mais par contre derrière y'a de la technicité mais donc euh du coup entre les deux » (Erica).*

Ainsi, Olivia et Erica se rejoignent sur le fait que la revendication d'une compétence professionnelle ne doit pas être dissociée de la mise en scène de soi en tant que lecteur « lambda ». Cela suppose de ne pas « *se perdre soi-même* » (Olivia) c'est-à-dire de continuer à se représenter « tel qu'elle est », également une amatrice.

En effet, en raison de ses partenariats avec les professionnels du livre – qu'ils appartiennent au secteur marchand ou au secteur institutionnel – le blogueur et le booktueur renouent avec la légitimité des figures professionnelles de la prescription d'une part, et de la médiation culturelle d'autre part qui participent à la reconnaissance de son « expertise profane ». Cependant, comme ils souhaitent aussi se distinguer de ces figures traditionnelles de la culture, ils remettent au centre de leurs discours la figure de l'amateur qui leur permet de renouer cette fois avec la légitimité du « lecteur lambda » qui tire avant tout sa reconnaissance de sa visibilité auprès de ses publics sur Internet.

# Conclusion

La mise en scène de la figure du « pro-am » est particulièrement emblématique de la problématique qui traverse l'ensemble de notre thèse. En effet, elle met le doigt sur l'un des paradoxes latents de notre réflexion puisqu'elle pointe cet « entre-deux » que des amateurs de lecture cherchent à occuper sur le terrain de la culture face à laquelle ils nourrissent une grande ambivalence. Une ambivalence qu'il faut resituer dans le contexte particulier de ces amateurs qui reviennent au moment des entretiens sur leur rapport à la littérature dans le cadre l'Ecole.

Ainsi, le détour par ces discours permet de souligner que la problématique de la « légitimité culturelle » est toujours très prégnante, et d'apporter ainsi un éclairage indéniable sur l'ambivalence de ces amateurs face à la culture. En effet, nous avons pu constater qu'un paradoxe émerge de leurs discours qui confondent « littérature » et « lecture ». Ainsi, les acteurs présentent la « littérature », emblème de la « culture légitime » qu'incarnent dans leurs discours l'Ecole et dans une moindre mesure le « monde du livre », comme un objet de la « culture élitiste » dont ils souhaitent se distinguer. Cela en s'affranchissant notamment des goûts « légitimes » de l'Ecole que sont les « classiques », et dans une moindre mesure du goût « légitime » de la prescription médiatique circonscrite à la « littérature blanche », qui réduisent selon eux la lecture à une pratique « snob » et « élitiste ».

C'est pourquoi leurs discours posent dans le même temps le corollaire de la « lecture », habitée quant à elle d'une conception davantage « démocratique » de la culture que nous pourrions résumer ainsi : tout le monde peut lire et lire ce qu'il veut car il faut prendre du plaisir à la lecture. En ce sens, les amateurs renouent avec la légitimité culturelle de la *lecture*, alors envisagée un « *geste inconditionnellement positif* » (Chartier, 2002, p376).

Le paradoxe de ces discours pouvant alors être résumé ainsi : renoncer à la légitimité culturelle de la littérature sans pour autant renoncer à la légitimité culturelle de la lecture.

Ainsi, c'est sur cette tension que repose alors l'ambivalence des discours que les amateurs portent sur la mise en scène de la lecture sur leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube ; ce dont nous pouvons rendre compte autour de quatre points principaux.

Dans un premier temps, nous avons vu que les amateurs de notre terrain cherchent à se distinguer du « geste prescriptif » car ils refusent d'une part, d'être réduits à de simples relais commerciaux, et se distinguent d'autre part, du « geste critique » (en référence notamment aux médias traditionnels) qu'ils considèrent comme un geste « orgueilleux » : qui peut prétendre juger des livres ?

Pourtant, on remarque aussi dans leurs discours qu'ils renouent avec le « geste critique » qu'ils euphémisent par le recours à la « subjectivité » comme moyen de relativiser la production d'un jugement sur les livres ; à la « personnalité engageante » comme promesse d'une relation « directe » et « personnalisée » avec les publics ; enfin, à l'expression des goûts du plus grand nombre afin de contrecarrer la définition trop « étroite » de la littérature qu'ils reprochent à certains médias traditionnels. Ce point souligne ainsi un enjeu du devenir trivial (Jeanneret, 2008) de la « prescription » qui se voit chargée de nouvelles valeurs au sein des blogs littéraires et des chaînes BookTube.

Dans un second temps, nous avons relevé certaines divergences dans la manière d'envisager les blogs et les chaînes *YouTube* qui sont autant de façons différentes de concevoir la culture. Des divergences qui se cristallisent principalement autour des discours de blogueurs qui cherchent à se distinguer des booktubers.

En effet, nous avons pu noter que certains des blogueurs envisagent les blogs comme un média plus « sérieux » mais aussi plus « littéraire » pour parler de la lecture, notamment en raison du recours à l'écriture et non à l'image qui tendrait à un rapport plus « égotique » du booktueur qui se met en scène au détriment du livre et de la lecture.

Des critiques qui convergent aussi sur la dimension « divertissante » de *YouTube* à laquelle certains reprochent de réduire parfois la mise en scène de la lecture au seul « amusement » et au seul « spectacle » puisqu'elle doit répondre à la logique de la visibilité, au détriment une fois encore du livre et de la lecture. Des reproches qui peuvent en partie s'expliquer par la perte de visibilité des blogs au regard des chaînes BookTube et par un souci de légitimation porté au blog qui est parfois considéré comme un média « vieillot », davantage orienté vers un public « posé » et « réfléchi », plutôt centré sur le modèle de « l'entre-soi » de lecteurs.

Ainsi, d'autres amateurs distinguent *YouTube* des blogs sur ce point, précisant que l'intérêt de *YouTube* est justement de pouvoir mettre en scène la lecture de manière plus « cool » et « fun », tout en s'adressant à un public composé de personnes plus jeunes. Sur ce dernier point, nous avons ainsi pu voir comment la lecture sur *YouTube* est mise en scène en tant qu'objet d'une « culture juvénile », ce qui est bien moins prégnant sur les blogs littéraires.

En revanche, nous avons vu que tous s'accordent pour dire que l'intérêt indéniable de *YouTube* est de permettre une plus grande « proximité » avec ses publics. Ici se joue à notre sens une autre considération de la culture, habitée d'un idéal « démocratique » qui repose ici sur le principe d'« horizontalité ». En effet, certains des amateurs qui préfèrent *YouTube*, envisagent la mise en scène de la lecture sur le modèle idéal de la conversation entre amis. Ce que semble leur permettre leurs vidéos qui reposent d'une part, sur une mise en scène de soi « *non-scénarisée* » et « *non-médiée* », et d'autre part, sur la mise en scène d'un échange « *non-médiatisé* ».

A partir de là, certains des enquêtés considèrent « rentrer en conversation » avec leurs publics, et être dans un rapport plus symétrique voire « égalitaire » avec ces derniers ; et ainsi, de renouer avec « *la promesse d'une communication naturelle* » (Patrin-Leclère, Montety, 2011, p24), dépouillée notamment des enjeux du marketing (Ibid.), qui subsume l'idéal d'« horizontalité », chère au « Web 2.0 » (Rebillard, 2007).

En effet, précisons sur ce point que l'un des enjeux de cette thèse est aussi de souligner le rôle qu'occupent les dispositifs d'écriture dans l'élaboration des considérations des amateurs sur la culture. En effet, force est de constater que les imaginaires techniques charrient avec eux certaines valeurs que l'on retrouve dans le discours des amateurs.

Ainsi, nous avons pu voir que la teneur imaginaire des formes de l'énonciation personnelle, centrales sur les blogs et sur les chaînes YouTube, repose sur des valeurs de « spontanéité » et d'« authenticité » envisagés comme gage de la sincérité de l'amateur, de « transparence » comme gage de son honnêteté, ou encore de « subjectivité » comme gage de la diversité des points de vue. Autant de valeurs qui, dans un contexte caractérisé par une certaine défiance à l'égard des professionnels et des institutions, nourrissent le discours des amateurs qui y voient une manière de renouer avec la confiance des publics et de se constituer ainsi en une alternative aux médias traditionnels qui font l'objet de critiques dans leurs discours.

En outre, nous avons vu que l'idéal d'« horizontalité » chère au « Web 2.0 » (Rebillard, 2007) abreuve aussi les discours des amateurs en quête de « proximité » et de « conversation » entre pairs égaux et amicaux qui contrecarrent symboliquement toute forme de hiérarchie et s'oppose aussi idéalement, à la verticalité d'une diffusion culturelle telle qu'elle est par exemple envisagée à l'Ecole ou par les médias traditionnels. Symboliquement, l'« horizontalité » de la culture par les amateurs s'oppose ainsi à la « verticalité » de la culture institutionnelle.

Enfin, nous avons souligné que sur *YouTube*, les premières vidéos amateurs questionnaient alors la « hiérarchie des valeurs esthétiques » issue du milieu professionnel et ont été investis dans ce contexte d'une valeur « vernaculaire », idéalement envisagée comme l'expression d'un « parler populaire ». En outre, la prédominance du divertissement sur YouTube dans le discours des amateurs contribue à l'idée que le divertissement constitue une des manières « grand public » pour parler de la culture de manière « fun » et « cool », qui les distinguent en ce sens de certains médias traditionnels.

En ce sens, les dispositifs d'écriture participent pleinement à la production des imaginaires sur la culture, et leur analyse apporte des éléments de compréhension sur la manière dont les amateurs envisagent la culture qu'ils mettent en scène depuis ces dispositifs.

Dans un troisième temps, nous avons vu que la divergence entre ceux qui privilégient le blog et ceux qui privilégient la chaîne BookTube, trouve une résonance dans les divergences qui se cristallisent au sein des booktubers. En effet, nous avons vu que certains booktubers investissent le « divertissement » sur *YouTube* d'une portée « désacralisante ». En revanche, tous ne s'accordent pas sur la manière dont la lecture doit être mise en scène en vidéo. En effet, une majorité de vidéos repose sur le principe d'une mise en scène de la « consommation littéraire » comme l'illustre l'omniprésence des formats du « haul » et de ses déclinaisons, qui sont issus des vidéos *YouTube* dédiées à la beauté et à la mode.

Dans cette perspective, la lecture est mise en scène sur le registre de l'acquisition de livres qui sont alors présentés comme autant de « biens expérientiels » sur lesquels le lecteur donne aussi son avis en tant que consommateur. Cela explique que les blogs littéraires et, dans une plus grande mesure, les chaînes BookTube qui bénéficient d'une visibilité plus importante, constituent pour les maisons d'édition une opportunité indéniable afin de promouvoir leurs ouvrages.

Sur ce point, il ne faut pas oublier que l'un des enjeux de notre thèse est de souligner que les blogs littéraires et les chaînes BookTube s'inscrivent aussi dans le cadre plus large d'un « *capitalisme médiatique* » (Jeanneret, 2014) qui oriente les pratiques de communication dans le sens des intérêts économiques des dispositifs d'écriture. En effet, tandis que ces intérêts économiques reposent sur la valorisation de l'attention des lecteurs et des spectateurs (Citton, 2014), notamment sur le modèle publicitaire, les blogs et les chaînes *YouTube* sont soumis à une injonction à la visibilité dont certains professionnels cherchent alors à bénéficier pour promouvoir leurs produits.

C'est pourquoi les blogs littéraires et les chaînes BookTube sont aussi des lieux de l'intrication des discours des maisons d'édition, avec ceux des amateurs de lecture dont les mises en scène de la lecture participe au renouveau des formats de la promotion marchande. En effet, par ce biais, les maisons d'édition peuvent proposer un discours promotionnel drapé des atouts du discours de l'expérience des consommateurs, tout en s'assurant de communiquer à destination de « publics de niches », déjà convaincus par les bienfaits de la lecture.

Cependant, nous avons observé que certains des booktubers se distinguent dans leurs discours de la mise en scène de la consommation littéraire, en évoquant de nouveau l'argument des artifices du divertissement de certains formats qui survoleraient la lecture au détriment du contenu du texte. Certains expriment aussi une distinction vis-à-vis d'un BookTube « féminin » puisque le « haul » qui reprend le principe du « déballage » et donc du shopping, fait pour cette raison l'objet d'une dévaluation dans certains discours qui évoquent vouloir remettre au centre de leurs vidéos la lecture et le texte.

Enfin, les discours de cette distinction sont prolongés par une critique de la philosophie consumériste que certains associent à la mise en scène de l'acquisition de livres, refusant de voir ces derniers à être des seuls consommables.

Certains renouent ainsi avec une mise en scène de la lecture dont le plaisir ne découle pas de la seule consommation littéraire, et disent vouloir montrer ce que la lecture apporte au lecteur au quotidien : objet d'évasion, elle se fait aussi objet de débats, d'apprentissage, de réflexions, d'esprit critique ou encore, de développement personnel. Dans tous les cas, les mises en scène de la lecture confortent la valeur littéraire, plutôt qu'ils en dépouillent l'« aura » particulière.

Ainsi, l'ambivalence des discours autour de la mise en scène de la lecture, souligne une ambivalence qui repose sur la manière dont chacun des amateurs envisage la culture. En effet, tandis que certains voient tout d'abord en *YouTube* une condition de possibilité pour renouer avec une considération davantage « démocratique » de la culture, d'autres renouent avec un discours plus « normatif » sur la lecture qu'ils souhaitent tenir éloignée du divertissement, du spectacle et de la mise en scène de soi que convoque pour eux *YouTube*.

En outre, tandis que les booktubeurs investissent le divertissement sur *YouTube* d'une portée « désacralisante », l'omniprésence des formats du « haul » souligne que certains tendent à confondre l'idéal « démocratique » de la culture avec l'idéal « démocratique » de la « culture de consommation », tel qu'il est notamment développé dans le discours des industries culturelles. En effet, pour ces dernières, la conception « démocratique » de la culture repose sur la production d'une culture « grand public » qui est envisagée comme plus « démocratique » idéologiquement car elle reflèterait le goût du plus grand nombre, mais aussi plus rentable économiquement. Dans ce contexte, la « culture de consommation » est envisagée comme une culture dont la définition s'oppose à celle de la « culture élitiste » et est donc valorisée pour cette raison puisqu'elle représente une des formes d'une « culture pour tous ».

Pour autant, d'autres au contraire, renouent avec un discours plus « normatif » sur la lecture qu'ils ne souhaitent pas voir réduite à un « divertissement superficiel » ou à une philosophie consumériste qui leur semble réduire le livre à un seul consommable.

Les discours des amateurs oscillent ainsi toujours entre la volonté de « désacraliser » la littérature et l'idée de ne pas « dégrader » la lecture dont le geste reste valorisé de manière inconditionnelle, de la même manière que le livre constitue toujours un objet « sacré ».

Dans ce contexte, nous avons finalement vu que la mise en scène de la figure du « pro-am » souligne particulièrement bien cette ambivalence des acteurs rencontrés qui cherchent à se situer dans un « entre-deux » face à la culture. En effet, les blogueurs et les booktubers de notre terrain se jouent d'un côté de la figure du professionnel qui leur permet de s'inscrire dans le circuit traditionnel de leur reconnaissance par des acteurs légitimes de la culture. Cette reconnaissance prend alors la forme de « partenariats » avec des acteurs du monde du livre, que sont les maisons d'édition ; mais aussi des institutions publiques dédiées à la lecture, comme le Centre National du Livre, les agences du livres, les médiathèques, et dans une certaine mesure les salons du livre et les festivals littéraires. Une reconnaissance dont nous avons souligné qu'elle est présentée dans les discours des amateurs par le souci de changer leur image médiatique qui les réduit trop souvent à être de « jeunes lectrices de Young Adult », au détriment de la reconnaissance de leur « expertise profane ».

Cela sans pour autant que les blogueurs et les booktubers de notre terrain ne renoncent à la figure de l'amateur dont ils se jouent d'un autre côté, puisqu'elle les inscrit cette fois dans le circuit de leur reconnaissance par leurs publics et par leurs pairs que sanctionne leur visibilité sur Internet, et les distingue en même temps des acteurs qui portent la marque de la « culture élitiste ».

Ainsi, l'ensemble de ces constats souligne que ce qui s'élabore dans les pratiques de communication des amateurs sur leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube sont des représentations qui participent au devenir trivial (Jeanneret, 2008) de la « littérature ».

En effet, celle-ci se voit chargée de différentes valeurs en fonction des espaces sur lesquels elle circule et des appropriations dont elle fait l'objet par les amateurs qui en élaborent certaines représentations. Cela rejoint ce qui, du point de vue de notre cadre théorique, a mis en avant le fait que la culture ne se compose pas d'« *un ensemble d'objets et de représentations fermés sur eux-mêmes* » (Jeanneret, 2008) mais est toujours travaillée par la dynamique de sa circulation créative dans les espaces sociaux.

Nous avons vu par le détour de la sociologie de la culture que la théorie de la « légitimité culturelle », théorisée par Pierre Bourdieu (1979), circonscrivait la définition de la culture à la seule hiérarchie culturelle entre les objets d'une « culture légitime » d'une part, et les objets d'une « culture illégitime » d'autre part.

Bien que la teneur de cette légitimité culturelle ne perde pas de son actualité au regard de notre terrain, la perspective « médiaculturelle » (Macé, Maigret, 2005) articulée à celle de la trivialité selon Yves Jeanneret (2008) qui postulent toutes deux une définition plus large de la culture en tant qu'activité de production sociale de sens et de valeur, permettent d'appréhender la culture du point de vue des représentations que les individus élaborent, et non seulement d'une définition *a priori* des objets de la culture.

De ce point de vue, cette thèse témoigne donc du rapport des blogueurs et des booktubers à la littérature, et plus largement à la culture.

En effet, alors que les amateurs distinguent la littérature, présentée comme l'objet de la « culture élitiste », de la lecture qu'ils investissent d'un idéal « démocratique », force est de constater que la littérature est ici un révélateur du statut ambigu de la culture dans la société aujourd'hui.

Les discours sur la littérature soulignent plus largement que la « légitimité culturelle » reste un questionnement d'actualité et fait l'objet d'un profond malaise dans la société qui ne reconnaît pas dans la « culture légitime » une « culture pour tous » mais une « culture d'élite », et y voit une conception « anti-démocratique » de la culture qui s'inscrit dans le mouvement plus large de la remise en question des institutions.

En ce sens, cette thèse peut élargir la question du statut ambigu de la culture à d'autres formes culturelles, et questionner de manière plus large les représentations de la culture dans la société aujourd'hui.

# Annexe I



Le questionnaire

- Qui es-tu ? (prénom, âge, situation professionnelle)
- As-tu un blog littéraire ?
- Quel est le nom de ton blog (ou de ta chaîne)
- Pourquoi ce nom ?
- Si c'est ton cas, pourquoi n'as-tu pas/plus de blog ?
- Si c'est ton cas quand as-tu ouvert ton blog littéraire et pourquoi ?
- As-tu une chaîne YouTube ?
- Quand l'as-tu ouverte et pourquoi ?
- Y-a-t-il un support que tu préfères à l'autre ? Pourquoi ?
- Combien de fois par semaine regardes-tu des blogs ou des chaînes livresques ?
- Qu'y recherches-tu ?
- T'intéresses-tu à des blogueurs/youtubeurs autres que littéraires ? lesquels ?
- Que t'apporte ton blog et/ou ton vlog par rapport à tes lectures ?
- As-tu fait des études ? Lesquelles ?
- Quelles sont tes passions dans la vie ?
- As-tu baigné dans un environnement littéraire étant petit-e ?
- Qu'est-ce qui t'as donné le goût de la lecture ? Qui te l'a transmis ? Dans quelle(s) - circonstance (s) ?
- Partages-tu tes lectures avec ta famille ou tes ami(e)s ? (hors blogosphère littéraire ?) Si oui , avec qui ? De quoi parlez-vous ?

- Prêtes-tu tes livres à d'autres personnes ?
- Pourquoi aimes-tu lire ? (la question qui tue ^^..)
- Qu'aimes-tu plus particulièrement dans un livre ?
- Sur quoi mets-tu l'accent quand tu partages ton avis sur un livre ?
- Qu'est-ce qui te donne envie de lire tel ou tel livre ?
- Quels sont tes genres de prédilection ?
- Pourquoi ces genres en particulier ?
- Si je te dis « les classiques » tu penses à quoi ?
- Accordes-tu de l'importance à l'auteur qui écrit un livre ?
- Quand et où préfères-tu lire ?
- Possèdes-tu une liseuse ?
- Lis-tu plus souvent sur papier ou sur ta liseuse ?
- Que préfères-tu ? Pourquoi ?
- Si je te dis la lecture et les jeunes, tu penses à quoi ?
- Fréquentes-tu les bibliothèques ?
- Que fais-tu à la bibliothèque ?
- Fréquentes-tu les librairies ?
- Combien de livres achètes-tu ou te procures-tu en moyenne par semaine ?
- Ou te procures-tu tes livres en général ? (librairie, grande surface, internet, videgreniers, prêt, autres ?) Pourquoi ?

- Combien de livres lis-tu en moyenne par mois ?
- -En dehors de la blogosphère littéraire as-tu déjà participé à des salons, des cafés ou des cercles littéraires ?
- Et des expériences de « bookcrossing » ?
- D'autres expériences littéraires ? (ex. aller dans des salons, visiter les maisons des écrivains, faire des ateliers d'écriture, autres ?)
- Regardes-tu des émissions sur les livres ? Lesquelles ? A quelle fréquence ?
- Lis-tu des avis littéraires autres que la blogosphère littéraire ?
- Pour toi, critiquer, un livre ça veut dire quoi ?
- Es-tu quelqu'un qui écrit ?
- Qu'écris-tu ? (liste, roman, nouvelle, lettre, mémo, journal intime, autres ?)
- Plutôt plume ou ordi ?
- Pour toi écriture et lecture vont-elle de pair ? Pourquoi ?
- Combien d'heures passes-tu en moyenne sur internet par jour ?
- Qu'y fais-tu ? (recherches, musiques, films, blogs, achats, conversations, boulot, autres)
- Combien de temps passes-tu en moyenne sur les réseaux sociaux par jour ?
- Sur quels réseaux sociaux es-tu présent-e ?
- Es-tu également présent sur des réseaux sociaux de lecture ?
- Quel rôle joue internet par rapport à ton activité de lecteur/lectrice ?

# Annexe II



Le guide d'entretien

# 1. Pratiques

<b>[Blog]</b>	<b>[Chaîne YouTube]</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Contexte de la découverte</u> [quand ; comment ; qu’y cherchais-tu, premières impressions ...]</li><li>- <u>Création de ton blog</u> [quand ; motivations ; objectifs du blog ; avantages et inconvénients ...]</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Contexte de la découverte</u> [quand ; comment ; qu’y cherchais-tu, premières impressions ...]</li><li>- <u>Création la chaîne</u> [quand ; motivations pour passer à la chaîne ; objectifs de la chaîne ; avantages et inconvénients, par rapport au blog ...]</li></ul>
<b>[Facebook]</b>	<b>[Twitter]</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Ouverture du compte Facebook</u> [quand ; motivations/raisons ; compte personnel ; usages de Facebook...]</li><li>- <u>Contexte d’utilisation</u> [quand ; usage par rapport à au blog/vlog ; avantages /inconvénients...]</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Ouverture du compte Twitter</u> [quand ; motivations/raisons ; compte personnel ; usages de Twitter ...]</li><li>- <u>Contexte d’utilisation</u> [quand ; usage par rapport au blog/vlog ; avantages/inconvénients ...]</li></ul>
<b>[Instagram]</b>	<b>[Tous]</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Ouverture du compte Instagram</u> [quand ; motivations/raisons ; compte personnel ; usages de Twitter ...]</li><li>- <u>Contexte d’utilisation</u> [quand ; usage par rapport au blog/vlog ; avantages/inconvénients ...]</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Usages différenciés/complémentaires des réseaux sociaux</u> [raisons de la multiplication des réseaux sociaux en plus du blog et du vlog ; lequel en premier ; différentes manières de parler de livres ; différents publics ; <u>logique(s) de circulation des contenus</u> ; comment tu t’y prends...]</li><li>- <u>Autres réseaux sociaux de lecteurs</u> [lesquels ; raisons ; Wish-list ; Book Depository ...]</li><li>- <u>Confiance dans les avis donnés</u> [les blogueurs ; autres « indicateurs » de confiance ...]</li><li>- <u>Influence du blog sur tes lectures</u> [points saillants à la lecture, temps, citation ...]</li></ul>

## 2. Mises en forme

<b>[Blog]</b>	<b>[Chaîne YouTube]</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Choix de la plateforme</u> [WordPress / Blogger ; raisons ; impressions ; versions antérieures ; versions projetées ; fréquence des modifications ...]</li><li>- <u>Rédaction d'articles</u> [seul(e)/plusieurs ; description du travail d'écriture ; rituels pour écrire (ex, musique) ; état d'esprit ; écriture spontanée/travaillée ; papier/Word ; temps de la rédaction ; activité étalée dans le temps (ex, calendrier) ; orthographe ; jeux de ponctuation ; relecture ; sauvegarde des écrits ; fréquence des publications ; ordinateur portable/fixe, autres usages ...]</li><li>- <u>Identité sur ton blog</u> [pseudonyme ; quelle image de toi/mise en scène ; blog <i>littéraire</i> ; par rapport au vlog ; importance de la personnalisation ; déclinaison de ton identité à travers différents médias sociaux ; avantages/inconvénients d'un média à l'autre ...]</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Identité sur ta chaîne</u> [rapport à la perte d'anonymat ; gestion entre privé/public ; importance de ton image ; préparation avant de se filmer ; importance d'être lue/vue ...]</li><li>- <u>Personnalisation</u> [par rapport au blog ; préférence ...]</li><li>- <u>Contexte de réalisation</u> [quand se filmer (calendrier ; stratégie) ; fréquence des publications ; état d'esprit ...]</li><li>- <u>Réalisation de la vidéo</u> [seul(e)/plusieurs ; description de la réalisation d'une vidéo ; rituels avant/après de se filmer ; vidéos spontanées/travaillées ; durée d'une vidéo ; temps pour la réaliser ; organisation dans le discours ; entraînement ; reprises ; mise en scène : décor ; sauvegarde des vidéos ...]</li></ul>
<b>[La publication]</b>	<b>[Compétences]</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Qualité des publications</u> [importance de la qualité du visuel blog/vlog ; amélioration ; raisons ; investissements financiers ; qualité des photos et de leur cadrage ; temps pour une photo ; quoi transmettre ...]</li><li>- <u>Temps de « travail »</u> [travail ; trouver le temps ; difficultés à le trouver ; envie d'abandonner ; raisons...]</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <u>Informatique</u> [compétences ; difficultés pour le blog (ex, réalisation de bannières) ; aide ; réseaux sociaux numériques et facilité d'usage ; support le plus commode ...]</li><li>- <u>Audiovisuel</u> [difficultés pour le vlog (ex, logiciel(s) de montage) ; réalisation seul(e) ...]</li></ul>

### 3. Sociabilités

#### [Sociabilités littéraires]

- Ton public [jeune ; féminin ; différent d'un média social à l'autre ; groupe de lecteur fidèles ; cadeau de leur part ; que recherchent ces personnes ; pourquoi réagissent-elles ; attentes vis-à-vis de ces personnes : rencontres en face à face ; impressions ; amitiés ...]
- Interactions [importance des interactions ; raisons ; interactions et lecture ; 10 personnes avec lesquelles tu échanges le plus ; blogueur/lecteur ; comment garder contact (ex, mél, réseaux sociaux, téléphone, vlog) ; quel outil pour quel lien (ex, MP, mél, commentaire publique) ; face à face ; quelle occasion ; fréquence ...]
- Pourquoi partage des expériences avec les autres
- Commentaires [lecture de tous ; réponse à tous ; pourquoi ; commentes-tu ; raisons ...]
- Communauté [intérêt pour autres youtubeurs ; liens ; rencontres ; appartenance à une communauté ...]

#### [Événements littéraires]

- Sur ton blog [types d'événements (ex, concours, swap, bookhaults, bookshelf tour, pourquoi, qui fournit les livres ...)]
- Pour ton blog [assister à des événements littéraires ; lesquels ; pourquoi ; si pas de blog tu irais quand même ...]
- Grâce à ton blog [participation à des événements au nom de ton blog (ex, conférences ; interventions ; rencontres avec auteur) ; alimenter ton blog ; acteurs qui te sollicitent (maison d'édition, CNL, journaliste, libraire etc.) ...]

#### [Maisons d'édition et médias]

- Maisons d'édition [démarchage ; services presse ; combien ; fréquence ; qui choisit ; provenance des livres chroniqués ; conditions particulières pour réception et rédaction ; rémunération ; BookTube et l'argent ...]
- Médias [attentif-ve aux reprises médiatiques ; raisons ; impressions ; utilité dans le cadre du blog/vlog ; interview pas des journalistes ; impressions ...]
- Professionnalisation [blog et projet professionnel ; CV ; importance de la reconnaissance par les professionnels ...]

# ANNEXE III



Les grilles d'analyse sémiotique

# 1. Approche fonctionnelle

Critères de description sémiotique	Descriptions	Commentaires	Exemplifications
Régions à fonction paratextuelle (identité et circonscription du site, « auteur, date, copyright ... » (Stockinger, 2005))			
Régions à fonction hypertextuelle (« références, liens ... » (Stockinger, 2005))			
Liens externes (formes et fonctions, ex, lien pour avoir accès à une musique)			
Liens internes (formes et fonctions, ex, mention « ici » pour être redirigé vers un autre article du blog)			
Régions à fonction textuelle (présentation des « prestations » du blog, traitement narratif du thème littéraire)			
Régions à fonction métatextuelle (pour aider à l'appropriation de la prestation par l'internaute, « aide, index, dictionnaires ... » (Stockinger, 2005))			
Régions à fonction épitextuelle (positionnement du blog par rapport à d'autres sites internet)			

## 2. Approche visuelle

Critères de description sémiotique	Descriptions	Commentaires	Exemplifications
Dimension plastique (identité visuelle, ambiance générale du blog littéraire, métaphore d'interface)			
Mise en scène du contenu (images, vidéos, police, jeux de couleurs, smileys, graphiques ...)			
Mise en forme rédactionnelle du contenu écrit			

### 3. Approche interactionnelle

Critères de description sémiotique	Descriptions	Commentaires	Exemplifications
Enonciataire			
Présence du blogueur (identité <i>subie</i> , ex, détails péri-textuels comme l'adresse mail, ce que j'aime/n'aime pas = les fonctionnalités qui nous poussent à se présenter, identité <i>agissante</i> et <i>calculée</i> (Georges, 2009))			
Présentation du blogueur (identité <i>clamée</i> = choix d'images le représentant, choix du pseudonyme, discours d'auto-présentation ...)			
(Re)présentation du lecteur (comment est représenté le lecteur ? quels éléments participent à la construction d'un profil de lecteur ?)			
Enonciateur			
Présence « formelle » du lecteur-internaute (ex, pseudonyme, photos, outils de mesure de l'audience ...)			
Fonctionnalités interactionnelles et de partage entre le blogueur et les internautes (ex, points de contact (mail/formulaire de contact), commentaires, flux RSS, newsletter ...)			

Présentation formelle de l'échange (subordonné, cadres, encarts, positionnement sur la page ...)			
--	--	--	--

# BIBLIOGRAPHIE



---

## Ouvrages

---

- Bachimont, B., 2010, *Le sens de la technique : le numérique et le calcul*, Editions les Belles Lettres, Collection encre marine
- Baudelot, C., Cartier, M., Détrez, C., 1999, *Et pourtant ils lisent ...*, Editions du Seuil
- Baudrillard, J., 1981, *Simulacres et Simulation*, Galilée
- Barats, C., 2013, *Manuel d'analyse du web*, Armand Collin
- Barthes, R., 1966, *Critique et Vérité*, Collection « Tel quel », Editions du Seuil
- Becker, Howard S., 2002, *Les ficelles du métier, Comment conduire sa recherche en sciences sociales*, Collection Repères, Editions La découverte
- Bersani, J., Collot, M., Jeanneret, Y., Régnier, P., 2009, *Roger Fayolle. Comment la littérature nous arrive*, Presses Sorbonne Nouvelle
- Blanchet, A., Gotman, A., 2015, *L'entretien*, 2<sup>ème</sup> édition, Armand Colin
- Bouquillion, P., Matthews, T. J., 2010, *Le Web collaboratif. Mutation des industries de la culture et de la communication*, Presses Universitaires de Grenoble
- Bourdieu, P., 1965, *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, 2<sup>ème</sup> édition, Les Editions de Minuit
- Bourdieu, P., 1969, *L'amour de l'art, Les musées d'art européens et leur public*, Les Editions de Minuit
- Cardon, D., 2010, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Éditions du Seuil
- Cardon, D., 2015, *A quoi rêvent les algorithmes, Nos vies à l'heure des big data*, Editions du Seuil et La République des Idées
- Cardon, D., Casilli, A., 2015, *Qu'est-ce que le Digital Labor ?*, Collection Etudes & Controverses, INA Editions

- Cavallo, G., Chartier, R. (dir.), 2001, *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Editions du Seuil
- Certeau (de), M., 1990, *L'invention du quotidien, 1. Arts de faire*, Editions Gallimard
- Cervulle, M., Quemener, N., 2015, *Cultural Studies, Théories et méthodes*, Editions Armand Colin
- Chartier, A.M., Hébrard, J., 2000, *Discours sur la lecture (1880-2000)*, BPI - Centre Pompidou Fayard
- Chartier, R. (dir.), 1987, *Lectures et lecteurs dans la France d'Ancien Régime*, Editions du Seuil, Collection L'univers Historique
- Chartier, R. (dir.), 2003, *Pratiques de la lecture*, Editions Payot & Rivages
- Christin, A.M., 1995, *L'image écrite ou la déraison graphique*, Editions Flammarion
- Citton, Y., 2014, *L'économie de l'attention, Nouvel horizon du capitalisme ?*, Broché
- Citton, Y., 2014, *Pour une écologie de l'attention*, Editions du Seuil
- Détrez, C., 2014, *Sociologie de la culture*, Collection Cursus sociologie, Editions Armand Colin
- Dirkx, P., 2000, *Sociologie de la littérature*, Editions Armand Colin/HER
- Donnat, O., 2009, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique*, Editions La Découverte
- Dufour, S., Fortin, D., Hamel, J., 1994, *L'enquête de terrain en sciences sociales, L'approche monographique et les méthodes qualitatives*, Editions Saint-Martin
- Esquenazi, J.P., 2010, *Sociologie des publics*, Editions La Découverte, Collection Repères
- Fabre, D., (dir), 1993, *Ecritures ordinaires*, P.O.L
- Fayolle, R., 1978, *La critique*, Collection U, Armand Colin
- Farchy, J., Méadel, C., Sire, G., 2015, *La Gratuité, à quel prix ? Circulation et échange des biens culturels sur internet*, Presses des Mines

- Ferron, B., Harvey, N., Trédan, O., (dir.), 2015, *Des amateurs dans les médias, Légitimités, autonomie, attachement*, Presses des Mines, Collection Sciences sociales
- Fleury, L., 2016, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Collection 128, Editions Armand Colin,
- Flichy, P., 2001, *L'imaginaire d'internet*, Sciences et société, Editions La Découverte
- Flichy, P., 2010, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil
- Foucault, M., 1971, *L'ordre du discours*, Editions Gallimard
- Galland, O., 2011, *Sociologie de la jeunesse*, Editions Armand Colin
- Garfinkel, H., 2007, *Recherches en ethnométhodologie*, Presses Universitaires de France
- Glevarec, H., 2010, *La culture de la chambre, Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*, Ministère la Culture et de la Communication
- Goffman, E., 1973, *La Présentation de soi. La Mise en scène de la vie quotidienne I*, Éditions de Minuit
- Goffman, E., 1974, *Les Rites d'interaction*, Editions de Minuit
- Gomez-Mejia, G., 2016, *Les fabriques de soi, Identité et industrie sur le web*, Mkf Editions
- Goody, J., 1978, *La raison graphique*, Les Editions de Minuit
- Grignon, C., Passeron, J. C., 1989, *Le savant et le populaire, Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Editions du Seuil
- Horellou-Lafarge, Segré, 1996, *Regards sur la lecture en France, Bilan des recherches sociologiques*, Editions L'Harmattan, Collection Logiques Sociales
- Horellou-Lafarge, Segré, 2016, *Sociologie de la lecture*, Editions La Découverte
- Jauss, H. R., 1978, *Pour une esthétique de la réception*, Editions Gallimard
- Jeanneret, Y., 2008, *Penser la trivialité, volume 1, la vie triviale des êtres culturels*, Collection Communication, médiation et construits sociaux, Editions Lavoisier, Hermès Science Publication

- Jeanneret, Y., 2011, *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?*, Presses Universitaires du Septentrion
- Jeanneret, Y., 2014, *Critique de la trivialité, Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Collection SIC Recherches en sciences de l'information et de la communication, Editions Non Standard
- Jenkins, H., 2013, *La culture de la convergence, Des médias au transmédia*, Editions Armand Colin
- Jenkins, H., 2013, *La convergence culturelle, Nouveaux médias, nouveaux publics*, Editions Armand Collin
- Klein, A. (dir.), 2007, *Objectif blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Editions l'Harmattan
- Kozinets, R., 2009, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, SAGE Publications Ltd
- Lahire, B., 2005, *L'invention de l'illettrisme*, Editions de la Découverte
- Lahire, B., 2011, *L'homme pluriel, Les ressorts de l'action*, Librairie Arthème Fayard/Pluriel
- Laplantine, F., 2015, *La description ethnographique*, Editions Armand Colin, Collection 128
- Lardellier, P., Melot, M., (dir.), 2007, *Demain, le livre*, Editions L'Harmattan
- Lasch, C., 2001, *Culture de masse ou culture populaire ?*, Editions Climats
- Le Breton, D., 2013, *Une brève histoire de l'adolescence*, Editions J-C Béhar, Paris
- Le Deuff, O., 2012, *Du taf au like, La pratique des folksonomies pour améliorer ses méthodes d'organisation de l'information*, Editions FYP
- Leroi-Gourhan, A., 1964, *Le geste et la parole, I. Technique et langage*, Editions Albin Michel
- Leveratto, J.M, Leontsini, M., 2008, *Internet et la sociabilité littéraire*, Paris : BPI
- Lichtensztein, A., 2015, *Le seflie, Aux frontières de l'égoportrait*, Editions L'Harmattan

- Maigret, E., Macé, E., 2005, *Penser les médiacultures, Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Collection Médiacultures, Editions Armand Colin et Institut National de l'Audiovisuel
- Martel, F., 2010, *Mainstream. Enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*, Collection Essais, Editions Flammarion
- Martin-Barbero, J., 2002, *Des médias aux médiations, Communication, culture et hégémonie*, CNRS Editions
- Mattelart, A., Neveu, E., 2008, *Introduction aux cultural studies*, Editions La Découverte
- Pasquier, D., 2005, *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Autrement
- Perec, G., 1989, *L'infra-ordinaire*, La librairie du XXIème siècle, Editions du Seuil
- Peytard, J., Labourdette, R., Gschwind-Holtzer, G., 1990, *La médiacritique littéraire*, Editions Les Belles Lettres
- Pignier, N., Drouillat, B., 2004, *Penser le webdesign, Modèles sémiotiques pour les projets multimédias*, Editions l'Harmattan
- Pignier, N., Drouillat, B., 2008, *Le webdesign, Sociale expérience des interfaces web*, Lavoisier
- Poulain, M., 1988, *Une sociologie de la lecture, Lectures et lecteurs dans la France contemporaine*, Editions du Cercle de la Librairie
- Rebillard, F., 2007, *Le web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, L'Harmattan,
- Robin, C., 2011, *Les livres dans l'univers numérique*, La Documentation Française
- Rouquette, S., 2009, *L'analyse des sites internet, Une radiographie du cybersp@ce*, Editions de Boeck
- Sapiro, G., 2014, *La sociologie de la littérature*, Editions La Découverte
- Sartre, J.P., 1948, *Qu'est-ce que la littérature ?*, Editions Gallimard
- Sauvageot, A., 2014, *Jean Baudrillard, La passion de l'objet*, Presses Universitaires du Mirail

Sayre, R., 2011, *La sociologie de la littérature, Histoire, problématique, synthèse critique*, Editions L'Harmattan, Collection Logiques Sociales

Seibel, B. (dir.), 1995, *Lire, faire lire, Des usages de l'écrit aux politiques de lecture*, Le Monde-Éditions

Simondon, G., 2012, *Du mode d'existence des objets techniques*, Editions Aubier

Smyrnaiois, N., 2017, *Les GAFAM contre l'internet, une économie politique du numérique*, INA Editions

Stiegler, B. (dir.), 2008, *Le design de nos existences à l'époque de l'innovation ascendante*, Editions Mille et Une Nuits

Stockinger, P., 2003, *Le document audiovisuel, procédures de description et exploitation*, Editions Lavoisier

Stockinger, P., 2005, *Les Sites Web, conception, description et évaluation*, Editions Lavoisier

Wallach, J.C., 2012, *La culture, pour qui ? Essai sur les limites de la démocratisation culturelle*, Collection la culture en question, Editions de l'attribut

---

## Chapitres d'ouvrages

---

Angenot, M., « Que peut la littérature ? Sociocritique littéraire et critique du discours social », in *La Politique du texte, enjeux sociocritiques pour Claude Duchet*, Presses universitaires de Lille, 1992

Bordeaux, M.C, « La médiation culturelle face aux nouveaux paradigmes du développement culturel », in Nathalie Casemajor, Marcelle Dubé, Jean-Marie Lafortune, Eve Lamoureux (dir.), *Expériences critiques de la médiation culturelle*, collection Monde culturel, Québec : Presses de l'Université Laval, 2017

Boullier, D., « Médiologie des régimes d'attention », in Citton, Y. (dir), *L'économie de l'attention*, Editions La Découverte, 2014

- Chapelain, B., « De nouvelles pratiques d'autorité dans les blogs de lecteurs », in Deseilligny, O. et Ducas, S. (dir.), *L'auteur en réseau, les réseaux de l'auteur*, Presses Universitaires de Paris Ouest, 2013
- Chartier, R., « La mort du lecteur ? », in Mollier, J.Y. (dir.), *Où va le livre ?*, La Dispute, Paris, 2000
- Deseilligny, O. et Ducas, S., « Introduction », in Deseilligny, O. et Ducas, S. (dir.), *L'auteur en réseau, les réseaux de l'auteur*, Presses Universitaires de Paris Ouest, 2013
- Esquenazi, J.P., « Structure du champ de la réception : publics et non-publics » in Ancel, P., et Pessin, A., (dir.), *Les non-publics : les arts en réception*, Editions de L'Harmattan, 2004
- Fleury, L., « L'invention de la notion de « non-public » », in Ancel, P., et Pessin, A., (dir.), *Les non-publics : les arts en réception*, Editions de L'Harmattan, 2004
- Lahire, B., « Le champ et le jeu : la spécificité de l'univers littéraire en question », in Martin, J. P. (dir.), *Bourdieu et la littérature*, Editions Cécile Defaut, 2010
- Lescourret, M., « L'analyse des stratégies de communication opérées sur les réseaux sociaux numériques », in S. Rouquette (dir.), *Site internet : audit et stratégie*, De Boeck Supérieur, 2017
- Leveratto, J.M., « Sociabilité littéraire et expertise ordinaire de la qualité. Une observation sociologique sur Internet », in Deseilligny, O. et Ducas, S. (dir.), *L'auteur en réseau, les réseaux de l'auteur*, Presses Universitaires de Paris Ouest, 2013
- Orban de Xivry, A.C., Gallez, S., Matagne, J., « Vous tous chez moi », in Klein, A. (dir.), *Objectifs blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Editions l'Harmattan, 2007
- Orban de Xivry, A.C., Matagne, J., Klein, A., « Typologie dynamique : une blogosphère de projets », in A. (dir.), *Objectifs blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Editions l'Harmattan, 2007
- Proulx, S., Millerand, F., « Le web social au carrefour de multiples questionnements » in Millerand, F., Proulx, S., Rueff, J. (dir.), *Web social, mutation de la communication*, Presses de l'Université du Québec, Collection Communication, 2010

Proulx, S., « L'irruption des médias sociaux, Enjeux éthiques et politiques », in Heaton, L., Millette, M., Proulx, S. (dir), *Médias sociaux : enjeux pour la communication*, Presses de l'Université du Québec, Collection Communication, 2012

Rabaté, D., « Révélation, voilements et dévoilements : *Les Règles de l'Art* et « l'effet de croyance » », in Martin, J. P. (dir), *Bourdieu et la littérature*, Editions Cécile Defaut, 2010

Rouquette, S., « Déterminer la stratégie d'un site internet. L'exemple de tripadvisor.fr et du figaro.fr », in S. Rouquette (dir.), *Site internet : audit et stratégie*, De Boeck Supérieur, 2017

Sapiro, G., « L'autonomie de la littérature en question », in Martin, J. P. (dir), *Bourdieu et la littérature*, Editions Cécile Defaut, 2010

Stockinger, P., « Eléments théoriques et méthodologiques pour une expertise des sites web », in S. Rouquette (dir.), *Site internet : audit et stratégie*, De Boeck Supérieur, 2017

Vaillant, A., « Institution, système, champ » in Vaillant, A., *L'histoire littéraire*, 2010

Vitali-Rosati, M., « Pour une définition du "numérique" », in M. Eberle-Sinatra et M. Vitali-Rosati (dir.), *Pratiques de l'édition numérique*, « Parcours Numériques », Montréal, Presses Universitaires de Montréal, 2014

Wain, S., Castiaux, A., « Vers une relation commerciale de proximité », in Klein, A. (dir.), *Objectifs blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Editions l'Harmattan

---

## Revue papier

---

Ducas, S., Pourchet, M., « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *Communication et Langages*, n°179, Mars 2014

Granier, J.M., « Du Contrat de Lecture au Contrat de Conversation », *Communication et Langages*, n°169, Septembre 2011

Leusse-Le Guillou (de), S., « Booktubers et communautés de lecteurs », *Lecture Jeune*, n°158, été 2016

Patrin-Leclère, V., « La communication revisitée par la conversation », *Communication et Langages*, n°169, Septembre 2011

Patrin-Leclère, V., Serrat, A., « Analyses et perspectives de la *Trivialité* », *Communication et Langages*, n°185, Septembre 2015

Peytard, J. (dir), « La Médiacritique Littéraire. Radiophonie et Télévision », *Semen*, 1993, n°5

---

### Articles de revues papier

---

Angé, C., Deseilligny, O., 2012, *L'écriture inspirée des homo viator contemporains*, in « Les écritures émergentes des objets communicationnels », *Communication et Langages*, n°174, p 41 -54

Coutant, A., 2010, *Une idéologie incarnée. Les marques identitaires et le discours marketing les sous-tendant*, *Hermès – Journal of Language and Communication Studies*, n°45

Deseilligny, O., 2013, *Matérialités de l'écriture : le chercheur et ses outils, du papier à l'écran* in « L'infra-ordinaire de la recherche, Archives, mémoires et patrimoine scientifique », Presses universitaires du Mirail, Sciences de la société n° 89, p 39 – 53

Deseilligny, O., 2014, *La recommandation sur le Web : entre héritages formels et logiques comptables* in « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *Communication et Langages*, n°174, p 33 – 47

Lahire, B., « La légitimité culturelle en questions », in Donnat, O., *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, Ministère de la Culture - DEPS « Questions de culture », 2003, p 39 - 62

Le Béhec, M., Crépel, M., et Boullier, D., *Modes de circulation du livre sur les réseaux numériques* in « Le livre numérique en questions », *Études de communication*, 43 | 2014, p 129 -144

Souchier, E., 2012, *La « lettrure » à l'écran. Lire et écrire au regard des médias informatisés*, in « Les écritures émergentes des objets communicationnels », *Communication et Langages*, n°174, p 85 – 108

---

## Thèses

---

Aupeix, A., *Exposition de soi, journal intime et reconfiguration de l'intimité à l'heure d'internet*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Toulouse, Septembre 2013

Carbou, G., *Les médiations symboliques à l'œuvre dans les débats de société. L'exemple de l'accident nucléaire de Fukushima dans les commentaires d'actualité sur le web*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Toulouse, Décembre 2015

Coutant, A., 2010, *Les marques identitaires à l'épreuve de leurs consommateurs*, Université Jean Moulin Lyon, Décembre 2007

Crespel, E., *La fluidité des espaces communicationnels. Partager des vidéos en ligne dans la vie quotidienne*, thèse de doctorat en communication, Université de Montréal, 2015

Le Forestier, M., *Imaginaires nationaux et dynamiques transnationales : étude du cinéma hakte en Inde*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Toulouse, Septembre 2016

Seurrat, A., *Les médias en kits pour promouvoir la « diversité », Etude de programmes européens de formation aux médias destinés à « lutter contre les discriminations » et « promouvoir la diversité »*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Paris IV, Décembre 2009

Silva, P., *The politics of YouTube : studying online video and political discussion*, thèse de doctorat en sociologie, Universidad de Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 2012

---

## Ouvrages internationaux

---

Benson, P., 2017, *The discourse of YouTube : Multimodal Text in a Global Context*, New York and London, Routledge

Burgess, J., Green, J., 2009, *YouTube, online video and participatory culture*, Polity Press

Cordon-Garcia, J.A, Alonso-Arévalo, J., Gomez-Diaz, R. and Linder, D., 2013, *Social Reading, platforms, applications, clouds and tags*, Oxford, Chandos Publishing

Fuller, D., Rehberg Sedo, D., 2013, *Reading beyond the book, The social practices of contemporary literary culture*, New York and London, Routledge, Taylor & Francis Group

Kozinets, R.V., 2010, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage, London

Ramone, J., Cousins, H., 2011, *The Richard and Judy Book Club Reader, Popular texts and practices of reading*, England and USA, Ashgate

Rehberg Sedo, D., 2011, *Reading communities from salons to cyberspace*, Houndmills, Basingstoke, Hampshire ; New York, NY : Palgrave Macmillan

---

## Chapitres d'ouvrages internationaux

---

Lang, A., 2012, « Introduction, Transforming reading », in Lang, A., *From Codex to Hypertext, Reading at the turn of the twenty-first century*, University of Massachusetts Press

Latzko-Thot, G., Bonneau, C., Millette, M., 2017, « Small data, thick data : thickening strategies for trace-based social media research », in Sloan, L., Quan-Haase, A., *Social media research methods*, Sage

---

## Article international

---

Guobin Yang. (2009). The Internet as Cultural Form : Technology and the Human Condition inChina - PhilPapers. Knowledge, Technology & Policy, Volume 22 (Issue 2), 109-115.

---

## Sites internet

---

Allard, L., *Blogs, Podcast, Tags, Mashups, Locative Medias Le tournant expressiviste du web*, 2007, Dossier Médiamorphoses, [En ligne], consulté le 01.09.18 : [http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23563/2007\\_21\\_57.pdf?sequence=1](http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23563/2007_21_57.pdf?sequence=1)

Allard, L., *Émergence des cultures expressives, d'internet au mobile*, 2007, Dossier Médiamorphoses, [En ligne], consulté le 01.09.18 : [http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23558/2007\\_21\\_19.pdf?sequence=1](http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23558/2007_21_19.pdf?sequence=1)

Allard, L., *Britney Remix : singularité, expressivité, remixabilité à l'heure des industries créatives. Vers un troisième âge de la culture ?*, 2009, Revue Poli n°1, [En ligne], consulté le 15.09.2018 : <https://polirevue.wordpress.com/anciens-numeros/numero-1/>

Bertrand, A.M, *Le peuple, le non-public et le bon public : les publics des bibliothèques et leurs représentations chez les bibliothécaires*, 2003, [En ligne], consulté le 03.11.16 : <http://www2.culture.gouv.fr/deps/colloque/bertrand.pdf>

Candel, E., *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture : Les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet. Etude éditoriale de six sites amateurs*, [En ligne], consulté le 19.12.17 : [www.univ-paris4.fr/IMG/pdf/CANDEL\\_Position.pdf](http://www.univ-paris4.fr/IMG/pdf/CANDEL_Position.pdf)

Christophe, T., Plana, M., *Le vidding sur YouTube ou comment revivre et réinventer ses scènes (homoérotiques) préférées*, 03 mai 2013, [En ligne], consulté le 25.09.18 :

<http://popenstock.ca/dossier/article/le-vidding-sur-youtube-ou-comment-revivre-et-reinventer-ses-scenes-homoerotiques>

Donnat, O., *Les pratiques culturelles des français*, 2008, [En ligne], consulté le 28.02.2015 : [http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat\\_chap6.php](http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat_chap6.php)

Donnat, O., *Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique – Eléments de synthèse 1997-2008*, 2009, [En ligne], consulté le 10.06.17 : <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf>

Ferrand, O., « Bernard Lahire, L'invention de l'illettrisme. Rhétorique publique, éthique et stigmates », *Lectures*, 2005, [En ligne], consulté le 08.10.18 : <http://journals.openedition.org/lectures/223>

Gaboriau, P., et Gaboriau, P., « Bernard Lahire, La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi », *L'Homme*, 177-178 | 2006, consulté le 12.06.17 : <http://journals.openedition.org/lhomme/2313>

Grossetti, M., *Comprendre les réseaux sociaux*, 08.04.2013, [En ligne], consulté le 01.10.15 : <http://sms.hypotheses.org/125>

Grossetti, M., *Réseaux sociaux contre réseaux sociaux ?*, 26.11.14, [En ligne] consulté le 01.10.15 : <http://sms.hypotheses.org/3018>

Jeanneret, Y., *Qu'est-ce que transmettre ?*, 2002, [En ligne] consulté le 10.02.2018 : [http://masterprotc4.free.fr/IMG/pdf/Communication\\_transmission\\_un\\_couple\\_orageux.pdf](http://masterprotc4.free.fr/IMG/pdf/Communication_transmission_un_couple_orageux.pdf)

Jeanneret, Y., De quoi l'« information » est-il le nom ?, 2015, [En ligne] consulté le 09.01.2019 : [http://www.gripic.fr/system/files/file\\_fields/2015/12/12/yj-defis-semiotique-court.pdf](http://www.gripic.fr/system/files/file_fields/2015/12/12/yj-defis-semiotique-court.pdf)

Lellouche, R., *Théorie de l'écran*, 16.11.2004, [En ligne] consulté le 05.07.2016 : <http://testconso.typepad.com/semiologie/2008/10/thorie-de-lcran.html>

Leusse-Le Guillou (de), S., (dir. de rédaction), « Les jeunes adultes et la littérature », *Lecture Jeune*, n°137, mars 2011, [En ligne] : [http://ns420751.ip-37-59-25.eu/lecturejeune/LJ\\_137\\_03-2011.pdf](http://ns420751.ip-37-59-25.eu/lecturejeune/LJ_137_03-2011.pdf)

Madelon, V., *La médiacritique de masse : Analyse sémio-linguistique des métadiscours à prétention critique (télévision, presse écrite, radio, Internet)*. Sciences Humaines Combinées

Numéro 4 - Actes du colloque interdoctoral, 2009, [En ligne], consulté le 14.07.2016 : <http://revuesshs.u-bourgogne.fr/lisit491/document.php?id=497>

Merx, D., S'écrire soi-même, « L'identité narrative » et « l'écriture de soi », dialogue croisé entre Ricœur et Foucault, 30 novembre 2015, [En ligne], consulté le 27.03.18 : <http://www.implications-philosophiques.org/langage-et-esthetique/implications-du-langage/secire-soi-meme/>

Proulx, S., *Une lecture de l'œuvre de Michel de Certeau : l'invention du quotidien, paradigme de l'activité des usagers*, 1994, Communication, vol. 15, no. 2, Université Laval, éditions St-Martin, Montréal, [En ligne], consulté le 01.12.15 : <http://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/2011/01/1994-proulx-une-lecture-de-125.pdf>

Rebillard, F., *Du Web 2.0 au Web 2 : fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socionumériques*, 2011, [En ligne], consulté le 23.01.2019 : [http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/45331/Hermes\\_2011\\_59-25-30.pdf](http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/45331/Hermes_2011_59-25-30.pdf)

Sire, G., *Web sémantique : les politiques du sens et la rhétorique des données*, Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°19/2, 2018 [en ligne], consulté le 14.01.2019 : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2018-dossier/11/>

Vitali-Rosati, M., *Éditorialisation : état de la recherche*, blog Sens Public, 21 février 2015, [en ligne], consulté le 22.04.2016: <http://blog.sens-public.org/marcellovitalirosati/editorialisation-etat-de-la-recherche/>

---

HAL

---

Akrich, M., *De la sociologie des techniques à une sociologie des usages. : L'impossible intégration du magnétoscope dans les réseaux câblés de première génération*. 1990, Techniques et culture, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, pp.83-110 : < halshs-00081710 >

Boullier, D., *Habitèle virtuelle*, 2011, revue Urbanisme, Publications d'architecture et d'urbanisme, pp.42-44 : < hal-01024234 >

Coutant, A., *Des techniques de soi ambivalentes*. 2011, Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique, CNRS-Éditions, pp.53-58 : < hal-00843310 >

Coutant, A., Stenger, T., *L'avènement des " médias sociaux " ? ... Une histoire de participation*. Le Temps des médias. Revue d'histoire, Nouveau Monde Éditions, 2012, pp.76-86 : <hal-01187771>

Denis, J., *Une autre sociologie des usages ? Pistes et postures pour l'étude des chaînes sociotechniques*, 2009, Article de synthèse pour le programme TIC & Migrations (MSH Paris), pp. 1-16 : < halshs-00641283 >

Sapiro, G., Rabot, C., *Profession ? Écrivain*. 2016 : < hal-01354231 >

---

## Articles de revues en ligne

---

Adenot, P., « Les pro-am de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l'expert en régime numérique », *Itinéraires* [En ligne], 2015-3 | 2016, mis en ligne le 01 juillet 2016, consulté le 27 avril 2017. Url : <http://itineraires.revues.org/317>

Aguiton, C., Cardon, D., « Web participatif et innovation collective », Hermès, La Revue, 2008/1 (n° 50), p. 75-82. Url : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2008-1-page-75.htm>

Aïm, O., La transparence rendue visible. Médiations informatiques de l'écriture. In: Communication et langages, n°147, 2006. Internet, optique du monde. pp. 31-45. URL : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2006\\_num\\_147\\_1\\_4575](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2006_num_147_1_4575)

Allard, L., Vandenberghe, F., « Express yourself ! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », Réseaux, 2003/1 (no 117), p. 191-219. Url : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2003-1-page-191.htm>

Allard, L., « Termitières numériques. Les blogs comme technologie agrégative du soi », *Multitudes*, 2005/2 (no 21), p. 79-86. Url : <https://www.cairn.info/revue-multitudes-2005-2-page-79.htm>

Allard, L., « L'impossible politique des communautés à l'âge de l'expressivisme digital », *Cahiers Sens public*, 2008/3 (n° 7-8), p. 105-126. Url : <https://www.cairn.info/revue-cahiers-sens-public-2008-3-page-105.htm>

Allard, L., « Du géofiltre à l'égofiltre : les territoires de jeu des individus-marques à l'épreuve des applications de messagerie sociale », *Questions de communication* [En ligne], 34 | 2018, Url : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/15609>

Angé, C., Deseilligny, O., « L'écriture inspirée des homo viator contemporains ». In : *Communication & langages*, 2012, pp 41-54. Url : [http://www.necplus.eu/abstract\\_S0336150012014044](http://www.necplus.eu/abstract_S0336150012014044)

Assogba, H., Coutant, A., Domenget, J.C., Latzko-Toth, G., « Les publics imaginés et réels des professionnels de l'internet », In : *Communication*, [En ligne], vol. 33/2 | 2015, mis en ligne le 26 janvier 2016, consulté le 05 août 2016. Url : <http://communication.revues.org/5704>

Bazet, I., Hémont, F., Mayère, A., « Entretien avec Yves Jeanneret », *Communication* [En ligne], vol. 34/2 | 2017, mis en ligne le 10 juillet 2017, consulté le 28 octobre 2018. Url : <http://journals.openedition.org/communication/7287>

Beaudouin, V., Pasquier, D., « Organisation et hiérarchisation des mondes de la critique amateur cinéophile », *Réseaux*, 2014/1 (n° 183), p. 125-159. Url : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-1-page-125.htm>

Beauvisage, T., Beuscart, J.S, Mellet, K. et al, « Une démocratisation du marché ? Notes et avis de consommateurs sur le Web dans le secteur de la restauration », *Réseaux*, 2014/1 (n° 183), p. 163-204. Url : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-1-page-163.htm>

Béliard, A.S., « Jeux croisés entre critique amateur et critique professionnelle dans les blogs de séries télévisées », *Réseaux*, 2014/1 (n° 183), p. 95-121. Url : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-1-page-95.htm>

Béra, M., « Critique d'art et/ou promotion culturelle ? », *Réseaux*, 2003/1 (no 117), p. 153-187. Url : <http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2003-1-page-153.htm>

Beuscart, J.S, Peerbaye, A., « Histoires de dispositifs (introduction) », *Terrains & travaux*, 2006/2 (n° 11), p. 3-15. Url : <https://www.cairn.info/revue-terrains-et-travaux-2006-2-page-3.htm>

Beuscart, J.S, Mellet, K., « La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am », *Terrains & travaux*, 2015/1 (N° 26), p. 83-104. Url : <http://www.cairn.info/revue-terrains-et-travaux-2015-1-page-83.htm>

Bonhomme, B., « Comment le cinéma cite les jeux vidéo », *Nouvelle revue d'esthétique*, 2013/1 (n° 11), p. 73-86. Url : <https://www.cairn.info/revue-nouvelle-revue-d-esthetique-2013-1-page-73.htm>

Bois, G., Saunier, E., Vanhée, O., « La promotion des livres de littérature sur Internet. L'agencement du travail réputationnel des éditeurs et des blogueurs », *Terrains & travaux* 1/2015 (N° 26), p. 63-81, Url : [www.cairn.info/revue-terrains-et-travaux-2015-1-page-63.htm](http://www.cairn.info/revue-terrains-et-travaux-2015-1-page-63.htm).

Bordeaux, M.C, « Un agir communicationnel propre à l'action culturelle : la médiation culturelle confrontée au phénomène de l'illettrisme ». In: *Culture & Musées*, n°11, 2008. pp. 59-77. Url : [www.persee.fr/doc/pumus\\_1766-2923\\_2008\\_num\\_11\\_1\\_1469](http://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2008_num_11_1_1469)

Bordeaux, M.C, Liot, F., « Introduction au dossier », *L'Observatoire*, 2012/1 (N° 40), p. 7-12. Url : <https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2012-1-page-7.htm>

Boutet, M., Un objet peut en cacher un autre. Relire Un art moyen de Pierre Bourdieu au regard de trente ans de travaux sur les usages. In : *Réseaux*, 2009/3 (n° 155), p. 179-214, Url : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-3-page-179.htm>

Brenez, N., « Flux, flash et prisme. Vitesses critiques dans l'histoire du cinéma », *Le Genre humain*, 2010/1 (N° 49), p. 125-138. Url : <https://www.cairn.info/revue-le-genre-humain-2010-1-page-125.htm>

Burgelin, O., Pierre Bourdieu. Un art moyen, Essai sur les usages sociaux de la photographie. In: *Communications*, 7, 1966. Radio-télévision : réflexions et recherches. pp. 165-168, Url : [www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1966\\_num\\_7\\_1\\_1107](http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1966_num_7_1_1107) s

Cardon, D., Jeanne-Perrier, V., Le Cam, F., Péliissier, N., Présentation. In : *Réseaux*, 3/2006 (no 137), p. 9-25, Url : [www.cairn.info/revue-reseaux-2006-3-page-9.htm](http://www.cairn.info/revue-reseaux-2006-3-page-9.htm).

Cardon, D., et al. Présentation, In : *Réseaux*, 2006/4 (no 138), p. 9-12., Url : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-4-page-9.htm>

Cardon, D., Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0, *Réseaux* 2008/6 (n°152), p. 93-137, Url : [https://www.cairn.info/load\\_pdf.php?ID\\_ARTICLE=RES\\_152\\_0093](https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=RES_152_0093)

Cardon, D., « Du lien au like sur Internet. Deux mesures de la réputation », *Communications*, 2013/2 (n° 93), p. 173-186. Url : <https://www.cairn.info/revue-communications-2013-2-page-173.htm>

Candel, E., L'imaginaire du « portail » : le cas de Rezo.net. In: *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005. Tout peut-il être média? pp. 19-34, Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2005\\_num\\_146\\_1\\_3374](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2005_num_146_1_3374)

Candel, E., L'Œuvre saisie par le réseau. In: *Communication et langages*. N°155, 2008. *Communication & langages*. pp. 99-113. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2008\\_num\\_155\\_1\\_5377](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2008_num_155_1_5377)

Candel, E., Jeanne-Perrier, V., Souchier, E., « *Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures* ». In : Jean Davallon (dir.). *L'économie des écritures sur le web*, Hermès-Lavoisier, 2012. p. 165-201, Url : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01709086/document>

Cardon, D., Delaunay-Téterel, H., La production de soi comme technique relationnelle. In : *RESEAUX*. 4/2006 (n°138), p. 15-71 Url : [www.cairn.info/revue-reseaux-2006-4-page-15.htm](http://www.cairn.info/revue-reseaux-2006-4-page-15.htm).

Cardon, D., « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, 2008/6 (n° 152), p. 93-137. Url : <http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-6-page-93.htm>

Cardon, D., « Dans l'esprit du PageRank. Une enquête sur l'algorithme de Google », *Réseaux*, 2013/1 (n° 177), p. 63-95. Url : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-1-page-63.htm>

Carù, A, Cova, B., « Expériences de consommation et marketing expérientiel », *Revue française de gestion*, 2006/3 (no 162), p. 99-113. Url : <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2006-3-page-99.htm>

Chapelain, B., « La prescription dans les blogs de lecteurs : de l'incitation à la recommandation », *Communication & langages*, 2014, pp 49-60, consulté le 16 septembre 2017, Url : [http://www.necplus.eu/abstract\\_S0336150014011041](http://www.necplus.eu/abstract_S0336150014011041)

Chapoulie, J-M., Le travail de terrain, l'observation des actions et des interactions, et la sociologie, In : Sociétés contemporaines n°40, 2000. pp. 5-27, Url : [http://www.persee.fr/doc/socco\\_1150-1944\\_2000\\_num\\_40\\_1\\_1811](http://www.persee.fr/doc/socco_1150-1944_2000_num_40_1_1811)

Clément, J., L'écriture au risque du réseau. Une littérature en mouvement. In: *Communication et langages*. N°155, 2008. Communication & langages. pp. 39-43. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2008\\_num\\_155\\_1\\_5373](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2008_num_155_1_5373)

Clerc, C., (rédactrice en chef), « Cultures adolescentes », *Lecture Jeune*, n°125, mars 2008, [En ligne], Url : [http://ns420751.ip-37-59-25.eu/lecturejeune/LJ\\_125\\_03-2008.pdf](http://ns420751.ip-37-59-25.eu/lecturejeune/LJ_125_03-2008.pdf)

Cotte, D, « Écrits de réseaux, écrits en strates. Sens, technique, logique », Hermès, La Revue, 2004/2 (n° 39), p. 109-115. Url : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-2-page-109.htm>

Couleau, C., Deseilligny, O., et Hellégouarc'h, P., « Présentation », *Itinéraires* [En ligne], 2015-3 | 2016, Url : <http://itineraires.revues.org/317>

Coutant, A., « Les approches sociotechniques dans la sociologie des usages en SIC », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 6 | 2015, Url : <http://rfsic.revues.org/1271>

Davallon Jean, Jeanneret Yves. La fausse évidence du lien hypertexte. In: *Communication et langages*. N°140, 2ème trimestre 2004. pp. 43-54. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2004\\_num\\_140\\_1\\_3266](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2004_num_140_1_3266)

Davallon, J., L'écriture de l'exposition : expographie, muséographie, scénographie. In: *Culture & Musées*, n°16, 2010. La (r)évolution des musées d'art (sous la direction de André Gob & Raymond Montpetit) pp. 229-238. Url : [www.persee.fr/doc/pumus\\_1766-2923\\_2010\\_num\\_16\\_1\\_1574](http://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2010_num_16_1_1574)

Deseilligny, O., Les marqueurs communicationnels dans les journaux personnels en ligne. In: *Communication et langages*, n°150, 2006. La « valeur » de la médiation littéraire. pp. 17-33. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2006\\_num\\_150\\_1\\_5354](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2006_num_150_1_5354)

Deseilligny, O., Du journal intime au blog : quelles métamorphoses du texte ?, In *Communication et langages*, n° 155, 2008. L'écriture au risque du réseau. pp. 63 – 79. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2008\\_num\\_155\\_1\\_5374](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2008_num_155_1_5374)

Deseilligny, O., Pratiques d'écriture adolescentes : l'exemple des Skyblogs, *Le Journal des psychologues*, 2009/9 (n° 272), pp. 30 - 35. Url : <https://www.cairn.info/revue-le-journal-des-psychologues-2009-9-page-30.htm>

Deseilligny, O., Le blog intime au croisement des genres de l'écriture de soi, *Itinéraires*, 2010-2 | 2010, Url : <http://journals.openedition.org/itineraires/1985>

Deseilligny, O., La recommandation sur le Web : entre héritages formels et logiques comptables, In *Communication & langages*, n°179, 2014. De la prescription : comment le livre vient au lecteur ?, pp. 33-47. Url : [http://www.necplus.eu/abstract\\_S033615001401103X](http://www.necplus.eu/abstract_S033615001401103X)

Després-Lonnet M., Cotte, D., Nouvelles formes éditoriales en ligne. In: *Communication et langages*, n°154, 2007. L'énonciation éditoriale en question. pp. 111-121. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2007\\_num\\_154\\_1\\_4694](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2007_num_154_1_4694)

Després-Lonnet, M., Ecrits d'écran : le fatras sémiotique, In : *Communication et langages*, n°142, 2004, Le signe en scène, un enjeu politique. pp. 33 - 42. Url : [http://www.persee.fr/issue/colan\\_0336-1500\\_2004\\_num\\_142\\_1](http://www.persee.fr/issue/colan_0336-1500_2004_num_142_1)

Donnat, O., Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret, *Réseaux* 1/2009 (n° 153), p. 79-127. Url : [www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-79.htm](http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-79.htm)

Donnat, O., « Lecture, livre et littérature à l'ère numérique », *L'Observatoire*, 2010/3 (Hors-série 3), p. 24-28. Url : <https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2010-3-page-24.htm>

Donnat, O., Évolution de la diversité consommée sur le marché du livre, 2007-2016, *Culture études*, 2018/3 (n° 3), p. 1-28. Url : <https://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2018-3-page-1.htm>

Ducas, S., Pourchet, M., De la prescription : comment le livre vient au lecteur. In : *Communication & langages*, 2014, pp. 21-31, Url : <http://www.necplus.eu/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=2461598>

Dupuy-Salle, M., « Les cinéphiles-blogueurs amateurs face aux stratégies de captation professionnelles : entre dépendance et indépendance », *Réseaux*, 2014/1 (n° 183), p. 65-91. URL : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-1-page-65.htm>

Gaboriau, P, Gaboriau, P., « Bernard Lahire, *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi* », *L'Homme* [En ligne], 177-178 | 2006, mis en ligne le 12 avril 2006, consulté le 23 août 2017. Url : <http://lhomme.revues.org/2313>

Galibert, O., Cordelier, B., « Animation et gestion des communautés en ligne : quelles rationalisations du social ? Une introduction », *Communiquer* [En ligne], 19 | 2017, mis en ligne le 31 mars 2017, consulté le 21 septembre 2017. Url : <http://communiquer.revues.org/2133>

Gavard-Perret, J.P, Multimédia : l'ère du simulacre. In: Communication et langages, n°124, 2ème trimestre 2000. Dossier : Trois pas sur la toile. pp. 90-96. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2000\\_num\\_124\\_1\\_3008](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2000_num_124_1_3008)

Gentès, A., L'intime à l'épreuve du réseau. In: Communication et langages, n°152, 2007. Usages médiatiques du portrait. pp. 89-105. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2007\\_num\\_152\\_1\\_4661](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2007_num_152_1_4661)

Georges, F., « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux* 2009/2 (n°154), p. 165-193, [En ligne] consulté le 26.04.2017. Url : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-page-165.htm>

Gomez-Mejia, G., « Qui a besoin d'ethos ? Notes sur les manières d'être, d'écrire ou de décrire des internautes », *Itinéraires* [En ligne], 2015-3 | 2016. Url : <http://itineraires.revues.org/317>

Granjon, F., Denouël, J., « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, 2010/1 (Vol. 1). Url : <http://www.cairn.info/revue-sociologie-2010-1-page-25.htm>

Draelants, H, Ballatore, M., « Capital culturel et reproduction scolaire. Un bilan critique », *Revue française de pédagogie* [En ligne], 186 | 2014. Url : <http://journals.openedition.org/rfp/4430>

Grossetti, M., *Que font les réseaux sociaux aux réseaux sociaux ? Réseaux personnels et nouveaux moyens de communication*, *Réseaux*, 2014/2 n°184-185, p187-209, [En ligne] consulté le 01.10.2015 : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-2-page-187.htm>

Goody, J., L'oralité et l'écriture. In: *Communication et langages*, n°154, 2007. L'énonciation éditoriale en question. pp. 3-10. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2007\\_num\\_154\\_1\\_4684](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2007_num_154_1_4684)

Granjon, F., « Citoyenneté, médias et TIC. Trente années de liaisons covalentes, au sein de la revue Réseaux », *Réseaux*, 2014/2 (n° 184-185), p. 95-124. Url : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-2-page-95.htm>

Gschwind-Holtzer, G, « Lé télévisuel comme spectacle », *Semen* [En ligne], 2010. Url : <http://semen.revues.org/747>

Heïd, M.C., et De Lavergne, C., « Pratiques d'amateurs en animation de communautés sur Facebook dans le domaine de la vitiviniculture », *Communiquer* [En ligne], 19 | 2017, mis en ligne le 31 mars 2017, consulté le 21 septembre 2017. Url : <http://communiquer.revues.org/2135>

Heinich, N., « Retour sur la notion d'élite », *Cahiers internationaux de sociologie*, 2004/2 (n° 117), p. 313-326. Url : <https://www.cairn.info/revue-cahiers-internationaux-de-sociologie-2004-2-page-313.htm>

Jacobi, D., « Introduction : Le savant et le populaire. Retour sur une opposition arbitraire », *Communication & langages*, 2014/3 (N° 181), p. 25-31. Url : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2014-3-page-25.htm>

Jeanneret, Y., Souchier, E., « La communication médiatisée est-elle un « usage » ? ». In : *Communication et langages*, n°132, 2ème trimestre 2002. Dossier : Livre et lien social. pp. 5 - 27. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2002\\_num\\_132\\_1\\_3135](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2002_num_132_1_3135)

Jeanneret, Y., Souchier, E., « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran ». In : *Communication et langages*. N°145, 3ème trimestre 2005. p. 3-15. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2005\\_num\\_145\\_1\\_3351](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2005_num_145_1_3351)

Jeanneret, Y., Souchier, E., « Présentation ». In : *Communication et langages*, n°150, 2006. La « valeur » de la médiation littéraire. pp. 35-44. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2006\\_num\\_150\\_1\\_5357](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2006_num_150_1_5357)

Jeanneret, Y., « Les semblants du papier : l'investissement des objets comme travail de la mémoire sémiotique ». In : *Communication et langages*, n°153, 2007. Les pouvoirs de

suggestion du papier. pp. 79-94. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2007\\_num\\_153\\_1\\_4676](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2007_num_153_1_4676)

Jeanneret, Y., « La prétention sémiotique dans la communication », *Semen* [En ligne], 23 | 2007, mis en ligne le 19 juin 2009, consulté le 27 avril 2016. Url : <http://semen.revues.org/8496>

Jeanne-Perrier, V., « L'écrit sous contrainte : les Systèmes de management de contenu (CMS) ». In: *Communication et langages*, n°146, 4ème trimestre 2005. Tout peut-il être média?, pp. 71-81. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2005\\_num\\_146\\_1\\_3379](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2005_num_146_1_3379)

Jeanne-Perrier, V., « Des outils d'écriture aux pouvoirs exorbitants ? », *Réseaux*, 2006/3 (n° 137), Url : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-3-page-97.htm>

Jouët, J., « Retour critique sur la sociologie des usages ». In: *Réseaux*, volume 18, n°100, 2000. *Communiquer à l'ère des réseaux*. pp. 487-521. Url : [www.persee.fr/doc/reso\\_0751-7971\\_2000\\_num\\_18\\_100\\_2235](http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_2000_num_18_100_2235)

Ladwein, R., « L'expérience de consommation, la mise en récit de soi et la construction identitaire : le cas du trekking », *Management & Avenir*, 2005/3 (n° 5), p. 105-118. Url : <http://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2005-3-page-105.htm>

Lahire, B., « Distinctions culturelles et lutte de soi contre soi : « détester la part populaire de soi » », *Hermès, La Revue*, 2005/2 (n° 42), p. 137-143. Url : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2005-2-page-137.htm>

Lamizet, B., « Y a-t-il un « parler jeune » ? », *Cahiers de sociolinguistique*, 2004/1 (n° 9), p. 75-98. Url : <https://www.cairn.info/revue-cahiers-de-sociolinguistique-2004-1-page-75.htm>

Lefebvre, M., « L'infra-ordinaire de la recherche. Écritures scientifiques personnelles, archives et mémoire de la recherche », *Sciences de la société* [En ligne], 89 | 2013. Url : <http://sds.revues.org/203>

Lefebvre, M., « L'ambivalence des mathématiciens face à l'image. Tension entre normes et usage ». In: *Communication et langages*, n°136, 2ème trimestre 2003. Dossier : Batailles du marché et pouvoirs du signe. pp. 13-28. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2003\\_num\\_136\\_1\\_320](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2003_num_136_1_320)

Legallois, D., Poudat, C., « Comment parler des livres que l'on a lus ? Discours et axiologie des avis des internautes », *Semen* [En ligne], 26 | 2008. Url : <http://semen.revues.org/8444>

Legris-Desportes, C., « Approche socio-sémiotique de la relation client », *Communication et organisation* [En ligne], 39 | 2011. Url : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/3102>

Leontsini, M., Leveratto, J-M., « Internet et la construction du goût littéraire : le cas de *critiqueslibres.com* », *Sociologie de l'Art*, 2005/2 (OPuS 7), p. 63-89. Url : <http://www.cairn.info/revue-sociologie-de-l-art-2005-2-page-63.htm>

Lochard, Y., « L'avènement des « savoirs expérientiels » », *La Revue de l'Ires*, 2007/3 (n° 55), p. 79-95. Url : <https://www.cairn.info/revue-de-l-ires-2007-3-page-79.htm>

Moussaoui, A., « Observer en anthropologie : immersion et distance », *Contraste*, 2012/1 (N° 36), p. 29-46. Url : <https://www.cairn.info/revue-contraste-2012-1-page-29.htm>

Naulin, S., « La blogosphère culinaire. Cartographie d'un espace d'évaluation amateur », *Réseaux*, 2014/1 (n° 183), p. 31-62. Url : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-1-page-31.htm>

Octobre, S., Jauneau, Y., « Tels parents, tels enfants ? Une approche de la transmission culturelle », *Revue française de sociologie*, 2008/4 (Vol. 49), p. 695-722. Url : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-sociologie-1-2008-4-page-695.htm>

Paldacci, M., « Le blogueur à l'épreuve de son blog ». In : *RESEAUX* 4/2006 (no 138), p. 73-107, url : [www.cairn.info/revue-reseaux-2006-4-page-73.htm](http://www.cairn.info/revue-reseaux-2006-4-page-73.htm).

Pasquier, D., « La « culture populaire » à l'épreuve des débats sociologiques », *Hermès, La Revue*, 2005/2 (n° 42), p. 60-69. Url : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2005-2-page-60.htm>

Parrochia, D., « L'Internet et ses représentations », *Rue Descartes*, 2007/1 (n° 55), p. 10-20. Url : <https://www.cairn.info/revue-rue-descartes-2007-1-page-10.htm>

Peytard, J., « La médiacritique littéraire à la télévision », *Semen* [En ligne], 2010. Url : <http://journals.openedition.org/semen/7843>

Pinet-Fernandes, C., « Les ressorts extratextuels du jugement littéraire aujourd'hui ». In: *Communication et langages*, n°135, 1er trimestre 2003. Dossier : Littérature et trivialité. pp. 87-103. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2003\\_num\\_135\\_1\\_3192](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2003_num_135_1_3192)

Poupard, J., « Écrits d'écran : du mélange des genres ». In: *Communication et langages*. N°144, 2ème trimestre 2005. p. 65-75. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2005\\_num\\_144\\_1\\_3338](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2005_num_144_1_3338)

Proulx, S., « La sociologie des usages, et après ? », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 6 | 2015. Url : <http://journals.openedition.org/rfsic/1230>

Rebillard F., Smyrnaiois N., « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. Les cas de google, wikio et paperblog », *Réseaux*, 2/2010 (n° 160-161), p. 163-194. Url : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2010-2-page-163.htm>

Renaud, L., Caron-Bouchard, M., Gaudreault-Perron, J., et Gayraud, H., « Communauté de pratique dans le domaine de la promotion de la santé : analyse du sentiment d'appartenance et des pratiques de leadership », *Communiquer* [En ligne], 19 | 2017, mis en ligne le 31 mars 2017, consulté le 21 septembre 2017. Url : <http://communiquer.revues.org/2147>

Rieusset-Lemarié, I., La médiation éditoriale sur internet. In: *Communication et langages*, n°130, 4ème trimestre 2001. Dossier : Fonction éditoriale et Internet. pp. 32-46. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2001\\_num\\_130\\_1\\_3105](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2001_num_130_1_3105)

Rouquette, S., « Les blogs « extimes » : analyse sociologique de l'interactivité des blogs », In : *tic & société* [En ligne], Vol. 2, n° 1 | 2008. Url : <http://ticetsociete.revues.org/412>

Rueda, A., « Des médias aux médiations : quelles médiations, quels objets, quels enjeux ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2010/2 (Dossier 2010), p. 88-103. Url : <http://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2010-2-page-88.htm>

Rueda, A., « Du portrait cinématographique documentaire au portrait en sciences de l'information et de la communication », *Sciences de la société*, 92 | 2014. Url : <http://sds.revues.org/1226>

Saemmer, A., « Le texte résiste-t-il à l'hypermédia ? » In: *Communication et langages*. N°155, 2008. *Communication & langages*. pp. 63-79. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2008\\_num\\_155\\_1\\_5375](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2008_num_155_1_5375)

Sapiro, G., Picaud, M., Pacouret, J., et al., « L'amour de la littérature : le festival, nouvelle instance de production de la croyance. Le cas des Correspondances de Manosque », Actes de la recherche en sciences sociales, 2015/1 (N° 206-207), p. 108 - 137. Url : <https://www.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2015-1-page-108.htm>

Segré, M., « Cécile Rabot, La construction de la visibilité littéraire ». In : Revue Européenne des sciences sociales, 2018/1 (56-I). pp. 283 – 286. Url : <https://journals.openedition.org/lectures/18695>

Souchier, E., « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique ». In: *Communication et langages*. N°107, 1er trimestre 1996. pp. 105-119. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_1996\\_num\\_107\\_1\\_2662](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1996_num_107_1_2662)

Souchier, E., « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », In : Les cahiers de médiologie, 2/1998 (N°6), p. 137-145. Url : [www.cairn.info/revue-les-cahiers-de-mediologie-1998-2-page-137.htm](http://www.cairn.info/revue-les-cahiers-de-mediologie-1998-2-page-137.htm).

Souchier, E., Jeanneret, Y., « Introduction. Fonction éditoriale et internet ». In: *Communication et langages*. N°130, 4ème trimestre 2001. pp. 30-31. Url : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2001\\_num\\_130\\_1\\_3104](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2001_num_130_1_3104)

Souchier, E., Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale. In: *Communication et langages*, n°154, 2007. L'énonciation éditoriale en question. pp. 23-38. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2007\\_num\\_154\\_1\\_4688](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2007_num_154_1_4688)

Soumagnac, K., La médiation éditoriale sur les sites de littérature-jeunesse entre prescription du livre et médiation éditoriale partagée. In: *Communication et langages*, n°150, 2006. La «valeur» de la médiation littéraire. pp. 77-91. Url : [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2006\\_num\\_150\\_1\\_5360](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2006_num_150_1_5360)

Soumagnac, K., « La construction de la médiation littéraire sur internet : vers un changement de paradigme des pratiques d'écriture ». In : *Études de communication* [En ligne], 31 | 2008. Url : <http://edc.revues.org/796>

Sotto, E., « Une autre figure du *community manager* : un prospecteur silencieux et rigoureux. L'exemple d'un forum de lecteurs-consommateurs », *Communiquer* [En ligne], 19 | 2017. Url : <http://communiquer.revues.org/2176>

Stenger, T., Coutant, A., *Les réseaux sociaux numériques : des discours de promotion à la définition d'un objet et d'une méthodologie de recherche*, 2010, Hermès – Journal of Language and Communication Studies n°44. [En ligne], 2017. Url : <http://download2.hermes.asb.dk/archive/download/Hermes-44-stenger&coutant.pdf>

Stenger T., Coutant A., « Introduction », Hermès, La Revue, 2011/1 (n° 59), p. 9-17. Url : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-9.htm>

Tétu, J.F., « Yves JEANNERET, *Penser la trivialité*. Volume 1 : *La vie triviale des êtres culturels* », *Questions de communication* [En ligne], 16 | 2009. Url : <http://questionsdecommunication.revues.org/176>

Tétu, J.F., « Yves Jeanneret, *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir* », *Questions de communication* [En ligne], 26 | 2014. Url : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9384>

Tisseron, S., « Intimité et extimité ». In: *Communications*, 88, 2011. Cultures du numérique [Numéro dirigé par Antonio A. Casilli] pp. 83-91. Url : [http://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_2011\\_num\\_88\\_1\\_2588](http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_2011_num_88_1_2588)

Voirol, O., « Le travail normatif du narratif. Les enjeux de reconnaissance dans le récit médiatique », *Réseaux*, 2005/4 (no 132), p. 51-71. Url : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2005-4.htm-page-51.htm>

---

## Article international

---

Ann Steiner, « Personal Readings and Public Texts: Book Blogs and Online Writing about Literature », *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, Volume 2, 2010 Url : <http://www.cultureunbound.ep.liu.se/article.asp?>

---

## Ouvrages en ligne

---

Escarpit, R., 1969, *La révolution du livre*, Unesco, [En ligne], Url : <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161128fo.pdf>

Hersent, J.F., 2000, *Sociologie de la lecture en France : état des lieux : (essai de synthèse à partir des travaux de recherche menés en France)*, Direction du livre et de la lecture, [En ligne], Url : <http://www.culture.fr/culture/dll/sociolog.rtf>

Martel, F., 2015, *L'écrivain « social », La condition de l'écrivain à l'âge numérique*, Centre National du Livre, [En ligne], Url : [http://www.centrenationaldulivre.fr/fr/actualites/aid-803/remise\\_du\\_rapport\\_l\\_ecrivain\\_social\\_la\\_condition\\_de\\_l\\_ecrivain\\_a\\_l\\_age\\_numerique](http://www.centrenationaldulivre.fr/fr/actualites/aid-803/remise_du_rapport_l_ecrivain_social_la_condition_de_l_ecrivain_a_l_age_numerique)

---

## Ouvrage international en ligne

---

Hillrichs, R., 2016. *Poetics of Early YouTube : Production, Performance, Success*, : <http://hss.ulb.uni-bonn.de/2016/4407/4407.htm>

---

## Chapitre d'ouvrage en ligne

---

Sapiro, G., « Le champ littéraire français, Structure, dynamique et formes de politisation », In : *Art et Société, Recherches récentes et regards croisés Brésil/France*, 2016, [En ligne], Url : <https://books.openedition.org/oep/475?format=toc>

---

## Vidéos

---

Chartier, R., *Pouvoirs de l'écrit et manières de lire*, le 30 mai 2013, En ligne, Url : [https://www.youtube.com/watch?v=-KjFIF\\_PWN0](https://www.youtube.com/watch?v=-KjFIF_PWN0)

Détrez, C., *La lecture des adolescents : comment avoir « bon genre » ?*, 22 Octobre 2008, Canal-u tv, En ligne, Url : [https://www.canalu.tv/video/universite\\_toulouse\\_ii\\_le\\_mirail/la\\_lecture\\_des\\_adolescents\\_comment\\_avoir\\_bon\\_genre\\_christine\\_detrez.4154](https://www.canalu.tv/video/universite_toulouse_ii_le_mirail/la_lecture_des_adolescents_comment_avoir_bon_genre_christine_detrez.4154)

Jeanneret, Y., *Sémiotique de l'écriture*, 13 octobre 2005, Canal-u tv, En ligne, Url : [https://www.canal-u.tv/video/fmsh/semiotique\\_de\\_l\\_écriture.28783](https://www.canal-u.tv/video/fmsh/semiotique_de_l_écriture.28783)

Pignier, N., *La sémiose en prise avec la complexité des dispositifs médiatiques numériques*, 16 décembre 2015, Canal-u tv, En ligne, Url : [https://www.canalu.tv/video/universite\\_toulouse\\_ii\\_le\\_mirail/la\\_semiose\\_en\\_prise\\_avec\\_la\\_complexite\\_des\\_dispositifs\\_mediatiques\\_numeriques\\_nicole\\_pignier.21009](https://www.canalu.tv/video/universite_toulouse_ii_le_mirail/la_semiose_en_prise_avec_la_complexite_des_dispositifs_mediatiques_numeriques_nicole_pignier.21009)

Rouquette, S., *L'internaute, figure centrale de l'analyse de sites web*, 17 décembre 2015, Canal-u tv, En ligne, Url : [https://www.canalu.tv/video/universite\\_toulouse\\_ii\\_le\\_mirail/l\\_internaute\\_figure\\_centrale\\_de\\_l\\_analyse\\_de\\_sites\\_web\\_sebastien\\_rouquette.21011](https://www.canalu.tv/video/universite_toulouse_ii_le_mirail/l_internaute_figure_centrale_de_l_analyse_de_sites_web_sebastien_rouquette.21011)

Stiegler, B., *Une nouvelle figure de l'amateur*, 04 décembre 2014, En ligne, Url : <https://www.youtube.com/watch?v=ElSDStewTwU>

Stockinger, P., *Pour une approche sémiotique des nouveaux écosystèmes (numériques) de communication*, 18 Décembre 2015, Canal-u tv, En ligne, Url : [https://www.canalu.tv/video/universite\\_toulouse\\_ii\\_le\\_mirail/pour\\_une\\_approche\\_semiotique\\_des\\_nouveaux\\_écosystemes\\_numeriques\\_de\\_communication\\_peter\\_stockinger.21012](https://www.canalu.tv/video/universite_toulouse_ii_le_mirail/pour_une_approche_semiotique_des_nouveaux_écosystemes_numeriques_de_communication_peter_stockinger.21012)

Vial, S., *La technique fabrique-t-elle le regard ?* 22 février 2015, Philosophie, 163, (P. Truffault, R. Enthoven), En ligne, Url : <https://vimeo.com/125548205>

## Résumé

Motivés par la passion de la lecture qu'ils cherchent à transmettre auprès de leurs pairs et de leurs publics, les blogueurs littéraires et les booktubers échangent sur leurs blogs et leurs chaînes *YouTube* afin de donner leurs avis de lecture et se conseiller. Dans ce contexte, les questionnements soulevés par cette thèse partent du constat d'une ambivalence qui émerge des discours des blogueurs littéraires et des booktubers, rencontrés dans le cadre d'entretiens. En effet, la lecture, extrêmement valorisée par les amateurs qui la présentent comme un geste inconditionnellement positif, porte aussi dans les discours les stigmates d'une « culture élitiste » qu'ils associent à la littérature. Soulignant pour cette raison l'image « *snob* » et « *élitiste* » dont ils disent que la lecture pâtit, les amateurs rencontrés évoquent ainsi le souhait de la rendre plus accessible, notamment par sa mise en scène plus « *fun* » et « *cool* » sur leurs blogs littéraires et leurs chaînes BookTube. A partir d'une approche « socio-sémiotique », cette thèse propose d'interroger les représentations que ces amateurs se font de la lecture, à travers l'analyse conjointe des discours sur leurs mises en scène de la lecture et des dispositifs médiatiques qui encadrent cette mise en scène. A partir de ces analyses, qui oscillent entre discours normatifs sur la lecture et volonté de désacralisation, la thèse souligne que la littérature, objet de l'embarras des amateurs de lecture, est ici un révélateur du statut ambigu de la culture dans la société aujourd'hui.

Mots-clés : lecture ; littérature ; blogs littéraires ; BookTube ; YouTube ; culture ; internet

## Abstract

Book lovers, also known as bloggers and booktubers, talk about reading on their blogs and BookTube channels, recommending books and sharing the interests of reading. This work highlights however that the book lovers we met confuse « reading » and « literature » which is associated with « elitist culture ». That is why this thesis aims to study how some of these book lovers depict reading as something « *cool* » and « *fun* », regarding their posts on blogs and videos on BookTube channels. Based on twenty semi-directive interviews, semiotic analyses of blogs and YouTube channels, and observations on three social networking sites, this thesis is focused on book lovers' speeches about depicting reading on blogs and BookTube channels. It also pays close attention to the role of digital devices in the way bloggers and booktubers depict reading on each of them. Thus, this study questions the imaginaries that are depicted about reading and highlights the ambiguous status of « culture » in today society.

Key-words : reading ; literature ; blogs ; BookTube ; YouTube ; culture ; internet