

Médias & Actions citoyennes | Anna Constantinidis

En-joux

# La plateforme Twitch.tv au centre de nouvelles interactions médiatiques et politiques





: lien consultable en ligne ou téléchargeable

## Introduction

Créée en 2011 par Justin Kan et Emmett Shear et rachetée en 2014 par Amazon, la plateforme américaine Twitch.tv est, à la base, le réseau social des joueurs et joueuses vidéo : une plateforme en ligne sur laquelle on peut suivre en direct des personnes qui se filment en train de jouer, tout en commentant la partie et en interagissant avec leur auditoire via une interface de discussion, ou tchat<sup>1</sup>. Ces dernières années, et davantage encore depuis la pandémie<sup>2</sup>, Twitch est devenu un véritable phénomène qui dépasse de loin les frontières du monde des jeux vidéo. La plateforme compte des milliers de chaînes et attire des millions de visiteurs par jour, pour la plupart des jeunes entre 16 et 34 ans<sup>3</sup>. On y trouve désormais également, en plus des jeux, des contenus culturels, journalistiques, politiques, proposés par des streameurs, c'est-à-dire des diffuseurs de contenu, de tous horizons.

De plus en plus de journalistes et de médias traditionnels s'invitent sur la plateforme, ainsi que des femmes et des hommes politiques qui tiennent des revues de presse ou des débats en ligne. Que ce soit pour élargir leur électorat, pour être présents sur un maximum de réseaux sociaux et/ou par réel souci de dialoguer avec un public plus jeune auquel ils n'auraient pas accès par ailleurs, le constat est là : le monde politique s'intéresse à Twitch. Certains, comme le député Denis Masséglia en France (LREM), voient dans cet outil une réelle chance de « favoriser la compréhension de la démocratie et de réduire l'écart entre citoyens et élus »<sup>4</sup>. La plateforme se trouve plus que jamais au centre de nouvelles dynamiques de communication, face auxquelles il est légitime de se poser la question suivante : par son format horizontal et participatif, Twitch, en tant que média social, peut-il apporter sa pierre à l'édifice d'un renouveau démocratique ?

<sup>1</sup> Les anglicismes liés au vocabulaire propre aux médias sociaux, et à Twitch en particulier, figureront en italique uniquement lors de leur première occurrence dans le texte, pour une question de lisibilité.

<sup>2</sup> Pour les chiffres, voir RÉGLEY M., « Twitch influencera-t-il le vote des jeunes en 2022 », *Le Point*, 13 mai 2021, [en ligne :] [https://www.lepoint.fr/politique/twitch-influencera-t-il-le-vote-des-jeunes-en-2022--13-05-2021-2426352\\_20.php](https://www.lepoint.fr/politique/twitch-influencera-t-il-le-vote-des-jeunes-en-2022--13-05-2021-2426352_20.php), consulté le 18 octobre 2021.

<sup>3</sup> Environ 30 millions de visiteurs par jour selon les informations fournies par la plateforme, cf. <https://twitichadvertising.tv/audience/>, page consultée le 17 décembre 2021. 70 % de l'audience aurait entre 16 et 34 ans.

<sup>4</sup> Voir LESNIAK I., « Comment Twitch est devenu le roi du streaming en direct », *Les Échos*, 3 juin 2021, [en ligne :] <https://www.lesechos.fr/weekend/business-story/comment-twitch-est-devenu-le-roi-du-streaming-en-direct-1320453>, consulté le 17 décembre 2021.

Afin de répondre à cette question, cette analyse mettra d'abord en lumière les principales caractéristiques de Twitch et les bases de son fonctionnement économique. Les raisons du succès de la plateforme seront ensuite identifiées, sur la base de la littérature critique et journalistique ainsi que de cinq entretiens menés avec des personnes actives sur Twitch en tant que spectateurs et spectatrices<sup>5</sup>. Dans un deuxième temps, l'attention se portera sur la revue de presse du journaliste et animateur français Samuel Étienne, « La matinée est tienne ». Celle-ci est pertinente pour le sujet qui nous occupe non seulement pour la dimension d'éducation aux médias qu'elle comporte, mais aussi parce qu'elle a sans aucun doute contribué, par sa médiatisation, à la connaissance de Twitch par un public plus large<sup>6</sup>, en tout cas dans le monde francophone. Par ailleurs, elle a peut-être également eu un rôle à jouer dans l'utilisation de Twitch par des hommes et femmes politiques suite à l'interview de François Hollande en mars 2021, largement relayée par la presse francophone<sup>7</sup>. L'article se poursuivra par un tour d'horizon des initiatives de politiques présents sur Twitch en Fédération Wallonie-Bruxelles et des enjeux posés par ces nouvelles formes de communication politique.

<sup>5</sup> Les entretiens, réalisés entre le 17 décembre 2021 et le 11 janvier 2022, ont permis d'enrichir considérablement l'analyse. Nous remercions vivement les personnes interviewées d'avoir accepté de se prêter à cet exercice. Les propos cités sont anonymisés.

<sup>6</sup> Comme souligné dans *L'Atelier des médias* : JAMBOT S., DECREUZE S., « Twitch, Clubhouse : les médias sont en phase d'exploration » [podcast], *L'Atelier des médias*, RFI, 13 mars 2021, [en ligne :] <https://www.rfi.fr/fr/podcasts/atelier-des-m%C3%A9dias/20210313-twitch-clubhouse-les-m%C3%A9dias-sont-en-phase-d-exploration>, consulté le 1<sup>er</sup> décembre 2021.

<sup>7</sup> Citons entre autres : BALDACCHINO J., « Ce qu'il faut retenir de l'interview de François Hollande par Samuel Étienne sur Twitch », *France Inter*, 9 mars 2021, [en ligne :] <https://www.franceinter.fr/societe/ce-qu-il-faut-retenir-de-l-interview-de-francois-hollande-par-samuel-etienne-sur-twitch> ; « Avec François Hollande, Samuel Étienne confirme son succès sur Twitch », *Le Figaro*, 9 mars 2021, [en ligne :] <https://www.lefigaro.fr/culture/avec-hollande-samuel-etienne-confirme-son-succes-sur-la-plateforme-twitch-20210309> ; « François Hollande s'invite sur Twitch auprès de Samuel Étienne : "On est en train de casser internet" », *La Libre*, 8 mars 2021, [en ligne :] <https://www.lalibre.be/international/europe/2021/03/08/francois-hollande-sinvite-sur-twitch-aupres-de-samuel-etienne-on-est-en-train-de-casser-internet-5LS7RF6YU5GPZFSO73RXKJL-2QU> ; « Le carton de Samuel Étienne et François Hollande sur Twitch » [vidéo], *Quotidien*, TF1, 13 mars 2021, [en ligne :] <https://www.tf1.fr/tmc/quotidien-avec-yann-barthes/videos/le-carton-de-samuel-etienne-et-francois-hollande-sur-twitch-15762551.html>, articles et sites consultés le 23 décembre 2021.

Enfin, il serait impossible de mener une réflexion autour de la question susmentionnée sans prendre en compte l'appartenance de Twitch au géant de l'e-commerce Amazon. Dans la dernière partie, il s'agira donc de rappeler quelques éléments sur la manière dont le business fondé par Jeff Bezos fonctionne, ainsi que l'étendue grandissante de son « empire tentaculaire »<sup>8</sup>. Dans ce cadre sera également envisagée la problématique de la protection des données personnelles, sur laquelle il nous semble fondamental, en tant qu'ASBL d'éducation permanente, de sensibiliser le public dans le domaine de l'éducation aux médias.

## I. Qu'est-ce que Twitch ?

Créée à San Francisco en 2011, la plateforme Twitch.tv est née d'une télévision en ligne appelée Justin.tv. Comme l'explique le CEO et co-fondateur de Twitch, Emmett Shear, dans une vidéo YouTube<sup>9</sup>, l'idée de Justin.tv a d'abord été de donner accès 24h/24 et 7j/7 à la vie de Justin Kan (co-fondateur de Twitch) via une caméra fixée à sa casquette. Ensuite, tout le monde a eu la possibilité d'y ouvrir une chaîne. Mis à part le « coup de com' », cela n'a pas vraiment fonctionné, explique Shear. Le focus sur le jeu vidéo, ou *gaming*, est apparu en 2010, lorsqu'est sorti le jeu *StartCraft 2* et que les initiateurs de Justin.tv ont lancé un événement de e-sport (= compétition de jeux vidéo) lié à ce jeu. Celui-ci a, en revanche, rencontré un franc succès. C'est ainsi qu'en 2011, le projet s'est transformé en Twitch.tv<sup>10</sup> : une plateforme où des joueurs

<sup>8</sup> Le poster du 1, « Un empire tentaculaire », Le 1, 2 juin 2021, n°349, Amazon nous veut-il du bien ?.

<sup>9</sup> Konbini, « Twitch : son CEO et co-fondateur Emmett Shear nous raconte sa Folle Histoire » [vidéo], YouTube, 9 août 2021, [en ligne :] <https://www.youtube.com/watch?v=H71tNaj05Ls>, consulté le 18 octobre 2021.

<sup>10</sup> *Ibid.*

et joueuses – *gameurs* et *gameuses* – ont la possibilité de diffuser en direct, et parfois en retransmission<sup>11</sup>, leurs parties de jeux vidéo, tout en les commentant et en interagissant avec leur auditoire.

Le visionnage se passe sur une fenêtre similaire à celle qu'on peut trouver sur YouTube, mais sur laquelle apparaissent, le plus souvent, trois éléments distincts. Prenons l'exemple d'un direct de jeu vidéo : sur l'écran le plus grand, le public voit le jeu ; sur une petite fenêtre (*insert*) en bas ou en haut de la vidéo est diffusée l'image de la personne qui joue et commente la partie ; sur le côté figure l'interface de tchat où les spectateurs peuvent interagir entre eux et avec le streameur/la streameuse, qui leur répond la plupart du temps oralement<sup>12</sup>. La configuration est la même pour les autres contenus.

Réel succès dès sa création, la plateforme a été rachetée par Amazon en 2014 pour un montant de presque un milliard de dollars<sup>13</sup>. En 2015, YouTube (qui était dans la course au rachat de Twitch) a emboîté le pas au mouvement en créant sa propre chaîne de gaming<sup>14</sup> ; Facebook a créé sa fonctionna-

<sup>11</sup> Twitch permet en effet aux streameurs de donner accès aux programmes manqués en rediffusion, et ce pendant une période donnée. Certains streameurs activent également leurs communautés sur d'autres médias sociaux (Twitter, Facebook, etc.) et proposent des rediffusions (souvent partielles, par exemple la rediffusion d'un temps fort de *live*) sur YouTube. Notons aussi que de nombreuses chaînes Twitch sont reliées à un compte Discord (logiciel de messagerie instantanée) où on peut interagir avec sa communauté en-dehors des directs. On peut également y trouver, dans certains cas, des liens internet vers des sources citées pendant l'émission.

<sup>12</sup> Jamie Woodcock et Mark R. Johnson définissent ces trois éléments constitutifs comme autant d'interactions, cf. WOODCOCK J., JOHNSON M. R., « The affective Labor and Performance of Live Streaming on Twitch.tv », *Television & New Media*, 2019, pp. 813-823, [en ligne] <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1527476419851077>, p. 816.

<sup>13</sup> « Amazon s'empare de Twitch pour un milliard de dollars », *Le Monde*, 25 août 2014, [en ligne :] [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/08/25/amazon-s-empare-de-twitch-en-deboursant-pres-d-un-milliard-de-dollars\\_4476567\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/08/25/amazon-s-empare-de-twitch-en-deboursant-pres-d-un-milliard-de-dollars_4476567_4408996.html), consulté le 18 octobre 2021.

<sup>14</sup> GANDOLFI E., « To watch or to play, it is in the game : The game culture on Twitch.tv among performers, plays and audiences », *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 2016, vol. VIII, n°1, pp. 63-82, p. 64, disponible sur [https://www.researchgate.net/publication/301933937\\_To\\_watch\\_or\\_to\\_play\\_it\\_is\\_in\\_the\\_game\\_The\\_game\\_culture\\_on\\_Twitchtv\\_among\\_performers\\_plays\\_and\\_audiences](https://www.researchgate.net/publication/301933937_To_watch_or_to_play_it_is_in_the_game_The_game_culture_on_Twitchtv_among_performers_plays_and_audiences), consulté le 12 novembre 2021.

lité « live » en 2016<sup>15</sup> et Facebook gaming en 2020<sup>16</sup>. Malgré la concurrence, le succès de Twitch ne s'est toutefois pas encore démenti ; il s'est d'ailleurs considérablement accru depuis le début de la pandémie<sup>17</sup>. D'après les chiffres des sociétés Streamlabs et Stream Hatchet repris par un article de l'hebdomadaire français *Le Point*<sup>18</sup>, 6,3 milliards d'heures visionnées auraient été comptabilisées au premier trimestre 2021, contre 3,1 milliards au premier trimestre de 2020.

Ces chiffres s'expliquent certes par les confinements successifs dus à la pandémie, mais également par le fait que depuis quelques années, Twitch n'est plus seulement une plateforme de joueurs. C'est devenu un média social plus généraliste proposant des dizaines de directs – appelés *lives* – de toutes sortes. En 2017, on recensait, toutes langues confondues, une moyenne de 20 000 chaînes actives ; début 2020, une moyenne de 50 000 chaînes et depuis avril 2020, environ 90 000 chaînes actives<sup>19</sup>. Celles-ci sont triées par catégories réparties en cinq grandes sections : « jeux », « IRL » (= *In real life*), « Musique », « e-sports » et « créatif »<sup>20</sup>.

Les contenus des sections « IRL » et « créatif » méritent une glose supplémentaire par rapport aux autres sections à l'appellation plus explicite. Dans « créatif », les transmissions en direct sont liées à certains savoir-faire : culinaires, artisanaux, artistiques, esthétiques, ou encore la création et le développement de jeux vidéo. Sous l'appellation « IRL », on trouve une grande diversité de contenus répartis en différentes sous-catégories : « discussion »

<sup>15</sup> DEMAGNY X., « Facebook a 15 ans : qu'est-ce qui a changé depuis la première version ? », *France Inter*, 3 février 2019, [en ligne :] <https://www.franceinter.fr/societe/facebook-a-15-ans-qu-est-ce-qui-a-change-depuis-la-premiere-version>, consulté le 21 décembre 2021.

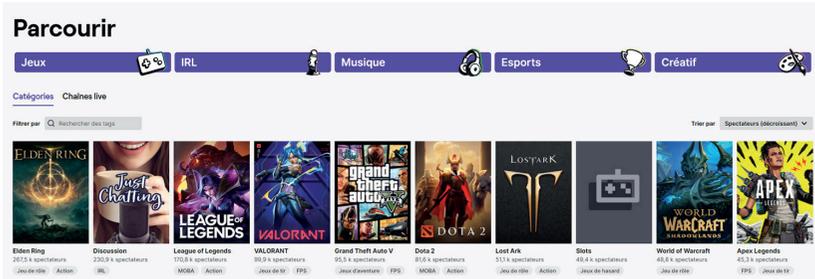
<sup>16</sup> Plateforme qui gagne beaucoup en popularité ces derniers mois, cf. le rapport de la société Stream Hatchet du 3<sup>e</sup> trimestre 2021, [en ligne :] <https://streamhatchet.com/reports>, consulté le 5 novembre 2021.

<sup>17</sup> Malgré une légère baisse au 3<sup>e</sup> trimestre 2021, cf. *Ibid.*

<sup>18</sup> RÉGLEY M., op. cit. Streamlabs est une société de logiciels de diffusions en direct ; Stream Hatchet, une société d'analyse de données de streaming.

<sup>19</sup> Voir les statistiques de vues et de chaînes disponibles sur le site <https://twitch-tracker.com/statistics/channels>, consulté le 18 octobre 2021.

<sup>20</sup> Les catégories sont centrales dans l'algorithme de recommandation car « elles peuvent attirer des communautés importantes de joueurs d'un jeu vidéo particulier » (CARLINO V., RUMIGNANI M., « Samuel Étienne sur Twitch : "ma matinale, un truc de vieux pour les jeunes" », *European Journalism Observatory, Innovation et numérique*, 12 janvier 2021, [en ligne :] [https://fr.ejo.ch/innovation-et-numerique/samuel-etienne-sur-twitch-matinal-truc-de-vieux-pour-jeunes-gaming-revue-de-presse-streams-matinal-est-tienne#\\_ftn1](https://fr.ejo.ch/innovation-et-numerique/samuel-etienne-sur-twitch-matinal-truc-de-vieux-pour-jeunes-gaming-revue-de-presse-streams-matinal-est-tienne#_ftn1), consulté le 19 novembre 2021).



Aperçu de la page « Parcourir » de Twitch.tv, compte de l'auteure

(ou « just chatting »)<sup>21</sup>, « événements spéciaux », « sport », « talk-shows et podcasts » – où plusieurs médias traditionnels ont créé une chaîne – « politique », « voyages et nature », « science et technologies », « ASMR »<sup>22</sup>, et la catégorie controversée « piscine, jacuzzi et plages »<sup>23</sup>. Cette liste permet de se figurer rapidement la multiplicité de ce qu'on peut trouver sur Twitch : « Ce qui est chouette », nous dit-on dans un entretien, « c'est qu'il y a vraiment tout qui peut se lancer »<sup>24</sup>. Néanmoins, le gaming demeure central, et Twitch reste de manière générale un réseau social empreint de la culture du monde des jeux vidéo : dans les tchats, les lives et le visuel, la plateforme semble se démarquer par un vocabulaire, des émoticônes, des codes issus de l'univers du gaming.

<sup>21</sup> Cette catégorie sembler drainer de plus en plus de public, cf. VAN DER HAEGEN J., « 6,3 milliards d'heures à regarder les autres... L'énorme succès de Twitch à la loupe », *Business AM*, 17 avril 2021, [en ligne :] <https://fr.businessam.be/weekend-fr-63-milliards-dheures-a-regarder-les-autres-lenorme-succes-de-twitch-a-la-loupe>, consulté le 20 décembre 2021.

<sup>22</sup> Pour des explications sur l'ASMR (« Autonomous Sensory Meridian Response »), voir par exemple SALES T., « L'ASMR ou la relaxation par les bruits de bouche et d'objets », *SoSoir*, 20 mars 2018, [en ligne :] <https://sosoir.lesoir.be/asmr-ou-la-relaxation-par-les-bruits-de-bouche-et-dobjets>, consulté le 20 décembre 2021.

<sup>23</sup> Où on trouve ce qu'on appelle des streams « hot tubs ». La catégorie ASMR est également utilisée pour diffuser certains contenus marqués sexuellement, ce qui a déjà valu des bannissements à plusieurs streameuses, cf. GAYTE A., « La streameuse Amouranth a été bannie de Twitch à cause d'une séance d'ASMR », *Numerama*, 22 juin 2021, [en ligne :] <https://www.numerama.com/pop-culture/721188-la-streameuse-amouranth-a-ete-bannie-de-twitch-a-cause-dune-seance-dasmr.html>, consulté le 18 décembre 2021 ; BEURNEZ V., « Jacuzzi, maillot de bain, ASMR : Twitch censure deux de ses stars pour "contenu sexuel" », *BFMTV*, 23 juin 2021, [en ligne :] [https://www.bfmtv.com/tech/jacuzzi-maillot-de-bain-asmr-twitch-censure-deux-de-ses-stars-pour-contenu-sexuel\\_AV-202106230250.html](https://www.bfmtv.com/tech/jacuzzi-maillot-de-bain-asmr-twitch-censure-deux-de-ses-stars-pour-contenu-sexuel_AV-202106230250.html), consulté le 18 décembre 2021.

<sup>24</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 17 décembre 2021.

Lors d'un de nos entretiens, en réponse à une question de synthèse sur ce qui fait la particularité de Twitch sur le marché des plateformes et réseaux sociaux, la personne interviewée a insisté sur ce qu'elle a appelé une « prédominance geek »<sup>25</sup> : « C'est utilisé pour plein de choses, mais il y a quand même cette prédominance à l'heure actuelle ; voilà, même simplement dans l'esthétique, [...] un tchat qui défile avec des petites émoticônes, ça je veux dire c'est purement geek. Même si on regarde un truc de *do it yourself* [...], même quand on regarde Mélenchon, [...] des gens spamment des trucs geek sur le côté [...]. Donc, il y a cette dimension-là »<sup>26</sup>.

Vincent Carlino, post-doctorant en Sciences de l'information et de la communication à l'Université de Neuchâtel, souligne qu'un autre contenu occupe depuis longtemps une place de choix sur la plateforme : le commentaire d'actualité<sup>27</sup>. Pour ne citer que quelques illustrations parmi les vidéastes francophones les plus suivis<sup>28</sup> (sans prendre en compte les professionnels du journalisme), citons HugoDÉcrypte (d'abord actif sur YouTube puis aussi sur Twitch), Ostpolitik (qui propose une émission audio sur l'actualité française et internationale), Modiie (streameuse qui allie, depuis 2014, jeux vidéo et discussions autour des sciences sociales et de la politique), Usul2000 (qui anime des revues de presse thématiques liées à la politique), Nat\_Alie (jeux vidéo et discussions militantes, notamment autour du sexisme ; sur Twitch depuis 2017) ou encore Jean Massiet qui, depuis 2015, propose des émissions pour vulgariser et expliquer l'actualité politique française<sup>29</sup>. Ce dernier est surtout

<sup>25</sup> Geek : « Personne passionnée par les nouveautés techniques, et particulièrement par l'informatique, l'internet, les jeux vidéo » (Dictionnaire Le Robert en ligne, <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/geek>, consulté le 5 février 2022).

<sup>26</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, le 7 janvier 2022.

<sup>27</sup> CARLINO V., « Twitch, nouveau terrain d'expérimentation des médias d'information », *La revue des médias*, INA, 17 février 2021, [en ligne :] <https://larevuedes-medias.ina.fr/twitch-experimentation-stream-medias-information>, consulté le 23 décembre 2021.

<sup>28</sup> Cf. les graphiques proposés dans l'article de MAILLÉ P., « Lectures féministes et "stream reconductible" : comment la gauche s'est imposée sur Twitch », *Usbek&Rica*, 22 juin 2021, [en ligne :] <https://usbeketrica.com/fr/article/comment-la-gauche-s-est-imposee-sur-twitch>, consulté le 5 janvier 2022. Ils se répartissent entre les catégories « Discussion », « Politique » ou parfois « Jeux » (en associant commentaire de jeu vidéo et discussions politiques). Plusieurs d'entre eux ont été cités dans un de nos entretiens.

<sup>29</sup> Notons que ces contenus, proposés par des streameurs français, sont également suivis par un public belge francophone et que, comme nous le verrons plus loin, certaines personnalités politiques belges ont également emboîté le pas en se lançant sur Twitch.

connu pour avoir fondé la communauté Accropolis<sup>30</sup> et pour proposer des directs de l'Assemblée nationale française où il commente les questions au gouvernement<sup>31</sup>. Il anime actuellement (fin 2021) les émissions suivantes : « La revue d'actu ! », le « Sénat Stream : les questions au gouvernement », « On debrief la semaine », ainsi que « BackSeat, le talkshow politique », qui a vu le jour grâce à un financement participatif et est consacré à un débat politique hebdomadaire pendant la campagne présidentielle française<sup>32</sup>.

En tout, on compterait une quarantaine de streameurs et streameuses francophones se dédiant au commentaire d'actualité, dans des formats très diversifiés : revues de presse, matinales radio/vidéo, simples discussions ou encore interviews ; certains parmi ceux-ci se déclarent neutres ; d'autres, plus nombreux, affichent leur orientation politique, semblerait-il plus souvent de gauche<sup>33</sup>.

Enfin, quelle que soit la nature de la diffusion (sauf dans les cas de candidats à un poste politique, cf. *infra*), celle-ci peut être monétisée. Comme l'indique le portail des créateurs de Twitch : « Sur Twitch, nos créateurs peuvent vivre

<sup>30</sup> Sur Jean Massiet et Accropolis, voir TOFFOLET A., « Jean Massiet : "Les jeunes sont extrêmement friands de nouvelles formes de politisation" », *France Culture*, 24 juillet 2021, [en ligne :] <https://www.franceculture.fr/politique/jean-massiet-les-jeunes-sont-extremement-friands-de-nouvelles-formes-de-politisation>, consulté le 23 décembre 2021, et POIREAULT K., « Jean Massiet, le streamer qui veut nous rendre accros à la vie politique », *Les Inrockuptibles*, 13 mars 2016, [en ligne :] <https://www.lesinrocks.com/actu/jean-massiet-le-streamer-qui-veut-nous-rendre-accros-a-la-vie-politique-75152-13-03-2016>, consulté le 23 décembre 2021.

<sup>31</sup> Au départ de ce projet se trouvait un constat : « Un jour, avec un pote autour d'une bière à Saint-Denis, on débattait encore une fois de cette démocratie qui n'en finit plus de nous décevoir. On était d'accord sur le constat que la politique est incompréhensible pour ceux qui ne font pas partie du petit landerneau parisien des collaborateurs politiques, juristes, journalistes ou encore militants. [...] Du coup, ce jour-là, j'ai lâché : "Il faudrait vraiment qu'il y ait des commentaires en direct des débats politiques, pour les enrichir d'un apport nouveau" » (Jean Massiet cité dans *Ibid.*).

<sup>32</sup> TOFFOLET A., *op. cit.*

<sup>33</sup> MAILLÉ P., *op. cit.* Sur l'orientation politique des streameurs, une des personnes que nous avons interviewées souligne : « [...] dans le contenu politique que je regarde [sur Twitch], j'aime bien savoir [...] d'où parle la personne. Personne n'est jamais neutre et jamais objectif en soi. [...] Je recherche une grille de lecture » (entretien par visioconférence avec l'auteure, 22 décembre 2021).

de leur passion ou au moins obtenir quelque chose en retour »<sup>34</sup>. Le système économique de la plateforme fonctionne en effet, entre autres, sur la base d'abonnements aux chaînes des diffuseurs de contenu.

## II. Le système économique de la plateforme

Comme pour la plupart des réseaux sociaux, les fonctionnalités de base sont gratuites. La participation financière est libre et est étroitement liée à l'aspect communautaire et à la volonté de soutenir certains streameurs en particulier. Le système se décline essentiellement en deux types de participation : les « subs » et les « bits ».

Alors que le « bit » est la monnaie propre à Twitch, servant par exemple à envoyer des émoticônes pendant les directs<sup>35</sup>, le « sub » – abréviation de l'anglais « *subscription* » – est un abonnement permettant aux fans de soutenir la chaîne d'un streameur, ou *twitcher*<sup>36</sup>. Lorsque quelqu'un s'affilie pendant un direct, son pseudo et son sub s'affichent pendant quelques instants sur l'écran et on peut voir le streameur remercier la personne abonnée pour le sub. L'abonnement standard (« 1 ») à une chaîne s'élève désormais, en Belgique comme en France, à 3,99 euros par mois. Les abonnés bénéficient par exemple d'émoticônes personnalisées pour s'exprimer dans le tchat (parmi lesquelles des émoticônes indiquant depuis combien de temps on est abonné à la chaîne), ont accès à un visionnage sans publicité ainsi qu'à un tchat et un stream réservés aux abonnés ; les avantages changent toutefois en fonction du créateur de contenu, qui gère sa communauté à sa façon. Une pratique assez commune consiste également à offrir un abonnement à un autre utilisateur de façon à étendre la communauté d'un streameur ou d'une streameuse. De manière générale, on observe que les « connexions émotionnelles entre

<sup>34</sup> Portail des créateurs, « Les bases de Twitch » : <https://www.twitch.tv/creatorcamp/fr-fr/get-rewarded/twitch-basics>, page consultée le 11 janvier 2022.

<sup>35</sup> Le streameur partenaire en perçoit alors une rémunération à hauteur de 0,01 dollars par Bit (montants en vigueur à la fin de l'année 2021). Pour un achat, on acquiert au minimum 100 bits, ce qui équivaut à 1,53 euros ; au maximum, on peut en acheter 25 000 (= 336,79 euros), cf. Twitch.tv, « Soutenez les streameurs en envoyant des Cheers avec des Bits », <https://www.twitch.tv/bits>, page consultée le 15 novembre 2021.

<sup>36</sup> Précisons que les membres d'Amazon Prime peuvent bénéficier d'un abonnement gratuit à une chaîne Twitch.

le producteur de contenu et l'audience constituent une partie importante du système économique sur la plateforme »<sup>37</sup>. La clé de répartition des gains est, par contre, assez opaque<sup>38</sup>. Par ailleurs, la monétisation est interdite dans le cas d'émissions proposées par des candidats à un poste politique, et les streamers partageant des opinions politiques ne peuvent pas utiliser la monétisation pour transmettre des dons à un candidat, à un comité de campagne ou pour influencer une élection<sup>39</sup>.

Au-delà de cela, comme pour d'autres réseaux sociaux, la base du modèle financier de Twitch est constituée par les revenus publicitaires<sup>40</sup>. Sur le portail des créateurs, le financement par la publicité est présenté comme une « manière de soutenir un streamer sans avoir à payer » : « Tous les spectateurs ne peuvent pas se permettre de soutenir leur partenaire ou affilié préféré avec

<sup>37</sup> TAYLOR T.L., *Watch Me Play : Twitch and the Rise of Game Live Streaming*, Princeton – Oxford : Princeton University Press, 2018, p. 95. Notre traduction.

<sup>38</sup> Il existe des différences de statut entre les streamers monétisant leurs contenus : ceux-ci peuvent être partenaires ou affiliés (cf. les pages <https://www.twitch.tv/p/fr-fr/partners> et <https://affiliate.twitch.tv/fr-fr>, consultées le 4 janvier 2022). Cela dépend de leur notoriété et de leur activité (à ce sujet, voir aussi la page « Joining the affiliate program » : <https://help.twitch.tv/s/article/joining-the-affiliate-program#FAQ>, consultée le 17 décembre 2021). L'opacité de la rémunération a été partiellement levée lors de la fuite de données massive de Twitch provoquée par un hacker en octobre 2021 (voir VINIACOURT E., « Qu'est-ce que le "Twitch Leak" qui agite la communauté des streamers », *Libération*, 6 octobre 2021, [en ligne :] [https://www.liberation.fr/economie/economie-numerique/revenus-de-streamers-code-source-mots-de-passe-twitch-victime-dune-fuite-massive-de-donnees-20211006\\_TYSWY7RR3BHOPHV4CTQ7Y47KSY](https://www.liberation.fr/economie/economie-numerique/revenus-de-streamers-code-source-mots-de-passe-twitch-victime-dune-fuite-massive-de-donnees-20211006_TYSWY7RR3BHOPHV4CTQ7Y47KSY), consulté le 11 janvier 2022). D'après certaines informations de streamers suite à cette fuite de données, la répartition des revenus des subs entre Twitch et les streamers dépendrait justement de leur notoriété, cf. RAHMIL D.J., « Twitchleak : 50 % des streamers de Twitch gagnent 11 centimes par mois », *L'ADN*, [en ligne :] <https://www.ladn.eu/media-mutants/reseaux-sociaux/twitch-revenus-streamers>, consulté le 11 janvier 2022).

<sup>39</sup> Conditions d'utilisation de Twitch, dernière mise à jour 1/1/2021 : <https://www.twitch.tv/p/fr-fr/legal/terms-of-service>, consulté le 4 janvier 2022.

<sup>40</sup> Taylor, op. cit., p. 116. C'est exprimé avec beaucoup de clarté sur cette page de l'assistance Twitch : « Les publicités sont une partie importante de Twitch – elles permettent à Twitch de rester gratuit pour les créateurs et les spectateurs, et nous permettent de continuer à créer de nouvelles fonctionnalités innovantes et à proposer du contenu unique et attrayant pour notre communauté » (Page de l'assistance Twitch, « Nous testons de nouveaux types de publicité sur Twitch » : <https://help.twitch.tv/s/article/ad-experience-experiment?language=fr>, consultée le 4 janvier 2022).

des Bits ou des abonnements. En regardant les publicités lorsqu'un créateur les lance, les spectateurs peuvent soutenir un créateur sans avoir à dépenser de l'argent »<sup>41</sup>.

Avec ses millions de visiteurs, de surcroît jeunes et issus de pays différents, on peut facilement imaginer combien Twitch est prisé par les marques. À première vue, on peut identifier deux méthodes principales de marketing : le placement de produits publicitaires sur des chaînes, et le partenariat avec des diffuseurs de contenu<sup>42</sup>. Les produits publicitaires, sous forme de vidéos, ont chacun leurs spécificités (endroit, durée, type de fenêtre sur laquelle ils apparaissent) et une appellation spécifique<sup>43</sup>. Les programmes sont généralement soumis à des publicités pré-live dont les revenus vont exclusivement à Twitch<sup>44</sup>. Une partie des revenus publicitaires revient au streamer à partir du moment où il devient affilié ou partenaire, mais il est difficile de savoir quelle est la part perçue par ce dernier<sup>45</sup>. Les modalités du placement de produit, aussi appelé marketing d'influence ou sponsoring<sup>46</sup>, sont détaillées sur le portail des créateurs de Twitch, dans la section « Monétiser votre contenu »<sup>47</sup>.

<sup>41</sup> Portail des créateurs, « Monétiser votre contenu. Pauses publicitaires » : <https://www.twitch.tv/creatorcamp/fr-fr/get-rewarded/running-ads>, consulté le 17 décembre 2021.

<sup>42</sup> Twitch advertising, « Brand solutions [...] » : <https://twitchadvertising.tv/ad-products>, consulté le 17 décembre 2021. Sauf erreur de notre part, la page n'est disponible qu'en anglais.

<sup>43</sup> *Ibid.*

<sup>44</sup> Généralement, car les streamers peuvent les désactiver en optant pour des coupures publicitaires pendant leur direct.

<sup>45</sup> « Indeed the complexity and even opacity of the advertising system may be lost on aspiring professional streamers. The system relies on a tremendous amount of data and situational complexity that broadcasters may or may not understand, much less even have access to » (Taylor T.L., *op. cit.*, p. 117).

<sup>46</sup> Sur cet aspect, nous renvoyons à l'étude de DURANT A., *Influenceurs, nouveau marketing ?*, Bruxelles : CPCP, étude 34, 2021, [en ligne :] <http://www.cpcp.be/publications/influenceurs>, en part. aux pp. 11-12.

<sup>47</sup> « Vous mettez un produit en avant contre rémunération. C'est facile, pas vrai ? » (Portail des créateurs, « Monétiser votre contenu. Parrainages » : <https://www.twitch.tv/creatorcamp/fr-fr/get-rewarded/sponsorships>, consulté le 4 janvier 2022). Suivent des conseils : « Le plus important est de trouver un partenariat qui vous corresponde, à vous et à votre image. Ne vous lancez pas dans une relation qui va à l'encontre de vos convictions ou de vos passions. Ce ne sont pas les opportunités qui manquent ».

Sur le portail pour les publicitaires, un des services fournis aux marques est un partenariat avec une équipe de « *strategists, producers, and gaming experts to connect authentically with the Twitch community* »<sup>48</sup>.

Dans la dernière partie de cette analyse, consacrée à Twitch et Amazon, on reviendra sur la question de la publicité, étroitement liée à celle des données personnelles.

### III. Comment expliquer le succès de Twitch ?

Contrairement à YouTube, Twitch est un service de diffusion de vidéos en *direct*. Le *direct* permet, comme on l'a dit, l'interaction de membres du public entre eux et avec le streamer ou la streameuse via une fenêtre de chat. Cette fonctionnalité donne un côté interactif aux contenus diffusés, qui justifie pour beaucoup son utilisation. Dans un ouvrage intitulé *Watch Me Play* et consacré à Twitch.tv comme réseau des gameurs, T.L. Taylor, professeure en Comparative Media Studies au Massachusetts Institute of Technology, a identifié six motivations principales poussant le public de Twitch à regarder des personnes jouer<sup>49</sup>. Parmi celles-ci, deux raisons sont directement liées à l'aspect « *direct* » dont nous venons de parler : 1) le divertissement et le plaisir de suivre une performance en *direct* et d'interagir avec le joueur (« *entertainment* ») ; 2) le fait de vivre une expérience ressentie comme sociale et de se sentir appartenir à une communauté (« *community* »). Une troisième raison pourrait aussi entrer dans cette « motivation du *direct* » (mais pas seulement) : celle que T.L. Taylor appelle la raison d'ambiance (« *ambiance* »), c'est-à-dire le fait de laisser tourner Twitch en fond pour occuper l'espace et participer à une certaine atmosphère (comme cela peut être le cas avec la télévision). Les trois autres motivations identifiées par la chercheuse sont : 4) l'aspiration à devenir un meilleur joueur (« *aspirational* »), 5) la volonté de mieux comprendre le jeu (« *educational* ») et 6) le plaisir de regarder quelqu'un jouer à un jeu pour lequel on se passionne, ce qui peut pousser à y rejouer en s'inspirant de ce qu'on a vu (« *inspirational* »).

<sup>48</sup> Twitch advertising, « Brand solutions » : <https://twitchadvertising.tv/ad-products>, consulté le 17 décembre 2021.

<sup>49</sup> TAYLOR T.L., *op. cit.*, pp. 39-41.

Les cinq personnes interrogées dans le cadre de cette analyse, âgées entre 14 et 28 ans, sont toutes actives sur la plateforme en lien avec les jeux vidéo – au moins initialement. Pour deux d'entre elles, la présence sur Twitch est liée au suivi d'un seul jeu ; et seule l'une d'entre elles est désormais abonnée également à des chaînes différentes relevant en particulier des catégories « Créatif », « Politique » et « Discussion ». Interrogées à propos de leurs motivations sur la base de la liste ci-dessus, elles partageaient surtout la recherche de divertissement (5 entretiens sur 5), d'ambiance (4 entretiens sur 5), d'apprentissage (3 entretiens sur 5), et celle de communauté (2 entretiens sur 5). Sur l'aspect communautaire, ce n'est pas tant le sentiment d'appartenance qui semble important que l'ambiance qui en découle : « Le fait qu'il y ait une communauté autour, et le streamer aussi, ça rajoute de l'ambiance, de l'humour [...] »<sup>50</sup>. L'humour semble en effet faire partie des éléments-clé de Twitch<sup>51</sup> : « Je vais là-bas pour passer un bon moment. [...] Il y a des bons streamers qui remontent le moral »<sup>52</sup> ; « c'est des formes de stand-up, stand-up semi-interactifs »<sup>53</sup> ; « Je regardais des gens qui me faisaient rire, donc c'était vraiment pour le divertissement »<sup>54</sup> ; « C'est vraiment pour me divertir ; au lieu de regarder une série, par exemple, je regarde Twitch, le soir »<sup>55</sup>. La raison d'ambiance, quant à elle, peut être résumée par quelques mots d'un de nos entretiens : « Généralement Twitch est quelque chose que je mets en fond en faisant autre chose »<sup>56</sup>. La cinquième motivation relevée par T.L. Taylor (« educational ») ressort également, tant en ce qui concerne le jeu (on regarde pour apprendre à mieux jouer)<sup>57</sup> que pour d'autres contenus. Une des personnes interviewées a précisé que c'est cette raison qui l'amène à regarder les contenus de la catégorie « Créatif » et des directs liés à l'actualité ou à la poli-

<sup>50</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 22 décembre 2021.

<sup>51</sup> COAVOUX S., ROQUES N., « Une profession de l'authenticité. Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube », *Réseaux*, 2020, vol. VI, n°224, pp. 169-196, p. 178.

<sup>52</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 10 janvier 2022.

<sup>53</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 7 janvier 2022.

<sup>54</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 11 janvier 2022.

<sup>55</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 17 décembre 2021.

<sup>56</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 11 janvier 2022.

<sup>57</sup> Par exemple, concernant les jeux de e-sport : « Le problème des jeux d'e-sport, c'est que ces jeux-là souvent n'ont pas de contenu en eux-mêmes pour s'améliorer. Ce sont des jeux où, voilà, on lance une partie, et débrouille-toi dedans, fais ce que tu veux. [...] On est forcé de devoir chercher des ressources extérieures pour pouvoir s'améliorer, donc ça passe par des gens qui sont meilleurs que soi, donc forcément c'est pour ça que les gens regardent. Je sais que *League of Legends*, c'est un gros point noir pour tous les débutants. » (entretien par visioconférence avec l'auteure, 7 janvier 2022).

tique. De manière générale, il y a là une recherche d'information : « on va sur Twitch [...] pour chercher de l'information, aussi. C'est aussi d'avoir d'autres émissions qu'il n'y a pas dans les autres médias, et un peu à la demande »<sup>58</sup>.

Nos entretiens ont également permis de mettre en lumière d'autres motivations liées au jeu. La première est celle qu'on pourrait appeler « test avant achat » : l'utilité de Twitch pour évaluer la qualité d'un jeu et son potentiel de divertissement pour une joueuse ou un joueur avant de se décider à l'acheter ; la deuxième est liée à une forme de « jeu par procuration » : regarder un jeu sur Twitch peut être ressenti comme une expérience permettant de s'approcher de l'expérience d'un jeu auquel on ne jouera pas, pour des raisons financières ou matérielles ; la troisième est « l'attrait pour les histoires » : « on a envie de voir comment l'autre va réagir dans une situation qu'on a vécu [...] par exemple des jeux narratifs [...] c'est très agréable à regarder aussi [...] parce qu'on vit un petit peu par transposition quelque chose qu'on n'aurait pas nécessairement pensé à faire nous-même, et à ce moment-là [...] on vit un peu une histoire, d'une certaine manière ; c'est de manière générale des spectacles, parfois des stand-up, parfois des histoires »<sup>59</sup>.

### Tableau récapitulatif des motivations identifiées (T.L. Taylor et entretiens de cette analyse)

<i>Divertissement</i>	<i>Raison d'ambiance, d'atmosphère</i>	<i>Volonté d'apprendre, recherche d'information</i>
<i>Communauté</i>	<i>Aspiration à devenir un meilleur joueur</i>	<i>Inspiration</i>
<i>Test avant achat</i>	<i>Attrait pour les histoires</i>	<i>Jeu par procuration</i>

Par ailleurs, le tchat est un élément central de la plateforme, ainsi que l'avait relevé T.L. Taylor : « On m'a dit et redit combien le tchat est central pour Twitch »<sup>60</sup>. Cette centralité s'explique par les interactions qu'il permet, mais aussi parce que les spectateurs font partie intégrante du spectacle, sur lequel ils

<sup>58</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 22 décembre 2021.

<sup>59</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 7 janvier 2022. Cette dernière motivation pourrait aussi être reliée à la sixième motivation identifiée par Taylor : « *inspirational* ».

<sup>60</sup> TAYLOR T.L., op. cit., p. 42. Notre traduction.

peuvent influencer<sup>61</sup>. Selon une étude américaine, le tchat, qui peut sembler chaotique au premier abord, présente en réalité des « pratiques de cohérence » le rendant « lisible, chargé de sens et attractif pour les participants »<sup>62</sup>. Parmi les personnes que nous avons interrogées, seule une sur cinq nous a indiqué y participer, mais toutes ont confirmé qu'il s'agissait d'une des caractéristiques principales de Twitch.

En résumé, Twitch apparaît comme bien plus qu'une « simple » plateforme de diffusion de contenu. Comme le souligne Vincent Carlino, « le stream [...] désigne une expérience qui allie une activité, son commentaire et une interaction permanente avec les spectateurs [...]. La combinaison de ces trois facteurs caractérise les usages rendus possibles [...] de la plateforme vers la constitution de communautés réunies autour d'intérêts voire de passions communes, expérimentées en direct »<sup>63</sup>. Un élément essentiel dans la constitution de ces communautés semble résider dans le rapport authentique que le streamer développe avec elles<sup>64</sup>. C'est ainsi que les éléments liés à la personnalité des streamers et à la gestion de leurs directs (entre autres des propos du tchat<sup>65</sup>) sont essentiels pour le succès d'une chaîne<sup>66</sup>. Mais ce n'est pas tout : il faut aussi les compétences nécessaires ainsi que les ressources techniques pour développer une activité capable de réunir une communauté. Comme cela a été souligné dans un de nos entretiens : « C'est des professionnels du divertissement.

<sup>61</sup> GANDOLFI E., *op. cit.*, p. 68.

<sup>62</sup> FORD C. et al., « Chat Speed OP Pogchamp : Practices of Coherence in Massive Twitch Chat », *CHI* 2017, May 6-11, 2017, Denver, CO, USA, pp. 858-869, p. 859, cité dans TAYLOR T.L., *op. cit.*, p. 42. Notre traduction.

<sup>63</sup> CARLINO V., *op. cit.*

<sup>64</sup> COAVOUX S., ROQUES N., *op. cit.* (en particulier pp. 192-193).

<sup>65</sup> Par exemple, certaines pages d'accueil contiennent des recommandations pour l'usage du tchat (pas de propos racistes ou sexistes, pas de violence verbale, etc.). Il faut savoir que des actions ont été entreprises par des créateurs et créatrices de contenu pour lutter contre de nombreux raids de haine racistes et misogynes qui submergeaient certains tchats (« Des joueurs font la grève de Twitch pour protester contre le harcèlement raciste », RTBF, 1<sup>er</sup> septembre 2021, [en ligne :] [https://www.rtb.be/info/societe/detail\\_des-joueurs-font-la-greve-de-twitch-pour-protester-contre-le-harcelement-raciste?id=10834256](https://www.rtb.be/info/societe/detail_des-joueurs-font-la-greve-de-twitch-pour-protester-contre-le-harcelement-raciste?id=10834256)), consulté le 22 novembre 2021). Depuis, la politique de modération de Twitch a apparemment été renforcée (« Twitch renforce ses outils de modération contre les raids haineux », *Le Monde*, 30 septembre 2021, [en ligne :] [https://www.le-monde.fr/pixels/article/2021/09/30/twitch-renforce-ses-outils-de-moderation-contre-les-raids-haineux\\_6096594\\_4408996.html](https://www.le-monde.fr/pixels/article/2021/09/30/twitch-renforce-ses-outils-de-moderation-contre-les-raids-haineux_6096594_4408996.html), consulté le 22 novembre 2021). Notons également que la nette prédominance masculine dans le monde du gaming et dans l'univers « Twitch » a été soulignée lors de plusieurs de nos entretiens.

<sup>66</sup> CARLINO V., *op. cit.* Nos entretiens vont dans le même sens.

Ils savent gérer leur public, gérer leur jeu pour que ce soit agréable pour les viewers parce que [...] on ne se rend pas compte que jouer en décrivant ce qu'on fait, en répondant au tchat en même temps, ça demande énormément de compétences et ce n'est pas si naturel que ça [...]. »<sup>67</sup>. Un autre entretien complète cette idée, en nous indiquant qu'à cela s'ajoutent les aspects techniques et matériels, indispensables pour gérer correctement un stream, en particulier le matériel audio-visuel (et d'après la personne interviewée, surtout l'audio)<sup>68</sup>. Les performances peuvent sembler aller de soi, mais c'est oublier que derrière celles-ci, il y a un réel travail qui demande du temps, de l'investissement et des compétences. N'importe qui peut diffuser du contenu, bien sûr, mais pour que « la sauce prenne », il faut du travail, ainsi qu'une connaissance des nombreux codes propres à la plateforme : usages, manières d'interagir avec le public, vocabulaire. Une personne interviewée indique que c'est d'ailleurs ce qui fait souvent défaut chez les personnalités politiques ou les journalistes présents sur Twitch, qui parfois n'ont pas les codes, ou parfois les surjouent<sup>69</sup>.

Une personnalité française issue du monde journalistique s'est néanmoins particulièrement bien intégrée sur Twitch, après une longue formation auprès d'un streamer aguerri. Il s'agit de Samuel Étienne, journaliste de la matinale de Franceinfo et animateur de l'émission « Questions pour un champion ». En décembre 2020, il a créé sur Twitch la revue de presse « La matinée est tienne ».

<sup>67</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteur, 22 décembre 2021.

<sup>68</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteur, le 7 janvier 2022.

<sup>69</sup> *Ibid.*

## IV. Une éducation aux médias « 2.0 » : l'exemple de « La matinée est tienne »

Formé et adoué par le twitcher Étoiles, qui commentait en direct des émissions de « Questions pour un champion »<sup>70</sup>, Samuel Étienne crée sa chaîne Twitch à la fin de l'année 2020<sup>71</sup>. Après avoir temporairement arrêté son activité en 2021, il reprend sa revue de presse quotidienne en septembre 2021<sup>72</sup>. Il y commente, en direct de sa cuisine et accompagné de son café, la presse écrite journalière. Ses lives durent entre 1h30 et 3 heures, en semaine et souvent aussi les weekends. C'est devenu une activité professionnelle à part entière, comme il l'explique lui-même : le 21 décembre 2021, lors du premier anniversaire de l'émission, il remercie ses abonnés pour leur fidélité qui lui permet de consacrer du temps au quotidien pour cette activité plutôt qu'une autre activité professionnelle<sup>73</sup>.

Son émission, intitulée « La Matinée est Tienne, on lit les journaux ensemble, on en parle ensemble, et de la vie aussi... », est suivie en direct par une moyenne de 4 000 voire 5 000 spectateurs (chiffre auquel il faut ajouter les visionnages en retransmission) et constitue un bel exemple d'éducation aux médias. Un des effets de l'émission est effectivement d'avoir tissé des liens entre les médias traditionnels, en particulier la presse écrite, et le public des réseaux sociaux : « Sans le faire exprès, je suis devenu une passerelle entre les médias traditionnels et les nouveaux », dit-il ; et d'ajouter : « ma grande fierté, c'est de faire découvrir la presse écrite à plein de jeunes. Certains achètent dé-

<sup>70</sup> CARLINO V, RUMIGNANI M., *op. cit.*

<sup>71</sup> SZADKOWSKI M., « Samuel Étienne, nouvel ambassadeur de la presse sur Twitch : "On peut créer un pont générationnel" », *Le Monde*, 23 décembre 2020, [en ligne :] [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2020/12/23/samuel-etienne-nouvel-ambassadeur-de-la-presse-sur-twitch-on-peut-creer-un-pont-generationnel\\_6064353\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2020/12/23/samuel-etienne-nouvel-ambassadeur-de-la-presse-sur-twitch-on-peut-creer-un-pont-generationnel_6064353_4408996.html), consulté le 20 décembre 2021.

<sup>72</sup> KERKOUR T., « Samuel Étienne va reprendre sa matinale Twitch en septembre », *Le Figaro*, 20 août 2021, [en ligne :] <https://www.lefigaro.fr/medias/samuel-etienne-va-reprendre-sa-matinal-twitch-en-septembre-20210820>, consulté le 23 novembre 2021.

<sup>73</sup> « Anniversaire !!! La matinée est Tienne fête sa première année !!! », émission visionnée le 21 décembre 2021.

sormais les journaux »<sup>74</sup>. Vincent Carlino et Marie Rumignani abondent dans le même sens : le succès de l'émission « montre comment des ponts peuvent être tendus entre deux univers, au prix d'une démarche singulière de compréhension et d'appropriation de la plateforme »<sup>75</sup> ; dans le journal *La Croix*, la mission du journaliste est résumée avec ces mots : « une mission éducative à vocation intergénérationnelle »<sup>76</sup>.

Lorsqu'on écoute et qu'on regarde Samuel Étienne sur Twitch, on se rend assez vite compte qu'il s'est approprié les codes de la plateforme : proximité avec le public, juste assez d'humour pour que cela reste léger tout en ne sacrifiant rien à la complexité du contenu, débit rapide, utilisation naturelle d'expressions du langage des jeunes, interactivité via des réactions très fréquentes au tchat, organisation de sondages, remerciements lorsqu'il reçoit un sub. Les échanges sont nombreux, ce qui a amené le journaliste Steven Jambot, de *L'Atelier des Médias* sur RFI, à affirmer que Twitch devient « une place publique où l'on discute de l'actualité, et le stream de Samuel Étienne devient un véritable canal d'information »<sup>77</sup>.

Samuel Étienne prolonge son activité par des rencontres à visée éducative autour des médias et du journalisme. Ainsi, le 9 décembre 2021, il était à la fois en live sur Twitch et en présentiel dans un auditoire pour la cinquième édition des *Rencontres de l'éducation aux médias* où il animait une master-class<sup>78</sup>. Il y a répondu aux questions des collégiens et lycéens sur son parcours, sur les raisons pour lesquelles il est devenu streamer, sur les sources

<sup>74</sup> Il voit également arriver un public plus jeune à « Questions pour un champion ». Un des objectifs de l'animateur en octobre 2021 était d'ailleurs de retransmettre les enregistrements de cette émission en direct sur Twitch pendant toute une journée, mais le projet est tombé à l'eau suite à un bannissement temporaire de la plateforme qui a fait grand bruit, cf. « Banni de Twitch, Samuel Étienne s'explique », *Le Soir*, 1<sup>er</sup> novembre 2021, [en ligne :] <https://www.lesoir.be/404001/article/2021-11-01/banni-de-twitch-samuel-etienne-sexplique>, consulté le 4 novembre 2021.

<sup>75</sup> CARLINO V., RUMIGNANI M., op. cit.

<sup>76</sup> CARASCO A., « Sur Twitch, Samuel Étienne invite à lire la presse », *La Croix*, 10 mars 2021, [en ligne :] <https://www.la-croix.com/Famille/Twitch-Samuel-Etienne-invite-lire-presse-2021-03-10-1201144836>, consulté le 19 novembre 2021.

<sup>77</sup> JAMBOT S., DECREUZE S., op. cit.

<sup>78</sup> Direct sur Twitch suivi le 9 décembre. Pour une source journalistique, voir MURAZ D., « Une journée pour s'éduquer à l'information et aux médias », *Courrier picard*, 4 décembre 2021, [en ligne :] <https://premium.courrier-picard.fr/id256966/article/2021-12-04/une-journee-pour-seduquer-linformation-et-aux-medias>, consulté le 20 décembre 2021.

d'un journaliste, les fake news, etc. Il y a également évoqué ce qui pour lui a été le temps fort de son activité sur Twitch : sa rencontre avec François Hollande le 9 mars 2021. Celle-ci avait rencontré un succès retentissant et avait été suivie par deux autres rencontres, dont un direct avec Jean Castex, à propos duquel Samuel Étienne avait essuyé de nombreuses critiques. Le premier ministre français n'aurait effectivement pas appliqué et assimilé les codes de la plateforme : « Une expérience qui illustre la difficulté de s'éloigner des codes de l'expression publique d'un chef de gouvernement. Mais François Hollande, en exercice, aurait-il fait mieux ? »<sup>79</sup>. Quoi qu'il en soit, inviter à nouveau des personnalités politiques n'est plus à l'ordre du jour<sup>80</sup>.

En conclusion, plusieurs éléments nous semblent importants à relever. Le premier, mis en lumière par Vincent Carlino, c'est que « l'arrivée remarquée de Samuel Étienne sur la plateforme [...] cristallise l'intérêt que la communauté de Twitch porte à l'actualité, mais aussi celui des journalistes vis-à-vis de la plateforme »<sup>81</sup>. Même si cet intérêt est ancien, « il a été renouvelé par l'arrivée de journalistes qui en ont adopté les codes »<sup>82</sup>. En effet, on recense de plus en plus de médias traditionnels sur Twitch : entre autres, TF1, Sciences & Avenir, Arte, Sciences Humaines, BFMTV<sup>83</sup> et, depuis fin janvier 2022, France Télévisions (avec, sans surprise, un programme co-animé par Samuel Étienne sur la campagne présidentielle française)<sup>84</sup>. Rappelant la centralité du tchat – donc l'inclusion des publics – dans le fonctionnement de Twitch, Carlino analyse ce phénomène comme « une démarche d'expérimentation » de la part des médias, qui cherchent à « définir ce qu'ils peuvent faire avec leurs publics et comment »<sup>85</sup>. Le deuxième élément à souligner consiste en un rapport particulier

<sup>79</sup> DEMAGNY X., « Twitch : invité sur la chaîne de Samuel Étienne, Jean Castex fait ... du Jean Castex », *France Inter*, 14 mars 2021, mis à jour le 15 mars 2021, [en ligne :] <https://www.franceinter.fr/societe/twitch-invite-sur-la-chaîne-de-samuel-etienne-jean-castex-fait-du-jean-castex>, consulté le 20 décembre 2021.

<sup>80</sup> Même si un sondage réalisé par le journaliste le 21/12/21 demandant si inviter Emmanuel Macron dans la matinale serait une bonne idée, donnait comme résultat plus de 60 % de voix favorables.

<sup>81</sup> CARLINO V., op. cit.

<sup>82</sup> *Ibid.*

<sup>83</sup> Avec une première qui a défrayé la chronique en raison de l'accueil hostile que la journaliste et l'émission ont reçu de la part des spectateurs, voir à ce propos CORBIN A., « BFMTV sur Twitch : carton rouge pour les internautes », *RTBF*, 5 mars 2021, [en ligne :] [https://www.rtf.be/info/societe/detail\\_bfmtv-sur-twitch-carton-rouge-pour-les-internautes?id=10712239](https://www.rtf.be/info/societe/detail_bfmtv-sur-twitch-carton-rouge-pour-les-internautes?id=10712239), consulté le 21 décembre 2021.

<sup>84</sup> Il s'agit d'une déclinaison sur Twitch de l'émission 20h22. Les internautes peuvent y poser leurs questions, par l'intermédiaire de deux journalistes, aux candidats à la présidentielle française.

<sup>85</sup> CARLINO V., op. cit.

au temps sur Twitch, qui est différent de celui qu'on peut trouver sur d'autres réseaux sociaux. Une des personnes que nous avons interrogées a attiré notre attention sur ce point : « Je trouve aussi que [...] avec Twitch y a un rapport au temps qui est particulier parce qu'on est à la fois dans "on prend le temps, on a le temps" [...], mais de l'autre côté il y a une immédiateté : il faut être là quand ça se passe, être là dans le tchat, regarder la redif' avant qu'elle soit supprimée ; il y a un rapport au temps qui est assez particulier je trouve »<sup>86</sup>. Sur le premier aspect, là où les réseaux sociaux sont souvent synonymes de rapidité et de simplification (*scroller*, *liker* le titre d'un article sans nécessairement aller plus loin, résumer sa pensée dans un tweet), les directs de Twitch durent parfois plusieurs heures et peuvent donc laisser place à des développements et des interactions comportant davantage de nuance, de complexité et d'analyse ; notons en revanche que ce mélange entre temporalité longue et volonté d'être « là » en direct est également susceptible de créer des formes d'addiction et donc d'avoir des conséquences néfastes sur la santé – au même titre que les réseaux sociaux et les écrans de manière générale – surtout pour les plus jeunes<sup>87</sup>. Le troisième point d'attention est que la médiatisation des « exercices de démocratie en direct » de l'émission de Samuel Étienne (nous le citons) a certainement participé à faire connaître Twitch d'un plus large public<sup>88</sup>. Elle a peut-être aussi contribué – bien sûr avec d'autres facteurs majeurs comme la pandémie qui nous a cloisonnés chez nous pendant de longs mois – à faire entrevoir plus largement l'intérêt que pourrait présenter la plateforme pour les milieux politiques et le débat démocratique.

<sup>86</sup> Entretien par visioconférence avec l'auteure, 22 décembre 2021.

<sup>87</sup> Sur le rôle néfaste des écrans chez les enfants, nous renvoyons à l'étude de Du-BOIS K., « Quand les écrans sabotent l'apprentissage et impactent le développement des enfants », Bruxelles : CPCP, analyse 410, 2020, [en ligne :] <http://www.cpcp.be/publications/ecrans-apprentissage-enfants>, consultée le 16 février 2022 ; sur les réseaux sociaux et les phénomènes d'addiction, voir par exemple HÉRARD P., « Les réseaux sociaux sont comparables à l'alcool : doit-on les interdire aux moins de 16 ans ? », TV5 Monde, (23 septembre 2021) 24 décembre 2021, [en ligne :] <https://information.tv5monde.com/info/les-reseaux-sociaux-sont-comparables-l-alcool-doit-les-interdire-aux-moins-de-16-ans-425595>, consulté le 16 février 2022.

<sup>88</sup> Voir note 6.

## V. Partis et personnalités politiques sur Twitch en Fédération Wallonie-Bruxelles

Comme pour le rapport entre médias et Twitch, le phénomène est ancien (pensons à Accropolis). Ce qui est plus récent, c'est l'intérêt que commencent à porter des hommes et des femmes politiques à Twitch. En 2021, on a effectivement assisté à l'arrivée sur la plateforme d'un certain nombre de personnalités politiques, soit via la création d'une chaîne de parti, soit par des initiatives plus ponctuelles ou des invitations chez un twitcher.

Le PS a créé sa chaîne, où Paul Magnette tient le « Magnétoscope », revue de presse prévue à l'agenda toutes les deux semaines<sup>89</sup>. Au Mouvement Réformateur, on a aussi un compte, mais apparemment inactif, en tout cas pendant la durée de notre recherche (octobre 2021-janvier 2022). Début 2021, Elio Di Rupo (PS) et Georges-Louis Bouchez (MR) ont été les invités du streamer Mateusz Kukulka (Mateusz\_\_9)<sup>90</sup>. Chez Ecolo, la plateforme a été utilisée par une députée bruxelloise, Margaux de Ré, qui y a organisé début 2021 un débat sur la cyberviolence<sup>91</sup>. L'utilisation de Twitch dans ce cadre était directement justifiée par la thématique traitée, et l'objectif était de recueillir les expériences, avis et retours directs d'une communauté habituée aux réseaux sociaux et susceptibles de bien maîtriser ce sujet. Au Cdh, le mouvement de réforme *Il fera beau demain* et le futur mouvement politique envisagent de « laisser la place aux jeunes pour parler aux jeunes »<sup>92</sup> sur les nouveaux réseaux sociaux comme Twitch ou TikTok. C'est un jeune homme de 21 ans, Ismaël, qui devrait être le visage d'*Il fera beau demain* et du futur mouvement sur ces réseaux<sup>93</sup>.

<sup>89</sup> Ces derniers mois, le rythme semble s'être ralenti : sauf erreur de notre part, sur la durée de notre recherche (octobre 2021-janvier 2022), nous avons compté une diffusion en novembre et une diffusion avant la fin d'année, le 23/12.

<sup>90</sup> Ce dernier propose sur Twitch des émissions de décryptage de l'actualité (« La Permanence ») et des quiz d'actualité hebdomadaires.

<sup>91</sup> DE RÉ M., « Écolo mise sur la co-construction et le débat en ligne dans la lutte contre les cyberviolences », Écolo, 15 janvier 2021, [en ligne :] <https://ecolo.be/actualites/prb-ecolo-mise-sur-la-co-construction-et-le-debat-en-ligne-dans-la-lutte-contre-les-cyberviolences>, consulté le 4 janvier 2022.

<sup>92</sup> « Faire de la politique autrement : la course aux réseaux », *Il fera beau demain*, 3 décembre 2021, [en ligne :] <https://www.ilferabeaudemain.team/blog/faire-de-la-politique-autrement-la-course-aux-reseaux>, consulté le 4 janvier 2022.

<sup>93</sup> *Ibid.*

Si l'engouement pour Twitch au début de l'année 2021 a pu donner l'impression d'un réel phénomène, « la pratique de Twitch par les politiques » reste en réalité « encore assez marginale », indique Nicolas Baygert, professeur en communication politique à l'Ihecs et à Sciences Po Paris interviewé par *Le Soir* en mai 2021<sup>94</sup>. De manière similaire à ce qu'on peut observer pour les médias, on se situe dans une phase d'expérimentation : « Aujourd'hui, ils défrichent le terrain comme quelqu'un qui découvrirait un nouveau continent pour planter un drapeau [...]. Ils vont y chercher de potentiels sympathisants, voire de nouveaux électeurs. Et avoir une audience qu'ils ne retrouvent pas ailleurs. Le public des gamers est intéressant à deux niveaux : son âge mais aussi son audience. Ils sont suivis par de nombreuses personnes »<sup>95</sup>.

Il faudra revenir sur ces initiatives dans quelques mois afin d'évaluer, d'une part, si elles se sont installées dans la durée et, d'autre part, quels effets elles engendrent pour les partis concernés<sup>96</sup>.

Quoi qu'il en soit, soulignons que pour que ces initiatives fonctionnent, il est important que les codes soient assimilés. On a vu que diffuser du contenu en direct sur Twitch demande de nombreuses compétences : cela doit se préparer et être confié à une personne qui réussira à rendre ces rencontres réellement interactives. Il ne s'agit effectivement pas de tenir une conférence en ligne, mais bien d'interagir, autant que possible, avec un auditoire. Si les codes sont bien assimilés, ces exercices de démocratie en direct pourraient avoir plusieurs impacts positifs : pour le citoyen, celui d'adresser ses remarques et questions directement à une personnalité politique ; pour les politiques et partis, celui d'être en contact – même si virtuel – avec une population jeune et de l'inclure dans le débat ; de manière plus globale, gageons que cela pourrait participer à la reconstruction d'une certaine confiance, parfois perdue, dans le système démocratique et ses valeurs<sup>97</sup>. Par ailleurs, il peut également

<sup>94</sup> VANDE VELDE S., « Quand les politiques débarquent sur Twitch », *Le Soir*, 16 mai 2021, [en ligne :] <https://www.lesoir.be/372373/article/2021-05-16/quand-les-politiques-debarquent-sur-twitch>, consulté le 23 décembre 2021.

<sup>95</sup> *Ibid.*

<sup>96</sup> Cela pourrait faire l'objet d'une future analyse pour laquelle seraient organisés des entretiens avec ces personnalités politiques et avec certains membres de leurs audiences sur Twitch.

<sup>97</sup> Sur la perte de confiance dans la démocratie, voir TOURIEL A., GADISSEUX T., « Sondage RTBF : un quart des Belges veulent la fin de notre démocratie parlementaire » RTBF, 4 octobre 2021, [en ligne :] [https://www.rtbef.be/info/belgique/detail\\_sondage-rtbf-un-quart-des-belges-veulent-la-fin-de-notre-democratie-parlementaire?id=10852475](https://www.rtbef.be/info/belgique/detail_sondage-rtbf-un-quart-des-belges-veulent-la-fin-de-notre-democratie-parlementaire?id=10852475), consulté le 11 janvier 2022.

être important – voire vital – pour les partis politiques traditionnels de se développer davantage sur le terrain des réseaux sociaux, par ailleurs largement occupé par les populistes et les fake news<sup>98</sup>.

## VI. Depuis 2014, derrière Twitch, le géant Amazon

La démarche des politiques n'est toutefois pas sans paradoxe. Dans un article consacré aux personnalités belges sur Twitch, un journaliste luxembourgeois écrit : « Sans surprise, c'est le covid qui a imposé aux hommes et aux femmes politiques de se tourner davantage vers les réseaux sociaux. [...] non sans paradoxe, si l'on sait que Twitch – qui appartient à Amazon depuis 2014 – sert les intérêts d'un business qui va à l'encontre des valeurs et des intérêts du militant socialiste lambda »<sup>99</sup>. Cette observation a donné l'impulsion à la dernière partie de cette analyse. Nous y parcourons d'abord rapidement les raisons pour lesquelles le business d'Amazon est non seulement contraire aux valeurs « du militant socialiste lambda », mais peut être considéré comme destructeur pour nos sociétés d'un point de vue social et environnemental.

Mais avant cela, rappelons les domaines dans lesquels est active l'entreprise Amazon. Car si elle est connue surtout pour son activité d'e-commerce (qui se décline en deux sous-activités : la vente « simple » et la place de marché)<sup>100</sup>, Amazon prend une place grandissante dans une multitude de secteurs dont

<sup>98</sup> COURTEILLE P., *Fakeland. Un nouvel et obscur continent*, Bruxelles : CPCP, étude 31, 2020, [en ligne :] <http://www.cpcp.be/publications/fakeland>, p. 5, p. 10 et p. 29, consulté le 19 novembre 2021. Voir également, à titre d'exemple parmi les nombreux articles de presse consacrés à ce sujet, « La responsabilité des réseaux sociaux dans la montée mondiale du populisme », *France Culture*, 11 décembre 2018, [en ligne :] <https://www.franceculture.fr/emissions/le-tour-du-monde-des-idees/le-tour-du-monde-des-idees-du-mardi-11-decembre-2018>, consulté le 14 janvier 2022.

<sup>99</sup> HELLEFF M., « Les politiques belges fans de Twitch », *Luxemburger Wort*, 21 mai 2021, [en ligne :] <https://www.wort.lu/fr/international/les-politiques-belges-fans-de-twitch-60a7520cde135b92360b9b4e>, consulté le 23 décembre 2021.

<sup>100</sup> La vente « simple » est l'activité historique d'Amazon : Amazon vend des produits qu'elle a achetés à des marques ; la place de marché signifie qu'Amazon sert d'intermédiaire entre des consommateurs et des vendeurs aux quatre coins de la planète, sur le modèle de ce que propose Alibaba, géant chinois de l'e-commerce.

on n'a parfois pas idée. En voici un bref aperçu, non exhaustif mais déjà impressionnant<sup>101</sup> :

- livre et édition (entre autres : Kindle, Audible, AbeBooks, Goodreads, Amazon Publishing) ;
- multimédia (entre autres : IMDb, Prime Vidéo, Amazon Studios, Twitch, Amazon Digital Game Store et, plus récemment, les studios MGM) ;
- transport et livraison (transport routier mais aussi aérien avec Amazon Air) ;
- sécurité et domotique (entre autres, l'assistant vocal Alexa, très préoccupant en termes de protection de la vie privée<sup>102</sup>) ;
- santé (entre autres : Amazon Pharmacy) ;
- alimentaire (Whole Foods Market, Amazon Fresh, Amazon Go, etc.) ;
- et, last but not least, le cloud computing via AWS (Amazon Web Service). Le cloud, « nuage », est « la vraie cash machine » d'Amazon<sup>103</sup>. Il s'agit d'un service de stockage et d'analyse de données à destination des entreprises et des particuliers. Font entre autres appel à AWS : Netflix (pourtant concurrent d'Amazon pour le streaming, mais qui ne pourrait assurer ses services sans la puissance du cloud d'Amazon), Disney+, mais aussi la NASA ou encore le ministère de la Justice britannique.

Enfin, cette énumération ne prend pas en compte les investissements personnels de Jeff Bezos, parmi lesquels on peut citer le rachat du Washington Post en 2013 ou encore le financement de *Blue Origin*, une entreprise dédiée au développement de la recherche pour le tourisme spatial<sup>104</sup>. On perçoit dans

<sup>101</sup> Pour cette liste, cf. Le poster du 1, op. cit.

<sup>102</sup> Pour un article récent, voir : « Des salariés d'Amazon écoutent vos conversations avec l'assistant Alexa », *Le Point*, 11 avril 2019, [en ligne :] [https://www.lepoint.fr/high-tech-internet/des-salaries-d-amazon-ecoutent-vos-conversations-avec-l-assistant-alexa-11-04-2019-2307139\\_47.php](https://www.lepoint.fr/high-tech-internet/des-salaries-d-amazon-ecoutent-vos-conversations-avec-l-assistant-alexa-11-04-2019-2307139_47.php), consulté le 7 janvier 2022 ; pour une lecture plus approfondie, cf. le chapitre consacré à Alexa dans l'ouvrage de BERTHELOT B., *Le monde selon Amazon*, Paris : Éditions J'ai lu, (2019) 2021.

<sup>103</sup> BERTHELOT B., op. cit., p. 95.

<sup>104</sup> Le poster du 1, op. cit.

cette liste l'importance que revêtent le secteur des médias et celui du numérique dans le développement d'Amazon. Le secteur stratégique des jeux vidéo<sup>105</sup> ne manque pas à l'appel, via le réseau social Twitch.

L'énumération précédente est éclairante sur la puissance grandissante du mastodonte, qui ne semble pas connaître de limites, et ce, au détriment de la concurrence, du commerce physique<sup>106</sup>, de l'environnement, de ses propres employés ainsi que des États. En effet, il est de notoriété publique à l'heure où nous écrivons ces lignes que les conditions de travail dans les entrepôts d'Amazon sont plus que délétères<sup>107</sup>, qu'Amazon a pendant longtemps détruit des quantités astronomiques de produits stockés dans ses entrepôts par des vendeurs tiers<sup>108</sup> et que l'entreprise est à la pointe des processus les plus

<sup>105</sup> Le jeu vidéo semble en effet occuper une place grandissante dans les stratégies de développement des GAFAM de manière générale. Pour ne citer qu'un exemple récent et éclairant : le rachat par Microsoft de l'éditeur de jeux *Activision Blizzard* pour la somme de 69 milliards de dollars constitue « la plus grosse transaction de l'histoire de Microsoft et de l'industrie du jeu vidéo » (MUNSTER J.F., « Pourquoi Microsoft rachète Activision Blizzard », *Le Soir*, 19 janvier 2022, p. 5). Andy Jassy, le directeur général d'Amazon depuis 2021, estime même qu'il « pourrait devenir à terme la catégorie la plus importante de l'industrie du divertissement » (*Ibid.*).

<sup>106</sup> Qu'Amazon commence à concurrencer également en ouvrant elle-même des commerces physiques, comme le souligne Philippe Moati : « l'offensive sur le commerce physique a commencé. Elle est encore timide [...], mais il ne fait aucun doute qu'elle est appelée à s'intensifier » (MOATI P., *La plateformesation de la consommation. Peut-on encore contre l'ascension d'Amazon*, Paris : Gallimard, 2021, p. 134).

<sup>107</sup> Nous renvoyons sur ce sujet à BERTHELOT B., *op. cit.*, chapitre 4 : « Entrepôts : "placer la barre toujours plus haut" ».

<sup>108</sup> Une nouvelle politique en la matière a été annoncée en 2021, cf. DOMENECH C., « Destruction des produits invendus : Amazon annonce un changement de politique », *Capital*, 5 août 2021, [en ligne :] <https://www.capital.fr/entreprises-marches/destruction-des-produits-invendus-amazon-annonce-un-changement-de-politique-1411444>, consulté le 11 janvier 2022.

pointus de ce qu'on appelle, d'un euphémisme coupable, l'« optimisation fiscale »<sup>109</sup>. Quant aux mécanismes visant à dépasser la concurrence, ils sont légion, et souvent bien peu éthiques<sup>110</sup>.

Un tableau inquiétant, qui n'empêche pourtant pas Amazon de croître. C'est d'ailleurs, parmi les GAFAM, la firme qui « semble la mieux placée pour sortir grandie de la pandémie, qui va lui permettre d'asseoir encore davantage son hégémonie »<sup>111</sup>. Dans un ouvrage récent sur la « plateformes » de la consommation, l'économiste Philippe Moati évoque la construction, par les leaders de l'économie de plateformes, de véritables écosystèmes via l'ensemble d'activités impressionnant qu'ils cumulent : « cette étendue de leur portefeuille d'activités leur permet de valoriser et de renforcer leurs compétences numériques et d'exploiter des économies d'échelles au plan des infrastructures physiques rendant de plus en plus difficile la contestation de leur position par des concurrents. Elle génère une multitude de flux de données se rapportant à différents aspects de la vie de chacun. Réunis sur un même identifiant, les clients deviennent pour ainsi dire transparents »<sup>112</sup>.

<sup>109</sup> Pour plus d'explications sur ces pratiques, nous renvoyons à BERTHELOT, op. cit., chapitre 5 : « Fiscalité : le péché capital » et, pour un point récent sur la situation, à cet article de *Capital* relayant une enquête du *Guardian* : MARTINAGE X., « 44 milliards d'euros de ventes, 0 impôt sur les sociétés : Amazon roi de l'optimisation fiscale en Europe », *Capital*, 4 mai 2021, [en ligne :] <https://www.capital.fr/entreprises-marches/44-milliards-deuros-de-ventes-0-impot-sur-les-societes-amazon-roi-de-loptimisation-fiscale-en-europe-1402119>, consulté le 11 janvier 2022. Notons que les pratiques d'Amazon en termes de fiscalité sont de plus en plus critiquées, notamment par des internautes, comme le relate cette anecdote récente sur les réseaux sociaux : VASSEUR V., « "Promis, on paiera nos impôts en France" : Amazon piégée par son propre jeu sur Instagram », *France Inter*, 3 janvier 2022, [en ligne :] <https://www.franceinter.fr/economie/promis-on-paiera-nos-impots-en-france-amazon-piegee-par-son-propre-jeu-sur-instagram>, consulté le 10 janvier 2022.

<sup>110</sup> Voir TOLEDANO J., *Gafa. Reprenons le pouvoir !*, Paris : Odile Jacob, 2020, « Des pratiques anticoncurrentielles ? », pp. 75- 79 et BERTHELOT, op. cit., chapitre 8 : « Sur la place de marché, tous les coups sont permis », pp. 137-150. Sur la régulation souhaitée par l'Union européenne concernant les pratiques anticoncurrentielles des géants du Web, voir *infra*. Sur les effets du « modèle Amazon » sur nos sociétés de manière plus large, nous conseillons la lecture de l'ouvrage de MACGILLIS A., *Le Système Amazon. Une histoire de notre futur*, Paris : Seuil, 2021.

<sup>111</sup> *Ibid.*, p. 21.

<sup>112</sup> MOATI P., op. cit., p. 136.

Cela nous amène à la question fondamentale – et plus que jamais actuelle – des données personnelles. Comme on le sait, les GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon) ou GAFAM (si on y ajoute Microsoft) possèdent d'innombrables données sur leurs utilisateurs. Données précieuses car monnayables : revendues à des annonceurs, elles permettent à ces derniers de proposer des publicités de plus en plus ciblées<sup>113</sup>. Le journaliste Benoît Berthelot souligne que le business de la publicité croît toujours plus chez Amazon : « Par rapport à Google et à Facebook, les deux leaders du secteur, l'e-commerçant dispose de sérieux atouts. Il connaît les achats réels de ses clients, et leurs désirs. Un jeune employé à la régie publicitaire de Seattle me le confirme : "Facebook ou Google ciblent les centres d'intérêt, mais nous on sait détecter les intentions d'achat. Et donc dessiner des profils [...]". Une employée d'une grande agence de publicité parisienne va plus loin : "Si nous travaillons pour les rasoirs Philips, grâce à Amazon, nous pouvons afficher notre pub uniquement pour les hommes qui ont déjà acheté un rasoir Braun !" »<sup>114</sup>.

À la lumière de ces éléments, revenons à Twitch. Le processus d'utilisation des données personnelles – à des fins d'amélioration des services mais aussi à des fins de monétisation – est le même sur cette plateforme que sur d'autres réseaux sociaux<sup>115</sup>. Mais quelle est la part d'informations qui passe de Twitch à Amazon, et vice versa ? Sur la page des conditions générales d'utilisation de Twitch, on lit : « Twitch peut mettre des informations à la disposition de nos sociétés affiliées (c'est-à-dire des entités contrôlées par, contrôlant ou sous contrôle commun avec Twitch), y compris Amazon.com, Inc. et ses filiales [...] »<sup>116</sup>. C'est à la fois clair et nébuleux. Nébuleux, car il est difficile de savoir de quelles données il est question au juste<sup>117</sup>, et vu le nombre d'utilisateurs et la diversité des sujets abordés sur Twitch (parmi lesquels, rappelons-le, un grand nombre de discussions politiques), il est légitime de s'interroger sur

<sup>113</sup> Pour une explication simple du processus, nous renvoyons à LUMINEAU L., « Données personnelles : ce que les GAFAM savent sur vous », *Capital*, 20 janvier 2021, [en ligne :] <https://www.capital.fr/entreprises-marches/donnees-personnelles-ce-que-les-gafam-savent-sur-vous-1391415>, consulté le 6 janvier 2022.

<sup>114</sup> BERTHELOT B., op. cit., pp. 132-133.

<sup>115</sup> Voir les éléments consacrés à la publicité dans la deuxième partie de cette analyse.

<sup>116</sup> <https://www.twitch.tv/p/fr-fr/legal/privacy-notice/#when-twitch-discloses-personal-information>, page consultée le 6 janvier 2022.

<sup>117</sup> Comme pour Amazon, YouTube, Facebook ou encore Spotify, les règles de confidentialité de Twitch sont classées en « confidentialité de classe E » par le site collaboratif *Terms of Service Didn't Read* (<https://tosdr.org>, consulté le 28 janvier 2022).

le stockage, la sécurisation et la possible utilisation de données à des fins qui ne seraient pas transparentes, voire pas encore déterminées<sup>118</sup> ; clair, car Twitch, au même titre que d'autres filiales d'Amazon, fait pleinement partie du gigantesque écosystème créé par Jeff Bezos et, partant, nourrit sa puissance.

## VII. Quelles solutions ?

Si de nombreux streameurs, qui refusent de participer financièrement à l'enrichissement d'Amazon – ou qui refusent simplement de partager leurs gains avec la plateforme – mettent au point des systèmes de paiement alternatifs (Utip<sup>119</sup>, dons), la problématique du business des données, elle, est difficilement contournable. En tant qu'utilisateur et utilisatrice, comment dépasser le paradoxe de la conscience d'alimenter un système qui va à l'encontre de certaines de nos valeurs, mais de l'impossibilité d'en sortir parce qu'on y a construit une activité qui nous nourrit, nous intéresse, nous permet d'interagir avec une communauté sur un sujet donné ?

À l'échelle globale, la seule solution réaliste est la régulation. L'économiste Joëlle Toledano, dans son ouvrage *Gafa. Reprenons le pouvoir*, alerte : « Nos institutions et notre droit doivent impérativement être adaptés au XXI<sup>e</sup> siècle, faute de quoi ces nouveaux empires, les GAFAs deviendront les grands organisateurs de notre société. [...] Ils doivent être régulés globalement. C'est pourquoi il ne faut pas séparer la régulation des contenus, la régulation des données et celle de la publicité ciblée, comme si les contenus n'avaient pas pour objectif de maximiser la publicité en s'appuyant sur les données »<sup>120</sup>. Cette régulation semble désormais mise en route au niveau européen, via la législation sur les marchés numériques (DMA, « Digital Markets Act ») et la législation sur les services numériques (DSA, « Digital Services Act »), qui repré-

<sup>118</sup> Comme le souligne le journaliste Guillaume Pitron dans son ouvrage *L'enfer numérique* : « Puisque les données sont la nouvelle pierre philosophale qui peut transmuter une affaire déficitaire en machine à sous, les entreprises stockent tout et n'importe quoi. Les data non immédiatement utiles pourront l'être, demain, pour un objectif encore indéterminé » (PITRON G., *L'enfer numérique. Voyage au bout d'un like*, Paris : Éditions Les Liens qui Libèrent, 2021, p. 128).

<sup>119</sup> Plateforme française de financement participatif en ligne.

<sup>120</sup> TOLEDANO J., op. cit., p. 153.

sentent « les deux faces d'une même pièce », selon le commissaire au marché intérieur Thierry Breton<sup>121</sup>. Celles-ci visent non seulement les pratiques anti-concurrentielles mais aussi l'utilisation des données à des fins de profilage<sup>122</sup>.

Avant que cela ne soit mis en pratique à grande échelle, que pouvons-nous déjà mettre en place, au niveau individuel, pour protéger autant que possible nos données ?

La solution radicale ? Quitter les réseaux, ou en faire un usage plus parcimonieux : « Demain, j'arrête les GAFAM », titre ainsi un article d'Alternatives économiques<sup>123</sup>. Cela pourrait passer par l'utilisation de réseaux alternatifs en logiciel libre (par exemple Friendica ou Diaspora en alternative à Facebook), ou se penser comme un ralentissement global des usages<sup>124</sup>. C'est peut-être la solution utopiste – ou celle qui s'imposera à nous en dernier recours<sup>125</sup>. Si on opte dans un premier temps pour le pragmatisme, quels sont les gestes qui peuvent nous aider, au quotidien, à reprendre le contrôle de nos données pour être moins à la merci des Amazon et autres GAFAM dans nos usages d'Internet ? Nous allons esquisser ici quelques pistes pour le cas spécifique de Twitch.

Le premier geste à intégrer est sans doute de prendre connaissance des conditions de traitement des informations personnelles. Comme on le sait, celles-ci sont souvent longues, complexes et décourageantes à lire jusqu'au bout. Mais en persévérant, on peut y trouver de précieuses informations sur la façon dont les données sont traitées et sur les marges de manœuvre possibles, en particulier pour les résidents de l'Espace économique européen (EEE),

<sup>121</sup> « L'Union européenne souhaite mettre fin à la toute-puissance des géants du numérique », *Le Vif*, 15 décembre 2021, [en ligne :] <https://www.levif.be/actualite/international/l-union-europeenne-souhaite-mettre-fin-a-la-toute-puissance-des-geants-du-numerique/article-normal-1503863.html>, consulté le 11 janvier 2022.

<sup>122</sup> *Ibid.* Voir également l'article de LALOUX P., « L'Europe veut remettre les pendules à l'heure avec les GAFAM », *Le Soir*, 19 janvier 2022, pp. 4-5.

<sup>123</sup> MOUZON C., « Demain, j'arrête les GAFAM ! », *Alternatives économiques*, 2018/12, n° 385, p. 72.

<sup>124</sup> Sur ce qui est appelé la « sobriété numérique », voir le rapport « Pour une sobriété numérique » du think tank *The Shift Project* : <https://theshiftproject.org/article/pour-une-sobriete-numerique-rapport-shift>, consulté le 11 janvier 2022.

<sup>125</sup> La croissance du numérique pourrait effectivement être « entravée [...] par ses colossaux besoins en un fluide indispensable à nos vies connectées : l'électricité » (PITRON G., *op. cit.* p. 140).

protégés par le RGPD (= Règlement global de protection des données<sup>126</sup>). Sur Twitch, au point IV de la « Notice sur la Protection de vos informations personnelles » (« Droits des personnes concernées et vos choix »), on trouve un élément de réponse. Les résidents de l'EEE (ainsi que ceux du Brésil) « peuvent exercer certains droits dont ils disposent en vertu des lois applicables en matière de protection des données. [...] ». On y lit, entre autres, qu'il est possible d'« empêcher le traitement de vos informations personnelles à des fins de prospection (y compris tout traitement de prospection fondée sur le profilage) »<sup>127</sup>. Mais la procédure pour y arriver est tout sauf intuitive : à la page à laquelle on renvoie sur ce sujet (« Vos choix en matière de confidentialité »)<sup>128</sup>, on trouve un tableau contenant cinq possibilités auxquelles correspondent des liens vers des formulaires de réclamation. Parmi ces cinq options<sup>129</sup>, impossible de retrouver le « traitement des informations personnelles à des fins de prospection » précédemment cité. Par conséquent, il faut probablement choisir l'option ou les options qui paraissent les plus proches, à savoir :

- 1) « Limiter la façon dont nous traitons et divulguons des informations personnelles spécifiques vous concernant » ;
- 2) « S'opposer au traitement de vos données personnelles ».

Les formulaires à remplir sont clairs et courts, mais y parvenir est loin d'être aisé. Qui effectuera cette démarche ? Par ailleurs, qu'en sera-t-il de la réponse et de son délai ?

<sup>126</sup> « Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données) », cf. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679>, consulté le 22 février 2022.

<sup>127</sup> Twitch, « Notice sur la protection de vos informations personnelles » : <https://www.twitch.tv/p/fr-fr/legal/privacy-notice/#data-subject-rights-and-your-choices>, page consultée le 7 janvier 2022.

<sup>128</sup> Twitch, « Vos choix en matière de confidentialité » : <https://www.twitch.tv/p/fr-fr/legal/privacy-choices>, page consultée le 7 janvier 2022.

<sup>129</sup> « Mettre à jour des informations qui sont obsolètes ou inexactes ; Limiter la façon dont nous traitons et divulguons des informations personnelles spécifiques vous concernant ; Le transfert de vos informations personnelles à un fournisseur de services tiers ; S'opposer au traitement de vos données personnelles ; Modifier vos préférences de consentement des cookies » (*Ibid.*).

Une astuce plus réaliste serait d'encourager, chez les utilisateurs et utilisatrices de réseaux sociaux, l'habitude de visiter la page des paramètres de confidentialité de leur profil et de rendre ce dernier le plus sûr possible (ce qu'on fait plus rarement quand on surfe sur un smartphone). Le même réflexe pourrait s'appliquer pour la page concernant la politique en matière de cookies<sup>130</sup>, où il est possible de presque tous les désactiver. De manière générale, le plus judicieux reste sans doute de laisser le moins de traces possibles de son passage, mais quel sens cela peut-il avoir sur un réseau social basé sur l'interaction de toute une communauté avec un créateur de contenu ?

Pour que de telles démarches s'installent comme des habitudes dans nos pratiques d'Internet, l'éducation aux médias, à tous les âges et dans toutes les franges de la population, se révèle de plus en plus nécessaire. Le travail des enseignants et des associations actives dans ce domaine nous semble essentiel afin de sensibiliser les utilisateurs aux enjeux posés par les données en ligne, et d'ouvrir la porte vers des alternatives ainsi que des réflexes face aux stratégies numériques des géants du Web<sup>131</sup>.

## Conclusion

Initialement plateforme de joueurs vidéo, Twitch est devenu avec le temps un réseau social de grande ampleur, brassant des millions de spectateurs et des dizaines de contenus proposés par des streameurs et streameuses amateurs ou professionnels. Depuis les confinements dus à la crise sanitaire, les chiffres de la plateforme ont doublé et impressionnent, ne laissant pas penser à un phénomène qui ne serait que passager. Comme on a pu le voir dans la première partie de l'analyse, les motivations à fréquenter la plateforme sont nombreuses : T.L. Taylor, dans son ouvrage sur Twitch comme plateforme des gamers, en avait identifié six, auxquelles nous en avons ajouté trois

<sup>130</sup> Les deux pages sont accessibles via le profil personnel > paramètres > sécurité et confidentialité : <https://www.twitch.tv/settings/security>, page consultée le 12 janvier 2022.

<sup>131</sup> Nous nous permettons de conseiller à ce sujet la lecture d'un récent ouvrage : GUEDEJ M., JACQUES A.-S., *Décllic. Comment profiter du numérique sans tomber dans le piège des géants du Web*, Paris : Les Arènes, 2020, qui propose des fiches pratiques très intéressantes au sein d'un « Petit manuel d'autodéfense numérique » en annexe.

autres, suite à cinq entretiens réalisés avec des habitués de Twitch. Une étude quantitative, ou qualitative de plus grande ampleur, mériterait d'être réalisée afin de préciser et d'étoffer ces résultats. Un aspect en particulier pourrait être investigué davantage, à savoir la manière dont Twitch remplit des fonctions qui, ensemble, étaient auparavant plutôt associées à la télévision : divertissement, apprentissage/recherche de l'information et « atmosphère » occupent ainsi le podium des motivations identifiées. Des cinq personnes interviewées, notons qu'aucune ne regarde la TV ; toutes sont par contre actives sur un ou plusieurs réseaux sociaux et plateformes comme Facebook, Instagram ou YouTube. Pour différentes raisons (la diversité de l'offre, la nature des programmes, la proximité avec le public, mais aussi les algorithmes qui ciblent les contenus en fonction des profils, etc.), les programmes proposés par la plateforme répondent sans doute mieux que la télévision aux attentes des spectateurs. La participation via le tchat apporte aussi un plus à Twitch sur le marché actuel des médias.

Tout cela dit beaucoup, nous semble-t-il, des enjeux qui attendent le monde médiatique dans les prochaines années. Le ciblage des contenus est déjà à l'ordre du jour pour certains médias dits traditionnels<sup>132</sup>. Le succès grandissant de Twitch, quant à lui, est en train de faire bouger les lignes des médias, qui expérimentent la plateforme de différentes manières, comme on l'a vu. L'activité de Samuel Étienne sur Twitch a occupé une importante partie de cette analyse pour différentes raisons : d'abord, parce qu'elle nous semble emblématique de ce processus d'expérimentation des médias ; ensuite, car elle « cristallise », selon les mots de Vincent Carlino, « l'intérêt que la communauté de Twitch porte à l'actualité »<sup>133</sup> ; et enfin, elle dresse, comme on l'a vu, une passerelle solide entre deux univers, et c'est précieux. Un élément nous a effectivement frappé en réalisant cette recherche – il s'agit d'une observation empirique et nullement scientifique : en interrogeant plusieurs personnes de manière informelle dans la génération 14-30 ans, tous nos interlocuteurs connaissaient Twitch ; en posant la même question aux générations suivantes (30 ans et plus), presque personne n'avait entendu parler de la plateforme, ou alors de manière indirecte dans les médias. Le travail de Samuel Étienne per-

<sup>132</sup> TF1 va maintenant proposer des journaux télévisés personnalisés sur la base de la localisation ainsi que d'une liste de préférences que les téléspectateurs rempliront en amont, voir ROUSSEL V., « "TF1 Info" : une nouvelle approche digitale pour créer son propre JT », *La Libre*, 31 janvier 2022, [en ligne :] <https://www.lalibre.be/culture/medias-tele/2022/01/31/tf1-info-une-nouvelle-approche-digitale-pour-creer-son-propre-jt-QFLDAMF7XNEWREYYW34U7GOFMA>, consulté le 15 février 2022.

<sup>133</sup> CARLINO V., op. cit.

met donc non seulement de mieux faire connaître la presse écrite à une partie de son public, mais également de faire connaître Twitch, qui est un univers en soi, à une frange du public à qui cette plateforme pourrait sembler lointaine et incompréhensible. Par ailleurs, à l'heure où le travail journalistique est mis à mal par la prolifération des fake news, qui représentent un réel danger pour la démocratie<sup>134</sup>, et dans une période où le climat de méfiance grandit envers les journalistes<sup>135</sup>, gageons que de telles initiatives pourront participer à une forme de réconciliation du public avec le métier de journaliste et les médias.

Dans le sillage de ces expérimentations médiatiques se situe l'utilisation de Twitch par des hommes et des femmes politiques. Si ces exercices en sont encore à leurs débuts et qu'il est difficile d'en cerner les effets à ce stade, il est certain par contre qu'on se situe à un moment pivot pour la communication politique. Ces nouvelles interactions sont-elles vouées à disparaître avec le « retour à la vie normale » qu'on nous annonce après la fin de la pandémie ? Ou sont-elles appelées au contraire à se développer dans un monde où le numérique prend une place grandissante ? Un renouveau démocratique est-il possible via l'inclusion d'un public jeune aux débats sociétaux, en passant entre autres par les moyens de communication propres à cette génération ? Comme on a pu le voir, la réponse à cette question est loin d'être simple et univoque. Certes, la participation – même si virtuelle et écrite – rendue possible par Twitch pourrait permettre de restaurer une certaine confiance dans notre système, dont on a vu qu'elle était pour le moins ébréchée. Le terrain des réseaux sociaux et d'internet ayant par ailleurs été longtemps occupé par les extrémistes et les populistes, il semble légitime que les partis traditionnels tentent de rattraper un retard qui peut leur être reproché. Néanmoins, comme on a pu le souligner, la démarche n'est pas sans paradoxe, quand on sait que Twitch appartient au groupe Amazon, dont les pratiques et le modèle centripète peuvent être considérés comme une menace pour nos démocraties<sup>136</sup>. Sans compter la question des données personnelles, réel or noir du XXI<sup>e</sup> siècle. On a vu en effet que les écosystèmes construits par les plateformes de consommation telles qu'Amazon referment sur leurs utilisations

<sup>134</sup> COURTEILLE P., *op. cit.*

<sup>135</sup> Sur ce sujet, voir entre autres : « La méfiance dans les médias monte : seul un tiers des Wallons a confiance, contre la moitié des Flamands », RTBF avec Belga, 25 juin 2020, [en ligne :] <https://www.rtb.be/article/la-mefiance-dans-les-medias-monte-seul-un-tiers-des-wallons-a-confiance-contre-la-moitie-des-flamands-10530110?id=10530110>, consulté le 15 février 2022.

<sup>136</sup> Sur cette menace, nous renvoyons à l'ouvrage de A. MACGILLIS, *op. cit.*

teurs une sorte d'inquiétant « collier digital »<sup>137</sup>. Ce dernier est préoccupant à tous points de vue, que ces données servent « simplement » à nourrir l'(éco) système ou soient stockées, et un jour possiblement utilisées à d'autres fins. Sous quelle forme ? Dans quel but ? Même si ce ne sont là que des conjectures, il importe de garder ces questions à l'esprit.

Face à l'empire des GAFAM, des solutions à l'échelle européenne sont en train de se dessiner sur le plan juridique : la régulation est en marche et les citoyennes et citoyens sont en droit d'en attendre des réponses concrètes et solides. Néanmoins, le chemin est encore long, et les pressions et embûches s'annoncent redoutables<sup>138</sup>. À l'échelle individuelle, que pouvons-nous mettre en place pour protéger nos données ? Plusieurs pistes sont données dans cette étude, qui concernent Twitch mais sont applicables dans notre utilisation d'Internet de manière plus large. La conscience du fait d'alimenter un système où rien n'est transparent et où tout est tracé est déjà un premier pas vers une utilisation différente d'Internet et en particulier des médias sociaux. L'éducation aux médias et à l'esprit critique, à tous les âges et dans toutes les franges de la population, nous semble en ce sens fondamentale.

Enfin, ce n'était pas l'objet de cette analyse, mais il importe de rappeler l'état d'urgence climatique mondial et le fait que le numérique, même s'il semble dématérialisé, est tout sauf neutre, tant au niveau des ressources que des infrastructures, notamment pour le stockage de données et le streaming, donc le cloud<sup>139</sup>. À l'heure où est envisagée une nouvelle course en avant avec le déploiement de la 5G (qui, outre les questions sanitaires et environnementales qu'elle soulève, pose la question de la cyber-sécurité)<sup>140</sup>, sans parler du Metavers, une prochaine publication pourrait avoir pour vocation de fournir

<sup>137</sup> L'expression, citée par MOATI P., op. cit., p. 136, est de Christophe Benavent (BENAVENT C., *Plateformes. Sites collaboratifs, marketplaces, réseaux sociaux... Comment ils influencent nos choix*, Limoges : FYP Éditions, 2016).

<sup>138</sup> Voir entre autres : « Meta menace de ne plus proposer Facebook et Instagram en Europe », *La Libre avec Belga*, 4 février 2022, [en ligne :] <https://www.lalibre.be/economie/digital/2022/02/04/meta-menace-de-ne-plus-proposer-facebook-et-instagram-en-europe-RFCBW5LMDDBGM5HXQC6SGSNVXAK4>, consulté le 15 février 2022.

<sup>139</sup> Cf. entre autres PITRON G., op. cit., et les publications du Shiftproject, disponibles sur le site <https://theshiftproject.org/category/publications>, consulté le 18 février 2022.

<sup>140</sup> Voir le dossier proposé par *Imagine Demain le Monde* autour de ces questions : DE HESSELLE L., « 5G, vers une course folle », *Imagine Demain Le Monde*, août 2020 ; accessible également en téléchargement sur le site : <https://www.imagine-magazine.com/libre-acces/dossier/5g-vers-une-course-folle>.

une synthèse des données existant à ce jour sur les impacts environnementaux colossaux du numérique et, partant, de réfléchir à la question – urgente – de la sobriété numérique.

\*\*

Anna Constantinidis est titulaire d'un doctorat en langues et lettres. Elle est chargée de recherche pour la thématique Médias & Actions citoyennes au sein pôle Recherche & Plaidoyer et formatrice dans le cadre des formations à l'intégration citoyenne dispensées par le CPCP.



CONSTANTINIDIS Anna, *En-jeux. La plateforme Twitch.tv au centre de nouvelles interactions médiatiques et politiques*, Bruxelles : CPCP, Analyse n°450, 2022, [en ligne :] <http://www.cpcp.be/publications/twitch>.

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,  
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

**[www.cpcp.be](http://www.cpcp.be)**



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Twitch.tv est initialement la plateforme des joueurs et joueuses vidéo : un média social où on peut suivre en direct des personnes qui se filment en train de jouer tout en commentant la partie et en interagissant avec leur auditoire. Aujourd'hui, Twitch dépasse toutefois de loin les frontières du monde des jeux vidéo : on dénombre des milliers de chaînes brassant de multiples contenus, et des millions de visiteurs par jour, la plupart des jeunes entre 16 et 34 ans.

Depuis les confinements dus à la pandémie, de plus en plus de journalistes et de médias s'invitent sur Twitch, ainsi que des hommes et des femmes politiques, en France surtout mais aussi en Belgique. La plateforme se trouve donc au centre de nouvelles interactions médiatiques et politiques, face auxquelles on peut se poser la question suivante : par son format horizontal et participatif, Twitch, en tant que média social, peut-il apporter sa pierre à l'édifice d'une forme de renouveau démocratique ?

À travers un parcours de découverte de « l'univers Twitch », cette publication a pour objectif de mieux comprendre les enjeux posés par ces nouvelles interactions, et les risques que ces dernières comportent. Qui dit réseau social dit en effet données personnelles. Et qui dit Twitch dit en fait Amazon, qui est propriétaire de la plateforme depuis 2014. La dernière partie de l'analyse sera ainsi consacrée au « modèle Amazon », à la question des données personnelles ainsi qu'à l'indispensable régulation des géants du Web.

## **Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation**

Avenue des Arts, 50/bte 6 – 1000 Bruxelles

**02 318 44 33 | [info@cpcp.be](mailto:info@cpcp.be)**

**[www.cpcp.be](http://www.cpcp.be) | [www.facebook.com/CPCPasbl](https://www.facebook.com/CPCPasbl)**

Toutes nos publications sont disponibles en téléchargement libre :  
**[www.cpcp.be/publications/](http://www.cpcp.be/publications/)**