THÈSE POUR OBTENIR LE GRADE DE DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE MONTPELLIER

En Science Politique

École Doctorale Droit et Science Politique

Unité de recherche CEPEL

YOUTUBEURS DE DROITE RADICALE ET D'EXTRÊME DROITE : LES NOUVEAUX PROFESSIONNELS DE LA POLITIQUE ?

Présentée par Romain FARGIER

16 décembre 2024

Sous la direction de Jean-Yves DORMAGEN

Devant le jury composé de

Fabienne GREFFET	Professeure de Science Politique	I.A.E. Nancy School of Management
Vincent TIBERJ	Professeur de Science Politique	I.E.P. de Bordeaux
Guillaume MARREL	Professeur de Science Politique	Université d'Avignon
Anaïs THEVIOT	Maîtresse de conférences en Science Politique	Université Catholique de l'Ouest
Julien BOYADJIAN	Maître de conférences en Science Politique	I.E.P. de Lille

UNIVERSITÉ DE MONTPELLIER

À ma famille, mes parents, mes proches et tout particulièrement à Michèle Q., qui fut la première à me soutenir durant ces travaux de recherche. Enfin, à ma chère arrière-grand-mère Marie-Louise, qui, où qu'elle soit, est certainement fière de moi

Remerciements

Je souhaite exprimer mes sincères remerciements à Monsieur Jean-Yves Dormagen, Professeur à l'Université de Montpellier, dont le soutien constant a été déterminant dans l'élaboration de cette thèse doctorale. Ces cinq années de travail intellectuel, menées sous sa direction ont grandement contribué à l'avancement de ces recherches. Je tiens également à remercier Monsieur Julien Boyadjian, Maître de conférences à l'IEP de Lille, et Monsieur Jean Gabriel Contamin, Professeur à l'Université de Lille et Doyen de la Faculté des Sciences Juridiques, pour leur participation active au sein de mes comités de suivi. Leurs contributions ont été précieuses pour approfondir ma compréhension des enjeux d'une thèse. Mes remerciements vont aussi à Madame Emmanuelle Reungoat, Maîtresse de conférences à l'Université de Montpellier, pour son écoute et ses conseils. Je souhaite également exprimer ma reconnaissance à Monsieur Emmanuel Negrier, Directeur de Recherche au CNRS, et à Monsieur Christophe Roux, Professeur à l'Université de Montpellier, pour leur soutien envers mon projet de recherche. Je remercie l'équipe administrative du CEPEL et de l'école doctorale de Droit et de Science Politique de l'Université de Montpellier, en particulier Monsieur Ludovic Esposito , Madame Sylvia Gonçalves et Madame Sophie Ségui, pour leur assistance. Enfin, je tiens à remercier l'ensemble des doctorants, chercheurs, maîtres de conférences et professeurs du département de Science Politique de l'Université de Montpellier, dont les réflexions et conseils ont été essentielles à la réalisation de cette thèse.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE **p.7 à p.99**

CHAPITRE MÉTHODOLOGIQUE **p.70 à p.98**

1. L'observation empirique pour analyser des youtubeurs politiques ? p.70 à p.79

2. Présentation détaillée de l'approche méthodologique p.79 à p.91

3. Les inconvénients & avantages de notre méthode p.91 à p.96

4. Conclusion du chap. : une méthodologie à la fois pertinente et riche p.97 à p.98

CHAPITRE I –YOUTUBE : UN ESPACE POLITIQUE **p.99 à p.145**

I.1 Radiographie du YouTube politique français p.100 à p.121

I.2 Le « YouTube Game politique » et ses trois grandes mouvances p.122 à p.143

I.3 Conclusion du chap. : YouTube, un espace politique hybride, dense et concurrentiel p.144 à p.155

CHAPITRE II - PRÉSENTATION DES YOUTUBEURS POLITIQUES ÉTUDIÉS **p.156 à p.201**

II.1 Portraits biographiques p.156 à p.184

II.2 Une mosaïque de profils et de trajectoires p.185 à p.198

II.3 Conclusion du chap. : « Les Réactionnaires » : des pionniers aux héritiers p.199 à p.201

CHAPITRE III – DES IDÉOLOGUES AUX DISCOURS RADICAUX **p.202 à p.315**

III.1 L'empreinte idéologique de La Nouvelle Droite p.203 à p.229

III.2 Alt Right : les modèles outre-Atlantique p.230 à p.269

III.3 Des sujets et des thématiques communes p.270 à p.293

III.4 Une combinaison d'artifices rhétoriques « dédiabolisants » p.294 à p.310

III.5 Conclusion du chap. : modernisation du discours d'extrême droite p.311 à p.315

CHAPITRE IV - DES ENTREPRENEURS DU NUMÉRIQUE **p.316 à p.453**

IV.1 Des stratégies numériques d'« influenceurs » p.317 à p.391

IV.2 Une marchandisation et un commerce du discours politique p.392 à p.416

IV.3 De véritables itinéraires professionnalisants p.417 à p.449

IV.4 Conclusion du chap. : de la « Métapolitique » à l'entreprenariat p.450 à p.453

CONCLUSION GÉNÉRALE **p.454 à p.470**

BIBLIOGRAPHIE **p.471 à p.479**

Liste des acronymes

ACRE - Aide à la Création ou la Reprise d'Entreprise

AFP - Agence France Presse

API - Application Programming Interface

BD - Bande Dessinée

BRDP - Brigade de Répression de la Délinquance contre la Personne

CNC - Centre National de la Cinématographie

CNR - Conseil National de la Résistance

CPM - Coût pour 1000 vues

DEA - Diplôme d'Études Approfondies

DGSE - Direction Générale de la Sécurité Extérieure

DGSI - Direction Générale de la Sécurité Intérieure

DIY - Do it Yourself

ECP - Équipe Communautaire Paris

EELV - Europe Écologie Les Verts

ENS - École Normale Supérieure

FN - Front National (maintenant Rassemblement National)

GIF - Graphics Interchange Format

GRECE - Groupement de Recherche et d'Études pour la Civilisation Européenne

HLM - Habitation à Loyer Modéré

IEP - Institut d'Études Politiques

INA - Institut National de l'Audiovisuel

IRL - In Real Life

ISSEP - Institut de Sciences Sociales, Économiques et Politiques

LCP - La Chaîne Parlementaire

LGBT - Lesbienne, Gay, Bisexuel, Transgenre

LREM - La République En Marche

LR - Les Républicains

M6 - Métropole Télévision

MMA - Mixed Martial Arts

MNA - Mineurs Non Accompagnés

MNR - Mouvement National Républicain

NFT - Non-Fungible Token

NPC - Non-Player Character

NUPES - Nouvelle Union Populaire Écologique et Sociale

ONG - Organisation Non Gouvernementale

OTAN - Organisation du Traité de l'Atlantique Nord

PCF - Parti Communiste Français

PNJ - Personnage Non-Jouable

PNL - Programmation Neuro-Linguistique

PS - Parti Socialiste

QI - Quotient Intellectuel

RIC - Référendum d'Initiative Citoyenne

RMC - Radio Monte-Carlo

RPR - Rassemblement Pour la République

RSA - Revenu de Solidarité Active

SEO - Search Engine Optimization

SJW - Social Justice Warrior

UDF - Union pour la Démocratie Française

UPR - Union Populaire Républicaine

URSSAF - Union de Recouvrement des cotisations de Sécurité Sociale et d'Allocations Familiales

VA+ - Valeurs Actuelles +

WASP - White Anglo-Saxon Protestant

Liste des tableaux

Tableau 1– Trame de recherche p.91

Tableau 2 – Synthèse des étapes de la méthodologie mise en œuvre p.93

Tableau 3 – Répart. et % des nombres totaux des vues et des abonnements par catégorie de chaîne (Arrêté en février 2020) p.104

Tableau 4 – Classement des vingt premières chaînes en nombre total de vues (arrêté en février 2020) p.106

Tableau 5 – Classement en nombre total d'abonnés (en milliers k) des chaînes politiques sur YouTube (Arrêté en février 2020) p.113

Tableau 6 – Classements par nombre total de vues des personnalités et partis politiques sur YouTube (arrêté en février 2020) p.116

Tableau 7 – Radiographie du YouTube politique français p.147

Tableau 8 –Récapitulatif de six youtubeurs sélectionnés p.158

Tableau 9 – Récapitulatif de termes empruntés à l'Alt-Right p.255

Tableau 10 Récapitulatif des thématiques communes des vidéastes de droite radicale et d'extrême droite p.289

Tableau 11 – Eléments rhétoriques des vidéastes de droite radicale p.308

Tableau 12 – 5C : Stratégie du politique sur les médias sociaux p.319

Tableau 13 – Récapitulatifs des différents canaux utilisés par les youtubeurs de notre séléction p.329

Tableau 14 – Récapitulatif des différents formats vidéo des youtubeurs de droit radicale et d'extrême droite p.338

Tableau 15 – Récapitulatif des types d'abonnés et de membres des communautés de youtubeurs de droite radicale p.367

Tableau 16 – Récapitulatif de notre analyse des stratégies numériques des youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite. p.387

Tableau 17 – Récapitulatif des sources de revenus des youtubeurs d'extrême droite p.410

Tableau 18 – Synthèse des acteurs du réseau alternatif où évolue les vidéastes politiques de droite radicale et d'extrême droite. p.435

Liste des figures

Figure 1 – Graphique de répartition et pourcentages des nombres totaux de vues et d'abonnements par catégorie de chaîne p.104

Figure 2– Répartition en % des catégories des chaînes qui traitent de politique sur YouTube p.107

Figure 3 – Répart. des orientations politiques en % des chaînes YouTube de personnalités et partis politiques de l'échantillon p.116

Figure 4 – Répartition du nombre total de vues des youtubeurs politiques en pourcentages p.139

Figure 5– Tweet du youtubeur Valek représentant « Pepe The Frog », source : X Valek p.243

Figure 6 – Utilisation d'un meme « Maitre Yoda », source : X Valek p.245

Figure 7 – Vignette qui emploie le terme « Simpos » pour « Simp », source, YouTube FdeNews p.249

Figure 8 – Exemples de visuels et titres « putaclick », source : chaînes YouTube Stéphane Édouard et Kroc Blanc p.344

Figure 9 – Exemples de veilles effectuées par les abonnés de Stéphane Edouard, source : X p.273

Figure 10 – Réponse en tweet de Stéphane Edouard à un article de Mediapart le concernant, source : X, Stéphane Edouard p.376

INTRODUCTION GENERALE

En préambule, il convient d'aborder la genèse de ces travaux de recherche et de comprendre ce qui nous a poussé à réaliser une thèse de doctorat avec pour fil conducteur le contenu politique sur la plateforme YouTube. Au départ, il y'a initialement une forme d'intuition de chercheur. Nous sommes alors en 2015, et, dans le cadre d'un poste de responsable pédagogique de masters et licences en économie et gestion, nous avons été surpris de voir quelques-uns de nos étudiants nous interpeller, lors de discussions informelles, sur des sujets très politiques ou proférer des théories proches du complot. Certains, par exemple, nous suggéraient de regarder une vidéo sur YouTube intitulée *« La Révélation des Pyramides »*[1] (Karbovnik, 2017) ou doutaient ouvertement de la forme de la planète Terre (Taguieff, 2021)[2].

[1] « La Révélation des Pyramides » est un film documentaire de 2010, diffusé massivement sur internet. Écrit par Patrice Pooyard et Jacques Grimault, populaire chez les jeunes internautes, le film met en avant des théories pseudo historiques sur la construction des pyramides d'Egypte.

[2] Dans son ouvrage « Les théories du complot, Pierre André Taguieff parle d'un mouvement sur internet qui réfute la sphéricité de planète Terre.

Outre ces remarques fantaisistes, d'autres étudiants, nous parlaient d'éventuelles manigances de Jacques Attali[3] et de ses *« pantalons à une jambe »*[45], de la dernière vidéo en ligne de Dieudonné[6] (Guyader, 2014) ou du Raptor Dissident[7]. Issus d'une génération que nous qualifierons d'intermédiaire, n'ayant connu les réseaux sociaux et les plateformes que durant le début de nos études supérieures à la fin des années 2000, nous avions déjà entendu parlé de *« fachosphére »*[8] (François, 2016), de ces vidéos complotistes (Giry, 2017) et de personnages comme Alain Soral[9], sans pour autant pousser la curiosité d'aller observer ce type de contenu, découvrant ainsi par ce contexte d'enseignement que ces vidéos pouvaient avoir de l'influence sur de jeunes internautes. Durant un visionnage approfondi de ces contenus sur le site YouTube, nous avions découvert une forme de sphère publique parallèle, aux idées de droite très radicale, avec des audiences déjà importantes à cette période.

[3] Jacques Attali est un écrivain, économiste et haut fonctionnaire français. Conseiller d'État, maître de conférences et professeur d'économie, il fut le conseiller spécial de François Mitterrand de 1981 à 1991. Du fait de sa proximité avec les hauts dirigeants de l'Etat français de toutes les générations, ce « spin doctor » français est le fruit de nombreuses critiques notamment sur les réseaux de droite radicale et d'extrême droite. Sa judéité en fait également l'étendard d'un nouvel antisémitisme sur Internet.

[4] Citation visible sur : https://www.youtube.com/watch?v=nDOrgApVTwc

[5] La métaphore des pantalons à une jambe est une formule récurrente émise par Jacques Attali afin de résumer le système financier contemporain. Cette métaphore met en scène des personnages de confessions juives qui commercent et spéculent sur des pantalons à une jambe. Il s'agit maintenant d'une expression classique dans les milieux antisémites, et notamment, pour certains créateurs de contenus d'extrême droite qui en font référence afin de montrer la figure du juif qui manipulerait les arcanes du pouvoir mondial.

[6] Dieudonné, dit Dieudonné M'Bala M'Bala, est un humoriste et militant politique français. Il s'est d'abord fait connaître dans les années 1990 grâce au duo qu'il composait avec l'humoriste Élie Semoun, puis, il se produira seul, tout en ayant une carrière d'acteur au cinéma. Progressivement marginalisé au sein de son milieu et de la gauche française, il se fera remarquer par son activisme « antisémite » en ligne, et, se rapprochera de l'extrême droite ainsi que du Front National. Depuis, les années 2010, Dieudonné est considéré, par de nombreux observateurs et politologues, comme un militant antisémite mais continue de diffuser sur l'Internet des éditos et vidéos humoristiques malgré ses diverses condamnations et exclusions des plateformes.

[7] Ismaïl Ouslimani, dit « Le Raptor dissident » ou maintenant « le Raptor », est un vidéaste français d'origine kabyle. Il s'est fait connaître à partir de 2015 avec sa chaine YouTube, dans laquelle il expose des opinions politiques antiféministes ou encore contre l'immigration. Il est surtout remarqué pour sa posture viriliste.

[8] A l'image des journaliste Dominique Albertini et David Doucet dans leur ouvrage éponyme (« Fachosphére »), le terme fachosphère est un néologisme utilisé de manière récurrente dans les médias afin de désigner l'ensemble de la mouvance d'extrême droite sur internet. Il désigne en particulier les sites Internet, les blogs et les activistes des réseaux sociaux liés à l'extrême droite ou proches de leurs idées.

[9] Alain Bonnet de Soral, ou Alain Soraln est un essayiste, idéologue d'extrême droite et vidéaste franco-suisse. Très actif en ligne depuis le début des années 2000, son site internet fut l'un des sites d'information politique les plus consultés de France. Évoluant d'abord dans les médias, il devient progressivement un idéologue d'extrême droite, se réclamant à la fois du nationalisme et du marxisme. Il devient par ailleurs le compagnon de route de l'humoriste Dieudonné.

Cette forte audience nous a alors interpellés sur un potentiel effet de ce type de vidéos en ligne sur le débat public et nous a confirmé que les médias sociaux devenaient centraux pour certains internautes en recherche d'actualités politiques, ce qu'Olivier Blondeau et Laurence Allard (2007) ont qualifié dans leurs travaux de *« tournant vidéo de l'internet militant »*. Ces chercheurs l'expliquent plus précisément par une utilisation accrue de la vidéo chez des militants politiques, facilitée par un accès élargi aux progrès technologiques, permettant alors une propagation étendue de leurs idées. Ce *« tournant »* s'est également caractérisé par l'apparition de nouvelles formes d'expertise et de contre-expertise publiques, qui ont engagé professionnels, amateurs et internautes dans des pratiques d'investigation et communicationnelles communes. Il coïncide aussi avec l'émergence des médias communautaires et l'adoption de techniques de montage inspirées du cinéma expérimental des années 70, bénéficiant de l'amélioration des débits Internet et des capacités de stockage. Un *« mouvement massif de diffusion de vidéos militantes sur Internet »*, où sont employés des montages intertextuels mêlant fiction et réalité, a ainsi fortement contribué à un renouveau de l'expression politique en ligne. En d'autres termes, il s'agit d'un véritable essor de vidéastes qui *« […] produisent, en marge des médias traditionnels, des discours et des dispositifs de légitimation, dont l'émergence est intimement liée au développement de l'Internet […] »* (Trédan, 2007, p.119).

Ce constat est notamment corroboré par de nouvelles attitudes et de nombreuses études, à l'image de celle du Pew Research Center qui conclue notamment que les réseaux sociaux supplantent dorénavant la presse écrite et télévisuelle en ce qui concerne l'actualité politique aux États-Unis[10]. En France, alors que la télévision constitue encore la source d'informations principale pour les plus de 35 ans (53%), les moins de 35 ans, eux, privilégient Internet (66%)[11], principalement via leur smartphone. Cette tendance est même bien plus marquée chez les moins de 25 ans, dont le recours au Web pour s'informer est encore plus ancré, atteignant 75%. Selon l'institut Kantar[12], les internautes en quêtes d'informations, et, plus particulièrement les jeunes, privilégient les médias sociaux et leurs contenus vidéos. Dans une atmosphère de défiance généralisée vis-à-vis de la presse grand public, ils attribuent même plus de fiabilité et de confiance aux informations diffusées par des personnalités influentes des médias sociaux que celles émises par les journalistes.

[10] Etude visible sur : https://www.pewresearch.org/journalism/2018/12/03/americans-still-prefer-watching-to-reading-the-news-and-mostly-still-through-television/

[11] Statistiques du baromètre des médias Kantar 2021 visible sur : https://www.kantar.com/fr/inspirations/publicite-medias-et-rp/2021-barometre-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media

[12] Rapport téléchargeable sur : file:///C:/Users/Downloads/2022-01-21-barometre-confiance-dans-les-media.pdf

Dans ce contexte, les vidéastes politiques de la plateforme YouTube, en particulier ceux de droite radicale et d'extrême droite évoqués dans notre témoignage introductif, constituent un champ de recherche digne d'intérêts. Alors que X (anciennement Twitter)[13] (Boyadjian, 2014) ou Facebook[14] (Le Caroff, 2015 ; Hobeika & Villeneuve, 2017) ont été le fruit d'une attention universitaire importante ces dernières années, les études qui mêlent à la fois YouTube, contenu vidéo en ligne et idéologies d'extrême droite sont encore rares. Cela est d'autant plus surprenant que la presse s'y intéresse de plus en plus en évoquant une *« bataille culturelle »* que *« […] l'extrême droite serait en passe de remporter sur Internet […] »* (Albertini et Doucet, 2016). Nos intentions primaires de travail visent donc à contribuer partiellement à ce manque en examinant spécifiquement le phénomène de ces *« youtubeurs politiques »* de droite radicale et d'extrême droite qui façonnent et propagent un discours d'opinion.

Bien que ce phénomène de vidéastes ait déjà été examinés dans d'autres disciplines telles que la sociologie (Frau-Meigs, 2017) ou la science de gestion (Maire, 2019), jusqu'à présent, la recherche s'est principalement intéressée aux vidéastes dont les contenus sont externes à la politique. À cet égard, il est pertinent de mentionner le septième numéro de la revue *« Études Digitales »* (Gomez-Mejian, Nicey & Stalder, 2019) intitulé *« Youtubeurs, invention d'une énonciation subjective ? »*.

[13] X (anciennement Twitter) est une plateforme de médias sociaux axée sur la diffusion de messages courts appelés tweets. Les utilisateurs peuvent partager des pensées, des informations, des liens et des images, ainsi qu'interagir avec les tweets d'autres personnes via les retweets, les mentions et les favoris. X est souvent utilisé pour suivre des personnalités publiques, des entreprises, des médias et des mouvements sociaux en temps réel.

[14] Facebook est un réseau social en ligne permettant de se connecter avec des amis, la famille et des collègues. Les utilisateurs peuvent partager des statuts, des photos, des vidéos et des liens, ainsi qu'interagir avec les publications d'autres personnes par le biais de réactions et de commentaires.

Ce numéro aborde, à travers plusieurs travaux de chercheurs multidisciplinaires ainsi que par le prisme de ces nouveaux acteurs que constituent les *« youtubeurs »*, l'émergence de YouTube en tant que phénomène médiatique significatif. Il souligne notamment la nature du site en tant qu'*« archive culturelle »* (Gomez-Mejia, Nicey & Stalder, 2019, p.17), mettant en avant son impact à travers des caractéristiques telles que l'accessibilité, la diversité et l'interactivité des contenus. YouTube y est décrit non seulement comme une interface d'intermédiation mais également comme un espace valorisant ses créateurs. Cet ouvrage explore surtout le concept d'*« énonciation subjective »* (Mathy & Fanouillère, 2019), illustrant comment les *« youtubeurs »* ne se limitent pas à la production de contenu mais façonnent activement leur identité médiatique. Ces identités mettent en lumière une complexité des interactions au sein de YouTube, démontrant comment le site se positionne comme un carrefour entre subjectivité individuelle et influences (Allard, 2019, p.63). Ces travaux éclairants illustrent ainsi comment YouTube est devenu un acteur incontournable de la culture numérique, impactant non seulement les loisirs mais également les pratiques sociales, entrepreneuriales et journalistiques contemporaines, comme en témoigne la chaîne du collectif Thinkerview qui adopte et vit d'une forme de journalisme amateur *« pirate »* distincte des usages traditionnels (Premat, 2019, p.194).

Concernant le domaine de la politique, à l'entame de cette thèse, force de constater que les recherches francophones consacrées spécifiquement aux vidéos en ligne, à ces youtubeurs ou influenceurs politiques, et plus précisément à ceux affiliés à l'extrême droite, demeurent relativement limitées.

À cet égard, plusieurs travaux peuvent néanmoins être mis en exergue préalablement à notre sujet d'étude. Tout d'abord, nous pouvons mentionner les réflexions de Fabienne Greffet et de Stéphanie Wojcik (2014) qui ont soulevé des défis épistémologiques et méthodologiques, ainsi que des perspectives de recherche sur la *« citoyenneté numérique »*, soulignant la difficulté de prédire l'impact des innovations technologiques comme les plateformes, particulièrement dans le domaine de la communication politique. En ce qui concerne plus spécifiquement YouTube, nous pouvons évoquer l'article de Julien Giry (2017). Ce dernier a étudié le complotisme promu par le vidéaste Alain Soral en examinant les techniques de montage qui consistent à décontextualiser puis à recontextualiser des contenus vidéo en ligne, conférant ainsi une nouvelle signification souvent militante et exprimant une vision politique ou idéologique distincte. Anaïs Theviot (2019), pour sa part, a analysé la stratégie de communication de Jean-Luc Mélenchon sur YouTube. Ses recherches ont mis en lumière une évolution significative : les vidéos en ligne se sont transformées en de véritables outils communicationnels pour les candidats politiques. Ils adoptent des formats populaires typiques des youtubeurs, à la fois accessibles et souvent humoristiques, pour étendre leur base électorale. Cette approche a notamment permis à Jean-Luc Mélenchon de se positionner comme un candidat majeur en termes de visibilité sur YouTube, redéfinissant ainsi les contours du paysage médiatique traditionnel.

Ce travail de recherche figure dans un dossier spécial de la revue *« Politiques de Communication »*, titré *« YouTube, un espace d'expression politique ? »*. Son article introductif (Douyère & Ricaud, 2019) examine notamment les dynamiques de politisation de la plateforme, sa légitimité et ses audiences. Il met en lumière une divergence des codes et des pratiques de divers créateurs de contenu sur YouTube par rapport aux conventions politiques traditionnelles, en particulier l'utilisation d'un langage direct et l'établissement d'une proximité artificielle avec les internautes. Ces créateurs de vidéos politisées, oscillant entre les rôles de médiateurs, traducteurs et animateurs, participent ainsi à une reconfiguration médiatique qui favorise la diffusion de contenus individualisés. Pour les contributeurs de ce numéro dédié à YouTube et la politique, le site devient ainsi un espace pour des voix parfois marginales (Douyère & Ricaud, 2019, p.15), augmentant sa portée et son influence en tant qu'espace de discussions politiques et de débats sociétaux comme la condition féminine ou les questions de genre (Despontin Lefèvre, 2019).

D'autres contributions francophones apportent une analyse spécifique sur certains vidéastes politiques, dans d'autres contextes nationaux externes à la France ou éloignés des mouvances de droite radicale. A ce titre, nous pouvons signaler l'article de Christelle Combe (2020), qui focalise son attention sur le collectif de youtubeurs de gauche, Osons Causer[15].

[15] Osons Causer est une équipe de militants de gauche qui utilisent les réseaux sociaux pour diffuser leurs opinions sur des sujets tels que la politique, l'écologie et les inégalités sociales.

Ce groupe de trois jeunes vidéastes a développé un ethos engageant, devenant ainsi une forme de marque autopromue. Leurs vidéos, créant une atmosphère informelle, se réapproprient les sphères d'activité sociale traditionnellement réservées aux professionnels (comme la politique) et visent un public large. Dans une même perspective, les chercheuses belges Louise Robinault et Laurence Rosier (2021) mettent en évidence un contre-mouvement, porté par d'autres *« youtubeurs politiques »*, cette fois-ci *« masculinistes »*. Ces derniers adoptent un discours antiféministe et ont réussi à se constituer de larges communautés virtuelles. Ces travaux reposent notamment sur l'analyse des vidéos du vidéaste *« Le Raptor »*, dont le discours et la rhétorique polémique contribuent à délégitimer les luttes féministes. De leur côté, Aïssa Merah, Nacer Aoudia et Nabila Aldjia Bouchaala (2021) ont étudié le profil de youtubeurs politiques algériens actifs durant le Hirak[16]. Établis avant et durant ce mouvement populaire en Algérie, ces vidéastes ont utilisé leurs compétences techniques et communicationnelles pour diffuser des messages politiques, révélant souvent des scandales et des cas de corruption, offrant ainsi un contre-narratif au discours des médias et autorités officiels.

Du côté de la littérature anglophone, plusieurs travaux allient spécifiquement extrême droite et YouTube. Tout d'abord, nous pouvons citer un article pionnier en la matière de l'universitaire suédois Mattias Ekman (2014). Cet article se penche sur l'activisme sur YouTube de groupes d'extrême droite en Suède, analysant plus de 200 clips produits par ces derniers.

[16] Le Hirak est un mouvement de protestation déclenché en Algérie le 22 février 2019, suite à la candidature d'Abdelaziz Bouteflika pour un cinquième mandat présidentiel. Exigeant des réformes démocratiques profondes et la fin du régime autoritaire, ce mouvement pacifique a conduit à la démission de Bouteflika en avril 2019, mais a continué à réclamer un changement systémique plus large.

L'étude révèle ainsi que ces organisations extrémistes utilisent l'activisme vidéo comme une stratégie de mobilisation et cherchent à modifier les perceptions historiquement ancrées des identités socio-politiques de l'extrême droite suédoises. Mattias Ekman suggère également que cet forme d'activisme vidéoludique peut être perçue comme une nouvelle forme d'*« esthétisation de la politique »* (Ekman, 2014, p.99).

Une autre étude anglophone se démarque particulièrement et trouve un écho significatif pour nos perspectives de recherches : il s'agit de celle réalisée par Rebecca Lewis (2018), intitulée *« Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube »*. Cette étude a servi de référence à de nombreuses recherches consacrées aux *« youtubeurs politiques »* de droite radicale, tant américains qu'européens, comme en Allemagne (Rauchfleisch & Kaiser, 2020) ou aux Pays-Bas (Maly, 2019). Dans son article, Lewis décortique le contenu produit par les vidéastes d'extrême droite aux États-Unis et s'intéresse à la nature de leurs interactions (Lewis, 2018, p.7). Elle offre ainsi une cartographie détaillée de ces *« youtubeurs »*, qu'elle catégorise en *« Alt-Right »*, *« Alt-Light »* et *« Intellectual Dark Web »*[17], mettant en lumière la structuration d'un vaste réseau de créateurs de contenu qu'elle désigne sous le terme *« Alternative Influence Network »*.

[17] L'Alt-Right, l'Alt-Light et l'Intellectual Dark Web sont trois catégories de mouvements ou groupes identifiés par Rebecca Lewis dans ses analyses. L'Alt-Right est lié à des idées nationalistes et parfois suprémacistes blanches, rejetant le politiquement correct. L'Alt-Light partage certaines idées de l'Alt-Right mais refuse le racisme et le suprémacisme blanc, mettant l'accent sur la critique du politiquement correct et la liberté d'expression. Enfin, l'Intellectual Dark Web réunit des penseurs et intellectuels qui défendent la liberté d'expression, examinant des sujets controversés sans craindre le discrédit des médias traditionnels ou académiques, tout en privilégiant le rationalisme et la quête de vérité.

Selon elle, ce réseau est constitué d'une pléiade de personnalités médiatiques et de figures emblématiques du web qui exploitent YouTube pour diffuser un spectre d'opinions politiques, allant du conservatisme modéré au racialisme blanc. En élaborant des stratégies de communication adéquates et en fédérant des audiences conséquentes, ces acteurs parviennent alors à présenter leurs idéologies radicales sous un jour attractif, lissé et soigneusement *« marketé »*. Dans la continuité de ce sujet *« YouTube et idéologies d'extrême droite »*, d'autres chercheurs anglo-saxons (Ribeiro & al., 2020) se sont appuyés sur cette classification de vidéastes politiques proposée par Lewis afin de mettre en évidence que l'algorithme de recommandation de la plateforme tend à orienter les internautes vers des contenus de *« youtubeurs politiques »* de plus en plus radicaux. Un résultat corroboré par d'autres scientifiques (O'Callaghan et al., 2019 ; Haroon et al., 2022 ; Bryant, 2020) soulignant même un effet de *« polarisation affective »* (Cho et al., 2020) et un phénomène de tunnel de radicalisation.

En faisant un premier bilan de cette littérature, plusieurs constats peuvent être émis quant à l'optique de réaliser une recherche sur YouTube et les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite. Tout d'abord, en ce qui concerne YouTube, un consensus scientifique émerge afin de reconnaître ce site Internet non seulement comme une plateforme de divertissement, mais aussi comme un phénomène culturel et médiatique qui influence les dynamiques sociales, mettant notamment en avant son rôle dans l'émergence et la valorisation de créateurs de vidéos (Gomez-Mejia, Nicey & Stalder, 2019). Nous relevons également que ces créateurs ne se contentent pas de produire des vidéos individualisées mais développent de véritables identités médiatiques.

Concernant le champ politique en particulier, les différents travaux existants mettent en évidence le rôle de YouTube comme vecteur de stratégies de communication politiques novatrices, faisant de ce site un espace d'expression politique et un outil de mobilisation où les codes traditionnels sont remis en question (Theviot, 2019), favorisant un développement de voix et de discours politiques alternatifs (Douyère & Ricaud, 2019). Ce phénomène peut être observé dans plusieurs contextes internationaux, avec une primeur aux États-Unis (Lewis, 2018), où des youtubeurs d'extrême droite adoptent des postures radicales ou participent à des mouvements populaires depuis plusieurs années. Enfin, nous avons pu observer dans la littérature mentionnée précédemment qu'un certain processus de professionnalisation et des logiques mercantiles (Allard, 2019, p.63) à l'œuvre chez les *« youtubeurs »* ont été identifiés et étudiés, dans des domaines comme la mode (Temessek–Behi & Laribi, 2016), les jeux vidéo (Urbas, 2018), le cinéma (Louessard, 2018), le voyage ou encore le *« lifestyle »* (Allard, 2020). Néanmoins, de tels processus ne semblent pas avoir été analysés pour ce qui est des youtubeurs politiques, particulièrement ceux affiliés à l'extrême droite.

Effectivement, comme nous avons pu l'expérimenter avec nos anciens étudiants et l'observer dans nos premières incursions dans le terrain, ces vidéastes politiques, ces *« médiactivistes »*[18] réactionnaires (Granjon & Cardon, 2013) se sont bâti des identités de militants numériques, en se développant autour de communautés en ligne acquises à leurs opinions sans être officiellement affiliées à des partis, des structures politiques ou des médias de masse.

[18] Dominique Cardon et Fabien Granjon définissent par « médiactivistes » des organes d'informations et d'opinions indépendants et progressistes qui se sont développés à contrecourant des médias de masses. Les « médiactivistes » sont « des mobilisations sociales progressistes qui orientent leurs actions collectives vers la critique des médias dominants et/ou la mise en œuvre de dispositif alternatif de production d'information ». Dans leurs travaux, ils démontrent l'impact des médias sociaux sur les « médiactivistes » notamment sur la possibilité de toucher un public de plus en plus large.

Ils utilisent YouTube comme une sorte de vitrine communicationnelle, à la fois médiatique et commerciale, témoignant eux aussi d'une certaine professionnalisation. Ils semblent ainsi générer assez de revenus pour en vivre ou pour entretenir des structures entrepreneuriales. D'ailleurs, en plus des revenus publicitaires versés par YouTube, certains de ces youtubeurs politiques ont également commencé à commercialiser leurs propres biens ou services en lien étroit avec leurs positions idéologiques de droite radicale.

Ces premières observations et l'apparente posture entrepreneuriale de ces vidéastes d'extrême droite nous renvoient ainsi aux notions de *« professionnel de la politique »*, initiée par le sociologue Max Weber (2013) pour désigner ceux qui vivent *« pour et de la politique »*, et d'*« entrepreneur politique »*[19], en référence notamment aux travaux de Joseph Schumpeter (Schneider & Teske, 1992). Il s'avère cependant, que les canons descriptifs de ces deux notions classiques en sciences sociales ne semblent pas correspondre parfaitement aux profils de ces youtubeurs politiques, qui à première vue, ne sont pas affiliés aux institutions politiques et au monde de l'entreprise, et, n'ont pas de mandats électifs ou même de fonctions dirigeantes. En effet, Max Weber utilise son terme *« professionnels de la politique »* afin de qualifier des personnalités (élus, membres de partis, gouvernants) qui feraient carrière dans la politique, alors que Joseph Schumpeter désigne par sa notion d'*« entrepreneur politique »*, des grands industriels et chefs d'entreprises qui s'investissent en politique afin d'obtenir une position influente au sein des gouvernements (dans le but de faire fructifier leurs affaires).

[19] Le terme « entrepreneur politique », initié par Joseph Schumpeter, fait référence aux individus généralement actifs dans les domaines de la politique ou des affaires qui fondent un nouveau projet politique dans l'espoir de réaliser des profits grâce à des subventions, des contrats gouvernementaux ou à d'autres accords favorables avec le pouvoir.

Nous pouvons être tenté également de comparer ces vidéastes de droite radicale et d'extrême droite au phénomène que Daniel Gaxie (2001) nomme « *professionnalisation des activités politiques périphériques »*. Une expression qui qualifie la multiplication et l'autonomisation, au début des années 2000, de professions satellites de la politique contemporaine à l'instar des spécialistes des sondages, des consultants, des lobbyistes, ou encore des communicants. Selon l'universitaire, ces derniers ne sont pas stricto sensu des *« hommes politiques »* mais sont considérés comme *« […]des auxiliaires rémunérés pour leurs services et ils n'ont pas vocation à accéder aux positions de pouvoir politique […] »* (Gaxie, 2001, p.9). Daniel Gaxie ajoute que *« […] leurs activités pèsent de diverses manières sur les pratiques politiques et contribuent à les orienter […] »* (Gaxie, 2001, p.10). En d'autres termes, ces professionnels *« périphériques »* sont indépendants et poursuivent *« […] des fins qui leurs sont propres – à commencer par la profitabilité économique de leur entreprise et la recherche de la reconnaissance de leurs pairs –, et non principalement pour des raisons immédiatement politiques […] »* (Gaxie, 2001, p.10). Là encore, cette notion conceptuelle nous interpelle quant à son applicabilité stricte à ces vidéastes politiques, car ils ne semblent pas évoluer professionnellement ni tirer profit principalement du champ politique traditionnel, contrairement aux exemples mentionnés par Daniel Gaxie.

Ces réflexions inductives concernant l'attribution de ces qualificatifs aux youtubeurs politiques de droite radicale et d'extrême droite nous ont alors amenés à vouloir concentrer notre champ de recherche et le sujet de cette thèse sur leur professionnalisation. Confortés par la relative absence d'analyses en science politique sur ce domaine en particulier, inspirés par nos observations et constatations préliminaires, notamment celles sur les vidéastes que nous avons connus grâce à notre expérience personnelle, ainsi que par les notions et terminologies de Weber, Schumpeter et Gaxie évoquées précédemment, nous formulons ainsi nôtre question de recherche principale :

(QR) Les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite sont-ils de nouveaux professionnels de la politique ?

Autrement dit, la préoccupation principale de ce travail, comme nous l'avons déjà sous-entendu dans cette introduction, vise donc à identifier et définir un éventuel nouveau type de *« professionnels de la politique »* à l'ère numérique à travers le cas de ces youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite. En effet, ces acteurs ne jouent aucun rôle institutionnel ni n'occupent de positions de pouvoir formelles ; ils semblent être plutôt des entrepreneurs d'un nouveau genre, propageant des messages politiques radicaux et utilisant les plateformes numériques comme YouTube sans emprunter les voies traditionnelles de la politique ou du commerce.

Cette interrogation centrale et nos premières incursions dans la littérature nous ont alors spontanément conduit à une série de questions et de préoccupations inhérentes à une telle problématique et sujet de recherche. Nous avons pu les scinder en deux facettes : l'une se concentrant sur l'aspect *« politique »* et l'autre sur l'aspect *« métier »* de ces youtubeurs politiques. Nous les avons matérialisés en deux sous-ensembles d'interrogations qui structurent notre thèse :

Aspect « politique » :

Quelles sont les racines et les inspirations de ces youtubeurs d'extrême droite ? Appartiennent-ils ou ont-ils appartenu à des partis politiques ou des institutions ? Quels sont leurs discours politiques ? Quels sujets et thématiques abordent-ils et sous quel angle ?

Cette série de questionnements nous permettra de saisir l'aspect *« politique »* de ces vidéastes d'extrême droite. À ce titre, nous supposons d'abord que la genèse de leur parcours et l'adhésion à leurs idéologies sont probablement influencées par des expériences personnelles et des événements sociopolitiques majeurs, ainsi que par des penseurs, des mouvements et d'autres youtubeurs de même orientation, notamment américains comme mentionné précédemment dans les travaux de Rebecca Lewis (2018). De plus, leur discours pourrait intégrer une rhétorique traditionnelle et des techniques modernes dans leur approche des grandes questions idéologiques. Enfin, bien qu'il puisse y avoir des divergences d'opinion entre ces acteurs, on s'attend également à des convergences dans leur traitement des grands enjeux idéologiques.

Ce groupes d'interrogations et ces hypothèses nous guideront ainsi dans nos premières phases d'analyses de ces youtubeurs, visant, dans un premier temps, à nous éclairer en détail sur la portée politique de leurs activités de vidéastes.

Aspect « métier » :

Quelle est la stratégie numérique de ces youtubeurs d'extrême droite ? Sont-ils des youtubeurs comme les autres ? Qu'est-ce qui les différencie des autres youtubeurs ? Quelles sont leurs activités entrepreneuriales ? Comment génèrent-ils des modèles économiques à partir de leur activité en ligne ? Quels sont leurs parcours de professionnalisation ? Quel est leur environnement économique et médiatique ?

Ce second ensemble de questionnements nous permettra d'explorer l'aspect *« métier »* de ces vidéastes. Nous supposons initialement que leur stratégie numérique relatif à leur statut de youtubeur politique d'extrême droite pourrait se distinguer significativement de celle des autres youtubeurs, potentiellement en raison de leurs affiliations et de la nécessité de naviguer dans un environnement numérique qui peut être à la fois restreint et contesté. De plus, il est envisageable que ces youtubeurs aient développé des activités entrepreneuriales innovantes pour vivre de leur activité tout en promouvant leur idéologie. Leur parcours de professionnalisation pourrait également refléter une adaptation stratégique aux défis spécifiques de leur positionnement. Enfin, nous postulons que leur environnement économique et numérique, étroitement lié à leur orientations idéologique, influence leur manière d'évoluer ou de se maintenir dans le paysage médiatique.

Ce deuxième groupe de questions et d'hypothèses orientera ainsi notre seconde phase d'analyse, dont le but sera de comprendre comment ces acteurs conjuguent leurs idéologies avec leur *« métier »* à travers leurs stratégies numériques et entrepreneuriales.

L'ensemble des interrogations liées à ces deux facettes clés nous permettra de saisir tous les aspects de leur rôle de vidéastes politiques. Leurs réponses, analyses et synthèses fourniront un décryptage complet et apporteront surtout une réponse à notre question de recherche principale. En d'autres termes, elles nous aideront à déterminer si la professionnalisation de ces youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite est une véritable démarche d'*« homme politique »*, une aspiration à faire carrière ou à évoluer, directement ou indirectement, dans le champ politique, ou un simple positionnement mercantile.

La question pivot de cette thèse ayant été définie précédemment, la continuité de cette introduction générale aspire à sonder en détail, en premier lieu, l'évolution et les particularités intrinsèques de la plateforme YouTube. Cette démarche exploratoire s'ancrera sur des observations et une série de recherches documentaires. L'exploration de l'infrastructure de YouTube, en tant que scène médiatique, servira non seulement de toile de fond à nos travaux, mais éclairera également les mécanismes sous-jacents qui modulent l'interaction entre ces acteurs du numérique et leur audience.

En second lieu, nous nous attarderons aussi sur la terminologie liée à notre terrain d'étude. L'accent sera notamment mis sur les termes que nous utilisons depuis le début de cette introduction et qui résonnent avec les médias sociaux : *« youtubeurs »* et *« influenceurs »*. Leur analyse nous aidera à comprendre les défis et les opportunités liés à la politisation du monde numérique. Par la suite, en puisant dans le réservoir de la littérature existante, nous aborderons certaines notions dans le but d'appréhender les dynamiques sociales inhérentes aux plateformes. Enfin, pour conclure cette introduction, après avoir établi ces fondements théoriques essentiels liés à ce terrain de recherche, nous présenterons la structure et le plan adoptés pour cette thèse de doctorat.

YouTube : histoire et développement d'un média social

YouTube a pour pères fondateurs trois jeunes cadres de la Silicon Valley, nommés Chad Hurley, Jawed Karim et Steven Chen. Ces jeunes diplômés de l'université de l'Indiana, lancèrent ce site officiellement au printemps 2005. Au démarrage, avec leur formation et vision d'ingénieurs en informatique, l'intention était purement technique. En effet, YouTube, à l'instar des Skyblog[20], Flikr[21] ou Myspace[22], correspondait alors aux multiples lancements de sites internet contemporains des années 2000 qui se voulaient facilitateurs et proposaient des services intuitifs pour des utilisateurs novices. A l'image de la démocratisation et simplification que prônait Steve Jobs[2324] chez Apple, YouTube proposait une interface minimaliste, permettant la publication et le visionnage de vidéos sans connaissances particulières en programmation ou en production.

La première vidéo mise en ligne sur YouTube, intitulée *« Me at the zoo »*[25], marque un moment charnière dans l'histoire du numérique. Postée le samedi 23 avril 2005 par l'un des cofondateurs, Jawed Karim, cette vidéo, qui peut aujourd'hui être perçue comme une simple capture amateur réalisée au caméscope, était en réalité le prélude à une révolution culturelle dans le domaine de la vidéo en ligne. Dans ce clip, Karim commente sa visite au Zoo de San Diego en Californie, probablement sans se douter que cette modeste vidéo symboliserait un tournant majeur dans le paysage médiatique de la décennie suivante.

[20] Wordpress & Skyblog sont des sites internet permettant l'ouverture et la tenue de blog personnel sans avoir de notions d'informatique.

[21] Flikr fut une plateforme pionnière dans le partage de clichés photographiques.

[22] MySpace est considéré comme l'un des premiers réseaux sociaux du web.

[23] Steve Job fut le fondateur et le dirigeant emblématique de la société Apple.

[24] https://www.youtube.com/watch?v=jMSa9sSZpF8

[25] Vidéo visible à l'adresse : https://youtu.be/jNQXAC9IVRw

Effectivement, dès ses débuts, YouTube se distinguait par sa politique libertaire en matière de publication de vidéos par ses utilisateurs, offrant gratuitement cette possibilité. La plateforme intégrait d'emblée des fonctionnalités sociales telles que le partage de liens et la création de profils utilisateurs. Ces éléments signifiaient alors que chaque internaute avait la capacité de diffuser n'importe quel contenu vidéo et de toucher un public grâce à ces outils, comme le souligne Jean Burgess (2011). Les fondateurs de YouTube, en phase avec l'utopie du web de l'époque, mettaient ainsi l'accent sur l'utilisation de ces fonctionnalités dans un but communautaire, encourageant et facilitant l'interaction entre utilisateurs. À cette période, ces usages et cette interface étaient considérés comme révolutionnaires. Un modèle novateur qui a été, par la suite, consolidé en 2006, année où Google, leader mondial des moteurs de recherche, a acquis YouTube pour environ un milliard et demi de dollars, propulsant ses fondateurs au rang de jeunes millionnaires. Cet achat a été suivi par des investissements conséquents et des évolutions majeures qui ont positionné YouTube, dès 2010[26], parmi les cinq sites internet les plus fréquentés au monde, redéfinissant ainsi le paysage de la diffusion vidéo sur internet.

Par la suite, l'avènement du smartphone et des capteurs vidéo embarqués, la démocratisation du matériel et des logiciels de montage, ont permis de multiplier exponentiellement les contenus disponibles contraignant Google à héberger sur des serveurs des millions de vidéos gratuitement sans contreparties.

[26] Visible sur https://web.archive.org/web/20100226113332/https://www.alexa.com/topsites

YouTube, bénéficiant ainsi d'un engouement important, et, affrontant des coûts massifs en investissements structurels de stockage se devait de trouver un horizon financier rentable. Les dirigeants de le plateforme créèrent alors un système de fonctionnement unique, en offrant, par exemple, une partie des revenus publicitaires de ses annonceurs à ses contributeurs. Ces derniers se voyaient ainsi encouragés à créer toujours plus de contenu et à former des communautés.

La mise en place de ce modèle illustre parfaitement ce que les économistes Jean Tirole, Jean Charles Rochet (2004) et Bruno Jullien (2011) théorisèrent : une transition d'un marché biface (*« two-sided market »*) vers un marché multiface (« *multi-sided market »*). Dans le marché biface médiatique classique, à l'instar de la presse ou de la télévision, le média doit se préoccuper à la fois des intérêts des annonceurs, et, de ceux des lecteurs ou des téléspectateurs (Rochet & Tirole, 2004). En d'autres termes, un marché biface est un type de marché qui entretient des relations avec deux clientèles distinctes mais souvent interdépendantes. A contrario, dans le cas d'un marché *« multifaces »*, les parties prenantes sont multiples, et, ont des intérêts divers. Elles contribuent et extraient leurs bénéfices à différents moments de la chaîne de valeur. Dans le cas de YouTube, le réseau de ces parties prenantes est diversifié et étendu, englobant des utilisateurs occasionnels ou réguliers de vidéos en ligne, des créateurs de contenus, oscillant entre amateurs partageant leurs passions et professionnels produisant des œuvres sophistiquées, des médias maximisant leur portée, des annonceurs lançant des campagnes publicitaires, ainsi que des acteurs spécialisés tels que des studios de production dédiés enrichissant cet écosystème.

Ainsi, fort de ce modèle économique et de plus en plus engagé dans le secteur des médias. YouTube est devenu moins chaotique et plus formel.

Par la suite, le site a noué des accords commerciaux structurés tout en développant des pratiques visant à professionnaliser, ordonner et réglementer son contenu publié. Ce faisant, il s'est davantage concentré sur l'exploitation d'une gamme de sources de revenus diversifiée (publicité, abonnements[27]), en apportant notamment des changements dans leurs services, et, en proposant du ciblage publicitaire. Le but fut ainsi d'être plus attrayant pour les annonceurs potentiels et les partenaires médias. Nous pouvons, à titre d'exemple, prendre le cas de l'introduction du système Content ID[28] chargé du respect des droits d'auteur, la conclusion de contrats avec des industriels ou encore l'intégration des options d'achat produit sous le contenu. Aux vues de ces spécificités et de ce modèle particulier, quinze années après sa création, le site est devenu un lieu d'expression publique médiatique, et a évolué au grés des logiques économiques, de la diversification de ses contenus, de l'intrusion des médias traditionnels et de la professionnalisation de certains de ses utilisateurs vers une plateforme médiatique aux intérêts commerciaux importants.

[27] Lancé en 2014, YouTube Premium est le service d'abonnement payant qui propose une diffusion sans publicités de toutes les vidéos hébergées sur YouTube ainsi qu'un contenu original produit en collaboration avec les principaux créateurs.

[28] Content ID est le dispositif de YouTube reconnaissant le contenu soumis au droit d'auteur. Il assiste les détenteurs de droits dans la gestion de leur matériel, mais fait l'objet de critiques pour son automatisation, notamment vis-à-vis de la parodie ou de la "courte citation" en droit français. D'après Google, 10 000 partenaires utilisent Content ID, totalisant plus de 800 millions de vidéos et 2 milliards de dollars reversés.

En effet, malgré le narratif originel, le *« story telling »*, axé sur une révolution du contenu généré par les utilisateurs et l'insistance de l'entreprise à présenter le site comme une plateforme personnelle de partage de vidéos, YouTube s'est transformé en un *« site de réseau social »*[29] hybride (Boyd & Ellison, 2007). Cette hybridité combine désormais des vidéos de particuliers avec du contenu professionnel destiné au grand public, un phénomène désigné généralement sous le terme de *« média social »*[30], ou, selon les chercheurs américains Cunningham et Craig (2019), de *« média social de divertissement ».* En d'autres termes, un média qui opère à l''intersection de l'industrie du divertissement et de la participation de ses utilisateurs afin de générer un nouveau type de contenu qui se distingue d'un média traditionnel. Ce statut médiatique particulier lui donne aujourd'hui une position favorable en termes d'audience et se traduit par des statistiques impressionnantes. On dénombre ainsi 46 millions de visiteurs sur le site chaque mois, 39 millions de Français estiment regarder au moins une vidéo sur YouTube chaque mois. Enfin, les 25-49 ans constituent 52% de l'audience suivis des 50 ans ou plus (28%) et des 18-24 ans (20%)[31].

[29] Boyd et Ellison utilisent le terme « site de réseau social » pour désigner une plateforme de communication où l'on peut créer un profil, consulter du contenu et établir des relations visibles par d'autres. Ces sites, à leur avis, offrent également un accès élargi aux contenus produits par les utilisateurs. Au regard de cette définition, YouTube s'inscrit dans cette catégorie.

[30] Le terme « média social » désigne l'ensemble des plateformes participatives, englobant les blogs, réseaux sociaux, projets collaboratifs, forums, microblogs, partage de contenus vidéos et mondes virtuels. YouTube, en tant que site de réseau social, s'inscrit donc au sein de cette vaste catégorie des médias sociaux.

[31] Chiffres extraits de : https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/

En somme, en examinant le cheminement historique de cette plateforme numérique, nous pouvons tracer sa métamorphose. YouTube, initialement conçu comme une modeste utopie participative par des étudiants, s'est progressivement mué en une structure mondialisée dédiée au divertissement et à la diffusion d'informations. Sa position dominante est renforcée par les capacités stratégiques et financières de sa maison mère, Google. Il est donc prévisible que, dans ce contexte, des acteurs divers, qu'il s'agisse de politiciens, de militants ou d'entrepreneurs, soient de plus en plus enclins à s'associer à cette plateforme, cherchant ainsi à maximiser leur visibilité et leur impact.

Une véritable « plateforme »

Dans le cadre de notre analyse précédente sur l'historique de YouTube, nous avons employé le terme *« plateforme »*, une appellation couramment utilisée pour désigner certains sites et réseaux sociaux. Toutefois, cette dénomination est souvent employée de manière vague, sans bénéficier d'une définition claire, notamment en raison d'une certaine diversité de ses interprétations possibles. Selon le dictionnaire Larousse, le terme *« plateforme »* est défini comme *« un ensemble d'outils destinés au stockage et au partage de contenus virtuels (audio, vidéo ou autres) »*. En informatique, dans la littérature scientifique, les plateformes sont fréquemment caractérisées en tant qu'applicatifs de programmation, *« infrastructures numériques »* (Beuscart et Flichy, 2018), ou encore comme des architectures de services. À cet égard, Tim O'Reilly (2011), reconnu comme l'initiateur du terme Web 2.0[32], fut parmi les premiers à désigner des sites tels que Facebook ou YouTube comme *« plateformes »*. Selon lui, ces sites ne sont pas de simples vitrines d'information, mais des structures sur lesquelles diverses applications informatiques se greffent, favorisant ainsi la collaboration et la participation.

[32] Le Web 2.0 désigne l'évolution du web en termes de techniques, de fonctionnalités et d'usages. Il se caractérise par une plus grande simplicité d'utilisation et une interactivité accrue, permettant aux utilisateurs de contribuer activement au contenu en ligne.

De son côté, Tarleton Gillespie (2010) propose une interprétation du terme *« plateforme »* qui dépasse cette simple dimension technique. Il suggère que ce terme revêt également une signification conceptuelle et marketing, illustrant une promesse faite aux utilisateurs, aux actionnaires, aux annonceurs et aux clients potentiels. Cette promesse souligne une nouvelle forme d'économie participative, une sorte de révolution industrielle dans le domaine médiatique. Elle enrichit donc les définitions purement computationnelles en brouillant les frontières entre production et consommation (Gillespie, 2010). Cette vision de la *« plateforme »* ne se limite donc pas aux aspects de codage et de programmation, mais met également en avant les dimensions économiques, en permettant de *« communiquer, d'interagir ou de vendre »* (Gillespie, 2010, p.351).

Les dirigeants de YouTube ont adopté cette vision conceptuelle dès le début. Ils ont notamment utilisé cette conception de *« plateforme »* pour revendiquer une certaine neutralité, dans le but de se distancier des responsabilités liées à certains utilisateurs et à des contenus potentiellement problématiques (droits d'auteur) ou controversés (théories du complot, intégrisme). Ainsi, YouTube s'est positionné dans un premier temps, comme une simple interface d'intermédiation, cherchant à maintenir son image de service web de partage vidéo, sans ligne éditoriale ni ambition normative spécifiques, plutôt que de se présenter comme un nouveau média ou un espace médiatique à réguler. Sur ce point, le site YouTube a d'ailleurs longtemps contesté toute responsabilité ou influence significative sur l'industrie médiatique, préférant se réfugier derrière le principe de la liberté d'expression, une attitude typique de l'esprit libertarien prévalant dans la Silicon Valley.

Cette posture a toutefois évolué face à la montée en puissance de la plateforme et aux pressions institutionnelles croissantes. En conséquence, YouTube a fini par intégrer la législation propre aux médias traditionnels concernant la régulation des contenus diffusés.

En observant de plus près ces phénomènes, YouTube se révèle comme un exemple paradigmatique de ce modèle de *« plateforme »*, exploitant habilement et commercialement les compétences et contenus de ses utilisateurs. Parmi ces derniers, les créateurs les plus inventifs et assidus, les *« youtubeurs »*, en sont devenus les figures de proue. Dès ses débuts, YouTube les a ainsi encouragés à produire des vidéos, leur offrant support technique et revenus tirés des espaces publicitaires vendus sur le site. Une *« plateformisation »*[33] précoce dans l'industrie médiatique, conforme au modèle de marché multifaces évoqué précédemment, qui repose sur un subtil équilibre entre différents acteurs (aux intérêts variés) contribuant et se rémunérant à diverses étapes de la production de contenu.

Ce modèle favorise une convergence entre création et consommation, mêlant espace public médiatique et sphère privée, tout en régulant activement le contenu et le comportement des utilisateurs grâce à des logiques éditoriales et sociotechniques de plus en plus sophistiquées (Gillespie, 2017). Dans le cas de médias sociaux tels que YouTube, ces logiques favorisent la viralité des contenus et une *« datafication »*[34] des communications interpersonnelles.

[33] Néologisme désignant un phénomène économique caractérisé par l'utilisation de services numériques pour faciliter une mise en relation directe et rapide entre professionnels et clients ou entre particuliers. Ce phénomène repose sur l'intermédiation des technologies modernes.

[34] Néologisme se référant à une tendance qui implique la gestion de secteurs économiques ou de politiques publiques par la collecte, le traitement, et l'exploitation de vastes quantités de données. Ces données sont générées par les activités humaines dans les espaces numériques.

Cette dernière, essentielle pour la plupart des plateformes modernes, marque l'avènement d'une ère du *« big data »*[35], des métriques et des statistiques. La visibilité d'une vidéo dépend alors de cette *« plateformisation »*, entraînant une reconfiguration numérique du pouvoir. En d'autres termes, les créateurs de contenu qui maîtrisent parfaitement ces logiques produisent des vidéos dont les caractéristiques techniques et éditoriales leur confèrent une portée significative. Cette forme de biais inégalitaire engendrée par cette *« plateformisation »* favorise alors ceux qui bénéficient d'une plus grande visibilité et, par extension, de plus de pouvoir. Une minorité restreinte de créateurs très visibles concentre ainsi, dans un effet Pareto, la grande majorité des vues. Ces derniers sont privilégiés car leurs contenus correspondent aux attentes de YouTube et souvent aux aspirations commerciales des annonceurs, aux exigences esthétiques, générant, par un effet de boucle programmatique, une rémunération supérieure. YouTube a ainsi pleinement adopté les spécificités commerciales de ce modèle de plateforme, transformant radicalement l'univers culturel et médiatique en affectant profondément la production, la distribution et la circulation de l'information (Nieborg & Poell, 2018).

[35] Ce terme fut initialement proposé par le statisticien Francis Diebold. En anglais, il signifie littéralement « grosses données ». Il désigne d'importants volumes d'informations dont les caractéristiques nécessitent des méthodes de calcul informatisé complexes et avancées pour en extraire des informations utiles.

Ce phénomène de *« plateformisation »* ou d'*« ubérisation »*[36]*,* tel que défini notamment par Patrice Flichy (2019), se manifeste alors comme un mouvement prépondérant où des acteurs du numérique exercent une influence notable et reconfigurent divers domaines, tels que le code du travail, la sociologie, la politique, les médias et les territoires. Ce processus ne se limite pas à une simple transformation technologique mais s'inscrit dans une dynamique plus large de restructuration des secteurs d'activité. Au cœur de ce mouvement, des entités comme YouTube manifestent une *« logique technoculturelle »*[37] spécifique (Langlois, 2013, p.100) et s'insèrent dans l'écosystème médiatique non seulement comme des plateformes informatiques mais également comme des créateurs d'un environnement socio-économique novateur.

Pour résumer, YouTube, initialement perçue comme un intermédiaire passif, a évolué vers un modèle d'affaires axé sur *« l'économie de l'attention »*[38] (Kessous et al., 2010, p.7), incarnant une forme distinctive de *« capitalisme de plateforme »*[39]. Un modèle emblématique de la *« gig économy »*[40] qui a été stratégiquement développé par Google pour collecter, analyser, traiter et monétiser les données des utilisateurs de manière active.

[36] L'ubérisation, souvent synonyme de « plateformisation », est un terme fréquemment utilisé en France, notamment dans les médias, pour évoquer de manière critique les impacts des plateformes numériques, en référence à la société Uber. Cette expression souligne les conséquences négatives associées à ces modèles économiques.

[37] Selon Genaele Langlois, une plateforme ne se limite pas au stockage d'informations. Elle impose ses propres logiques techniques et directives, formatant ainsi l'information pour la rendre pertinente et utile à ses propres fins commerciales.

[38] L'économie de l'attention désigne un modèle économique où l'attention devient une ressource clé, particulièrement dans les domaines des plateformes de contenu et des réseaux sociaux. Dans ce contexte, capter et retenir l'attention des utilisateurs est perçu comme une source de valeur.

[39] Le capitalisme de plateforme fait référence à un modèle économique basé sur une création de valeur inégalitaire. Dans ce système, les plateformes, détenant les algorithmes et les applications, bénéficient d'une position avantageuse par rapport aux utilisateurs et aux professionnels qui interagissent sur ces plateformes.

[40] Dans le monde anglo-saxon, un idiome courant désigne les plateformes collaboratives qui s'appuient sur des micro-entrepreneurs plutôt que sur des employés salariés. Ce modèle met en lumière une nouvelle forme d'organisation du travail dans l'économie numérique.

Dans cette optique, YouTube apparaît ainsi comme un modèle à double facette : médiatique et commercial. Cette plateforme attire alors divers acteurs sociaux et entrepreneurs politiques, opportunistes dans leur approche, et devient un espace où la reconnaissance, l'idéologie et l'attention se transforment en outils d'influence et en sources de revenus. Cette dualité a un impact sur la communication politique et sera examinée en détail dans cette thèse, en soulignant notamment comment la technostructure de YouTube crée un véritable champ de bataille d'opinions.

La professionnalisation de YouTube

Nous l'avons évoqué avec son histoire, YouTube s'est initialement construit autour d'une *« culture participative »*[41] (François, 2009), évoluant progressivement vers un modèle économique rentable où la distinction entre producteurs et consommateurs de contenu devient de plus en plus floue. Cette plateforme est ainsi devenue un carrefour mercantile dynamique, où se croisent petits producteurs indépendants et créateurs amateurs, mais aussi, et de manière de plus en plus prépondérante, des acteurs industriels des médias. Ces derniers, bénéficiant d'un avantage algorithmique contractuel, captent une audience significativement plus large. A ce titre, Jean Burgess et Joshua Green (2013) soulignent notamment que YouTube est continuellement façonnée par la coexistence de deux modèles dominants : d'une part, un nouveau média de diffusion commercial et, d'autre part, un média social universel pour le partage et l'hébergement de vidéos. Cette distinction reflète deux logiques de production culturelle qui coexistent et se côtoient sur la plateforme, à savoir la *« professionnelle »* (industries des médias, marques) et l'*« amateur »* (individus indépendants, utilisateurs). Cette dichotomie s'exprime dans l'univers des médias sociaux par UGC ou *« User Generated Content »* (Bullich, 2019), et, PGC ou *« Producer Generated Content »* (Kim, 2012). Le premier terme désigne le contenu produit et diffusé par les utilisateurs des réseaux sociaux, tandis que le second se rapporte aux contenus issus d'initiatives professionnelles ou de marques.

[41] Selon l'universitaire Henry Jenkins, « la culture participative » désigne une culture dans laquelle les individus ne sont pas uniquement des consommateurs, mais également des contributeurs.

Toutefois, comme le soulignent certains chercheurs (Cunningham et al., 2016), cette distinction devient de plus en plus floue, ne parvenant pas à saisir pleinement les nuances du modèle de YouTube. Avec l'évolution structurelle et économique liée à la *« plateformisation »* évoquée précédemment, certains utilisateurs-producteurs, tels que Squeezie[42] ou Joueur du Grenier[43], ont notamment transcendé cette dualité en attirant des audiences comparables à celles des majors des médias ou de la production musicale, passant du statut de simple utilisateur à celui de producteur professionnel avec des équipes et des structures dédiées. De plus, le développement de technologies vidéo avancées (GoPro[44], smartphone, cameras 4K[45]) et la démocratisation des logiciels de montage ont également contribué à brouiller les frontières entre contenu *« professionnel »* et *« amateur »*, rendant parfois leur distinction visuelle difficile.

La plateforme de partage de vidéos, depuis sa création, a ainsi subi une transformation significative sous l'influence de ces logiques commerciales. Les vidéos de type DIY[46] ou de qualité moindre, autrefois emblématiques de la plateforme, ont alors progressivement cédé leur place à des contenus amateurs de plus en plus perfectionnés, élevant ainsi les standards de diffusion. Cette évolution commerciale nous interroge alors sur la philosophie originelle du *« Broadcast Yourself »*[47], où la création de contenu était considérée comme un loisir, un passe-temps, ou un moyen de partage communautaire.

[42] Lucas Hauchard, plus connu sous le pseudonyme Squeezie, est un vidéaste français proposant sur sa chaîne YouTube des vidéos humoristiques, des clips musicaux ainsi que des vidéos réactions

[43] Le Joueur du Grenier est une chaine qui associe deux vidéastes critiques de jeux vidéo rétro. Elle est composée de Sébastien Rassiat et Frédérique Molas..

[44] GoPro est une marque de caméra haute définition compacte utilisée à la fois par les professionnels et les amateurs.

[45] 4K est un acronyme qui désigne une image d'ultra haute définition.

[46] Acronyme de l'anglais « Do it Yourself », qui désigne quelque chose de fait maison, d'amateur.

[47] Il s'agit du slogan originel de YouTube, aujourd'hui retiré, qui voulait dire « Diffuser soi-même »

Effectivement, YouTube offre désormais aux producteurs amateurs de opportunités de se professionnaliser. Par exemple, le programme partenaire de la plateforme permet à n'importe quel utilisateur de monétiser son contenu en affichant des publicités. En parallèle, d'autres acteurs tels que les « Networks » , des impresarios ou des producteurs dédiés, ont investi la plateforme, favorisant également un processus de professionnalisation chez certains amateurs, séduits par le mythe de la *« YouTube money »*[48].

Finalement, YouTube, qui avait été initialement conçu comme un espace de liberté et de création universelle, a évolué vers un modèle plus professionnel et industriel. La plateforme est aujourd'hui perçue par de nombreux internautes comme le symbole d'une hypothétique réussite entrepreneuriale. Beaucoup investissent leur temps et leurs efforts dans l'espoir de vivre de leurs créations, voire même de devenir millionnaires, à l'image des youtubeurs les plus célèbres de la plateforme. Cette transition marque ainsi un changement fondamental de YouTube, passant d'un facilitateur neutre et libertaire à une entité industrielle influente dans le paysage médiatique actuel.

[48] Le terme « YouTube money » est une expression familière dans l'univers des créateurs de YouTube qui désigné l'argent gagnée par le biais des publicités autorisées sur son contenu.

Youtubeurs, influenceurs : les « micro-célébrités » d'internet

Cette professionnalisation a transformé YouTube en une zone commerciale clé pour le marketing d'influence, un domaine en plein essor caractérisé par la promotion de produits et l'accroissement de la notoriété des marques à travers le contenu diffusé par les utilisateurs les plus influents sur les réseaux sociaux. Ces derniers peuplent désormais le paysage numérique et adoptent des appellations variées selon leur canal ou média social de prédilection : *« blogueurs »* (Neihouser, 2016), *« streameurs »* (Barnabé, 2022), *« instagrameurs »*. Concernant YouTube, les termes varient : *« youtubeurs »*, *« créateurs de vidéos »*, *« créateurs de contenus »* ou *« vidéastes »*. Cette terminologie, que nous employons depuis le début de notre travail, semble différer selon le contexte culturel et linguistique, et selon les acteurs impliqués, mais tous décrivent une variété d'utilisateurs de YouTube qui publient activement des vidéos. Que ce soit pour parler de jeux vidéo, de beauté, d'humour ou de politique, ces individus déploient une variété d'intérêts à travers leurs productions et se reconnaissent sous l'étiquette générique de *« youtubeur »*, dont *« [...] la portée globale [...] s'accroît ainsi dans les domaines les plus divers, donnant parfois l'impression de « surprendre » les sociétés contemporaines lorsqu'elles découvrent à quel point leurs voix comptent [...] »* (Gomez-Mejia, Nicey, & Stalder, 2019, p.18). Ce terme, néologisme dérivé de l'anglais *« youtuber »*, est apparu dans l'édition 2017 du dictionnaire Le Petit Robert[49], qui le définit succinctement comme une *« [...] personne qui publie ses propres vidéos (sketchs, tutoriels...) sur le site YouTube [...] »*. Cette définition suggère que théoriquement, n'importe qui pourrait endosser le rôle de youtubeur.

[49] https://dictionnaire.lerobert.com/definition/youtubeur

Toutefois, dans l'univers des réseaux sociaux, ce terme ne se limite pas à décrire simplement un internaute actif dans la publication de contenu ; il désigne désormais un acteur médiatique qui *« [...] accède à son tour au rang de figure hégémonique de notre époque [...] »* (Gomez-Mejia, Nicey, & Stalder, 2019, p.18), devenant ainsi un véritable titre honorifique et un marqueur identitaire significatif dans le paysage numérique contemporain. De nombreux travaux le soulignent (Jorge et al., 2018 ; Frau-Meigs, 2017 ; Westenberg, 2016 ; Allard, 2019) : l'attribution de ce titre ne concerne pas n'importe quel utilisateur de la plateforme, mais désigne avant tout « *[...] des personnalités qui émergent en ligne du fait du nombre de vues cumulées que leurs chaînes génèrent [...] »* (Frau-Meigs, 2017, p.126). Comme nous l'avons évoqué au début de cette introduction, elle résulte surtout d'un long travail d'*« énonciation subjective »* (Mathy & Fanouillère, 2019) qui implique d'*« [...] incarner, filmer, monter, montrer, animer et mettre en mots [...] »* (Gomez-Mejia, Nicey, & Stalder, 2019, p.18). Ce travail exige non seulement un certain talent, mais aussi l'adoption de caractéristiques et de valeurs qui bénéficient d'un large consensus dans l'imaginaire collectif.

Ce processus se manifeste notamment à travers une légitimité acquise dans un domaine spécifique mais surtout à travers une *« reconnaissance de leurs pairs »* (Allard, 2019) au sein d'une large communauté d'abonnés, propulsant les youtubeurs les plus talentueux au rang de véritables *« leaders d'opinion »* numériques. Cela résonne comme un écho moderne à la théorie de la *« communication à deux étages »* de Paul Lazarsfeld et Elihu Katz (Katz, 1957).

Selon ce cadre conceptuel, un *« leader d'opinion »* (Katz, 2007) est une personne qui, bien que pouvant sembler *« ordinaire »* a la capacité d'influencer largement l'opinion publique et les comportements sociaux. Ces leaders d'opinion interagissent avec les médias de masse, analysent les actualités, retraitent l'information et la diffusent efficacement au sein de leur communauté. Les youtubeurs semblent incarner ces rôles. Souvent qualifiés d'*« amateurs profanes »* (Douyère & Ricaud, 2019), ils se révèlent particulièrement compétents pour diffuser informations et opinions au cœur de l'espace public. Ils occupent une position centrale dans des réseaux de communication, établissant des connexions durables avec de nombreux abonnés qui forment autour d'eux des cercles de fidèles adeptes.

Cette caractéristique principale a notamment été théorisée sous l'expression *« micro-célébrités »*, un terme principalement utilisé pour désigner, à l'instar des youtubeurs, des streameurs, des tiktokeurs, des instagrammeurs, et des snapchatteurs, des internautes initialement inconnus qui ont progressivement produit leur propre contenu pour séduire de nombreux abonnés, illustrant le passage symbolique *« de l'audience aux communautés »* (Allard, 2019, p.72). Cette notion a été conceptualisée par Theresa Senft (2008), une universitaire australienne. Dans ses recherches pionnières sur les webcams au début des années 2000, Senft caractérise la *« micro-célébrité »* comme une identité spécifique à Internet, se distinguant par une notoriété acquise auprès de groupes d'individus plus ou moins restreints.

Alice Marwick (2010), une autre spécialiste renommée dans ce domaine, affine cette définition en décrivant la micro-célébrité comme *« [...]l'état d'être reconnu au sein d'un groupe [...] couplé à une pratique où les individus se mettent en scène en tant que personnalités publiques, établissant des liens affectifs avec les membres de leur public [...] »* (Marwick, 2010). Cette tendance à la mise en scène stratégique de l'intimité et à se présenter en tant que célébrité a été largement popularisée par l'utilisation croissante des réseaux sociaux et a également été analysée en France par Fabien Granjon et Julie Denouël (2010). Ces derniers mettent en lumière une *« [...] extériorisation des singularités individuelles par la mise en visibilité de certains traits identitaires, révélant des caractéristiques physiques, sociales ou culturelles distinctives, ainsi que des compétences variées dans la production de contenus hétérogènes [...] »* (Granjon & Denouel, 2010). Leurs recherches illustrent notamment comment les médias sociaux ont facilité une forme de célébrité plus accessible et personnalisée, reflétant ainsi une diversité et une richesse des identités au sein de la société numérique. En d'autres termes, ces micro-célébrités établissent des interactions régulières et directes avec leurs audiences, désormais considérées comme des fans, en partageant ouvertement leurs processus créatifs, dans un esprit de transparence et d'authenticité. Cela est notamment dû à leur contenu, *« [...] [idéalement] plus authentique que celui produit par les médias de masse [...] »* (Marwick, 2013, p.247).

Cette quête d'authenticité trouve son origine dans le Vlog, un genre devenu populaire et emblématique, symbolisant la genèse fondatrice du *« youtubeur »*. Dans ce type de vidéos en ligne devenu presque canonique, l'utilisateurs amateur , souvent adolescent, publient des contenus où ils s'adressent *« [...] face à la caméra, directement aux internautes, dans des réalisations qui conservent une facture imparfaite [...] »* (Châteauvert, 2021, p.2), créant ainsi une ambiance intime et partageant des détails de leur vie privée. Ce format vidéo, souvent tourné dans un cadre intimiste tel qu'une chambre, une cuisine ou un salon, favorise la proximité. Cette révélation volontaire de l'intimité est facilitée par la réduction des barrières techniques et technologiques. Elle est d'autant plus accentuée que la plateforme YouTube elle-même encourage ses utilisateurs à construire leur propre audience et à se promouvoir personnellement, en dehors des médias traditionnels.

En somme, à la différence des célébrités médiatiques traditionnelles, les *« micro-célébrités »* (Senft, 2008) telles que les youtubeurs se distinguent par plusieurs attributs clés *: « [...] authenticité, communauté, intimité, légitimité et célébrité [...] »* (Gomez-Mejia, Nicey, & Stalder, 2019, p.18) L'authenticité et l'intimité sont manifestées à travers le ton, le contenu et le style qui les caractérisent ; la communauté se reflète dans le nombre considérable d'abonnés qui forment un véritable cercle de fidèles ; la légitimité est obtenue grâce à la reconnaissance de leurs pairs dans un domaine spécifique ; et la célébrité résulte du processus par lequel ils acquièrent une notoriété grâce à leur posture et leur influence.

Cette vision collective du *« youtubeur »*, qui semble offrir une alternative démocratique aux diffuseurs traditionnels, dissimule en réalité une stratégie industrielle bien plus complexe, souvent marquée par des engagements contractuels. En effet, au-delà de ce positionnement mythologique promettant de manière égalitaire et démocratique à chaque utilisateur la possibilité de devenir un youtubeur, se cachent des logiques commerciales sous-jacentes à ces apparences altruistes. Ces logiques révèlent que derrière les bonnes intentions affichées, des intérêts économiques et des stratégies de marché sont souvent à l'œuvre, influençant la trajectoire et la professionnalisation des utilisateurs au sein de ces plateformes. Cette promesse de micro-célébrité émancipatrice, dans les faits, constitue ainsi le faux-nez d'un esprit libertarien du capitalisme. A ce sujet, Crystal Abidin (2016) explique même que cela contribue à l'auto-marchandisation, à une forme de processus mercantile de marque personnelle dont le but est de vendre aux annonceurs ce qui ressemble à une forme de *« capital identitaire »*[50] (Côté, 1997) . Un capital dont les composantes comme les compétences, les attitudes, les croyances et le charisme sont considérées comme des ressources afin de se construire une image personnelle mercantilisée, une *« persona »*[51] en marketing, qui sera ensuite proposée aux annonceurs. Nous observerons, au fil de ces travaux, que ces pratiques de *« micro-célébrités »* (Marwick, 2010) investissent progressivement le domaine de l'activisme politique.

[50] Le « capital identitaire » du sociologue américain Côté comprend un ensemble de forces et de compétences psychosociales qui sont déployées par les individus à la fois pour se définir et pour représenter la façon dont les autres les définissent. Le capital identitaire est à la fois matériel et immatériel et acquis par l'application de ressources dans les échanges identitaires.

[51] Une persona en marketing est une personne fictive dotée de caractéristiques sociales et psychologiques représentant un groupe cible.

Des acteurs motivés par des considérations politiques se servent notamment de plateformes telles que YouTube pour exposer leur identité politique et personnelle. Ce faisant, ils cherchent à attirer l'attention sur une cause spécifique (Tufekci, 2013, p. 857) faisant du youtubeur produisant des contenus politisés l'emblème d'*« une nouvelle forme de médiation pour la politique »* (Douyère & Ricaud, 2019, p.19)..

D'après David Douyère et Pascal Ricaud (2019), ces producteurs de contenus politiques peuvent être distingués en trois catégories sur les réseaux sociaux, notamment sur YouTube. Le premier groupe comprend des individus initialement *« amateurs »* qui se lancent dans le commentaire politique. Le deuxième groupe est constitué d'acteurs politiques qui utilisent cette plateforme comme une alternative aux canaux de communication traditionnels, permettant ainsi d'économiser les coûts associés à la diffusion traditionnelle, tout en formant une communauté autour de leurs vidéos. Le troisième groupe regroupe des politiciens habitués à d'autres formes de médias, qui se tournent désormais vers YouTube pour diffuser directement leurs idées, souvent ignorées par les médias traditionnels, particulièrement en période électorale. Les chercheurs canadiens Elizabeth Dubois et Devin Gaffney (2014) quant à eux, distinguent deux grands ensembles. D'une part, il y a les *« top élites »* (politiques, journalistes et médias traditionnels), des personnalités ou structures politico-médiatiques possédant un grand nombre d'abonnés et un fort *« capital médiatique »* (Hounnou, Desrumaux & Nollet, 2023 ; Neihouser, 2023), s'appuyant sur des collaborations ou une notoriété préalablement établie avec des médias de masse ou des structures industrielles médiatiques (Acharoui et al., 2020, p. 1102).

D'autre part, il y a les *« influenceurs politiques »*, souvent *« amateurs »* parfois qualifiés de *« pro-am »* (professionnels-amateurs) (Beuscart & Mellet, 2015), en raison d'un processus de professionnalisation observé chez certains d'entre eux. Ces derniers, qu'ils soient individus, collectifs ou médias alternatifs, produisent leur contenu de manière indépendante, *« [...] sans lien direct avec les grands médias ou les partis politiques [...] »* (Cunningham & Craig, 2017). Selon diverses études, tant sur YouTube que sur d'autres réseaux sociaux, bien que de nombreux contenus politiques soient liés à ces *« top élites »*, on note également une augmentation de ces nouveaux *« influenceurs politiques »* qui ne correspondent pas aux normes établies (Scolari & Fraticelli, 2019). Leur ethos est souvent imité par les élites traditionnelles dans leur communication numérique (Theviot, 2019). Ces influenceurs, par leurs caractéristiques d'apparente authenticité et d'autonomie, ainsi que par l'origine de leur parcours, représentent en quelque sorte la version politique de la *« micro-célébrité »*, du *« youtubeur »* : le *« youtubeur politique »*.

À ce titre, nous proposons une définition du qualificatif *« youtubeur politique »* qui s'avère être le cas des vidéastes de droite radicale et d'extrême droite que nous avons introduits et que nous désirons analyser dans cette thèse. Grâce aux caractéristiques et aux développements évoqués précédemment, nous désignerons dorénavant dans nos travaux par *« youtubeur politique »* : *une personne ou un individu, initialement amateur (du moins à leur genèse sur le canal), détaché officiellement de toute entité professionnelle, institutionnelle, médiatique ou politique, qui utilise principalement YouTube comme support de diffusion de contenus politisés*.

Nous affinons cette description en ajoutant que ce type de youtubeur est principalement reconnu grâce à ce support et possède une activité significative sur la plateforme. Notre définition élimine donc du qualificatif *« youtubeur politique »* les célébrités médiatiques, les personnalités politiques, les journalistes, les médias traditionnels et web, ainsi que les institutions. Cette définition nous semble ainsi fidèle à la distinction entre *« top élites »* et *« influenceurs politiques »*, ainsi qu'aux spécificités et canons culturels du *« semi-professionnalisme »* résultants notamment du processus de *« micro-célébrité »* (Marwick, 2010) que nous avons détaillé précédemment.

Après avoir esquisser une qualification de ces termes de *« youtubeur »* et *« youtubeur politique »*, plusieurs interrogations sémantique demeure toutefois en suspens vis à vis d'un autre terme que nous avons également usité depuis le début de cette partie : *« influenceur »*. Un youtubeur est-il un influenceur ? les termes veulent-ils dire la même chose ? Afin de répondre à ces questions, il est nécessaire de définir à son tour ce terme de *« influenceur »* ou ce que certains universitaires en management nommaient auparavant *« e-influenceurs »* (Vernette & Flores, 2004). Une première observation et une lecture de différents travaux de chercheurs dans ce domaine nous permettent de constater qu'il s'agit tout d'abord d'un terme plutôt générique et issu du marketing numérique. Il est né d'une tendance parmi les internautes, particulièrement chez des *« micro-célébrités »* (Marwick, 2010), qui s'engagent inévitablement, en dehors de leur plateforme ou réseau originel, dans des pratiques transmédias afin de déployer leurs identités sur l'ensemble des espaces publics en ligne.

En d'autres termes, un *« influenceur »* serait, par exemple, un youtubeur qui développe et décline simultanément sa visibilité et son activité sur d'autres plateformes et médias sociaux que YouTube. D'autres recherches suggèrent des spécifications plus précises de cette appellation *« influenceur »* : il *« […] occupe une place centrale sur les réseaux socionumériques […] »* en étant à la tête d'une importante communauté, il est à la fois *« […] un récepteur et un créateur de contenus […] »* (Lukasik, 2022, p.150). Enfin, il monétise son image par l'intermédiaire de son contenu et serait perçu cyniquement comme désireux de capitaliser sur une reconnaissance substantielle (Jauffret & Landaverde-Kastberg, 2018). Pour clore cette discussion sémantique et répondre à nos interrogations sur les termes *« youtubeur »* et *« influenceur »*, il apparaît que ces appellations sont proches. Cependant, le terme *« influenceur »* est, dans notre contexte, plus général. Comme nous l'avons observé, il désigne dans le domaine de l'influence sur les espaces socionumériques, une *« micro-célébrité »*, qu'il s'agisse d'un youtubeur, d'un instagrammeur, d'un blogueur ou d'un tiktokeur, qui choisit de commercialiser activement son image et de diffuser son contenu à travers l'ensemble des réseaux sociaux.

En résumé, les acteurs que nous voulons étudier dans cette thèse sont des utilisateurs de YouTube qui, grâce à leur processus de *« micro-célébrité »* (Marwick, 2010), se distinguent des *« top élites »* et des acteurs politiques traditionnels. Nous pouvons aussi déduire que le *« youtubeur »* n'est pas nécessairement un *« influenceur »*.

Cependant, à l'instar de la plupart des vidéastes affiliés à l'extrême droite que nous analyserons plus tard, lorsqu'ils possèdent une communauté suffisamment grande pour monétiser leurs contenus et qu'ils s'impliquent également dans d'autres médias sociaux, ils le deviennent.

L'algorithme YouTube : la boite noire

Nous venons de le mentionner précédemment, une plateforme est une technostructure constituée de logiques à la fois économiques et computationnelles. Lorsqu'on étudie YouTube, il est alors primordial d'identifier en détail une partie de ces logiques, et, par extension, de connaître ce qui influence concrètement la visibilité des vidéos. Instinctivement, nous pouvons nous appuyer sur le nombre absolu de vues ou d'abonnements, mais afin d'identifier les logiques qui contribuent au succès des vidéos politiques sur YouTube, il faut d'abord tenir compte de la manière dont les internautes s'exposent aux vidéos.

Selon plusieurs chercheurs anglo-saxons (Davidson et al., 2010), il existe au moins trois voies : (1) la *« navigation directe »* lorsque les utilisateurs trouvent la vidéo par l'intermédiaire des moteurs de recherche, (2) la *« navigation orientée »* (regarder des vidéos sur un certain sujet d'intérêt) et (3) les *« besoins non articulés »* (symbolisés notamment par les recommandations de la plateforme). Il convient également d'identifier les caractéristiques propres des vidéos qui peuvent être classées en trois catégories (Davidson et al., 2010) : *le contenu*, *le contexte* et *les facteurs externes* (la couverture médiatique de la vidéo, les liens à partir d'autres sites ou encore le *« page rank »* d'une vidéo sur les moteurs de recherche). Sur ce dernier point, nous pouvons observer que déjà en 2013, les références aux vidéos YouTube représentaient presque 30 pourcents des publications de X ou Facebook (Ausserhofer & Maireder, 2013). Plus généralement, la visibilité d'une vidéo repose sur des éléments computationnels mystérieux. L'un d'eux est bien évidemment l'algorithme.

Ce dernier, comme pour une majorité de réseaux sociaux, joue un rôle déterminant pour les contenus qui seront les plus référencés, et par conséquent, rémunérés. Pour être plus précis, l'un des principaux attributs de l'algorithme consiste à convaincre l'utilisateur de regarder une vidéo suggérée après la fin d'un visionnage. Ce que l'on nomme succinctement le *« système de recommandation »*[52].

Pendant de nombreuses années, l'algorithme du système de recommandation suggérait prioritairement les vidéos qui recevaient le plus de vues et de clics. Ce codage simple entraîna une prolifération de vidéos trompeuses voire aguicheuses (titres truqués, images choquantes), que l'on appelait très vulgairement du *« putaclic »*[53] ou *« clickbait »*[54]. Cela donnait à de nombreux utilisateurs de YouTube le sentiment d'avoir été dupés. L'algorithme s'est amélioré ensuite grâce à une forme d'apprentissage automatique ou *« machine learning »*[55], ce qui signifie en d'autres termes que chaque interaction permet à YouTube d'apprendre plus de l'internaute. Cette technique informatique repose sur un mode autonome d'*« apprentissage supervisé »* (Cardon, 2018, p.68), dont le fonctionnement exact est perçu, comme le souligne Claire Richard (2018), comme une véritable *« boîte noire »*, à la fois *« insaisissable et toute-puissante »* (Richard, 2018, p.68), car une partie de sa logique demeure opaque, même pour ses ingénieurs.

[52] Notice du système visible sur : https://blog.google/intl/fr-ca/produits/lunivers-youtube/propos-du-systeme-de-recommandation-de-youtube/

[53] Néologisme péjoratif, contactions de « pute » et de « clic », qui qualifie un contenu vidéo dont le titre ou le synopsis est volontairement racoleur afin d'attirer davantage d'audience ou provoquer un clic.

[54] Le terme vient de l'anglais "appât à clics", désigne une technique de création marketing qui vise à maximiser le nombre de clics sur un contenu quitte à ce que la publication ait un caractère déceptif.

[55] Le « machine learning » est le terme anglais qui désigne le développement de systèmes informatiques capables d'apprendre et de s'adapter sans suivre d'instructions explicites, en utilisant des algorithmes et des modèles statistiques pour analyser et tirer des conclusions à partir de modèles de données.

Cette illisibilité algorithmique produit des résultats efficaces mais dont *« on ne peut extraire des connaissances sur la manière dont ils les produisent »* (Cardon, 2018, p.69).

En explorant les notices d'informations de Google, nous en déduisons cependant les grands principes. Cette technique algorithmique de YouTube[56] (qui, rappelons-le, influence les résultats de recherche, les flux de recommandations, la page d'accueil, les tendances, les abonnements aux chaînes, les notifications) a été construite selon le principe du *« filtrage collaboratif »*[57].Ce procédé informatique intègre des métriques telles que le nombre d'abonnements ou le nombre de vues, mais aussi les pratiques individuelles de chacun des utilisateurs d'un service numérique. Ces dernières reflètent des comportements et motivations intimes, et, par conséquent, revêtent un aspect sociologique. Nous pouvons ainsi identifier deux facettes de l'algorithme : une facette initiale de conception et de codage, et une autre facette, inconnue, une intelligence artificielle, qui se matérialise comme un réseau de neurones *(« deep neural networks for YouTube recommendations »*) en imitant le cerveau humain. Ce réseau de neurones virtuels se distingue d'une réponse programmée en ce sens qu'il s'agit d'un comportement que l'ordinateur déduit de lui-même afin de déterminer le moyen le plus rapide d'atteindre les deux principaux objectifs qui sont, selon Google, *de (1) trouver du contenu répondant à la demande de chaque utilisateur, et (2) maintenir au maximum l'internaute sur la plateforme*.

[56] Notice sur l'algorithme visible sur :
https://static.googleusercontent.com/media/research.google.com/en//pubs/archive/45530.pdf

[57] L'utilisation des données de l'utilisateur à des fins algorithmiques est appelée « filtrage collaboratif ». Il existe deux méthodes. Une passive qui ne fait pas appel à l'utilisateur, ce dernier n'est pas directement consulté. La méthode active, elle, tient compte d'éléments renseignés par l'utilisateur. Par exemple, YouTube utilise un filtrage collaboratif passif : il collecte en arrière-plan les informations et interactions des utilisateurs et en déduit les recommandations.

Pour remplir ces deux objectifs, l'algorithme entraîne donc une extrême personnalisation du contenu. Cela crée, de manière récurrente, ce que le chercheur britannique Eli Pariser nomme dans son ouvrage éponyme *« The Filter Bubble »* (2011), ou, *« bulle de filtre partisane »* (Richard, 2018, p.69), en écartant alors du champ de vision de l'internaute les contenus jugés potentiellement contradictoires ou inintéressants. En d'autres termes, il est peu probable que l'algorithme de YouTube nous suggère une vidéo de couture, de sports nautiques, de géographie ou de lions d'Afrique si nous n'avions montré aucun intérêt pour ces sujets auparavant. Soupçonnées d'enfermer les utilisateurs, ces *« bulles de filtre »* algorithmiques sont souvent accusées de faciliter une radicalisation. Ce phénomène encore discuté empiriquement, est nommé parfois par la chercheurs anglo-saxons *« Rabbit Hole »* (Ledwich & Zaitsev, 2019) ou encore *« Radicalization Pipeline »* (Champion & Frank, 2021). Une propagation de contenus extrémistes et de fausses informations qui, nous le verrons dans la partie suivante, *« ébranlent les fondements même de la sphère publique »* (Richard, 2018, p.69).

YouTube, une nouvelle sphère médiatique

YouTube, et de manière générale, les réseaux sociaux créent des espaces d'échanges *« en réseaux »* (Merklé, 2016), décentralisés, flexibles, composés d'individus disparates s'agrégeant autour de communautés. Cette structuration communautaire de YouTube nous rappelle les travaux du sociologue Ferdinand Tönnies (2015), qui distinguait les communautés (*« Gemeinschaft »*) et la société (*« Gesellschaft »*). Selon lui, les communautés sont des cercles sociaux plus fermés et efficients, tandis qu'une société est plus égoïste, s'intégrant dans l'optique d'un strict intérêt personnel. Sur le même sujet, Ray Oldenburg (1997) affirmait qu'on ne s'installe pas complètement dans une communauté ou dans une société, mais qu'on navigue entre les deux. Le sociologue américain, reprenant la thèse de Tönnies, affirmait que les citoyens auraient besoin de trois endroits pour s'épanouir dans une société : le foyer familial, le bureau et *« The Third Place » (« le Tiers-Lieu »*). Ce dernier correspond à des espaces publics neutres, lieux de rassemblements permettant aux individus de se connecter et d'établir des liens relationnels. Ils font figure alors de théâtres de rencontres régulières, volontaires et informelles en dehors du foyer familial et du bureau. Oldenburg (2013) cite les cafés, les bureaux de poste, les parcs, ou encore les stades.

Avec l'avènement d'Internet, les Tiers-Lieux ont profondément changé de nature en se virtualisant, notamment avec l'essor des plateformes sociales. Ces dernières ont ainsi permis à leurs utilisateurs de devenir des producteurs d'informations, de nouer des relations mais aussi de construire des communautés d'individus aux intérêts communs.

Des caractéristiques similaires aux Tiers-Lieux physiques se sont en quelque sorte transposées dans un espace virtuel (Burret, 2017). David Vallat, chercheur en science de gestion, les nomme tout simplement *« les tiers-lieux 2.0 »*, et les définit comme des espaces qui rassemblent *« des personnes dans des communautés de praxis marquées par un patrimoine culturel commun qui puise en partie sa source dans l'éthique hacker, valorisant plus le fait d'agir sur soi/sur le monde (praxis) que de produire (poiesis) au sens strict »*. Dans une application précise de cette qualification, YouTube apparaît alors, dans certains cas, à l'instar de X et Facebook, comme l'un de ces Tiers-Lieux virtualisés.

Cette théorie autour des Tiers-Lieux se rapproche fortement du concept en science politique de sphère publique introduit par Jürgen Habermas dans son livre fondateur Strukturwandel der Öffentlichkeit (1962). Habermas, dans cet ouvrage, définit la sphère publique comme *« un espace de notre vie sociale où l'opinion publique peut se former »* et dont l'accès est libre à tous. Habermas acte l'origine du concept de sphère publique au XVIIIe siècle, période où l'on a commencé à distinguer l'opinion privée de l'opinion publique, notamment grâce à une démocratisation de la presse d'opinion.

Plus tard, le chercheur a pointé une transformation structurelle importante substituant cette sphère publique matérielle par une *« sphère publique médiatique »*, notamment avec l'émergence des médias de masse. Habermas la concevait ainsi comme un espace encadré et structuré par les médias, où la communication politique serait menée par une élite, composée de journalistes ainsi que d'acteurs auxquels on donnerait l'occasion de s'exprimer.

À l'inverse, les citoyens étaient relégués au rôle de spectateurs. Cette conceptualisation n'est pas nécessairement bien adaptée au contexte contemporain. En effet, l'écosystème médiatique actuel est considérablement différent. Les spectateurs, lecteurs se sont dispersés sur une gamme croissante de solutions médiatiques, réduisant ainsi la position hégémonique des principaux médias de l'ère pré-numérique.

À l'instar de YouTube, les plateformes et les réseaux sociaux ont gagné, depuis les années 2010, une part substantielle dans la transmission de l'information, accentuant notamment sa complexité. L'information est par conséquent passée d'un espace médiatique restreint à un système atomisé en communautés. Cette fragmentation s'oppose donc frontalement à l'idée d'une sphère publique unique, qui n'apparaît plus clairement représentative. Ainsi, depuis des décennies, les chercheurs s'attellent à revisiter ce modèle théorique en essayant de prendre en considération cet éclatement de la sphère publique (François & Neveu, 1999 ; Oscar Negt, 2009). Nancy Fraser (2001), par exemple, affirme qu'une telle atomisation a toujours existé, et qu'un éventail de publics fragmenterait la sphère publique en permettant la constitution de *« contre-publics subalternes »*. Des *« contre-publics »* qui formeraient des espaces délibératifs alternatifs et parallèles, permettant l'élaboration d'un commun identitaire. Ces espaces produiraient alors un contre-discours politique et une forme de repli communautaire.

De son côté, Bernard Miège explique, à l'aide de ses *« modèles communicationnels »*, que la sphère publique s'élargit, tout en morcelant ses bases d'intervention (1995 ; 2010). Ultérieurement, Eric Dacheux (2006) complétera cette analyse en prenant en compte Internet. Selon ces deux chercheurs, il y aurait alors cinq modèles communicationnels qui coexistent de manière distinctive et qui constituent l'espace public médiatique : la presse d'opinion, la presse de masse, les médias audiovisuels, les relations publiques et enfin le web. Ce dernier a apporté des changements majeurs dans l'espace public, dont le plus significatif serait le fait que tout un chacun, le quidam, devient producteur individuel de contenu, et peut ainsi contribuer, lui aussi, à la délibération publique.

D'autres scientifiques abordent la conceptualisation de la sphère publique à travers une perspective technologique, développant des cadres conceptuels adaptés aux caractéristiques spécifiques des plateformes numériques. Par exemple, certains chercheurs (Benkler et al., 2015), ont introduit le concept de *« sphère publique en réseau »*, qui vise à décrire une évidente transformation de la sphère publique à l'ère d'Internet. De son côté, Marie Neihouser (2016) explore notamment la notion de *« blogosphère »*, présentant un écosystème en ligne spécifique constitué de blogs interconnectés, véritables espaces distincts d'expression publique où les individus partagent des opinions, débattent de sujets d'actualité et influencent parfois l'agenda médiatique traditionnel. Sous cet angle technologique, nous pouvons également évoquer David Chavalarias, qui a introduit le concept de *« Twittersphère politique »* (Chavalarias, Gaumont, & Panahi, 2019), décrivant ainsi une sphère identifiable de discussions politiques propre au réseau social X.

Malgré ces tentatives, et compte tenu de l'imbrication des différents réseaux sociaux numériques, de tels concepts centrés sur une seule plateforme peuvent également paraître inappropriés actuellement. Ces réévaluations démontrent surtout la nécessité de construire un nouveau cadre théorique qui prenne en compte cette fragmentation en une gamme de publics divergents qui, notamment sur les réseaux sociaux, se chevauchent. En effet, les possibilités de l'Internet semblent avoir mis fin à une sphère publique unique, *« bourgeoise »* selon Habermas, contrôlée par des élites professionnelles du discours public. À l'image de YouTube, des espaces publics ou *« semi-privés »* d'expressions, des contre-sphères, émergent dans lesquels la *« coupure entre profanes et professionnels »* s'amenuise en dépit des *« gatekeepers »*[58] (Cardon, 2010). Ils favorisent, par conséquent, les discours *« amateurs »* par leurs dispositifs sociotechniques, et amènent une diversité d'idées, d'opinions et d'acteurs dans le débat public. YouTube et, par extension, les réseaux sociaux bouleversent ainsi le modèle délibératif habermassien en libérant les subjectivités (Cardon, 2010, p. 41). Les youtubeurs politiques étudiés dans cette thèse semblent, à première vue, incarner une partie de ce bouleversement en devenant à leur tour, pour certains d'entre eux, par leur *« microcélébritisation »*, des sortes de *« gatekeepers »* évoluant dans leur propre sphère publique médiatique parallèle, Cette sphère est animée par leurs communautés qui, parfois, se heurtent ou se chevauchent avec d'autres espaces publiques numériques simultanément.

[58] Un « Gatekeeper » est une personne qui contrôle l'accès à quelque chose. Métaphoriquement, il fait référence à des individus ou à des organismes qui décident si un message donné sera diffusé par un média de masse.

L'engagement & la participation sur YouTube

Les médias sociaux comme YouTube ont été l'objet de nombreuses recherches sur leurs attitudes d'engagement (Monnoyer-Smith & Wojcik, 2014), de participation, et sur la manière dont ces outils influencent les comportements sociaux (Mercier, 2015 ; Marrocia, 2003). L'une de ces spécificités encore étudiée aujourd'hui est l'anonymat. Ce dernier est d'ailleurs de plus en plus limité sur Facebook, Instagram[59] ou X, notamment à cause de récents débats législatifs, leur position hégémonique et parfois intergénérationnelle, les faisant apparaître comme de véritables espaces publics où bon nombre de contacts restent des relations proches, identifiables ou célèbres. Le profil personnel sur ces réseaux sociaux devient alors une extension virtuelle de son identité, une vitrine numérique, l'image ultime de son capital social sur la toile. Ainsi, pour un internaute, parler de ses opinions sur ces sites revient à rendre publique son orientation auprès d'un cercle de relations sociales proches et parfois professionnelles (Babeau, 2014, p.127). Il existe alors une crainte certaine de s'exposer, de mettre en péril sa situation et son tissu social (Babeau, 2014, p.126) lorsqu'il s'agit d'évoquer une couleur politique, son militantisme sur un réseau social dont la porosité avec la réalité est grandissante. Sur ce point, YouTube semble être un moyen d'éviter l'étalage de ses opinions, et d'assouvir des intérêts pour des sujets politisés sans exposition notoire, *« dans son coin »*.

[59] Instagram est une plateforme de partage de photos et de vidéos appartenant à Facebook. Les utilisateurs peuvent publier des images, des vidéos courtes, des stories éphémères et envoyer des messages privés. La plateforme se concentre sur la découverte de nouveaux contenus, le suivi des influenceurs et la promotion de marques.

En effet, le site demeure encore un espace relativement libre car, contrairement à d'autres réseaux sociaux, les utilisateurs peuvent visionner du contenu sans identification ou, pour ceux désirant plus que de simples visionnages, en s'enregistrant souvent sous pseudonymes, avec une adresse e-mail sans avoir l'obligation d'enrichir un profil ou de saisir des informations personnelles intrusives. Ces utilisateurs inscrits peuvent alors se créer un avatar, un profil, commenter, noter des vidéos, partager, approuver ou contester des contenus dans les sections commentaires de chaque vidéo. Cet anonymat est aussi explicable par un certain esprit du site où les sections commentaires sont communément réputées pour le *« flaming »*[60] ou l'hostilité entre utilisateurs. Cette atmosphère hostile ambiante, notamment sous les vidéos politisées, se matérialise par une exacerbation des émotions, des partis-pris idéologiques et un ton agressif voire insultant dans les commentaires (Amadori, 2012, p.3). Ces formes de violences polémiques et cette appétence au *« flaming »* peuvent alors expliquer pourquoi les utilisateurs entretiennent une forme d'anonymat sur YouTube, afin notamment d'éviter toutes interactions négatives, représailles, sanctions, plaintes ou expositions dangereuses. En outre, cet anonymat relatif de YouTube permet également la recherche d'une altérité politique (Froio, 2017, p.31), surtout dans des courants dissidents (Giry, 2017, p.6), des théories du complot, des opinions minoritaires ou peu visibles. Cela fait écho aux travaux de Dominique Cardon (2007, p.4) qui montrent que l'anonymat des échanges sur le web, notamment sur un réseau social comme YouTube, favorise la prise de parole politique pour certains citoyens qui auparavant s'autocensuraient dans certains espaces ou n'étaient pas adroits oralement.

[60] Anglicisme traduisant « propos inflammatoire », définit la pratique qui consiste à poster des commentaires délibérément hostiles, insultants ou provocateurs avec l'intention de créer la polémique sur les réseaux sociaux

YouTube peut donc apparaître comme un support qui provoque les rencontres avec des personnes qui éprouvent un besoin de débattre et d'échanger sur la politique, et pour beaucoup, sans s'afficher publiquement sur d'autres réseaux sociaux, en donnant la possibilité aux plus actifs de diffuser leurs idées, de se confronter aux antagonistes par le jeu de la polarisation algorithmique (Figeac et al., 2019). Il génère alors un attrait non-négligeable pour des utilisateurs plutôt actifs qui recherchent les conflits, les débats et l'autocongratulation de clavier, souvent dans un anonymat libérateur (Cardon, 2007, p.4). Ces internautes plus actifs sont généralement conscients qu'ils se tiennent devant une *« masse »* ordinaire et anonyme (Burgess & Green, 2009, p.9), dont bon nombre sont des observateurs passifs. Ces derniers, également appelés *« lurkers »* (Nonnecke & Preece, 2001) ou *« rôdeurs »* en français, sont des utilisateurs qui lisent mais ne postent pas de commentaires. Blair Nonnecke et Jenny Preece (2001) montrent que ces utilisateurs passifs constituent près de 90% des nombreuses communautés en ligne présentes sur le web.

De son côté, Guosong Shao (2009) étudie également les utilisateurs de ces réseaux sociaux, leurs engagements et leurs usages, et extrait trois types principaux de comportements : *(1) consommation, (2) participation* et *(3) production*. Selon ses recherches, *la consommation*, qui pourrait correspondre au comportement des *« lurkers »* vu précédemment, se cantonne au visionnage de contenu et à la lecture des commentaires affiliés. Le comportement de *participation*, quant à lui, est une manifestation d'aversion ou d'approbation ostentatoire qui se matérialise en commentant, partageant, en s'abonnant, et en *« likant »* ou *« dislikant »*.

Cela résonne avec des recherches antérieures (McCafferty, 2011; Christensen, 2011; Babeau, 2014) qui ont démontré que certains utilisateurs faisaient régulièrement usage des fonctionnalités clés des médias sociaux comme YouTube (abonnement, partages, commentaires, et « likes/dislikes ») pour exprimer simplement leur accord ou désaccord. Selon d'autres chercheurs plus critiques, ces actions nécessitent peu d'efforts et d'engagement dans son aspect le plus courant. Elles représentent même une forme d'*« habitus privatisé »* (Dahlgren, 2018, p. 13), une *« zone de confort douillet »* (Dahlgren, 2018, p. 13), que la recherche anglo-saxonne qualifie de *« slacktivism »*. Malgré ces critiques pertinentes, nous suggérons qu'il s'agit d'un véritable geste politique, car il s'accompagne souvent d'une prise de conscience des facteurs de visibilité et des algorithmes. En effet, certains utilisateurs utilisent les spécificités sociotechniques dans un but purement numérique afin que leurs vidéos politiques favorites, et, par extension leur opinion, aient un succès statistique gage de visibilité. Cela entraîne même une forme de compétition et une quête de gratification, puisque les plus actifs sont remerciés par les personnalités politiques et les youtubeurs. Un constat qui vient corroborer nos observations préalables à cette thèse sur YouTube, comme la création de liens virtuels étroits avec des youtubeurs politiques, et la satisfaction sociale personnelle d'être reconnu au sein d'une communauté politisée en ligne. Enfin, le comportement de *production* constitue la catégorie d'engagement ultime, où l'utilisateur se comporte comme créateur et animateur, en se caractérisant par la publication, la production et la post-production de contenu.

À l'instar des youtubeurs politiques de droite radicale et d'extrême droite que nous étudions dans cette thèse, ces internautes s'exposent et créent volontairement du contenu en ayant pour but la diffusion de leurs idées et surtout une quête de notoriété.

En somme, YouTube offre une plateforme où l'expression et l'engagement politique peuvent être plus libres par rapport à des réseaux come Facebook ou Instagram, où les identités des utilisateurs sont souvent plus exposées. Sur YouTube, les utilisateurs peuvent visionner des contenus, commenter et partager leurs opinions sans nécessairement relier ces actions à leur identité réelle. Cette caractéristique encourage l'expression de points de vue minoritaires ou controversés et permet de participer à des débats politiques intenses sans craindre des répercussions directes dans la vie quotidienne. Bien que ces interactions pu gv issent être critiquées comme des formes de *« slacktivism »*, elles restent significatives, montrant que même des actions mineures peuvent représenter un engagement politique. YouTube devient également un lieu où les utilisateurs les plus politiquement actifs et engagés, tels que les youtubeurs politiques, peuvent non seulement consommer du contenu politique mais aussi y participer activement, sans passer par les étapes habituelles du militantisme traditionnel, que ce soit par des commentaires ou par la création et la gestion de chaînes personnelles.

Synthèse

Les développements et la revue de littérature de cette introduction générale nous permettent de dresser plusieurs postulats et prénotions quant à la réalisation d'une thèse sur des vidéastes politiques avec pour terrain de recherche YouTube. Avant d'aborder le plan de notre thèse, il est nécessaire de clarifier ces éléments et d'en faire la synthèse. Nous avons observé, tout d'abord, que ce site de partage de vidéos a évolué depuis ses débuts d'un dispositif facilitateur et neutre vers une plateforme médiatique incontournable. Cette transformation est le fruit de la mise en place d'un modèle économique *« multifaces »*, une économie de plateforme où coexistent plusieurs parties prenantes. Ce modèle se distingue par sa volonté d'effacer les frontières médiatiques entre professionnels (PGC) et amateurs (UGC), engendrant une professionnalisation de certains utilisateurs et suscitant des vocations ainsi que l'émergence de nouveaux producteurs de contenu semi-professionnels : les youtubeurs.

Ces derniers, passant de simples vidéastes amateurs à des créateurs de contenu semi-professionnels, sont devenus de véritables leaders d'opinion, incarnant des *« micro-célébrités »* (Marwick, 2010) dans divers domaines. Ces individus autrefois ordinaires sont devenus des porte-paroles influents grâce à leur capacité à mobiliser des communautés autour de leurs contenus spécifiques. Cette influence est souvent renforcée par une compréhension stratégique des mécanismes de la plateforme, telle que l'optimisation pour les algorithmes et l'utilisation efficace des outils de rémunération.

Ils utilisent leur influence pour monétiser leur image sur d'autres médias sociaux, et exercer un impact significatif sur leurs audiences, devenant ainsi des *« influenceurs »* dans tous les domaines de la culture et de la société, notamment en politique.

Ensuite, nous avons pu évoquer dans cette introduction, les logiques technoculturelles de YouTube qui favorisent l'engagement et créent de *« nouvelles formes d'expression politique »*. Ces logiques, via certains dispositifs sociotechniques, perturbent la hiérarchie informationnelle, créant des *« bulles filtrantes »*, et parfois, des processus de radicalisation. Ces dispositifs peuvent également amplifier certaines voix tout en en marginalisant d'autres, renforçant notamment des croyances existantes ou promouvant des idées alternatives. La plateforme redéfinit ainsi les interactions publiques, facilitant l'émergence de contresphères où des opinions minoritaires peuvent s'exprimer librement, souvent à l'abri des regards des médias traditionnels. Ces dynamiques bouleversent le modèle de la sphère publique habermasienne, contribuant alors à son éclatement en de multiples sphères communautaires numériques, semi-privées, véritables tiers lieux virtuels où siègent notamment une certaine idéologie de droite radicale.

Ainsi, nous commençons à mieux déceler les raisons conjoncturelles et structurelles qui favorisent la prospérité des vidéastes d'extrême droite sur YouTube. Ces youtubeurs politiques ne sont pas simplement des transmetteurs d'informations mais des médiateurs actifs qui façonnent l'opinion publique par leurs vidéos.

Ils engagent, éduquent et influencent, se substituant au rôle de *« gatekeepers »* et remplaçant les canaux traditionnels de communication par une interaction plus directe et personnalisée avec leur public. La suite de notre thèse s'efforcera donc de comprendre, à travers une analyse plus détaillée de ces mécanismes, comment les youtubeurs politiques sont les rouages d'un nouveau paysage médiatique où les distinctions entre médias traditionnels et nouvelles formes de communication numérique deviennent de plus en plus floues. En se concentrant sur ces vidéastes politiques de droite radicale, nous cherchons ainsi à explorer comment ces acteurs redéfinissent des pratiques militantes et entrepreneuriales singulières, posant des questions cruciales sur les impacts et les implications de cette évolution communicationnelle et politique dans un monde où l'espace public est de plus en plus numérisé.

Structure de la thèse

Pour rappel, au début de cette introduction, nous avons évoqué notre objectif de recherche qui concerne ce phénomène de professionnalisation des youtubeurs politiques de droite radicale et d'extrême droite. Notre interrogation a été formulée ainsi : *QR « Les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite sont-ils de nouveaux professionnels de la politique ? »*. Nous avons alors, à travers une série d'interrogations inhérentes à cette problématique centrale, structuré nos travaux et nos analyses en deux grands axes : *« politique »* et *« métier »*. Avant de poursuivre dans le détail notre étude, il est donc essentiel de présenter la structure organisée de cette thèse.

Nous débuterons par un chapitre méthodologique, crucial pour comprendre l'approche adoptée dans cette recherche. Ce premier chapitre a pour objectif de détailler notre démarche d'observation empirique, une méthode adaptée à l'étude des phénomènes numériques et médiatiques. Le deuxième chapitre est consacré à la contextualisation du sujet d'étude. Il aborde en particulier le paysage politique actuel sur YouTube, offrant un cadre pour comprendre les dynamiques et les enjeux associés à nos youtubeurs politiques. Ce chapitre pose les fondations nécessaires pour appréhender les développements ultérieurs de la thèse. Le troisième chapitre offre un portrait détaillé des différents youtubeurs sélectionnés pour notre étude. À travers une analyse de leurs pratiques, ce chapitre vise à éclairer les processus de professionnalisation à l'œuvre, illustrant comment ces acteurs évoluent de simples vidéastes à des influenceurs politiques médiatisés. Les quatrième et cinquième chapitres sont dédiés aux deux sous-thèmes de notre question principale. Le quatrième chapitre explore l'aspect *« politique »*, en analysant comment ces youtubeurs influencent l'opinion publique et redéfinissent les contours du débat politique. Le cinquième chapitre, quant à lui, examine l'aspect *« métier »*, scrutant les modèles économiques, les stratégies de monétisation et les mécanismes de collaboration avec d'autres entités médiatiques et politiques.

En conclusion, nous synthétiserons nos découvertes et répondrons à la question centrale de la thèse. Cette conclusion générale permettra non seulement de rassembler les principaux résultats de notre recherche, mais également de discuter des implications de ces découvertes dans le contexte plus large des études sur les médias numériques et la politique.

CHAPITRE METHODOLOGIQUE

Ce chapitre décrit les étapes et le processus méthodologique de cette recherche. Il aborde les difficultés du terrain, le cheminement épistémologique ainsi que les outils mis en œuvre.

1. L'observation empirique pour analyser des youtubeurs politiques ?

Suite à notre exploration approfondie de la plateforme YouTube, tant sur le plan théorique que documentaire, il est devenu manifestement clair que mener une recherche sur un tel terrain nous confronte directement à *« son épaisseur sociotechnique »* (Monnoyer-Smith, 2013, p.11). Cette plateforme nous plonge ainsi dans un univers où le chercheur peut être à la merci de dynamiques à la fois sociales et computationnelles, avec notamment un algorithme jouant un rôle prédominant. Comme nous l'avons précisé dans notre introduction générale, aujourd'hui encore, et ce, malgré notre documentation préalable, la formule exacte de cet algorithme demeure largement méconnue, laissant subsister des zones d'incertitudes. Il est également évident que ses caractéristiques ont des répercussions considérables, déterminant ainsi les gagnants et les perdants au sein de l'écosystème de cette plateforme. Chacune de ses modifications engendre, en effet, des conséquences palpables pour les youtubeurs, les producteurs et toutes les parties prenantes, influençant notamment et indirectement la visibilité et la rémunération. Ainsi, le caractère énigmatique de cet algorithme est source de perturbations inattendues, nécessitant des réajustements non seulement théoriques, mais aussi méthodologiques.

Récemment, les challenges liés à cette complexité algorithmique ont pris une nouvelle tournure suite aux décisions prises par Google. Effectivement, la firme a opéré des modifications majeures dans le fonctionnement de l'algorithme de YouTube. L'objectif étant de marginaliser les contenus aux tendances complotistes et suprématistes, tout en privilégiant des productions plus consensuelles, alignées sur les attentes de ses annonceurs. Ces changements influent considérablement sur la fiabilité des résultats obtenus par le chercheur, dont les travaux peuvent être alors bousculés par de telles modifications. À ce sujet, nous admettons avoir rencontré des obstacles non négligeables, spécifiquement en matière de techniques d'échantillonnage, au regard d'une plateforme constamment en mutation, en particulier dans sa façon de prioriser les contenus.

Par ailleurs, nous avons discerné cinq modalités principales par lesquelles une vidéo peut être découverte sur YouTube, chacune ayant une influence directe sur sa visibilité : *(1) en réalisant une recherche spontanée sur YouTube ou Google, (2) en cliquant sur une vidéo suggérée, (3) en cliquant sur un lien depuis un media social, un site, ou un partage (4) en recevant une notification « push »*[61] *en tant qu'abonné à une chaîne, (5) grâce aux recommandations ou une vidéo tendance depuis la page d'accueil*. Il est donc crucial de souligner, particulièrement pour des chercheurs qui étudient YouTube, que même si plusieurs vecteurs de visibilité existent, l'algorithme y demeure également important dans quatre des cinq modalités de découverte précédemment mentionnées.

[61] Le terme de notification push désigne par défaut un message d'alerte envoyé à l'utilisateur d'une application ou d'un site web

Dans ce contexte, où l'algorithme et les données ont ainsi un rôle majeur, l'idée d'adopter des méthodologies quantitatives basées sur le codage informatique et diverses métriques pour exploiter l'API[62] de YouTube peut sembler attrayante. Toutefois, bien que ces techniques paraissent prometteuses, faire appel à l'API requiert un ensemble de compétences en programmation et en codage que de nombreux chercheurs en sciences sociales, nous y compris, n'ont pas encore intégrées à leur arsenal d'outils méthodologiques. Face à ces difficultés, l'universitaire Bernhard Rieder (2015) a notamment entrepris de mettre en lumière une panoplie d'outils dédiés à l'extraction de données. Ces instruments, conçus pour faciliter et permettre une aspiration automatique de métriques des médias sociaux, ont été développés dans le cadre d'un programme piloté par l'Université d'Amsterdam, nommé *« The Digital Method Iniative »*[63]. À travers notre exploration de cet outil, nous avons pu discerner une profusion de données disponibles et exploitables scientifiquement. Cependant, malgré notre intérêt pour certaines variables qu'il propose telles que les *« Channel List »* et *« Channel Network »*[64], cet outil ne semble pas capturer entièrement les aspects *« politique »* et *« métier »* de notre recherche sur les vidéastes politiques. Il est donc impératif de les conjuguer à d'autres méthodologies qualitatives moins tributaires de l'automatisation.

[62] Acronyme de « Application Programming Interface », en français « interface de programmation d'application ». L'API est une solution informatique qui permet à des applications de communiquer entre elles et de s'échanger mutuellement des services ou des données.

[63] https://asca.uva.nl/content/research-groups/digital-methods-initiative/digital-methods-initiative.html

[64] Bernhard Rieder, un universitaire reconnu pour ses contributions aux études des médias numériques, a développé une amme d'outils d'extraction de données à l'Université d'Amsterdam, notamment à travers l'API YouTube. Parmi ces outils, on trouve deux variables importantes : Channel List est une liste des chaînes disponibles sur YouTube, utile pour identifier les créateurs de contenu, catégoriser leurs vidéos, et analyser leur popularité et engagement ; Channel Network représente les relations et interactions entre différentes chaînes, permettant de comprendre les interconnexions, les collaborations entre vidéastes, et la formation des réseaux d'influence sur la plateforme.

En effet, nous venons de l'évoquer avec cet outil, à l'instar de X (Rieder & Smyrnaios, 2012), ce sont avant tout les méthodes quantitatives, dites computationnelles, qui semblent avoir une attention particulière afin d'explorer les terrains numériques (Boyadjian, 2014). Cette inclinaison marquée vers les analyses statistiques est notamment due à la profusion et à l'accessibilité sans précédent de données dans le domaine des médias sociaux. Cependant, il n'a fallu que peu de temps avant que ces méthodologies ne soient complétées et enrichies par des approches qualitatives, reconnues pour leur capacité à approfondir la compréhension des phénomènes étudiés. Les nouvelles plateformes numériques comme YouTube ont ainsi transformé les modalités de recherche, entraînant de nombreux ajustements méthodologiques en science politique. En tant que chercheurs et utilisateurs actifs, nous sommes convaincus de l'importance et de la pertinence des approches qualitatives. Elles offrent, en effet, la possibilité de comprendre les motivations, les attitudes et les comportements des individus de manière détaillée, fournissant ainsi une perspective riche et nuancée. Ces approches aident à situer les phénomènes dans leur contexte social, culturel et politique, offrant ainsi une meilleure compréhension. Par exemple, l'analyse de youtubeurs politiques nécessite de comprendre non seulement ce qui est dit, mais aussi pourquoi et comment ces personnalités résonnent avec leur audience, ce qui est difficilement quantifiable. De plus, les approches qualitatives révèlent des nuances subtiles qui peuvent être ignorés par les analyses quantitatives. Cela est particulièrement crucial dans l'étude des usages, des ethos et des discours de youtubeurs politiques, où la profondeur des analyses qualitatives peut révéler des éléments essentiels.

Dans un premier temps, notre intention de réaliser cette enquête qualitative s'est portée sur des entretiens semi-directifs. Toutefois, face à des refus explicites, des blocages sur les réseaux sociaux et malgré nos multiples tentatives de prise de contact, nous avons dû réajuster notre stratégie. Cette réticence n'est guère surprenante, car les youtubeurs appartenant à la sphère d'extrême droite sont régulièrement sollicités et expriment fréquemment une méfiance, voire une antipathie, envers les journalistes, le monde universitaire, et les institutions en général. Devant cette impasse, et compte tenu de la quantité de données déjà publiées par ces youtubeurs, nous avons finalement choisi d'orienter notre démarche vers une posture immersive de type inductif. L'objectif est d'appréhender cet univers tout en demeurant un observateur extérieur.

C'est ainsi que *« l'observation empirique »* a retenu notre attention. Une approche qui est surtout mobilisée en sociologie, en anthropologie ou encore, dans le domaine marketing pour analyser les comportements de consommation. En tant que méthode scientifique, l'observation va au-delà de sa signification étymologique qui sous-entend une simple visualisation. Elle exige une démarche rigoureuse de systématisation et de documentation des phénomènes observés, comme la prise de notes, pour articuler clairement l'ensemble des acteurs et leurs interactions (Peneff, 2009).

Une définition plus précise est présentée dans le chapitre 9 de l'ouvrage *« Méthodes de la science politique : De la question de départ à l'analyse des données »* (Coman et al., 2022, p.196). Dans un travail de synthèse dédié à l'*« observation empirique »,* cet outil méthodologique repose, selon les auteurs, sur trois critères principaux : *une relation consciemment « vécue avec le terrain d'enquête »*, où le chercheur doit établir et maintenir une interaction réfléchie avec le terrain étudié ; *un suivi continu des phénomènes observé*s, crucial pour capturer leur évolution sur une période prolongée ; et *une documentation précise des observations*, à travers des carnets de terrain, des enregistrements visuels ou audio, et d'autres formes de documentation.

Dans la suite de ce chapitre d'ouvrage, les auteurs identifient alors trois formes d'observation : « *ethnographique »*, *« participante »* et *« distante »*. L*' « ethnographique »* se caractérise par une immersion partielle, permettant de rester en retrait et de collecter des données sans une implication directe. A contrario, la *« participante »* exige une immersion totale, avec une intégration active du chercheur au sein du groupe étudié. Moins fréquente, l' *« observation empirique distante »* se fait sans immersion physique et étudie les processus à distance. Cette méthode est particulièrement utile pour analyser les enjeux politiques *« […] liés à l'usage des nouvelles technologies, par exemple le développement d'une mobilisation sur un réseau social […] »* (Coman et al., 2022, p.201). Elle présente toutefois des défis éthiques et pratiques, notamment l'invisibilité du chercheur pour les participants et la complexité des modalités de contact.

L'*« observation empirique distante »,* bien que moins utilisée, semble ainsi particulièrement adaptée pour étudier les youtubeurs politiques de droite et d'extrême droite. Cette méthode permet d'explorer avec un certain recul les comportements individuels et les interactions au sein des communautés en ligne de manière détaillée et contextuelle. En observant les activités de ces youtubeurs, les chercheurs peuvent comprendre le contexte dans lequel ils évoluent, les fluctuations de leurs discours, et les dynamiques de pouvoir et d'influence au sein de leurs communautés. Par exemple, l'étude des vidéos et des commentaires permet d'identifier les thèmes récurrents, les réactions des abonnés, et les interactions entre les créateurs de contenu et leur audience. Cette approche permet également de recueillir des données verbales (déclarations et discussions dans les vidéos) et non verbales (gestes et expressions faciales), offrant une compréhension plus complète des phénomènes observés. Sur une période prolongée, les chercheurs peuvent suivre à distance l'évolution des discours et des stratégies de communication, révélant des changements significatifs ou des adaptations aux réactions du public. Néanmoins, l'observation peut être chronophage et nécessite une préparation rigoureuse pour assurer l'accès aux contenus pertinents et la collecte systématique des données. Les chercheurs doivent également être conscients des biais possibles, tels que l'interprétation subjective des contenus pour renforcer la validité de leurs conclusions.

Historiquement, ce type d'analyse qualitative consacré aux espaces socio-numériques s'est plutôt concentré sur les mondes virtuels et les blogs. Néanmoins, ces dernières années, ces espaces ont cédé la place à des plateformes telles que X (Roginski, 2015) ou Facebook (Azizi, 2012).

L'émergence de ces dernières, conjuguée à la diffusion généralisée des appareils mobiles, a profondément transformé les modalités et la temporalité des échanges sociaux. Contrairement aux blogs, ces échanges sont devenus fluides, transcendant les frontières spatiales, et s'articulent de plus en plus autour de thématiques spécifiques. Ces thématiques sont particulièrement influencées par la nature des contenus et les dispositifs techniques des médias sociaux, tels que les balises, algorithmes, ciblage, profils, partages et liens. Ce contexte offre aux internautes la possibilité de naviguer de manière non linéaire, permettant ainsi de circuler d'un média social ou d'une plateforme à une autre. Dès lors, concevoir une *« observation empirique »* sur des youtubeurs politiques de droite radicale et d'extrême droite, ainsi que sur leurs communautés, ne peut se restreindre exclusivement à YouTube (même si cette plateforme reste au centre de notre recherche).

Dans cette optique, les termes *« youtubeur »* et *« communauté »* pourraient être même substitués respectivement par *« influenceur »* et *« public »*. Ces publics, ayant un intérêt commun pour un contenu spécifique, se regroupent alors de manière simultanée sur plusieurs réseaux sociaux, suivant un leader d'opinion spécifique. A ce sujet, Mélanie Millette (2013), universitaire québécoise, souligne d'ailleurs que les médias sociaux *« […] évoluent dans un environnement particulièrement riche et varié […] »*. Elle ajoute que *« […] les pratiques transplateformes augmentent la complexité de ce paysage […] »* (Millette, 2013, p.50).

Par conséquent, notre projet d'étude ne doit pas se restreindre à un seul média social comme YouTube, mais s'étendre à un espace *« cross-canal »*[65]. Dans cette perspective, il nous faudra donc examiner l'ensemble des flux d'informations ainsi que les réseaux de diffusion et de sociabilité que les youtubeurs utilisent et investissent.

Aux vues de ces observations, nous avons donc opté pour une *« observation empirique distante »* menée sur la durée, centrée sur l'étude de youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite. Pour chaque profil de vidéaste étudié, notre démarche a donc consisté à adopter la posture d'un internaute typique, principalement en tant que spectateur et observateur, très occasionnellement en tant que participant, des contenus et de leurs interactions. Cette posture nous a ainsi permis d'appréhender, dans des conditions authentiques, les particularités propres à ces créateurs de contenu. Une démarche qui s'est articulée autour de cinq étapes distinctes :

(1) contextualiser & cerner le terrain

(2) identifier les youtubeurs politiques

(3) cibler les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite

(4) sélection des youtubeurs, observation et collecte des données

(5) analyser et interpréter.

[65]« cross-canal » désigne une stratégie intégrée exploitant simultanément plusieurs canaux de communication, notamment les réseaux sociaux, pour interagir avec le public. Dans le contexte universitaire, il s'agit d'examiner comment ces canaux peuvent se compléter, assurant une communication fluide et une expérience utilisateur homogène, tout en recueillant des données pertinentes pour l'analyse et la recherche.

Cette structure méthodologique, bien qu'elle puisse sembler en phase avec une méthode traditionnelle à première vue, s'ancre davantage dans une logique de *« bricolage »*. Ce *« bricolage »* s'inspire notamment des travaux de chercheurs tels que Souad Azizi (2012) ou Virginie Le Caroff (2015) sur Facebook. Cette dernière souligne d'ailleurs que les méthodologies qualitatives d'enquêtes sur les réseaux sociaux peuvent se rapprocher d'une démarche *« [...] artisanale d'immersion et de compilation de données [...] »* (Le Caroff, 2015, p.103). Éclairés par cette philosophie de recherche marquée par une adaptabilité méthodologique évidente, nous avons tissé notre vision de l' *« observation empirique »* au fil de nos travaux, lui accordant une place centrale dans notre démarche. Comme évoqué précédemment, notre observation ne s'est pas contentée d'une approche préétablie. Au contraire, elle s'est articulée autour de ces cinq étapes, chacune ayant sa spécificité et son importance. Ces étapes n'ont pas été simplement calquées sur une démarche méthodologique traditionnelle; elles ont été ajustées et retravaillées pour qu'elles correspondent au mieux à nos objectifs de recherche. Cette posture et notre méthodologie seront approfondies dans la section suivante, permettant de comprendre en profondeur la pertinence de cette approche.

2. Présentation détaillée de l'approche méthodologique

Le principal objectif de notre méthodologie est d'élargir et d'approfondir l'étendue des données. Toutefois, nous veillons scrupuleusement à éviter l'utilisation systématique de métriques décontextualisés qui pourraient fausser la compréhension de ce phénomène des youtubeurs politiques de droite radicale. Avec l'ambition de relever ce défi, et dans la perspective de contribuer, même de manière modeste, à l'évolution des nouvelles méthodes qualitatives numériques, nous avons opté pour une démarche mixte qui rassemble plusieurs méthodologies distinctes : initialement, une sélection via une extraction mêlant procédés computationnels et manuels ; par la suite, une étude détaillée du contenu ; et pour conclure, une *« observation empirique distante »* du terrain. Il convient de souligner que cette méthode n'est pas simplement une série d'étapes à suivre. Elle se positionne plutôt comme un programme de recherche complet. Elle prend racine dans une perspective très spécifique, axée sur la forme, la communication et le contexte. Pour être plus précis sur notre démarche, rappelons que notre méthodologie est structurée en cinq étapes majeures, précédées d'une étape préalable : *(1) contextualiser & cerner le terrain, (2) identifier les chaînes politiques, (3) cibler les youtubeurs de droite et d'extrême droite, (4) sélection des youtubeurs, observation et collecte des données, (5) analyser et interpréter.* Nous allons prendre le soin de détailler chacune de ces étapes de manière exhaustive ci-après.

Etape préalable : Affiner les questions de recherche

Afin d'affiner nos questionnements et hypothèses de recherche, dans un premier temps, nous avions pris la décision de nous rapprocher de certains vidéastes en les sollicitant directement via des messages personnels sur leurs réseaux sociaux. La listes des contacts de ces youtubeurs avait été réalisée à la suite d'une recherche préliminaire, à travers divers médias tels que la presse, les blogs spécialisés, ainsi que sur des pages Facebook politisée. Il est essentiel de préciser que, malgré notre démarche assidue, nous avons été confrontés à des difficultés notables pour entrer en contact avec eux. En effet, comme nous avions pu l'évoquer dans notre section relative au choix méthodologique (cf. 1.), bon nombre d'entre eux, par mesure de sécurité ou par méfiance vis-à-vis des journalistes et du monde universitaire, filtrent leurs messages privés. Cette réticence à entrer en dialogue est d'ailleurs le facteur majeur qui nous a poussés à réorienter notre méthodologie. Suite à nos multiples tentatives, après avoir sollicité plus d'une trentaine de personnes, nous avons finalement réussi à obtenir des entretiens avec quatre vidéastes. Ces derniers ont accepté de partager avec nous, en contrepartie d'une garantie d'anonymat absolu, leurs expériences et leurs points de vue, que ce soit en face à face ou via des visioconférences. Ces entretiens, bien que non structurés et informels dans leur forme, se sont révélés être d'un intérêt indéniable, nous offrant des informations pertinentes sur le quotidien et les préoccupations de ces vidéastes.

Plusieurs constats se sont dégagés de ces échanges. Tout d'abord, ils expriment fréquemment leurs préoccupations quant aux entraves à la liberté d'expression, à la censure, et au déréférencement que des plateformes comme YouTube, ou les GAFAM[66] en général, pourraient exercer sur leur contenu. De plus, ils décrivent une sorte de *« guerre »* en cours sur les réseaux sociaux, impliquant des communautés progressistes opposées et des vidéastes partageant leur idéologie. Ils considèrent, avec une certaine ferveur, leur propre communauté comme étant au service de *« la cause »*. En outre, la question financière revient souvent dans leurs propos. Nombre d'entre eux vivent grâce à leur activité sur les médias sociaux.

L'objectif principal de ces entretiens était donc double : comprendre leur quotidien et esquisser des pistes de réflexion pour la suite de notre travail. Des échanges qui ont renforcé nos intuitions sur la nécessité d'explorer des pistes de recherches telles que leur rôle en tant qu'influenceurs, les problématiques de censure, et les divers écosystèmes gravitant autour de YouTube. En somme, à l'issue de ces entretiens, nous sommes parvenus à la conclusion que YouTube amplifie leur capacité à diffuser leurs messages, à attirer de nouveaux adeptes, à construire et consolider des réseaux, et, in fine, à financer leur activité.

[66] GAFAM est l'acronyme des géants du Web — Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft

Etape 1 : Contextualiser & cerner le terrain

Cerner une plateforme aussi vaste que YouTube, où le contenu est illimité, et où règne, un certain manque de transparence, représente un défi pour tout chercheur. Pour appréhender en détails la nature du paysage politique au sein de ce média social, il devient donc impératif de sélectionner des chaînes ou des vidéastes qui traitent de la politique. Notre démarche doit ainsi s'accompagner d'une compréhension fine des mécanismes de tri. De surcroît, il est également capital de garder à l'esprit que ce type de contenu, de par sa nature, peut être considéré comme sensible vis-à-vis de l'algorithme de YouTube. Ainsi, se reposer uniquement sur le moteur de recherche de la plateforme ou sur ses recommandations pour dresser un panorama complet du contenu politisé qu'elle héberge, est risqué. Les recommandations, en effet, tendent souvent à être formatées et personnalisées en fonction de l'historique de visionnage de l'utilisateur. Par conséquent, toutes les vidéos visionnées et la navigation effectuée par les chercheurs peuvent influencer et biaiser les résultats obtenus. Face à ces contraintes, nous avons adopté une approche multidimensionnelle pour constituer un échantillon représentatif de vidéastes politiques. Nous avons, dans un premier temps, élaboré une liste initiale de chaînes traitant de politique. De décembre 2019 à mars 2020, nous avons ainsi scrupuleusement exploré le site web Social Blade[67], parcouru divers articles de presse, consulté des blogs et des forums axés sur les sujets de société, l'actualité ou la politique. Cela nous a permis alors d'identifier des chaînes YouTube et des youtubeurs en rapport avec ces thématiques.

[67] Social Blade est un site internet créé en 2008 qui gère et traite des statistiques des chaines Youtube via l'API.

Par la suite, afin d'éviter toute personnalisation des résultats, nous avons, sans nous identifier et en utilisant un VPN[68] localisé en France, scruté la section *« actualités »* de YouTube. Cette démarche nous a permis d'extraire d'autres noms de chaînes. En explorant les contenus de cette liste initiale et leurs recommandations, YouTube, à son tour, nous a suggéré d'autres chaînes en rapport, et ce, tout en préservant notre anonymat sur la plateforme. Pour enrichir davantage notre liste, nous avons effectué des recherches via le moteur de YouTube en utilisant des termes issus de l'agenda politico-médiatique et populaires selon Google Trends[69]. En phase finale de cette démarche, nous avons intégré ces chaînes et certains des liens hypertextes de leurs vidéos au module *« vidéo networks »* de l'interface *« YouTube Data Tools »*[70] conçue par Bernhardt Rieder. Ceci nous a permis de dénicher d'autres chaînes complémentaires.

Au terme de cette étape et après un nouveau visionnage approfondi des contenus suggérés, nous avions réussi à couvrir les cinq principales[71] (cf. 1.) sources d'accès à une vidéo sur YouTube. Ainsi, nous avions établi une liste de 392 chaînes distinctes traitant de politique, de sujets sociétaux ou d'actualité.

[68] Un réseau privé virtuel (VPN) est un service qui vous permet d'accéder au Web de manière sécurisée anonyme en acheminant votre connexion via un serveur et cache vos actions en ligne.

[69] Google Trends est un outil permettant de connaître la fréquence à laquelle un terme a été tapé dans le moteur de recherche Google, avec la possibilité de visualiser ces données par région et par langue.

[70] Accessible sur https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/

[71] Nous l'avons évoqué précédemment : il y a cinq manières de tomber sur une vidéo sur la plateforme : (1) en effectuant une recherche spontanée sur YouTube ou Google, (2) en cliquant sur une vidéo suggérée, (3) en suivant un lien depuis un média social, un site web, ou via un partage, (4) en recevant une notification « push » en tant qu'abonné à une chaîne, et (5) via les recommandations ou une vidéo mise en avant sur la page d'accueil.

Etape 2 : Identifier les chaînes politiques

Face au nombre important de ces chaînes identifiées, il était impératif d'affiner notre liste en excluant celles qui, en réalité, n'étaient pas intrinsèquement liées à la sphère politique. Dans cette optique, nous avons jugé nécessaire d'instaurer trois critères distincts qui optimiseraient notre échantillonnage, le rendant à la fois plus pertinent en termes d'audience et plus représentatif en termes d'activité. Ces critères sélectifs étaient les suivants : (1) *un seuil minimal de dix mille abonnés,* (2) *une prédominance notable de vidéos abordant des thématiques politiques ou d'actualité*, et (3) *une fréquence de publication soutenue sur une période d'au moins douze mois*. Il est important de souligner que notre choix concernant le seuil des 10 000 abonnés n'était en rien arbitraire. À l'époque de notre extraction, ce seuil correspondait au *« niveau bronze »*[72] du *« Programme Partenaire YouTube »*[73]. Il octroyait aux créateurs de contenu des avantages significatifs, tels que l'accès à des outils avancés du *« YouTube Creator Studio »*[74], des tableaux de bord analytiques détaillés, et une optimisation de la monétisation de leurs vidéos. Afin d'appliquer ces critères, nous avons procédé à une extraction manuelle des données essentielles de chaque chaîne, incluant le nombre total de vues, le nombre d'abonnés, l'année de création, l'identifiant numérique, le volume de vidéos postées, et la date de leur dernière publication.

[72] Le « niveau bronze » constituait une distinction accordée par YouTube aux chaînes ayant atteint un nombre d'abonnés oscillant entre 10 000 et 99 999. Atteindre ce seuil permettait aux bénéficiaires d'avoir accès à des installations de studio professionnelles et d'obtenir des fonctionnalités élargies sur la plateforme.

[73] Le Programme Partenaire YouTube a été conçu pour faciliter l'accès des créateurs aux diverses ressources proposées par YouTube, ainsi qu'aux outils de monétisation. De surcroît, ce programme prévoit un partage des revenus générés par les publicités diffusées au sein de leurs contenus.

[74] Le YouTube Creator Studio, également connu sous le nom de YouTube Studio, représente le véritable « quartier général » de la plateforme. C'est l'espace privilégié où les marques et les créateurs peuvent se rendre pour suivre les performances de leurs vidéos, décrypter les tendances comportementales de leur audience et monitorer la croissance et l'évolution de leur chaîne.

Suite à cette démarche, notre liste initiale s'était réduite à 325 chaînes. Bien que cette liste puisse paraître modeste, elle rivalise en volume avec celles obtenues par des méthodes quantitatives automatisées disponibles sur le marché, telles que *« The YouTube Channel Crawlers »,* ou encore, *« Similar Channels »*[75]. Toutefois, notre méthode présente plusieurs avantages distinctifs. Elle a permis une sélection fine des chaînes, prenant en compte les spécificités des contenus et des discours souvent ignorés par les algorithmes de ces sites spécialisés. En outre, la nature *« bricolée »*[76] de notre approche, en intégrant l'expertise humaine, a évité les erreurs récurrentes des systèmes automatisés d'extraction assurant ainsi une sélection plus précise et pertinente.

A la suite d'une analyse approfondie de ces 325 chaînes, nous les avons classées en huit catégories : *« Emissions archives documentaires »*, *« Institutions, ONG, Think Tank »*, *« Médias alternatifs »*, *« Médias traditionnels »*, *« Médias web »*, *« Partis politiques*, *politiciens »*, *« Youtubeurs divertissements, humoristes »*, *« Youtubeurs politiques »*. Après cette phase d'analyse et cette catégorisation, il est apparu que le paysage politique de YouTube s'impose comme un véritable carrefour médiatique et commercial. Au sein de cette sphère, youtubeurs solitaires, internautes passionnés et amateurs se mêlent ainsi à des institutions, des labels musicaux et des médias classiques. Un constat que nous développerons de manière approfondie dans le prochain chapitre.

[75] The YouTube Crawlers & Similar Channels sont des plateformes en ligne conçues pour extraire automatiquement des listes de chaînes YouTube selon divers critères, tels que les mots-clés, la catégorie, le nombre d'abonnés, ou encore le pays d'origine.

[76] Dans le cadre de notre recherche, nous avons effectué des requêtes spécifiques en utilisant nos critères (à savoir, plus de 10 000 abonnés, thématique axée sur la politique ou l'actualité, et chaînes basées en France) sur ces outils quantitatifs automatisés. Les résultats obtenus ont présenté des échantillons de taille comparable à notre liste initiale. Cependant, en examinant ces listes de manière plus approfondie, nous avons constaté que certaines chaînes, bien que présentes dans les résultats, ne correspondaient pas toujours à nos critères initiaux, comme le fait de traiter exclusivement de politique ou d'être spécifiquement liées à la France.

Etape 3 : Cibler les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite

Nous l'avons déjà évoqué à plusieurs reprise dans cette partie dédiée à notre méthodologie, l'axe central de notre recherche vise, avant tout, à étudier les youtubeurs politiques de droite et d'extrême droite. Avant de sélectionner une dizaine de ce type de vidéastes au sein de notre liste, il est donc fondamental de rappeler notre définition du *« youtubeur politique »*, telle que présentée dans l'introduction générale de cette thèse. Par *« youtubeur politique »*, nous entendons donc *« un individu ou un collectif amateur (du moins à leurs débuts sur la plateforme), qui, lors de notre étude, agissait indépendamment de toute entité professionnelle, institutionnelle, médiatique ou politique, et qui fait de YouTube son principal canal de diffusion »*. Nous précisons cette définition en ajoutant que le youtubeur en question a acquis sa notoriété principalement grâce à YouTube et y maintient une activité significative. Ainsi, nous avons écarté les *« top élites »* (Dubois & Gaffney, 2014) de notre catégorie *« youtubeurs politiques »*. Comme expliqué dans notre introduction générale, ces *« top élites »* sont des personnalités ou des structures politico-médiatiques qui ne sont pas *« pro-am »* (Beuscart & Mellet, 2015) et qui s'appuient sur des collaborations ou une notoriété déjà établie avec des médias de masse, des partis ou des institutions (Acharoui et al., 2020, p. 1102). Cela exclut donc les figures médiatiques établies, les personnalités politiques, les journalistes, ainsi que les médias traditionnels et numériques, et les institutions.

Le classement par catégories des chaînes de notre liste que nous avions mise en œuvre dans l'étape précédente, nous a facilité la tâche en nous permettant d'isoler certaines chaînes spécifiques grâce à un système de codage catégoriel. L'objectif de nos travaux étant l'analyse des *« youtubeurs politiques »* de droite radicale et d'extrême droite, il était crucial de définir clairement les orientations politiques inhérentes à cette catégorie. Pour y parvenir, nous avons, tout d'abord, fait appel au module *« Channel Information »* de l'API. Pour chacune des chaînes de la catégorie *« youtubeurs politiques »*, nous avons scrupuleusement relevé les *« tags »*[77], correspondants aux mots-clés que les vidéastes utilisent pour décrire leur contenu. Une démarche qui nous a permis d'avoir une vision plus claire sur l'orientation et les thématiques abordées par les chaînes en question. Combinée à un visionnage méthodique de la majorité de ces contenus, cette approche nous a permis surtout de cibler avec certitude les chaînes s'inscrivant dans la mouvance de la droite radicale et de l'extrême droite. Par ailleurs, il convient également de souligner que notre démarche a été facilitée en partie parce que certains vidéastes se caractérisent ouvertement et sarcastiquement, dans leurs contenus, par des termes sans équivoque tels que *« droitards »*[78], patriotes, *« fachos »*[79] ou *« faf »*[80].

[77] Sur YouTube, les « tags » correspondent à des mots-clés insérés délibérément dans les titres et descriptions des vidéos. Ils offrent des indications sur le contenu d'une vidéo et jouent un rôle primordial dans le référencement.

[78] Le terme « droitard » est couramment utilisé sur internet pour désigner une doctrine, une personne, une politique ou une organisation qui se positionne plus à droite sur l'échiquier politique que celui qui emploie le terme.

[79] Diminutif familier de fasciste.

[80] L'acronyme « faf », pour « France aux Français », désigne un militant de l'extrême droite. Il est à noter que ce terme est parfois revendiqué par les individus concernés.

Etape 4 : Sélection des youtubeurs, observation et collecte des données

La quatrième étape de notre démarche s'est articulée autour de la sélection, au sein de notre liste initiale, d'un groupe spécifique de youtubeurs issus de la droite et de l'extrême droite. Notre ambition était d'explorer en profondeur l'univers, le contenu et la communauté qui gravitent autour de ces vidéastes que nous allions sélectionner. Suite à plusieurs mois d'observation rigoureuse et assidue de leur contenu, nous avons sélectionné six youtubeurs qui, à nos yeux, incarnent fidèlement ce courant. Ces figures emblématiques se distinguent par leurs communautés et audiences notables. Nous les considérons particulièrement pertinentes pour notre recherche en raison de leur diversité et de leurs spécificités uniques. Nous avons donc choisi des vidéastes aux profils variés, allant de quelques dizaines de milliers d'abonnés à plusieurs centaines de milliers. Certains privilégient les contenus tels que les *« streams »*, tandis que d'autres se concentrent sur des vidéos plus montées et travaillées. De plus, nous avons inclus des vidéastes dont les angles et les sujets varient, en accordant une attention particulière au rôle et à l'image qu'ils semblent occuper au sein de leur sphère idéologique. Il est à noter que notre approche s'inscrit dans une démarche qui prend en compte, de manière holistique, les contenus vidéo, les interactions et les dynamiques communicationnelles. Notre analyse ne s'est pas donc cantonnée à une simple observation des vidéos. Elle a également impliqué une immersion discrète, en tant que spectateur, au cœur de la majorité des médias sociaux associés à ces vidéastes. Concernant la collecte de données, nous avons principalement adopté une approche diachronique sur le long terme.

Nous nous sommes concentrés ainsi sur l'évolution et les transformations au fil du temps des contenus, des audiences et des stratégies de communication de ces youtubeurs, en réponse à des événements politiques ou des changements technologiques.

Outre l'observation des comptes YouTube centraux de ces vidéastes, nous avons également, tout en préservant notre anonymat, intégré divers serveurs Discord[81] ainsi que des forums associés tels que Avenoel[82], Démocratie Participative[83], ou encore, Jeuxvideo.com[84]. Nous nous sommes également appuyés sur leurs publications sur des plateformes telles qu'Instagram, X et Telegram[85]. Équipés d'un carnet de notes, nous avons fait usage d'outils variés, notamment la capture d'écran de smartphone, des extracteurs de sous-titres automatisés, ainsi que le logiciel TweetDeck[86]. Cette phase d'observation distante s'est étendue sur plus d'un an et demi. Dans l'optique d'une collecte structurée de ces données, nous avions élaboré une grille d'analyse très simplifiée, servant à la fois de boussole et d'orientation pour nos carnets de notes. Cette grille (cf. tableau 1), élaborée à la lumière de nos premières observations et de nos lectures préliminaires, englobe quatre domaines majeurs de collecte.

[81] Discord est une application de VoIP et de messagerie instantanée disponible sur diverses plateformes, dont Windows, macOS, Linux, Android, iOS, ainsi que les navigateurs web. En date du 21 juillet 2019, elle comptait plus de 250 millions d'utilisateurs.

[82] Avenoel, un forum né en décembre 2014, a été fondé par des membres de jeuxvideo.com, préoccupés par les censures imposées par le propriétaire Webedia. Il est considéré comme le principal forum alternatif à jeuxvideo.com, se distinguant par sa totale absence de filtres et la présence de sujets souvent complotistes ou polémiques.

[83] Démocratie Participative est un portail web néonazi francophone, fruit de l'initiative de Boris Le Lay. L'équipe du site a souhaité rassembler sa communauté autour d'une plateforme française s'inspirant de 8chan.

[84] Jeuxvideo.com, lancé en 1997, est un site dédié à l'univers du jeu vidéo. Il offre une panoplie de contenus, dont des actualités, des tests et des dossiers. Avec un pic à 33 millions de visites en 2013, c'est le portail francophone le plus consulté sur le jeu vidéo. Ses forums, en particulier le célèbre 18-25, ont parfois été au cœur de controverses en raison de discours extrêmes et d'incitations au harcèlement

[85] Telegram est une application de messagerie instantanée qui met l'accent sur la sécurité. Elle est reconnue pour son chiffrement de bout en bout et la possibilité d'autodestruction des messages. Au-delà des échanges classiques, elle propose la création de chaînes de diffusion et l'intégration à des groupes publics.

[86] TweetDeck, lancé en 2008 et par la suite acquis par une entreprise nommée X, est une application sous forme de tableau de bord. Elle offre la possibilité de consulter simultanément plusieurs comptes ou hashtags sur la plateforme X

Le premier domaine vise à cerner les fondations du parcours du youtubeur, en se penchant sur des informations telles que les antécédents et le *« background »* biographique du vidéaste, son parcours politique et ses traits distinctifs. Le second domaine se focalise sur les éléments contextuels influençant le vidéaste, notamment les pressions extérieures qu'il subit, qu'elles émanent de la censure, de communautés ou vidéastes antagonistes, de concurrents potentiels, des pouvoirs publics ou encore de la justice. Le troisième domaine se consacre à la dimension purement politique, en explorant les fondements idéologiques du vidéaste. Enfin, le quatrième et dernier domaine se penche sur la facette entrepreneuriale du youtubeur, en analysant les modèles économiques, les mécanismes de création de valeur, les stratégies numériques employées et les résultats tangibles de ces stratégies.

	Prérequis	**Facteurs environnementaux**	**Politique**	**Entreprenariat**
Champs d'étude	Parcours individuel Biographie Formation	Censure Opposants Concurrents Pouvoirs publics, justice	Idéologies Ambitions politiques	Modèles économiques Usages marketing Techniques de communication Résultats Communauté

tableau 1– Trame de recherche

Etape 5 : Analyser et interpréter

Enfin, l'étape ultime de notre méthodologie est dédiée à l'analyse et à l'interprétation approfondie des données rassemblées lors de notre immersion, dans la sphère numériques de ces six youtubeurs politiques. Alors que les étapes précédentes se concentraient sur la collecte, l'accumulation et la préparation des données, cette phase nous a permis d'examiner en profondeur ces informations.

Elle a nécessité non seulement l'utilisation d'outils diversifiés, mais aussi l'adoption de cadres d'analyse tant quantitatifs que qualitatifs. Parmi ceux-ci, nous avons spécialement élaboré le cadre analytique *« 5C »* pour décrypter leur stratégie numérique. Ce cadre sera décrit dans le chapitre de cette thèse dédié à l'aspect métier de ces youtubeurs politiques (cf. IV).

Finalement, notre volonté d'étudier des youtubeurs politiques de droite radicale et d'extrême droite sur YouTube nous a conduit à travers un processus méthodologique complexe. Depuis la phase initiale d'affinage des questions de recherche, en passant par les tentatives d'établir des contacts directs avec les vidéastes, jusqu'à l'analyse approfondie des données recueillies, chaque étape a été étudiée, adaptée et mise en œuvre. Le parcours n'a pas été sans obstacles, notamment en raison de la méfiance manifeste de certains vidéastes envers le monde académique, et, des politiques de modération des plateformes. Cela nous a contraints à une flexibilité dans nos approches, en privilégiant notamment l'observation distante. L'un des autres enseignements de notre méthodologie est l'importance du croisement des sources et des méthodes. En effet, notre analyse repose en grande partie sur la diversité des données recueillies, qu'il s'agisse d'observations de contenus ou de l'exploration d'autres médias sociaux associés. Elle souligne également la nécessité pour les chercheurs de s'adapter constamment dans leurs méthodologies pour capter la réalité des dynamiques des médias sociaux.

	Etape Préalable	Etape 1 Contextualiser & cerner le terrain	Etape 2 Identifier les chaînes politique	Etape 3 Cibler les youtubeurs de droite et d'extrême droite	Etape 4 Sélection des youtubeurs, observation et collecte des données	Etape 5 Analyser et interpréter.
Description	Entretiens avec des youtubeurs politiques	Réalisation d'une liste de chaînes	Sélection de chaînes selon les critères et catégorisation	Catégorisation par courants	Sélection d'un panel de youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite. Analyse des formes, interactions et messages	Analyses des données et des résultats
Objectifs	Affiner les questions de recherche	Effectuer une liste de chaînes qui traitent de la politique	Créer une liste réduite de chaînes	Identifier les différents courants d'opinion et les leaders influents.	Réaliser une observation empirique de plusieurs vidéastes ainsi que de leurs communautés	Répondre aux questions de recherche
Outils	Visioconférence, réseaux sociaux, entretiens physiques	YouTube API, Google Trends, Social Blade, visionnages, blogs politiques, wikis	Visionnages, métriques, YouTube API	Visionnages, YouTube API, wikis, blogs, forums, réseaux sociaux	Analyse de contenu, extraction des sous titres générés automatiquement, visionnage, exploration des réseaux sociaux, bloc note	Analyse de contenu, rédaction et synthèse

Tableau 2 – Synthèse des étapes de la méthodologie mise en œuvre

3. Les inconvénients & avantages de notre méthode

Avant de conclure et de clore ce chapitre dédié à notre méthodologie, il est essentiel d'aborder brièvement les avantages et les inconvénients de notre démarche méthodologique. Paradoxalement, ce qui ressort comme l'un des principaux inconvénients est aussi, dans une certaine mesure, l'un de ses atouts majeurs : la facilité d'accès au terrain d'étude. Effectivement, il suffit de se connecter à des sites de réseaux sociaux ou à YouTube pour avoir un accès aisé aux interactions des vidéastes avec leurs communautés. Cette simplicité d'accès, alliée à la profusion de données, peut s'avérer néanmoins grisante.

Nous l'avons mentionné précédemment avec les pratiques *« cross-canal »*, un autre inconvénient se manifeste aussi dans la diversité des supports, des formats, des contenus et des plateformes de médias sociaux utilisés par ces youtubeurs politiques. Une variété qui rend la délimitation du champ de recherche particulièrement complexe. À ce sujet, Dominique Cardon formule une observation éclairante en qualifiant le contenu des réseaux sociaux comme une *« […] coproduction où se rencontrent les stratégies des plateformes et les tactiques des utilisateurs […] »* (Cardon, 2008, p.98). Cet élément complexifie le processus et influence grandement la routine de recherche. En effet, étudier des youtubeurs politiques, de par leurs natures, implique surtout un visionnage intensif de contenus sur de multiples espaces numériques variés, pouvant parfois conduire le chercheur à une saturation, tant sur le plan physique que psychique.

Pour notre part, au cours de ces années de recherche, nous nous sommes ainsi adonnés à un visionnage systématique de vidéos politiques, et, à une immersion quotidienne au sein de différents réseaux sociaux. Cette immersion nous a parfois isolés de certaines interactions sociales habituelles, nous donnant l'impression d'être submergés dans un univers virtuel saturé de contenus strictement politique. Ainsi, notre vie de doctorant s'est progressivement muée en celle d'un internaute extrêmement politisé, fréquentant les forums les plus marginaux et consommant assidûment des contenus produits par des youtubeurs politiques d'extrême droite. Cet inconvénient majeur vient en quelque sorte, impacter notre quotidien de chercheur inhérent à ce type de terrain. Par nécessité, et, par peur de manquer de données importantes, nous nous sommes donc astreints à une omniprésence en ligne, multitâche, et, surtout, chronophage.

En dépit de ces difficultés et inconvénients inhérents à notre méthodologie, il est important d'en souligner aussi les avantages. Premièrement, elle permet de relier différentes facettes des comportements politiques en confrontant les aspects formels et informels, et, en considérant les évolutions des comportements selon le contexte. Elle peut également révéler des aspects inattendus et ouvrir de nouvelles pistes de recherche en facilitant l'accès à des documents, archives et personnes inaccessibles autrement. En outre, les plateformes numériques comme YouTube, agissant en quelque sorte comme de vastes archives, conservent des traces et des marqueurs temporels. Ces derniers se révèlent être des outils précieux, facilitant une étude approfondie et permettant des retours réguliers et nécessaires sur le terrain d'étude. Effectivement, contrairement à une observation traditionnelle axée sur l'observation d'individus en conditions physique, l'environnement numérique des médias sociaux élimine donc l'anxiété liée à la perte immédiate de données, offrant ainsi une temporalité propice à une exploration en profondeur. Néanmoins, une mise en garde s'impose quant aux politiques des plateformes qui, occasionnellement, suppriment certains contenus ou comptes d'utilisateurs, nécessitant, de la part du chercheur, une démarche proactive d'archivage.

Un autre avantage majeur réside dans l'anonymat offert par ces réseaux sociaux. Il nous permet non seulement d'observer discrètement, mais aussi de participer sans éveiller de suspicions. En naviguant à travers divers réseaux, forums, commentaires et *« lives »* sur YouTube, nous avons parfois pu poser des questions directement aux vidéastes ou entamer des discussions informelles..

.

En adoptant différents rôles, que ce soit en tant que membres des communautés de ces youtubeurs ou en tant que simples observateurs, nous avons pu ainsi observer des interactions qui nous ont offert des aperçus des opinions, normes, langages et valeurs prédominantes au sein de ces communautés.

En somme, le principal attrait de notre méthodologie a résidé dans le fait qu'elle arrive à combiner une approche traditionnelle de la recherche avec les avantages technologiques du monde numérique. Notre attitude d'observateur distant en se plongeant au cœur de ces espaces en ligne, nous a permis de nous mettre en dans une position privilégiée, captant intuitivement les nuances, les émotions et les tendances sous-jacentes. Notre processus d'observation, bien que conscient en apparence, s'effectue aussi, à la manière d'une étude ethnographique, de façon inconsciente. Comme le soulignait Olivier de Sardan (1995, p.79), le chercheur *« […]observe, en quelque sorte malgré lui […] »*, et ces observations s'imprègnent profondément dans son inconscient, son subconscient, façonnant alors sa subjectivité. Cette dynamique a renforcé ainsi la compréhension holistique et nuancée de ces youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite.

5. Conclusion du chapitre : une méthodologie à la fois pertinente et riche

Ce chapitre a mis en évidence notre démarche de recherche. En choisissant le vaste univers de YouTube comme principal terrain d'étude, un ensemble d'observations et de considérations est apparu. Il est essentiel de les rappeler et de les intégrer dans nos réflexions.

Premièrement, la méthode que nous avons privilégiée, à savoir l'*« observation empirique distante »*, s'est avérée être une démarche riche en enseignements. Cette méthode s'est matérialisée par une observation continue et approfondie dans l'espace numérique des youtubeurs politiques, en mettant un accent particulier sur ceux alignés avec des idéologies d'extrême droite. En empruntant cette voie, nous avons été témoins d'une densité idéologique notable au sein de cette plateforme, conduisant par la suite à une certaine forme d'isolement social. Bien que cet isolement ait favorisé une immersion plus profonde, il convient de noter qu'il a également eu des répercussions sur le plan émotionnel. Un autre aspect important à souligner est la relation intrinsèque entre le chercheur et la plateforme qu'il étudie. Autrement dit, l'impact notable de Google sur la recherche ne peut être omis, l'influençant, par moments subtilement, via ses propres logiques. Ces influences se manifestent particulièrement à travers ses politiques éditoriales et, de manière plus prégnante, par le biais de ses algorithmes en perpétuelle mutation.

Face à ces algorithmes changeants, nous nous sommes naturellement orientés vers une méthode essentiellement qualitative, tout en élaborant un modèle d'extraction innovant, fusionnant ainsi des approches manuelles et computationnelles.

En conclusion, nos efforts et nos investigations ont mis en relief la nécessité d'élaborer des modèles méthodologiques à la fois clairs et normés. Ils ont également souligné le besoin impératif de disposer d'outils automatisés pour l'extraction de données, à la fois fiables et ayant reçu la validation de la communauté académique. Toutefois, nous pensons que, face aux défis rencontrés, notre démarche adaptative demeure une méthode pertinente au vu de nos interrogations de recherche. Ces choix nous ont également permis, et nous le préciserons dans le chapitre à venir, de contextualiser de manière approfondie le paysage politique de YouTube dans sa globalité.

CHAPITRE I

YOUTUBE : UN ESPACE POLITIQUE

Dans ce premier chapitre, nous nous attelons à décrire et analyser en détail l'ensemble des chaînes YouTube traitant de thématiques politiques. Le travail d'extraction et de constitution de notre liste, évoqué dans le chapitre précédent, nous a permis de réaliser une radiographie de ces chaînes, offrant ainsi une vue d'ensemble et capturant une image de la présence politique sur YouTube. Nous avons pu catégoriser les acteurs majeurs de ce domaine et contextualiser l'espace médiatique dans lequel évoluent les six youtubeurs sélectionnés pour notre enquête, en identifiant notamment les différentes mouvances idéologiques de cet écosystème. Ce chapitre nous offre ainsi une analyse du paysage politique sur YouTube, mais surtout une contextualisation préalable indispensable, permettant de mieux saisir l'environnement dans lequel évoluent les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite.

I.1 Radiographie du YouTube politique français

Nous l'avons abordé dans notre méthodologie, notre échantillonnage nous a permis d'extraire 325 chaînes qui traitent de politique. Il est important de rappeler que les contenus politiques sur YouTube, et de manière récurrente ceux de droite radicale et d'extrême droite, sont soumis à des restrictions voire des bannissements purs et simples de la plateforme. Ce fut le cas par exemple pour la chaîne de Dieudonné et d'Alain Soral[87] (Egalité et Réconciliation[88]). Deux vidéastes importants de notre échantillon qui furent simplement bannis de la plateforme un mois après la clôture de notre extraction. En outre, il arrive souvent que certains vidéastes politiques arrêtent tout simplement leurs activités ou migrent éventuellement vers une autre plateforme. Cela impacte forcément notre échantillonnage, et, implique une actualisation perpétuelle et quotidienne dans le cas où l'on voudrait être le plus actuel possible. Nous avons alors choisi, délibérément, compte tenu de l'exigence et de la temporalité d'une thèse de doctorat, de réaliser une liste exhaustive sur une période donnée (de décembre 2019 à février 2020) afin d'avoir une photographie stable et précise du paysage politique sur YouTube. Par ailleurs, cette liste n'étant pas la finalité mais une étape intermédiaire (dans l'optique de découvrir des youtubeurs d'extrême droite), son actualisation diachronique n'était donc pas nécessaire.

[87] https://www.lefigaro.fr/actualite-france/suppression-de-comptes-youtube-soral-et-dieudonne-vont-devoir-se-reinventer-totalement-20200709

[88] Egalité & Réconciliation est une entité politique créée par Alain Soral, Jildaz Mahé O'Chinal et Philippe Péninque, tous anciens du Groupe Union Défense (GUD), connu pour ses positions d'extrême droite. Bien qu'elle se revendique comme étant de « nationaliste de gauche », plusieurs analystes la situent à l'extrême droite du fait de ses propos antisémites et de ses théories conspirationnistes. Cette association se positionne en faveur d'une unité au-delà des différences partisanes, ethniques, religieuses et sociales pour combattre le libéralisme libertaire, le mondialisme et le sionisme. Bien qu'elle ait eu des liens avec le Front National à ses débuts, ces relations se sont distendues avec le temps. Grâce à sa plateforme en ligne, elle bénéficie d'une large audience et sert de vecteur aux convictions d'Alain Soral, défenseur d'un rapprochement entre la gauche ouvrière et la droite traditionnelle.

Cette étape préalable nous a été néanmoins grandement utile, notamment pour contextualiser nos travaux. Nous avons pu ainsi dresser, grâce à cette liste de plusieurs centaines de chaînes, une radiographie du YouTube politique français. Cette dernière nous a permis d'émettre plusieurs constats et observations. Le premier étant que nous dénombrons, toutes orientations confondues, **huit catégories de chaînes** qui traitent de politique sur la plateforme :

(1) Les émissions, archives, documentaires : une catégorie qui enrichit la diversité des contenus politiques sur YouTube. Cette catégorie comprend des chaînes dédiées aux émissions télévisuelles politiques, aux *« talk-show »*[89] ainsi qu'aux archives vidéo et aux documentaires télévisés republiés. Parmi les chaînes de cette catégorie, citons INA[90] Politique, On n'est pas couché, Les Terriens, et CPolitique.

(2) Les institutions, ONG, Think Tank forment la deuxième catégorie, regroupant les chaînes issues d'institutions gouvernementales, d'ONG[91], de groupes de réflexion ou Think Tank[92]. Ces chaînes diffusent des messages, des conférences et parfois des tables rondes. Parmi les exemples marquants, citons Sciences Po, Les Colibris, l'ENS[93], le Collège de France, l'Élysée, le Ministère des affaires étrangères et Greenpeace.

[89] Un talk-show est un type d'émission de divertissement qui réunit des personnes, lesquelles prennent la parole dans le cadre de chroniques ou confrontent leurs points de vue respectifs.

[90] Acronyme de Institut National de L'Audiovisuel

[91] Acronyme de Organisation Non Gouvernementale

[92] Un Think Tank est un terme anglais qui désigne un groupe de réflexion ou laboratoire d'idées au sein d'une structure privée.

[93] Acronyme de l'Ecole Normale Supérieure

(3) Les médias « alternatifs » quant à eux, incarnent une catégorie distincte qui agit comme des organes de presse ou des cercles de réflexion. Souvent liés à des youtubeurs politiques ou à des personnalités influentes, ils entretiennent parfois des relations avec des partis politiques sans pour autant y être affiliés. On parle également de la *« réinfosphère »*[94] ou de la désinformation dans certains cas. Parmi les acteurs de cette catégorie, on peut mentionner Le Media, TV Libertés, Le Fil d'Actu, Mr Mondialisation, QG TV et le Cercle des Volontaires.

(4) Les médias traditionnels représentent un pilier essentiel dans le paysage politique sur YouTube. Cette catégorie englobe le0s chaînes émanant des médias traditionnels ou institutionnalisés, ainsi que celles affiliées aux agences de presse et aux organes médiatiques associés à la presse écrite, à la radio ou à la télévision. Parmi les exemples notables, nous retrouvons France24, BFMTV, CNews, Figaro TV et l'AFP[95].

(5) Les médias web qui forment la cinquième catégorie, sont des chaînes de type *« Pure player »*[96] avec une présence exclusivement numérique. Elles produisent du contenu vidéo diffusé sur les réseaux sociaux et les plateformes, qualifié de *« natif »*[97] (Guéraud-Pinet, 2022, p.91). En contraste avec les médias traditionnels, les médias web ne pas issus d'un héritage de diffusion papier ou audiovisuelle et n'ont pas des structures de production aussi centralisées et formelles.

[94]La « réinfosphère » est un néologisme qui désigne une partie de la blogosphère et de la sphère médiatique sur Internet, composée principalement de sites, blogs et chaînes YouTube, qui propagent des idées conservatrices, réactionnaires ou d'extrême droite. Ces médias se caractérisent souvent par une approche critique des médias traditionnels, qu'ils accusent régulièrement de désinformation ou de partialité. Ils prétendent souvent offrir une « réinformation », c'est-à-dire une alternative à ce qu'ils considèrent comme la « désinformation » des médias dominants.

[95] Acronyme de Agence France Presse

[96] Un « Pure player » est une entité exerçant dans un secteur d'activité unique. Le terme est devenu populaire afin de désigner les entreprises œuvrant uniquement sur Internet notamment les sites d'information sans format papier.

[97] Un contenu « natif » est un type de contenu qui s'harmonise avec le canal sur lequel il apparaît. Dans de nombreux cas, il se manifeste comme une image, un texte ou une vidéo respectant la mise en forme et le style spécifiques de la plateforme.

Certaines de ces chaînes sont parfois devenues, par l'effet de rachats économiques, des filiales de grands groupes médiatiques. Parmi les exemples notables, on trouve Konbini, Brut, Clique TV et Mediapart.

(6) Partis politiques, politiques, syndicats : comprend les chaînes gérées par des syndicats, des politiques, des élus, des militants ou des membres de partis politiques. À titre illustratif, on peut citer François Ruffin, Jean Luc Mélenchon, Florian Philippot, ainsi que les chaînes affiliées à des partis tels que l' UPR[98], La France Insoumise et Renaissance (ex LREM[99]).

(7)Youtubeurs du divertissement et humoristes : elle regroupe des vidéastes dont la politique n'est pas le thème central, mais qui abordent occasionnellement des questions de société au sein de contenus principalement divertissants. En outre, cette catégorie inclut des humoristes diffusant des sketchs ou des vidéos liées à l'actualité politique. Parmi les noms qui se démarquent, citons Mister Jday, Simon Puech, Verino, La Bajon et David Ganesh.

(8)Youtubeurs politiques : il s'agit de la huitième catégorie qui concerne les youtubeurs *« pro-am »*, qui se concentrent principalement sur l'actualité politique, les questions de société et l'agenda médiatique. Des vidéastes tels que Hugo Décrypte, Le Stagirite, Le Raptor, Valek Noraj, Kriss Papillon et Je suis pas content TV sont des exemples notables dans cette catégorie.

[98] Acronyme de Union Populaire Républicaine

[99] Acronyme de La République En Marche

	Nombre total de chaînes	%	Nombre total de vues	%	Nombre total d'abonnements en millier (k)	%
(1) Emissions archives documentaires	19	6	10 812 642 108	21	39 784	16
(2) Institutions, ONG, Think Tank	14	4	1 852 905 100	4	16 870	7
(3) Médias alternatifs	35	11	6 762 377 317	13	34 946	14
(4) Médias traditionnels	39	12	12 162 781 986	24	43 705	17
(5) Médias web	13	4	9 007 355 834	18	38 408	15
(6) Partis politiques, politiques	18	6	3 473 170 924	7	24 572	10
(7) Youtubeurs divertissements, humoristes	14	4	3 473 170 924	7	23 326	9
(8) Youtubeurs politiques	173	53	3 807 296 846	7	30 393	12
TOTAL	325	100	51 351 701 039	100	252 003	100

Tableau 3 – Répartition et pourcentages des nombres totaux des vues et des abonnements par catégorie de chaîne (Arrêté en février 2020)

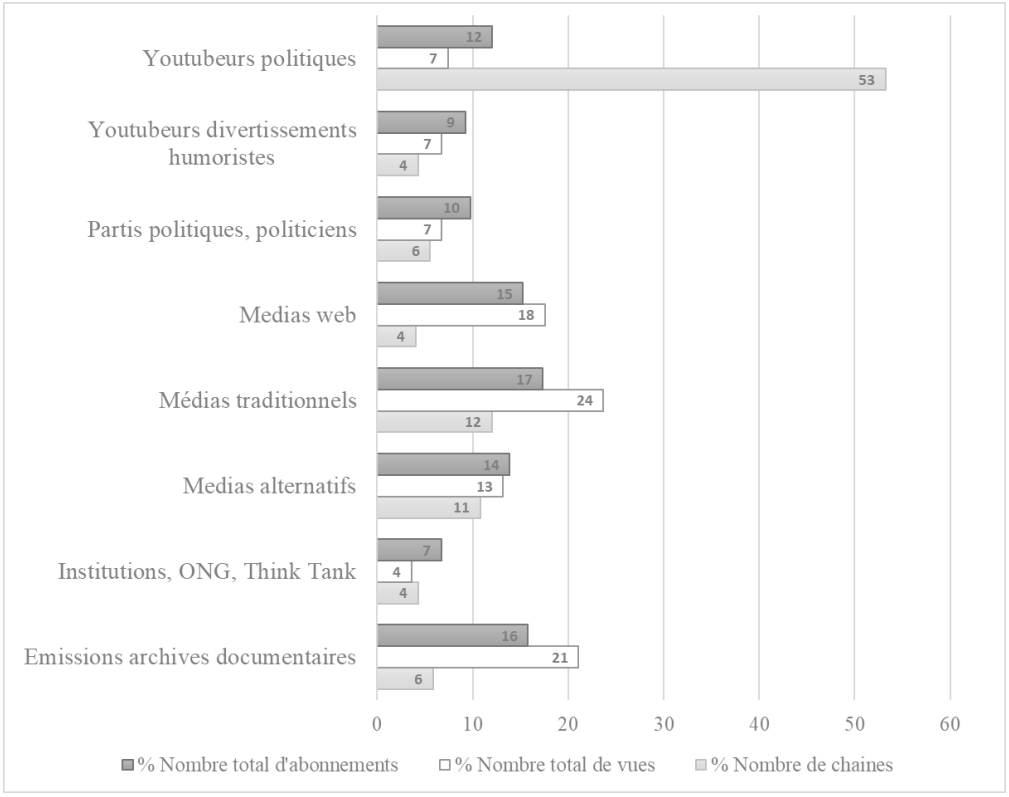

Figure 1 – Graphique de répartition et pourcentages des nombres totaux de vues et d'abonnements par catégorie de chaîne (arrêté en février 2020)

Une audience monopolisée par les médias et entités institutionnalisés

Tout d'abord, il convient de prendre un moment pour approfondir notre compréhension de cette catégorisation qui donne un éclairage sur le panorama politique actuel de YouTube. Lorsqu'on se penche attentivement sur les données, une tendance frappante émerge : les chaînes se consacrant à la politique et qui enregistrent le plus grand nombre d'audiences (en prenant pour mesure le nombre total de vues) sont majoritairement affiliées aux médias que l'on qualifie de *« institutionalisés »* . Ce terme englobe, bien entendu, à la fois les médias traditionnels, mais aussi leur extension sur le web, sans oublier les contenus qui leurs sont directement associés comme les émissions, les archives et les documentaires (*catégories (1), (4), et (5)*). En creusant un peu plus, on découvre que ces acteurs médiatiques attirent, en cumulé, pas moins de 63% des vues totales durant la période de notre enquête. C'est d'autant plus remarquable qu'ils ne représentent, en réalité, que 27% des chaînes dans notre échantillon. Cette observation nous mène à réfléchir à ce phénomène de concentration des audience.

Plusieurs éléments explicatifs peuvent être avancés à ce sujet. En premier lieu, il est manifeste que les médias institutionnalisés ont choisi d'investir de manière significative la plateforme YouTube. Ce choix stratégique découle de la reconnaissance du potentiel de visibilité qu'offre ce média social, surtout compte tenu de sa position quasi monopolistique dans le paysage des plateformes de vidéos en ligne. Mais ce n'est pas tout. Il y a également un élément technique à prendre en compte : l'algorithme de YouTube. Ce dernier semble avoir une prédilection pour les contenus produits par ces médias dominants.

C'est un constat que nous avons pu faire à maintes reprises, notamment lors de nos tentatives de recherches basées sur des mots-clés en lien avec l'actualité politique. Invariablement, les résultats nous redirigeaient vers des contenus issus de ces médias influents. Pour étayer davantage cette observation, prenons un exemple concret. Si l'on examine les vingt chaînes les plus importantes en termes de vues, on constate qu'une seule exception se démarque du lot : AgoraVox[100], un média participatif. Mis à part cette exception, toutes les autres chaînes sont l'émanation de médias bien établis, une réalité que le tableau 4 illustre.

Rang	Nom de la chaîne	Nombre total de vues	Rang	Nom de la chaîne	Nombre total de vues
1	France24	651 229 730	11	CliqueTV	311 803 104
2	France inter	632 312 421	12	Konbini	302 755 276
3	C'est Canteloup	492 888 065	13	RTL	278 465 260
4	On n'est pas couché	480 916 197	14	AgoraVoxFrance	263 382 447
5	BFM	458 714 814	15	RT France	255 318 607
6	Euronews français	414 800 993	16	Le Parisien	240 569 125
7	LeHuffPost	365 722 131	17	Brut	194 900 792
8	Europe 1	351 465 270	18	Le Monde	180 777 686
9	C à vous	335 495 325	19	Ina TalkShow	180 258 042
10	AFP	323 824 032	20	CNews	164 172 961

Tableau 4 – Classement des vingt premières chaînes en nombre total de vues (arrêté en février 2020)

[100] AgoraVox est un site web de journalisme citoyen créé en mars 2005 par Carlo Revelli avec le soutien de Joël de Rosnay. Il s'agit d'une plateforme participative où les rédacteurs volontaires, non professionnels, peuvent publier des articles à rédaction unique ou multiple. En 2017, le site comptait environ 90 000 rédacteurs volontaires et plus de 3 200 modérateurs volontaires. Le site a également hébergé des articles et des tribunes reflétant des théories du complot, ce qui a été critiqué par certains médias et observateurs.

Une prolifération de « youtubeurs politiques »

Une autre observation importante peut être relevée, se positionnant notamment en contraste avec la première mentionnée précédemment. En effet, si l'on s'attarde encore sur les métriques, les youtubeurs qui se spécialisent dans le domaine politique (*catégorie (8)*) semblent avoir pris une ampleur considérable. Ils représentent, en termes de présence numérique, la majeure partie des chaînes politiques sur YouTube, atteignant un pourcentage impressionnant de 53% (cf. figure 7) de notre liste. Toutefois, en dépit de cette surreprésentation en nombre, ils ne captent qu'une mince portion de l'audience, soit seulement 7% du nombre total des vues sur notre période d'extraction. Lorsque nous élargissons notre champ d'observation pour inclure à la fois les médias alternatifs (*catégorie (3)*) et les youtubeurs tournés vers le divertissement (*catégorie (7)*), une image encore plus contrastée se dessine. Pas moins de 68% des chaînes à teneur politique sont en réalité entre les mains de vidéastes et d'entités oscillant entre l'amateurisme et la semi-professionnalisation.

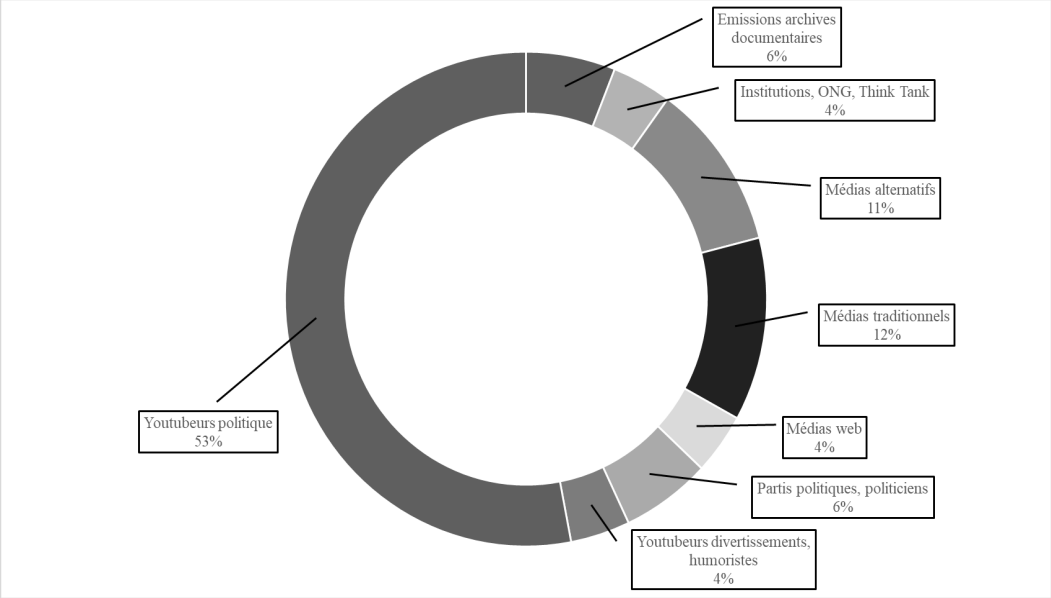

Figure 2– Répartition en % des catégories des chaînes qui traitent de politique sur YouTube

Une dynamique qui vient renforcer une assertion que nous avions évoqué plus tôt dans notre introduction générale : YouTube, poussé par ses mécaniques *« sociotechniques »* (Monnoyer-Smith & Wojcik, 2014) semble inciter ses utilisateurs à s'investir de manière conséquente sur la plateforme (appât du gain publicitaire, exposition et facilités techniques). A ce sujet, Jean Burgress et Joshua Green (2018) ont apporté une perspective éclairante sur cette dynamique. Selon eux, YouTube est constamment en proie à une forme de tension, une oscillation, voire un dilemme. D'une part, la plateforme semble vouloir privilégier l'utilisateur (amateur) en tant que créateur principal, incarnant l'idéal de l' *« User generated content »*[101] que nous avons évoqué dans l'introduction générale. D'autre part, elle est également attirée par un modèle économique qui pourrait s'avérer plus lucratif à long terme, basé sur des partenariats solides avec des entreprises médiatiques d'envergure, ce qu'ils qualifient de *« Producer generated content »*[102]. Ces alliances stratégiques avec des *« géants »* des médias ont pris de l'ampleur, en partie à cause des critiques virulentes adressées à YouTube pour avoir, involontairement, offert une tribune à des vidéastes prônant des idéologies suprématistes. Face à cette controverse, YouTube a réagi en recalibrant ainsi son algorithme pour favoriser les chaînes centrées sur le divertissement et celles issues de grandes institutions médiatiques. Cette démarche vise à mettre en avant une éthique journalistique irréprochable et à maintenir une neutralité de l'information sur la plateforme.

[101] Pour rappel : La notion de « User Generated Content » (UGC) désigne un phénomène particulièrement prégnant dans le paysage numérique actuel. Il s'agit de contenus créés et partagés par les utilisateurs ordinaires d'une plateforme, plutôt que par des professionnels ou des entreprises.

[102] Pour rappel : La notion de « Producer Generated Content » (PGC) fait référence au contenu créé par des professionnels, des entreprises ou des entités médiatiques établies. Contrairement à l'UGC (User Generated Content) qui met en avant le contenu amateur, le PGC est le fruit d'entités ayant des ressources, une expertise et souvent une longue histoire dans la création de contenus médiatiques.

Si l'on se permettait une hypothèse dans notre analyse, il semblerait que l'algorithme de YouTube confirme cette politique de partenariat médiatique de la plateforme en ayant afficher systématiquement, durant notre observation empirique, une préférence marquée pour les médias bien établis, en particulier ceux qui se positionnent au centre gauche et au centre droit. Cette tendance n'est pas exclusive au paysage médiatique français. En effet, des échos similaires proviennent du monde de la recherche anglo-saxonne, plus précisément des États-Unis. Les travaux menés notamment par Mark Ledwich et Anna Zaitsev (2019) le confirment. Grâce à une méthode sophistiquée de *« scraping »*[103]*,* ces chercheurs ont examiné, par le biais d'une étude sur 800 chaînes politiques américaines, le rôle de l'algorithme de YouTube dans l'hypothèse d'une incitation à la radicalisation en ligne. Au lieu de cela, leurs travaux démontrent que l'algorithme ne semble pas favoriser les contenus extrémistes, mais, à l'instar de nos précédentes observations sur le contexte français, privilégie les contenus des médias traditionnels et des chaînes d'information câblées, avec une tendance affirmée vers les chaînes de gauche ou politiquement neutres.

[103] Le « scraping » est un processus semi-manuel ou automatisé d'extraction et de création d'une représentation structurée des données d'un site Web.

Des auditoires fidèles

D'autres observations intéressantes peuvent être émises lorsque l'on se penche sur le nombre d'abonnés. En effet, dans cet univers des médias sociaux, l'action de s'abonner à une chaîne ou un profil est un geste significatif. Associé à d'autres interactions comme le partage ou le commentaire, l'abonnement est souvent perçu comme une manifestation tangible de ce que l'on désigne communément par *« l'engagement »*[104] en marketing numérique. Au-delà d'une simple action numérique, s'abonner à une chaîne revêt ainsi une dimension émotionnelle : il symbolise une approbation, un soutien et, dans bien des cas, une marque de confiance. C'est une indication de la fidélité d'un utilisateur, mais aussi de sa volonté de maintenir un type de contenu précis à portée de vue, surtout lorsqu'il décide de s'aligner sur les recommandations de l'algorithme[105]. Dans le contexte spécifique des youtubeurs politiques, comme nous l'avions évoqué également dans l'introduction générale, certaines fonctionnalités de YouTube, telles que l'abonnement à une chaîne ou les *« likes »*, transcendent leur simple valeur numérique. Elles incarnent en effet *« […] l'émergence de nouvelles formes de participation à l'espace public […] »*, comme le souligne Olivier Babeau (2014, p.145). Poursuivant cette réflexion, Olivier Babeau met en lumière une tendance des jeunes générations à privilégier ces nouvelles plateformes pour leur engagement politique : *« […]les jeunes générations consultent régulièrement les vidéos politiques et n'hésitent pas à utiliser les dispositifs sociotechniques innovants au détriment des formes de participation et lieux plus traditionnels […] »* (Babeau, 2014, p.130).

[104] L'engagement sur les réseaux sociaux désigne la manière dont les internautes interagissent avec le contenu. Ce terme englobe diverses actions, telles que le « like » sur YouTube ou le « follow » sur X.

[105] Bons nombres d'utilisateurs des réseaux sociaux savent dorénavant que leurs traces numériques (abonnements, likes et partages) conditionnent pour partie la visibilité des contenus.

Ainsi, le nombre total d'abonnements nous donne donc une véritable orientation, et, constitue ainsi une variable indispensable dans notre analyse. Nous observons tout d'abord, avec cette dernière, que les structures médiatiques institutionnalisées et leurs satellites cumulent le plus d'abonnés (48% de nombre total des abonnements). Toutefois, nous pouvons constater que les médias alternatifs et les youtubeurs politiques (26% de nombre total des abonnements) rivalisent à eux seuls avec les grands médias traditionnels (17%) sur cette variable. Cette observation semble témoigner d'un attachement profond de la part de leur audience. Elle suggère également que, pour un nombre croissant d'internautes, ces acteurs alternatifs, ces youtubeurs politiques se sont imposés comme des sources d'information régulières, au même titre que les médias institutionnels traditionnels, venant enrichir leur consommation médiatique quotidienne.

Une fusion du divertissement et du politique

Toujours en poursuivant notre exploration des *« abonnements »* sur YouTube, et, en plongeant plus profondément dans le classement des trente premières chaînes en terme d'abonnements (cf. figure 8), une autre tendance notable se remarque. En effet, au milieu de ce classement des abonnements, dominé par les médias traditionnels, émergent des youtubeurs politiques tels que Kriss Papillon, Le Raptor, Hugo Décrypte[106], ou encore Caljbeut[107].

[106] Hugo Travers, également connu sous le pseudonyme « Hugo Décrypte », est un vidéaste web franco-britannique. Diplômé de Sciences Po Paris, il s'est fait connaître grâce à sa chaîne YouTube qui traite de l'actualité avec un ton journalistique.

[107] Caljbeut, de son vrai nom John Caljbeut, est un vidéaste d'animation français. Il a notamment fait une vidéo pour défendre Le Raptor en 2016, et s'est prononcé en faveur d'Alain Soral en 2017. Il a également fait une vidéo sur la quenelle de Dieudonné en 2014, défendant le geste comme étant antisystème plutôt qu'antisémite.

Ces derniers se distinguent par leur singularité : en effet, il était assez exceptionnel, jusqu'à récemment, de voir des chaînes de cette nature franchir le cap des 100 000 abonnés. Par ailleurs, nous remarquons également la présence notable de youtubeurs orientés vers le divertissement ou l'humour, qui abordent de manière épisodique des sujets politiques. Des noms comme Mister Jday[108], Le Roi des Rats[109], ou encore Verino[110] émergent dans cette catégorie. Toutefois, leur présence relève d'un biais catégoriel. En effet, bien que ces vidéastes abordent ponctuellement la politique, leur cœur de métier reste fermement ancré dans le divertissement, un créneau nettement plus populaire sur la plateforme. À ce titre, nous constatons que les youtubeurs de divertissement, en termes d'abonnements, surpassent largement leurs homologues politiques. Pour donner une idée de l'écart, les youtubeurs politiques dépassant les 500 000 abonnés et approchant le million sont rares et ne représentent qu'une dizaine au moment de la finalisation de la rédaction de cette thèse.

[108] MisterJDay est un vidéaste web, actif sur YouTube et Twitch, connu pour ses analyses de publicités et de clips musicaux. Il est également connu pour son émission Culture Tube, dans laquelle il traite des sujets relatifs à YouTube et aux vidéastes.

[109] Le Roi des Rats, de son vrai nom Lilian, est un vidéaste web d'investigation français connu pour ses vidéos de sensibilisation sur YouTube, où il révèle la face sombre d'Internet en enquêtant sur les pièges que peuvent tendre les réseaux sociaux, les abus et le travail dissimulé des enfants sur la plateforme.

[110] Vérino est un humoriste français. Il s'est fait connaître sur les scènes parisiennes, notamment au théâtre du Point-Virgule. Il a également participé à plusieurs émissions de télévision en France.

Rang	Nom de la chaîne	Nombre total d'abonnés (k)	Rang	Nom de la chaîne	Nombre total d'abonnés (k)
1	France24	2000	16	Caljbeut	560
2	Le Roi des Rats	1160	17	Hugo Décrypte	541
3	CliqueTV	1130	18	AFP	532
4	Konbini	923	19	ThinkerView	529
5	Mister Jday	761	20	Les Parasites	518
6	Le Monde	756	21	Data Gueule	513
7	Euronews français	750	22	L'Antisèche	508
8	Arte	717	23	France inter	490
9	Kriss Papillon	662	24	LeHuffPost	468
10	Le Raptor	658	25	Europe 1	466
11	RT France	616	26	francetvslash studio	464
12	BFM	611	27	Jean Luc Mélenchon	456
13	Brut	605	28	Quotidien	444
14	Et tout le monde s'en fout	582	29	Verino	442
15	On n'est pas couché	566	30	Thierry Casasnovas	432

Tableau 5 – Classement en nombre total d'abonnés (en milliers k) des chaînes politiques sur YouTube

(Arrêté en février 2020)

Cette tendance est d'autant plus marquée lorsque l'on évoque des figures incontournables du divertissement sur YouTube, comme Squeezie[111] ou encore Lena Situation[112]. Certains d'entre eux, grâce à leur notoriété et leur contenu, ont réussi à atteindre et même dépasser la barre des millions d'abonnés, avec quelques-uns flirtant même avec la dizaine de millions. Des chiffres d'audience phénoménaux qui n'ont pas manqué d'attirer l'attention des acteurs politiques. En effet, devant le potentiel d'exposition massive, la démographie jeune des abonnés, et la neutralité relative de ces youtubeurs en matière de politique, de nombreux politiques ont vu une opportunité communicationnelle.

[111] Squeezie, de son vrai nom Lucas Hauchard, est un vidéaste web et streameur français. Il a commencé sa carrière sur YouTube en 2011 et est rapidement devenu l'un des plus grands youtubeurs en France avec plus de 18 millions d'abonnés en mars 2023.

[112] Léna Situations, de son vrai nom Léna Mahfouf, est une youtubeuse française. Elle a commencé sa carrière sur YouTube en 2012, principalement en publiant des vidéos de mode, de beauté et de lifestyle.

Pour illustrer cette tendance, citons quelques collaborations notables : McFly & Carlito[113] ont réalisé plusieurs vidéos aux côtés Emmanuel Macron[114] ; Tibo Inshape[115] a convié Jean Lasalle[116] à une séance sportive ; Enjoy Phoenix[117] a partagé une journée type avec Gabriel Attal[118] ; et Magali Berdah[119] a mené des entretiens sur sa chaîne YouTube avec des figures politiques telles qu'Éric Zemmour[120] et Valérie Pécresse[121]. Ces collaborations illustrent parfaitement la fusion croissante entre le monde du divertissement et la sphère politique sur la plateforme YouTube.

Une polarisation marquée des partis et politiques sur la plateforme

En ce qui concerne les chaînes YouTube de notre catégorie *« partis politiques, politiques »*, il est à noter qu'elles demeurent relativement rares, ne représentant que 6% du total. Toutefois, elles captent à elles seules 10% du total des abonnements de notre échantillon. Notre analyse initiale dévoile même une certaine absence, du moins selon notre critère de sélection qui privilégie les chaînes de plus de 10 000 abonnés.

[113] Mcfly et Carlito, vidéastes humoristes français, sont reconnus pour leurs contenus sur YouTube et leurs émissions télévisées. Une de leurs vidéos, promouvant les gestes barrières pendant la pandémie, a cumulé plus de 10 millions de vues et a conduit à une collaboration avec le président français, Emmanuel Macron. Ils sont également engagés dans des causes caritatives et écologiques.

[114] Emmanuel Macron, élu président de la République française depuis 2017, avait précédemment occupé le poste de ministre de l'Économie sous Manuel Valls. Il est le fondateur du mouvement politique Renaissance (ex La République En Marche).

[115] Tibo InShape, alias Thibault Richard, est un vidéaste français axé sur le fitness. Depuis ses débuts sur YouTube en 2011, il est devenu l'un des influenceurs majeurs de France avec plus de 16 millions d'abonnés..

[116]Jean Lassalle, élu député des Pyrénées-Atlantiques depuis 2002, s'est présenté à l'élection présidentielle de 2017, recueillant 1,21% des voix. Il a été maire de Lourdios-Ichère pendant plus de trois décennies.

[117] EnjoyPhoenix, de son vrai nom Marie Lopez, est une influenceuse spécialisée dans la mode, la beauté et les voyages sur YouTube.

[118] Gabriel Attal, membre du parti Renaissance (ex-LREM), est député des Hauts-de-Seine depuis 2017. Nommé Secrétaire d'État, Porte-parole du Gouvernement, Ministre délégué chargé de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, puis Premier ministre, il est actuellement redevenu député..

[119] Magali Berdah est la directrice de l'agence Shauna Events, spécialisée dans le placement de produits et d'influenceurs.

[120] Eric Zemmour, écrivain et polémiste, est réputé pour ses opinions tranchées sur divers sujets sociopolitiques. Auteur du best-seller « Le Suicide français », il intervient fréquemment à la télévision et à la radio.

[121] Valérie Pécresse préside le conseil régional d'Île-de-France depuis 2015 et dirige le mouvement politique Libres ! qu'elle a fondé en 2017. Elle a également servi dans divers postes ministériels sous la présidence de Nicolas Sarkozy.

Cette absence est particulièrement marquée au niveau de la gauche et de la droite communément dites de gouvernement, ainsi que du côté des écologistes (cf. figure 8). Il existe néanmoins quelques exceptions notables, à savoir des chaînes appartenant à des politiques et partis telles que Les Républicains, Emmanuel Macron ou encore Renaissance (anciennement La République en Marche). Au-delà de ces exceptions notables, les chaînes associées aux personnalités et aux partis politiques s'orientent principalement autour de deux courants majeurs (cf. figure 3). D'un côté, il y a ceux qui se rangent derrière l'extrême gauche, la gauche radicale et La France Insoumise, avec des figures emblématiques telles que Jean-Luc Mélenchon, François Ruffin, Ugo Bernalicis, Adrien Quatennens et Alexis Corbière[122] (cf. figure 10). De l'autre, un courant, presque miroir, se dessine du côté de la droite nationaliste et l'extrême droite, principalement incarné par le Rassemblement National et des personnalités comme Marine Le Pen[123], Jean Messiha[124], Génération Identitaire[125] ou encore, Jean Marie Le Pen[126] (cf. tableau 6).

[122] François Ruffin, Ugo Bernalicis, Adrien Quatennens, Alexis Corbière sont des députés et membres de La France Insoumise. Ils ont tous une chaine YouTube dédiée.

[123] Marine Le Pen est la présidente du Rassemblement National (ex-Front National) depuis 2011.

[124] Jean Messiha, haut fonctionnaire et polémiste, a rejoint le Front National (devenu Rassemblement National) en 2016, où il a occupé plusieurs fonctions jusqu'en 2020. Il a soutenu Éric Zemmour lors de la présidentielle de 2022.

[125] Génération Identitaire, mouvement d'extrême droite identitaire, a été dissous en 2021 pour incitation à la haine. Après sa dissolution, il a tenté de ressurgir sous le nom de groupe Argos.

[126] Jean-Marie Le Pen, fondateur et ex-président du Front National.

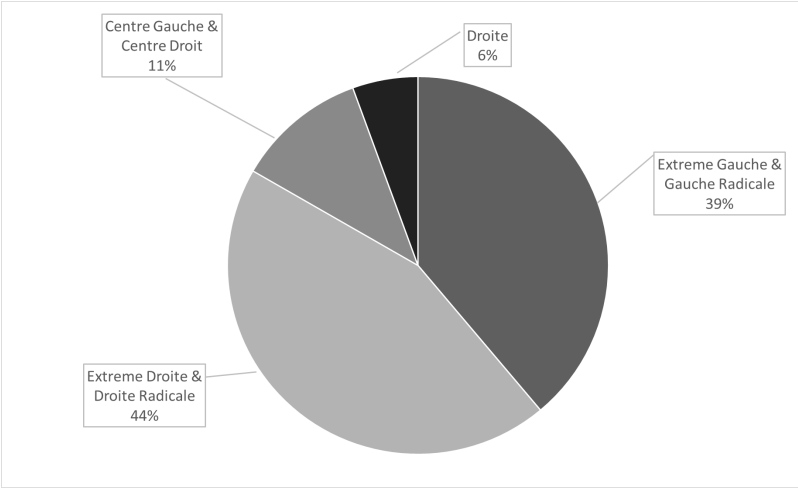

Figure 3 – Répartition des orientations politiques en pourcentage des chaînes YouTube de personnalités et partis politiques de l'échantillon (février 2020)

Rang	Nom de la chaîne	Nombre total d'abonnés (k)	Nombre total de vues	Rang	Nom de la chaîne	Nombre total d'abonnés (k)	Nombre total de vues
1	Jean Luc Mélenchon	456	77 136 369	11	La République en Marche	25	3 901 174
2	UPR	144	41 855 155	12	Marine Le Pen	38	3 791 656
3	François Ruffin	118	17 685 135	13	Emmanuel Macron	53	3 055 991
4	Rassemblement National	25	12 582 150	14	Ugo Bernalicis	14	2 813 390
5	Nicolas Dupont Aignan	33	11 494 589	15	LFI - parlementaire	24	2 553 834
6	Jean-Marie Le Pen	23	7 459 692	16	Jean Messiha	13	2 378 852
7	Florian Phillipot	68	7 018 062	17	Alexis Corbière	14	2 089 540
8	La France Insoumise	49	4 797 850	18	Génération Identitaire	14	1 771 673
9	Adrien Quatennens	32	4 469 188	19	Les Républicains	12	1 211 981
10	Gilbert Collard	21	4 432 097				

Tableau 6 – Classements par nombre total de vues des personnalités et partis politiques sur YouTube (arrêté en février 2020)

La surreprésentation et les métriques sur YouTube de ces personnalités et partis politiques d'extrême droite vient notamment confirmer un investissement précurseur et pionnier de cette mouvance dans les technologies de l'information, tel que souligné par Albertini et Doucet[127] (2015). Cette implication s'explique également par une présence historique de l'extrême droite sur internet, mise notamment en avant par certains travaux d'Alexandre Dézé (2011).

[127] Dans leur ouvrage « La Fachosphére », les journalistes Albertini et Doucet évoquent notamment la tendance du FN à investir précocement les nouveaux supports de communication comme le minitel au milieu des années 80.

En abondant ce constat, Alexandre Hobeika et Gaël Villeneuve, dans leurs travaux (2017, p.223), expliquent que le Front National, dans une démarche de contournement des *« gatekeepers »* médiatiques traditionnels, a précocement marqué sa présence sur le web. Ils évoquent notamment la création d'un site internet dès 1994, ainsi que la mise en place d'un stand virtuel sur la plateforme Second Life en 2006. Julien Boyadjian, quant à lui, confirme cette tendance en affirmant qu'*« […] internet constitue un terrain privilégié pour analyser les organisations partisanes, et notamment le FN*[128] *[…] »* (2015, p.141).

Concernant les figures et entités politiques antagonistes, à savoir celles se positionnant à la gauche radicale ou à l'extrême gauche, Jean-Luc Mélenchon se distingue nettement comme une référence incontournable sur la plateforme. Sa présence sur ce média n'est pas fortuite. En effet, nos observations et d'autres travaux de recherche antérieurs (Theviot, 2019) ont notamment mis en lumière que le leader de La France Insoumise n'a pas simplement choisi d'être présent sur YouTube, mais il l'a fait d'une manière stratégique et réfléchie. En s'inspirant étroitement de la trajectoire de son homologue espagnol, Pablo Iglesias[129], du parti Podemos[130] (Bristielle, 2020), Mélenchon a su déceler tôt l'importance grandissante de ce canal de communication. Au lieu de simplement diffuser des messages traditionnels, il a adopté une approche innovante en assimilant les codes spécifiques de YouTube, décelant les attentes des utilisateurs et se fondant harmonieusement dans la culture de ce média social.

[128] Acronyme de Front National, aujourd'hui renommé Rassemblement National

[129] Pablo Iglesias est un homme politique espagnol, fondateur et figure emblématique de Podemos, un parti de gauche radicale. Professeur en sciences politiques, il a marqué le paysage politique espagnol par son engagement anti-austérité et sa volonté de renouveler la politique traditionnelle.

[130] Podemos est un parti politique espagnol de gauche radicale, fondé par Pablo Iglesias. Né en réaction aux politiques d'austérité et à la corruption,

Cette démarche lui a permis non seulement de toucher un public plus large et diversifié, mais aussi de créer une connexion avec une génération de militants qui se tourne de plus en plus vers les plateformes numériques pour s'informer et s'engager politiquement.

François Asselineau : l'exception

De surcroît, un cas exceptionnel, s'écartant des deux tendances principales mentionnées précédemment, se trouve à la seconde place de notre classement des chaînes YouTube liées aux personnalités et partis politiques. Il s'agit de l'Union Populaire Républicaine (ou UPR). Depuis sa création, ce parti est dirigé par François Asselineau, énarque et inspecteur des finances, qui a notamment collaboré par le passé avec Charles Pasqua[131]. Se proclamant antiaméricaniste et profondément anti-européen, tout en se revendiquant gaulliste souverainiste sans affiliation politique, il n'hésite pas à mettre en avant le fait qu'il rassemble des militants issus tant de la gauche que de la droite. Cependant, une observation approfondie révèle une inclination pour le complotisme, des relations avec des personnalités d'extrême droite ainsi que de nombreuses prises de position idéologiques axées sur la *« souveraineté culturelle »*[132]. Ces éléments le situent sans équivoque à droite de l'échiquier politique. L'histoire de son parti est néanmoins intéressante à bien des égards, particulièrement dans son aspect numérique.

[131] Charles Pasqua (1927-2015) fut une figure marquante de la politique française, membre du RPR et ancien Ministre de l'Intérieur, connu pour ses positions fermes sur la sécurité et l'immigration.

[132] Concernant la notion de « souveraineté culturelle », bien que ce ne soit pas le point central de son programme, Asselineau et l'UPR mettent en avant l'importance de préserver et de promouvoir la culture française face à ce qu'ils considèrent comme des influences extérieures, en particulier américaines, et la mondialisation. Cela s'inscrit dans une vision plus large de la souveraineté, non seulement économique, monétaire et politique, mais aussi culturelle.

Il s'agit d'un exemple singulier en France de création, ex nihilo, d'une entité politique, rendue possible en grande partie grâce aux médias sociaux. Effectivement, François Asselineau, ayant saisi *« l'importance phénoménale d'Internet »*[133], doit une grande partie de sa renommée à son engagement précurseur sur les plateformes numériques, et tout particulièrement sur YouTube. C'est d'ailleurs sur cette plateforme de partage vidéo que ses longues conférences *« fleuves »* ont eu un impact déterminant, donnant naissance à une communauté militante en ligne dynamique et fervente. Une communauté dévouée et excessivement prosélyte qui s'est consacrée, pendant plus de dix ans, à marquer sa présence dans les espaces politiques en ligne (*« Vous connaissez l'UPR ? »*) comme les réseaux sociaux, Wikipédia[134], les forums, les sites d'information ou encore les sections commentaires des sites de médias. Elle s'est appuyée sur des argumentaires bien construits et des guides stratégiques de communication, tout cela sous la supervision de véritables équipes spécialisées. Des démarches qui ont jeté les bases d'une forme de communautarisme politique en ligne et d'un cyber-militantisme presque industrialisé, devenu, à l'heure actuelle, l'un des standards de la communication numérique pour la plupart des partis et figures politiques.

[133] https://www.lejdd.fr/Politique/Francois-Asselineau-le-candidat-ne-sur-Internet-853271

[134] Wikipédia est une encyclopédie en ligne collaborative lancée en 2001. Éditée par des volontaires du monde entier, elle offre un accès libre à une vaste gamme de connaissances dans de nombreuses langues.

Conclusion

Pour clore définitivement cette section, nous avons pu relever, tout d'abord , que le paysage politique sur YouTube en France est segmenté en huit grandes catégories distinctes, à savoir : « *Emissions archives documentaires »* : *« Institutions, ONG, Think Tank »* : *« Médias alternatifs »* : *« Médias traditionnels »* : *« Médias web »* : *« Partis politiques, politiciens »*, et, enfin, « *Youtubeurs divertissements humoristes »*. Cette classification établie et l'analyse générale que nous venons de dresser nous amènent à formuler six observations majeures qui caractérisent la manière dont la politique est représentée sur la plateforme YouTube :

(1) Une large majorité, soit 63% des vues de contenus politiques sur YouTube, provient de chaînes liées aux médias dits institutionnalisés (« *Emissions archives documentaires » : « Médias traditionnels » : « Médias web »*).

(2) Numériquement, les youtubeurs politiques et médias alternatifs représentent une large majorité de chaînes qui parlent de politique (65% du total de notre échantillon).

(3) Les médias alternatifs et youtubeurs politiques (26% du total des abonnements) comptabilisent cumulativement autant d'abonnements que les médias traditionnels (17%).

(4) Les quelques *« gros »* youtubeurs politiques ont amplement moins d'audience et d'abonnés que leurs homologues dans le divertissement.

(5) Une caractéristique notable du paysage politique de YouTube concerne la polarisation des opinions parmi la catégorie « *partis politiques et politiques »*. En général, ils sont soit liés à la gauche radicale et l'extrême gauche (France Insoumise et proches), soit à la droite radicale et l'extrême droite (Rassemblement National et sympathisants).

(6) Par contraste, hormis quelques exceptions notables (Emmanuel Macron et Renaissance), la gauche et la droite de gouvernement, les centristes et les écologistes, peinent à rassembler des audiences comparables.

Aux vues de ces dernières observations, il apparaît clairement que l'environnement dans lequel évoluent les *« youtubeurs politiques »* que nous allons étudiés dans les chapitres suivants, à savoir ceux associés à la droite radicale et à l'extrême droite, est marqué par une compétitivité prononcée. De fait, nous avons pu remarquer notamment que Google, par le biais de ses algorithmes et de ses accords, semble manifester une inclination pour les contenus provenant d'entités médiatiques institutionnelles.

Cependant, il est essentiel de souligner aussi que le modèle économique de YouTube encourage également, et de manière simultanée, la naissance de ces nouveaux youtubeurs amateurs ou semi-amateurs, lesquels peuvent choisir de se focaliser sur des thématiques politiques de droite radicale. Or, bien que nous observions une sur-représentation de certaines figures et partis politiques d'extrême droite, comme Marine Le Pen ou Jean Messiha, ces youtubeurs politiques n'en demeurent pas moins vulnérables, à l'image d'Alain Soral ou Dieudonné, face aux sanctions potentielles de la part de YouTube.

I.2 Le « YouTube Game politique » et ses trois grandes mouvances

Il est essentiel maintenant d'approfondir une catégorie spécifique de ce paysage politique de YouTube, qui a joué un rôle prépondérant dans nos travaux de recherche : les youtubeurs politiques. Ces derniers, avec les médias alternatifs, forment une sphère médiatique distincte, se démarquant nettement de l'écosystème médiatico-politique traditionnel, souvent qualifié de *« mainstream »* par ces youtubeurs. Cette sphère, parfois qualifié d'*« Univers parallèle »* par l'équipe Médialab de Sciences Po Paris, est un espace qui, comme nous avons pu le constater dans nos analyses antérieures, englobe la majorité des chaînes traitant de sujets politiques, soit 64%. Cet univers est aussi, communément et familièrement appelé *« Le YouTube Game politique »* [135].

Tout d'abord, il est crucial de souligner que, même si l'essentiel de cette thèse se concentre sur les youtubeurs politiques, notamment ceux de la droite radicale et de l'extrême droite, ils semblent former une sphère structurée de contre-information en collaboration étroite avec certains médias alternatifs. Au sein de cette dernière, les acteurs, qu'ils soient des youtubeurs ou des structures collectives, intensifient leurs interactions, échanges, critiques, débats et invitations mutuelles. Ces interactions, authentiques à première vue, mettent en lumière des complicités et des divergences, le tout dans le but de capter une audience avide de rebondissements et de controverses.

[135] L'expression « Le YouTube Game politique » ou simplement « YouTube Game » est un idiome familier dans la culture web. Il fait référence à l'univers des youtubeurs politique et d'une certaine rivalité entre ces derniers. Il vient du monde de Hip-hop où l'expression « Rap Game » désigne l'industrie du Rap.

Ces comportements forment une sorte de second marché médiatique, imitant fréquemment les médias traditionnels, tout en adoptant des codes à la fois subversifs et journalistiques. Au sein de ce *« YouTube Game politique »* français, se dessine un panorama idéologique complexe, reflétant une diversité de perspectives et de nuances. Après avoir consacré plusieurs centaines d'heures à l'analyse et au visionnage de contenus politiques, et malgré la diversité des particularismes et des positions, nous avons pu établir notre propre segmentation en trois grandes catégories idéologiques. Nous allons maintenant détailler ces orientations politiques principales et dresser un portrait-type pour chacune de ces trois mouvances de vidéastes politiques ainsi identifiées :

(1) Les Progressistes

La première mouvance identifiée, que nous avons nommée *« Les Progressistes »*, regroupe principalement des vidéastes émergeant d'une gauche qui peut être, dans l'ensemble, caractérisée comme post-marxiste. Majoritairement, ces youtubeurs politiques se positionnent sur un spectre allant de la gauche à l'extrême gauche. Leurs thématiques de prédilection englobent des sujets tels que l'écologie, le féminisme, les droits des minorités et des communautés, les combats contre les inégalités, le racisme, le décolonialisme et l'exclusion. Ils ne manquent pas non plus de porter un regard critique sur la gauche de gouvernement, qu'ils désignent souvent par le terme *« soc-dem »*[136]. Bien qu'ils se montrent souvent critiques envers les médias traditionnels, il n'est pas rare qu'ils entretiennent des relations avec ces derniers ou soient invités à y participer.

[136] Terme péjoratif utilisé par certains communistes ou marxistes pour désigner des socialistes non marxistes.

Leur contenu se distingue par une critique acerbe de la presse, une vulgarisation de la théorie politique et une réfutation systématique, inspirée notamment de vidéastes *« zététiciens »*[137]. A ce sujet, ils adoptent souvent une posture de « *debunkage »*[138] sceptique et scientifique pour démystifier les affirmations ou théories de leurs adversaires. Cette approche est parfois critiquée et perçue comme dogmatique, élitiste ou condescendante rejetant systématiquement les idées ne correspondant pas à leurs critères idéologiques stricts (Dauphin, 2022). Si la majorité d'entre eux adopte un discours résolument anti-élite et anti-institutionnel, certains ont des liens étroits avec le milieu universitaire et politique. Parmi eux, Usul[139], vidéaste originaire du site JeuxVidéo.com et reconnu pour se revendiquer communiste, se distingue comme l'une des figures emblématiques de ce premier groupe. Historiquement, il est l'un des pionniers de cette orientation politique à avoir proposé du contenu politique sur YouTube. Usul, qui s'est initialement présenté comme une alternative et un opposant à Alain Soral, est fréquemment et spontanément désigné comme l'adversaire principal par la droite radicale sur la plateforme.

[137] Un zététicien est un créateur de contenu qui adopte une approche scientifique pour analyser et démystifier les affirmations extraordinaires, les théories du complot et les pseudo-sciences. En utilisant des méthodes rigoureuses de vérification des faits et de réfutation, ils vulgarisent des concepts complexes pour rendre la pensée critique accessible à un large public. Leur objectif est de promouvoir la rationalité et l'esprit critique, souvent en déconstruisant les arguments fallacieux et en fournissant des explications basées sur des preuves empiriques.

[138] Le « debunkage » vient de l'anglais « to debunk » (démystifier), est l'action d'exposer ou discréditer des allégations considérées comme fausses, exagérées ou prétentieuses. Le terme est souvent associé à une enquête dite de « fact checking » sur des sujets politiques ou controversés tels que les théories du complot, la médecine alternative, la religion ou la recherche scientifique.

[139] Usul est un vidéaste web et chroniqueur français. Il s'est fait connaître grâce à sa série en ligne « 3615 Usul » où il combinait habilement les mondes des jeux vidéo et de la politique, une émission diffusée de 2011 à 2014 sur le site Jeuxvidéo.com et co-écrite avec Dorian Chandelier. Il a rapidement embrassé des sujets politiques, principalement de gauche, d'abord en tant qu'analyste indépendant dans « Mes chers contemporains » puis en rejoignant Mediapart en 2016 en tant que chroniqueur. En 2021, il est devenu chroniqueur de l'émission politique « Backseat ». Politiquement, Usul se situe à gauche, voire à l'extrême gauche.

À l'image de leurs homologues d'extrême droite, ces vidéastes se perçoivent clairement comme une entité distincte, un *« nous »* en opposition au *« reste »*. Ce *« reste »*, selon leurs propres terminologies, engloberait des catégories telles que *« les bourgeois »*, *« les droitards »*, *« les fachos »*, *« les sociaux traîtres »*, *« la gauche républicaine »*. Sympathisants de La France Insoumise, ils n'hésitent pas à encourager le vote en faveur de Jean-Luc Mélenchon. Influencés en partie par la culture web de la gauche américaine, ils en empruntent fréquemment la sémantique, avec des termes tels que *« woke »*[140], *« SJW »*[141], *« cancel culture »*[142], et s'alignent parfois sur l'agenda politique et médiatique américain. Nous intégrons également dans cette catégorie *« Les Progressistes »*, de nombreux vidéastes axés sur les questions écologiques et animales, ainsi qu'une fraction d'adeptes de la *« collapsologie »*[143].

Les références intellectuelles et médiatiques, passées ou actuelles, de ces vidéastes sont variées, allant de figures historiques comme Pierre Bourdieu, Michel Foucault[144], Jean Paul Sartre[145], aux plus contemporaines comme Bernard Friot[146], Frédérique Lordon[147], François Bégaudeau[148], Rokhaya Diallo[149],

[140] « woke » est un terme anglais d'origine afro-américaine désignant la sensibilisation aux préjugés raciaux et à la discrimination. Récemment, il caractérise aussi les idées progressistes de la gauche américaine, englobant des concepts comme le privilège blanc. En France, il est majoritairement utilisé par ses détracteurs pour évoquer une gauche progressiste.

[141] Acronyme de Social Justice Warrior», souvent péjoratif pour désigner une personne promouvant des opinions socialement progressistes.

[142] « Cancel culture » se réfère à une forme d'ostracisme où quelqu'un est exclu socialement ou professionnellement en raison de ses opinions jugées répréhensibles.

[143] La collapsologie étudie les risques d'effondrement de la civilisation moderne.

[144] Michel Foucault, philosophe français, s'est concentré sur le pouvoir, la discipline et la surveillance, offrant une critique de l'histoire de la pensée occidentale.

[145] Jean-Paul Sartre, philosophe et écrivain français, est célèbre pour son existentialisme et son plaidoyer pour la liberté individuelle.

[146] Bernard Friot est reconnu pour son concept de salaire à vie et ses contributions à l'économie sociale et solidaire.

[147] Frédéric Lordon, philosophe et chercheur au CNRS, est noté pour ses positions anticapitalistes et son implication dans divers mouvements sociaux.

[148] François Bégaudeau, écrivain et critique, est connu pour son roman « Entre les murs » et ses prises de position marxistes.

[149] Rockaya Diallo, journaliste et militante antiraciste, s'engage contre les violences policières et pour les droits des minorités.

Kimberlé Crenshaw[150], Houria Bouteldja[151] ou encore le couple Pinçon-Charlot[152].

Pour illustrer cette première mouvance, citons quelques chaînes emblématiques : Bonjour Tristesse[153], connu pour ses éditos virulents, Dany Caligula[154], vidéaste vulgarisateur, militant autour des droits LGBT[155] et de la justice sociale, Le Stagirite[156], vulgarisateur de philosophie politique, Osons Causer ou encore Nicolas Meyrieux[157] qui se concentre sur l'écologie..

(2) Les Souverainistes

La deuxième catégorie de youtubeurs politiques que nous avons définie et qualifiée de *« Les Souverainistes »* présente une nuance intéressante : bon nombre d'entre eux s'auto-désignent également comme *« confus »*. Bien que ce terme puisse, à première vue, paraître informel ou légèrement péjoratif, il évoque en réalité, de manière métaphorique, une tendance politique marquée sur la plateforme.

[150] Kimberlé Crenshaw est une universitaire américaine qui a introduit le concept d'intersectionnalité dans les années 1980. Cette théorie examine les interactions entre diverses formes de discrimination, comme celles basées sur le genre, la race et la classe sociale.

[151] Houria Bouteldja est une militante antiraciste et féministe franco-algérienne, engagée pour les droits des immigrés et critique de la société française pour son racisme. Elle est co-fondatrice du Parti des indigènes de la République.

[152] Le couple Pinçon-Charlot, composé de Monique Pinçon-Charlot et Michel Pinçon, est célèbre pour ses études sur les élites françaises. Ils ont écrit sur les inégalités et les mécanismes de domination de classe.

[153] Bonjour Tristesse, ou Matthieu Longatte, est un vidéaste qui traite de l'actualité politique sur YouTube depuis 2014. Il a aussi créé le one-man-show "État des gueux" et la série "Narvalo" diffusée sur Canal+ en 2020.

[154] Dany Caligula est un vidéaste et streameur spécialisé en philosophie et sciences humaines. Actif sur YouTube et Twitch, il est engagé contre la loi Travail et collabore avec le collectif #OnVautMieuxQueÇa.

[155] Acronyme d'un sigle un sigle qui reprend les appellations lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres.

[156] Le Stagirite vulgarise la philosophie à travers divers supports et collabore avec le média alternatif, Le Média.

[157] Nicolas Meyrieux est un humoriste et vidéaste français. Il est principalement connu pour sa série YouTube "La Barbe », où il vulgarise avec humour des sujets sociétaux, politiques et environnementaux. Son approche pédagogique et son engagement, en particulier pour l'environnement, lui ont valu une large reconnaissance en ligne.

En effet, ce qualificatif découle directement du concept de *« confusionnisme »*, sujet à de nombreux débats[158] et revendiqué par certains vidéastes au sein de cette mouvance[159]. Dans ce microcosme des youtubeurs politiques français, ce concept décrit la tendance à mêler des discours et des idées hétérogènes, qu'ils soient de gauche, de droite ou radicaux, souvent contradictoires, aboutissant à une rhétorique ambiguë. Cette appellation spécifique au paysage politique de YouTube, est également employée par des figures de l'extrême gauche et de l'extrême droite. Elle cible avant tout les vidéastes et médias alternatifs catalogués comme *« populistes »* ou *« souverainistes »* qui ne s'inscrivent ni pleinement à gauche, ni totalement à droite. ou comme le déclare souvent le youtubeur associé à cette catégorie, Greg Tabibian, d'*« une gauche qui n'existe plus »*.

Effectivement, au sein de cette deuxième mouvance que nous avons identifiée, la plupart des vidéastes ne s'alignent pas, ne donnent pas de primauté, négligent ou s'opposent même résolument aux préoccupations sociétales, aux luttes intersectionnelles[160]. et à la vision multiculturelle prônée par la gauche radicale et notamment, la NUPES[161]. Toutefois, ils manifestent souvent un attachement incontestable envers les services publics, le pacte social, le modèle de l'État-Providence à la française. De plus, ils partagent avec l'extrême gauche une antipathie pour le capitalisme actuel, les élites, le Parti Socialiste, le Gouvernement et les partis traditionnels.

[158] https://www.youtube.com/watch?v=p3dw-jo7S4Q

[159] https://www.youtube.com/watch?v=lPdPVRzx8jE

[160] L'intersectionnalité est un terme employé en sociologie qui désigne la situation de personnes subissant simultanément plusieurs formes de domination ou de discrimination.

[161] Acronyme de Nouvelle Union Populaire Ecologique et Sociale

Certains ont été politisés par les vidéos de François Asselineau, tandis que d'autres se rapprochent des idées de Nicolas Dupont Aignan[162] ou de Jean Lassalle, se revendiquant souvent souverainistes, pro-*« Frexit »*, voire gaullistes. D'autres, avec une inclinaison plus robespierriste et jacobine, n'hésitent pas à critiquer l'Union Européenne et le capitalisme financier dans leurs contenus. Évoquant la mémoire du CNR[163], ils plaident en faveur d'un État stratège, voire interventionniste, surtout en matière économique et géopolitique. Ces prises de position souverainistes et des désaccords profonds avec la gauche radicale de YouTube (notamment sur l'assimilation, le multiculturalisme et l'euroscepticisme) conduisent parfois à des rapprochements, des sympathies, ou, comme dans le cas de Greg Tabibian, à des alliances sans tabou avec les vidéastes d'extrême droite de la plateforme. A ce sujet, certains sont qualifiés de *« fachos »* ou de *« rouges bruns »*[164] par leurs pairs *« Les Progressistes »* en raison de cette proximité avec la droite radicale. Néanmoins, une minorité entretient encore des liens avec l'extrême gauche. Il convient également de mentionner que certains vidéastes de ce groupe ont émergé durant le mouvement des Gilets Jaunes, axant leur contenu sur la protestation citoyenne contre l'élite comme le RIC[165], et, des revendications liées au pouvoir d'achat.

[162] Nicolas Dupont-Aignan est un homme politique français. Ancien membre de l'UMP, il est le fondateur et président de Debout la France, un parti politique souverainiste et conservateur. Il a été député de l'Essonne et a été candidat à l'élection présidentielle française de 2017.

[163] Acronyme de Conseil National de la Resistance

[164] L'expression « rouges-bruns » désigne une supposée alliance entre certains milieux d'extrême gauche (les « rouges ») et d'extrême droite (les « bruns ») en France. Elle évoque des convergences idéologiques sur des sujets tels que l'anti-mondialisme ou le souverainisme.

165 Acronyme de Référendum d'Initiative Citoyenne. Le RIC est le nom donné à une proposition de dispositif démocratique populaire revendiqué principalement par le mouvement des Gilets jaunes.

Cette catégorie de youtubeurs politiques inclut également des libertariens, des autonomistes, ainsi que d'autres vidéastes adeptes de la *« zététique »* qui, à l'instar de certains de leurs homologues *« Les Progressistes »*, cherchent à travers une démarche scientifique à nuancer ou à démontrer les limites des théories de l'extrême gauche et de l'extrême droite. Récemment, la crise du Covid-19 a conduit certains de ces vidéastes à critiquer ouvertement les mesures sanitaires, comme la vaccination ou les confinements. Certains ont même adhéré à des théories du complot, telles que le *« Nouvel Ordre Mondial »*[166] ou le *« Great Reset »*[167]. Cette dernière prétend notamment que des élites mondiales, lors du Forum Economique Mondiale, ont utilisé la crise du Covid-19 pour imposer un contrôle économique et social global sous couvert de réformes environnementales.

Si, à l'instar de figures telles que Bernard Friot[168], François Bégaudeau ou François Ruffin, ils partagent certaines de leurs références avec *« Les Progressistes »*, ils s'inspirent également d'autres personnalités telles que Georges Orwell[169], Régis Debray[170], Noam Chomsky[171], Jacques Sapir[172],

166 Le « Nouvel Ordre Mondial » évoque une théorie du complot suggérant l'émergence imminente d'un gouvernement mondial unique, orchestré en secret par une élite dominante. Selon cette perspective, des institutions internationales, telles que l'ONU, seraient mobilisées pour faciliter cette prise de contrôle mondiale.

167 La théorie du complot concernant le « Great Reset » suggère que des figures influentes mondiales, incluant des activistes environnementaux comme Greta Thunberg, exploitent la pandémie de COVID-19 pour établir un contrôle global en se servant de réformes écologiques comme prétexte. Cette idée a gagné en popularité suite à l'initiative du Forum économique mondial qui proposait un redémarrage économique durable après la crise sanitaire. Selon cette théorie, l'objectif caché serait de restreindre les libertés individuelles à travers des régulations environnementales strictes. Cependant, des experts en désinformation et développement durable rejettent cette théorie, la qualifiant de compilation de fausses nouvelles visant à nuire à la crédibilité des véritables efforts écologiques.

168 Bernard Friot, économiste et sociologue, est professeur émérite à Paris-Nanterre. Il a popularisé la notion de « salaire à vie » avec le Réseau Salariat.

169 George Orwell, écrivain britannique, est célèbre pour ses romans comme « 1984 » et « La Ferme des animaux », critiquant les régimes totalitaires et la surveillance d'État.

170 Régis Debray, intellectuel français, a travaillé sur les médias et la politique. Collaborateur de Che Guevara, il a rejoint la révolution cubaine dans les années 1960..

171 Noam Chomsky, souvent désigné comme « le père de la linguistique moderne », est également un philosophe et militant politique américain focalisé sur l'idéologie et les médias.

172 Jacques Sapir, économiste, expert de l'économie russe, est directeur d'études à l'EHESS. Il a produit de nombreux écrits sur la Russie et les politiques économiques.

Michel Onfray[173], Emmanuel Todd[174], Julian Assange[175], Etienne Chouard[176], Christophe Guily[177] ou encore Marcel Gauchet[178].

Pour illustrer cette deuxième catégorie, citons notamment Greg Tabibian, autrefois humoriste de la chaîne *« Je suis pas content TV »*[179], figure emblématique de cette catégorie, Tatiana Ventôse[180], ancienne membre du Parti de Gauche[181], Kriss Papillon, plutôt libertarien et anarchiste, Le Canard Réfractaire[182], vidéaste émergeant après les manifestions des gilets jaunes ou encore récemment Remy Watremez[183] de la chaîne Juste Milieu[184].

173 Michel Onfray, philosophe français, s'identifie comme libertaire et proudhonien. Depuis 2020, il anime la revue Front Populaire, perçue comme antilibérale et souverainiste.

174 Emmanuel Todd est anthropologue et historien français. Ses travaux abordent la parenté, la famille et la démographie.

175 Julian Assange a fondé WikiLeaks en 2006, site révélant des documents confidentiels sur la diplomatie et la corruption.

176 Étienne Chouard critique la démocratie représentative et promeut la démocratie directe. Il a contribué à un projet de constitution citoyenne en 2005.

177 Christophe Guilluy, géographe, étudie la « France périphérique », concept englobant les zones périurbaines, rurales et petites villes.

178 Marcel Gauchet, historien et sociologue, a produit des travaux sur la religion, la démocratie et l'histoire.

179 https://www.youtube.com/user/gregtabibian

180 Tatiana Ventôse, de son vrai nom Tatiana Jarzabek, est une vidéaste web politique française. Elle est connue pour ses analyses politiques sur sa propre chaîne YouTube et pour avoir cofondé le Fil d'actu. Elle a été secrétaire nationale chargée de la communication du Parti de gauche. Elle a également fait partie des vidéastes qui ont analysé le mouvement des Gilets jaunes en France. En 2022, elle a appelé à voter Marine Le Pen au second tour de l'élection présidentielle française, suscitant des réactions controversées.

181 Le Parti de Gauche, fondé en 2008 par Jean-Luc Mélenchon, défend la rupture avec le capitalisme et une Europe démocratique.

182 https://www.youtube.com/channel/UCWGsN59FON3vOtXCozQPsZQ

183 Rémy Watremez est un ancien étudiant en école de commerce et employé, âgé de 26 ans. Il fonde d'abord un site « Lettres it be », spécialisé dans les chroniques et actualités littéraires. Passionné de lecture et d'écriture, il aspirera un temps à devenir critique littéraire et écrivain, avec « L'étoile noire » comme premier roman. Par la suite, il lança sa chaine YouTube « Juste Milieu » qui prendra de l'ampleur avec la crise sanitaire notamment pour ses positions contre les mesures gouvernementales. Se déclarant « ni de gauche, ni de droite », il collabore parfois avec des vidéastes d'extrême droite et TVLibertés.

184 https://www.youtube.com/@JusteMilieu

(3) Les Réactionnaires

Concernant la troisième et dernière grande mouvance de youtubeurs politiques que nous avons identifiée, elle regroupe les vidéastes politiques qui sont l'objet de cette thèse et que nous avons choisi de nommer *« Les Réactionnaires »*. Ces chaînes YouTube présentent un discours ancré à la droite radicale et à l'extrême droite, oscillant entre un souverainisme de droite autoritaire, un nationalisme identitaire, et allant jusqu'au royalisme. Ces acteurs, empreints de nostalgie, estiment souvent que le déclin culturel de la France découle de la Révolution et de la mise en place de la République.

Adoptant une position hyper-assimilationniste ou radicale sur les sujets migratoires, ils prônent la *« rémigration »*[185]. Certains vont même jusqu'à se revendiquer racialistes, évoquant une vision d'une *« Europe blanche et chrétienne »* et d'une France s'islamisant sous l'influence du *« Grand Remplacement »*[186]. Cependant, il est intéressant de noter que des frictions et des divergences apparaissent sur des points tels que l'antisémitisme ou le modèle économique à adopter. En effet, Alain Soral, figure emblématique de ce bloc, se distingue sur certains points. Contrairement à lui, une fraction de ces youtubeurs s'est détournée de l'antisémitisme et de ses théories conspirationnistes pour se focaliser davantage sur les questions liées à l'islam et à l'immigration, qu'ils considèrent comme des menaces prédominantes.

[185] Le concept de « rémigration » évoque l'idée d'un retour, qu'il soit forcé ou encouragé, des immigrants non-européens et de leurs descendants à leurs terres d'origines, sans tenir compte de leur citoyenneté actuelle. Ce concept est largement répandu au sein du mouvement identitaire européen. Les défenseurs de la « rémigration » voient en ce concept un moyen d'atteindre une uniformité ethnoculturelle. Le mot « rémigration » est dérivé du latin classique « remigrāre », qui signifie « rentrer chez soi ». Il a été utilisé pour la première fois en anglais par Andrew Willet, un théologien anglais du début du XVIIe siècle.

[186] Le « Grand Remplacement » est une théorie controversée popularisée par l'écrivain français Renaud Camus. Elle suggère que les populations européennes d'origine sont en train d'être remplacées par des populations non-européennes, principalement à cause de l'immigration. Cette théorie a été largement critiquée et rejetée par la majorité des universitaires et des experts en démographie, qui la considèrent comme infondée et alarmiste. Elle a néanmoins trouvé un écho auprès de certains groupes politiques d'extrême droite en Europe.

Sur le plan économique, bien qu'ils s'accordent sur certains diagnostics, ils se divisent entre une critique keynésienne du capitalisme et ses inégalités, et une aspiration à un libéralisme économique pur, non interventionniste et non oligarchique. De plus, ils partagent avec *« Les Progressistes »* et *« Les Souverainistes »* un profond dédain pour les médias traditionnels, les institutions, les élus et les partis politiques conventionnels. Toutefois, certains parmi eux, comme nous le verrons ultérieurement dans cette thèse, sont régulièrement invités dans des médias traditionnels à tendance conservatrice tels que CNews[187], Sud Radio[188] ou Valeurs Actuelles[189].

À l'instar de leurs homologues de gauche radicale, et, nous le verrons également plus tard dans nos travaux, ces youtubeurs se définissent autour d'un *« nous »*, adoptant des termes tels que *« patriotes »*, *« droite nationale »*, ou même reprenant la terminologie de leurs adversaires en s'affublant des étiquettes de *« droitards »*, *« faf »* ou *« fachos »*. Ce *« nous »* est en opposition au *« reste »*, composé notamment de l'extrême gauche, des mouvements *« LGBT »*, des féministes, des *« gauchistes »* et d'une *« oligarchie mondialisée »*. Tout comme *« Les Progressistes »*, ils s'inspirent en partie de la culture politique américaine, reprenant certains de ses termes pour désigner leurs adversaires, comme *« woke »* ou *« SJW »*.

[187] CNews, fondée en 1999 sous le nom d'I-Télé, a été transformée en 2017 après une grève massive. Avec une ligne éditoriale marquée à droite, ses audiences ont augmenté entre 2019 et 2021.

[188] Sud Radio, originaire d'Andorre et diffusée en France depuis les années 1980, est critiquée depuis les années 2010 pour sa tendance vers les idées d'extrême droite et les théories complotistes.

[189] Valeurs actuelles, magazine hebdomadaire créé en 1966, a adopté une ligne éditoriale conservatrice, voire d'extrême droite, notamment depuis 2012 sous la direction d'Yves de Kerdrel.

Il est à noter que, malgré une majorité sceptique quant au réchauffement climatique, quelques vidéastes *« survivalistes »* de ce groupe, à l'image de Piero San Giorgio[190], adhèrent à la vision des *« collapsologues »*. Ces derniers préconisent l'autosuffisance et l'auto-défense face à un avenir potentiellement chaotique marqué par une guerre civile et un effondrement. La frange souverainiste de ce bloc entretient des relations amicales avec certains des *« Souverainistes »*. Ils ont en commun avec eux un attrait pour certaines théories du complot, telles que le *« Great Reset »*, et développent des récits conspirationnistes autour d'une oligarchie mondiale orchestrée par des figures telles que Klaus Schwab[191], Georges Soros[192] et Bill Gates[193].

À l'image des deux autres blocs, *« Les Réactionnaires »* se réfèrent également à des figures politico-médiatiques et intellectuelles, qu'elles soient historiques ou contemporaines, telles que Céline[194], Charles Mauras[195], Frederich Nietzche[196], Fyodor Dostoevsky[197], Carl Schmitt[198], Renaud Camus[199], Guillaume Faye[200], Jordan Peterson[201], Éric Zemmour, Charlotte d'Ornellas[202], Michel Onfray, Mathieu Bock Coté[203].

[190] Piero San Giorgio, auteur survivaliste suisse, est associé à des milieux d'extrême droite. Reconnu pour ses prédictions d'un effondrement global d'ici 2025, sa nomination comme consultant en gestion des risques par le département valaisan de la formation et de la sécurité a provoqué des controverses.

[191] Klaus Schwab, économiste allemand, a fondé le Forum économique mondial en 1971, organisateur annuel de la rencontre de Davos. Il a également écrit sur l'économie, le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises.

[192] George Soros, homme d'affaires et philanthrope américano-hongrois, est célèbre pour sa carrière financière et son fonds d'investissement Soros Fund Management. Actif philanthropiquement, il défend la démocratie et les droits de l'homme internationalement.

[193] Bill Gates, cofondateur de Microsoft en 1975, a marqué l'industrie informatique. En tant que philanthrope, il soutient diverses causes via la fondation Bill & Melinda Gates.

[194] Louis-Ferdinand Céline était un écrivain français controversé, connu pour son style d'écriture brut et son antisémitisme.

[195] Charles Maurras a fondé l'Action Française, prônant le nationalisme intégral et la monarchie.

[196] Friedrich Nietzsche était un philosophe allemand du XIXe siècle, connu pour son nihilisme, sa critique de la religion et son affirmation de la volonté de puissance. Sa pensée a influencé la philosophie, la littérature, la psychologie et l'art.

[197] Fyodor Dostoevsky, écrivain russe, a exploré des thèmes tels que la liberté et la psychologie.

[198] Carl Schmitt, juriste allemand, est notable pour ses travaux sur la souveraineté et son adhésion au nazisme.

[199] Renaud Camus est célèbre pour ses vues contre l'immigration et le concept du "grand remplacement".

[200] Guillaume Faye était un penseur politique français (décédé en 2019). Il était un des représentants du mouvement de la Nouvelle Droite et était connu pour ses positions identitaires et nationalistes. Il a notamment écrit des ouvrages sur l'immigration, l'islam et la décadence de l'Occident.

Parmi les exemples notables appartenant à ce bloc, citons Le Raptor, Bruno le Salé[204], ou encore Valek, Papacito, Tepa, Henri de Lesquen[205], Pierre Jovanovic[206] et Daniel Conversano[207]. Il convient aussi de mentionner que nous incluons, dans ce bloc, des vidéastes panafricanistes et communautaristes qui promeuvent une vision ethnocentrée ou une endogamie ethnico-communautaire.

Un espace de concordances et de confrontations

À la lumière de ces portraits-types, il est possible de dégager un certain nombre d'observations pertinentes. Premièrement, les vidéastes de notre catégorie *« Les Progressistes »* apparaissent clairement en opposition avec les deux autres blocs. Ce constat, appuyé par les descriptions précédemment évoquées, semble ainsi montrer que ces vidéastes *« Progressistes »* établissent par leur simple existence des passerelles entre différents youtubeurs aux orientations parfois divergentes.

[201] Jordan Peterson est un psychologue clinicien canadien, connu pour son travail en psychologie de la personnalité et ses recherches sur les croyances religieuses et idéologiques. Professeur émérite à l'Université de Toronto, il est également célèbre en tant qu'intellectuel public pour ses opinions souvent conservatrices sur les questions culturelles et politiques. Il est considéré comme proche de l'Alt-Right, bien que n'ayant jamais déclaré officiellement son soutien à ce mouvement.

[202] Charlotte d'Ornellas est une journaliste française. Elle est spécialisée dans les questions de société et de politique et est connue pour ses prises de position conservatrices et catholiques.

[203] Mathieu Bock-Côté est un sociologue, essayiste québécois. Il est titulaire d'un doctorat en sociologie de l'Université de Paris-Sorbonne et est un penseur influent de la droite identitaire au Québec.

[204] Bruno Le Salé est un vidéaste français connu pour ses vidéos d'infotainment dans lesquelles il commente l'actualité en empruntant régulièrement à la culture des mèmes internet. Ses idées peuvent être qualifiées de conservatrices, le classant ainsi dans la même lignée que d'autres vidéastes d'infotainment conservateurs comme Le Raptor et Valek. Son pseudonyme s'inspire de l'expression anglaise « salty », utilisée pour désigner quelqu'un de grossier et provocateur ou bien d'énervé. Il a été impliqué dans des controverses avec d'autres personnalités médiatiques telles que Daniel Conversano et Yann Merkado

[205] Henry de Lesquen est un homme politique français. Il a été membre du parti politique français "Front National" de 1987 à 2011 et a été candidat à l'élection présidentielle française en 2017. De Lesquen est connu pour ses positions politiques radicales et controversées, notamment en ce qui concerne l'immigration, l'islam et la race.

[206] Pierre Jovanovic est un écrivain et journaliste français proche des cercles d'extrême droite. Il est surtout connu pour ses ouvrages sur l'économie et la finance, ainsi que pour son blog et ses vidéos dans lesquels il commente l'actualité économique.

[207] Tepa, Valek, Papacito & Daniel Conversano font l'objet de portraits dans la partie suivante.

En effet, les youtubeurs *« Souverainistes »* et *« Réactionnaires »*, bien que cherchant à affirmer leur singularité idéologique, trouvent un terrain d'entente dans leur rejet des vidéastes *« Progressistes »*. Ils le désignent fréquemment sous des termes tels que *« islamo-gauchistes »*[209]*, « wokistes »* ou encore *« SJW »*. Ces éléments nous offrent une clé de compréhension des rapprochements qui peuvent s'opérer entre les discours d'extrême droite et ceux des youtubeurs de la mouvance *« Les Souverainistes »*. Effectivement, à l'instar de Greg Tabibian ou de Remy Watremez, nombreux refusent d'être étiquetés à l'extrême droite, tout en critiquant incessamment et parfois obsessionnellement des youtubeurs de gauche radicale et d'extrême gauche. Ces vidéastes, se proclamant *« républicains et universalistes »*, ont, de par cette attitude, acquis une certaine notoriété au sein des espaces numériques et des forums prisés par la droite radicale. Certains collaborent même avec des médias alternatifs identitaires ou apparaissent dans les contenus de leurs homologues d'extrême droite. A ce titre, nous pourrions évoquer un certain consensus d'opposition presque jubilatoire entre ces vidéastes *« Souverainistes »* et *« Réactionnaires »* à l'égard des *« Progressistes »*. Ces dynamiques d'alliances ou d'affrontements politiques entre ces différents blocs mettent en lumière, en quelque sorte, certaines mutations et clivages du paysage politique français actuel. En effet, les idéaux progressistes, ainsi que le multiculturalisme, semblent devenir des sujets particulièrement sensibles au sein de l'opinion publique, cristallisant des tensions autour de thématiques telles que la liberté d'expression, la laïcité, l'identité nationale, et les conceptions pluriculturelles et communautaires de l'espace public. Ces tensions sont particulièrement palpables dans le *« YouTube Game politique »*.

[209] « Islamo-gauchiste » est un terme souvent utilisé de manière péjorative pour décrire des individus ou des groupes supposément de gauche qui défendent ou tolèrent l'islamisme radical.

Comme nous venons de l'évoquer à l'instant, *« Les Souverainistes »*, bien qu'ils se positionnent parfois à gauche, critiquent vivement « *Les Progressistes »*, perçus comme des activistes identitaires qui privilégieraient les questions sociétales au détriment des enjeux sociaux et des rapports de classe. Selon eux, ces youtubeurs de gauche radicale s'opposeraient à une véritable ligne politique axée sur la dénonciation de l'oppression capitaliste et oligarchique. *« Les Souverainistes »* leur reprochent ainsi de promouvoir une forme de diversité et d'individualisme qui servirait les intérêts du marché et du libéralisme économique. De leur côté, *« Les Progressistes »* fustigent ces vidéastes prétendument de gauche, les accusant de se *« brunir »*, de flirter avec l'extrême droite, et, de nier l'existence des oppressions vécues par différents groupes minoritaires. Néanmoins, malgré ces divergences flagrantes, plusieurs éléments rassemblent nos trois catégories de mouvances de youtubeurs politiques. Ils partagent notamment une méfiance envers les partis traditionnellement au pouvoir. De plus, une critique du libéralisme contemporain semble faire consensus, avec, pour l'extrême droite sur YouTube, une reprise de certains éléments du discours marxiste contre la critique du capitalisme, le tout au nom de la défense de la nation. Enfin, un euroscepticisme se dégage de ces trois groupes, même si cette position est moins tranchée chez les *« Progressistes »*.

Des audiences équilibrées

En ce qui concerne l'audience de ces trois blocs, elle affiche, selon nos travaux, une égalité frappante, comme le démontre la figure 4. Une constatation qui pourrait étonner certains journalistes et observateurs du paysage médiatique numérique. En effet, nombreux sont ceux, y compris certains youtubeurs politiques (*« […] les droitards ont conquis YouTube […] ils ont planté leur drapeau en premier […] » Greg Tabibian*), qui ont l'impression que le *« YouTube Game Politique »* serait essentiellement dominé par l'extrême droite. Plusieurs éléments peuvent expliquer cette perception. Tout d'abord, il est indéniable que des figures emblématiques de l'extrême droite, telles qu'Alain Soral et Dieudonné, ont bénéficié d'une visibilité médiatique accrue, occupant une place prépondérante dans le débat public et contribuant ainsi à renforcer cette impression d'une prédominance de l'extrême droite sur la plateforme. Ensuite, d'autres personnalités de la droite radicale, comme Le Raptor ou Bruno le Salé, ont été au cœur de diverses polémiques. Ces youtubeurs ont non seulement été l'objet de plaintes pour cyberharcèlement, mais ils ont également été largement couverts par les médias traditionnels, faisant l'objet de nombreux articles de presse et de vidéos de vidéastes en désaccord avec leurs idées. Ce phénomène de couverture médiatique, bien que critique, semble également contribuer indirectement à leur popularité sur les réseaux sociaux, comme l'indique notamment Daniel Conversano. Ce vidéaste, que nous étudierons dans les chapitres suivants, a indiqué qu'un reportage à charge de l'émission *« Enquête exclusive »*[210] avait contribué à accroître sa visibilité et son nombre d'abonnés[211].

[210] L'émission "Enquête Exclusive" de M6, présentée par Bernard de La Villardière, propose des reportages d'investigation sur des sujets variés tels que la criminalité, le terrorisme et les phénomènes culturels

[211] https://danielconversano.com/communique-comment-enquete-exclusive-a-manipule-mon-image-publique-pour-buzzer-sur-lultra-droite-lire-et-partager/

Par ailleurs, une dimension supplémentaire vient complexifier cette perception. nous l'avons mentionné précédemment, certains youtubeurs du groupe *« Les Souverainistes »*, en raison de leur ambiguïté, ont établi des interactions et apparaissent dans des contenus avec *« Les Réactionnaires »*. Ces échanges peuvent donner l'impression, notamment aux vidéastes de gauche radicale ou aux observateurs les moins familiers avec cet univers, d'une homogénéité d'opinions tendant vers l'extrême droite. En outre, durant notre terrain, une tendance migratoire importante des youtubeurs *« Les Progressistes »* vers la plateforme Twitch[212] s'est dessinée. Cette migration semble être motivée par diverses raisons, telles que des perspectives financières plus attractives et une moindre exigence en termes de post-production. Kroc Blanc, un vidéaste qui sera longuement mentionné dans la suite de cette thèse, a d'ailleurs confirmé cette observation lors d'un de ses directs, déclarant avec assurance : *« […] les gauchistes sont partis sur Twitch, c'est à eux […] C'est full gauchistes !! […] à nous d'y aller »*. À l'heure actuelle, il est manifeste que de nombreux vidéastes de gauche radicale ont trouvé refuge sur cette autre plateforme, cherchant sans doute à renouveler leur audience et à optimiser leurs revenus.

[212] Twitch est la principale plateforme de streaming en direct, où les créateurs partagent leurs jeux, leur art et leur contenu en temps réel, interagissant avec leur public via un chat en direct.

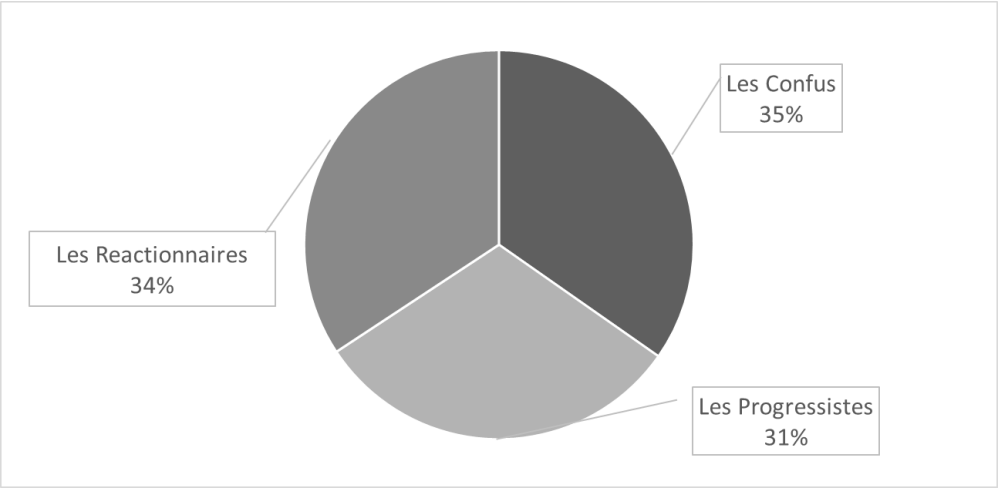

Figure 4 – Répartition du nombre total de vues des youtubeurs politiques en pourcentages (février 2020)

Une caractérisation politique difficile

Ces exemples de positionnements politiques singuliers que nous venons de décrire, caractéristiques du *« YouTube Game Politique »*, présentent une complexité qui mérite d'être approfondie. En effet, il est intéressant de noter que l'offre politique proposée par les youtubeurs politiques trouve une certaine résonance avec la métaphore spatiale des *« 4 coins idéologiques »* développée par Luc Boltanski et Arnaud Esquerre (2014). Ces chercheurs, dans leurs analyses approfondies des mutations sociopolitiques, présentent une cartographie des mouvances idéologiques françaises. Ils la structurent autour d'une double opposition, décrivant ainsi d'un côté *« une droite libérale se réclamant du progressisme de marché et une droite autoritaire et traditionaliste »* et, de l'autre, *« une gauche plutôt tournée vers l'autonomie et une gauche plutôt dirigiste et étatiste »* (Boltanski & Esquerre, 2014, p.15). En tentant de superposer cette grille de lecture à l'offre politique du *« YouTube Game Politique »*, plusieurs correspondances se dessinent.

La mouvance *« Les Réactionnaires »*, avec sa tendance à privilégier les valeurs traditionnelles et une vision plus autoritaire, pourrait être perçue comme une manifestation de la *« droite autoritaire et traditionaliste »*. *« Les Souverainistes »*, par leur volonté manifeste d'adopter une position plus interventionniste et étatique, tout en flirtant parfois avec les idéaux de gauche, trouvent des échos dans la *« gauche dirigiste et étatiste »*. Quant aux *« Progressistes »*, leur orientation vers des sujets sociétaux, leur ouverture aux questions d'autonomie individuelle et leur souci des libertés, les rapprochent de cette *« gauche axée sur l'autonomie »*, cherchant à construire un avenir où l'individu et la collectivité coexistent en harmonie. Enfin, la *« droite libérale et progressiste »*, telle qu'elle est définie par ces auteurs, apparaît comme le némésis des trois mouvances, incarnée notamment par des partis politiques tels que LR[213] et Renaissance (ex LREM). En ce qui concerne les courants et partis de gauche ou de centre gauche, à l'instar du PS[214] ou EELV[215], ces derniers, aux yeux de bon nombre de youtubeurs politiques de ces trois mouvances, symboliseraient également le *« système »*, une élite libérale *« opportuniste et hypocrite »*. Ils les classent parfois de manière provocante à droite, les rejettent ou, du moins, affichent des désaccords avec eux.

Cependant, cette comparaison, bien que séduisante en surface, présente des limites. En effet, notre observation approfondie des contenus proposés par nos trois mouvances révèle que cette superposition ne correspond pas fidèlement et parfaitement au paysage politique français décrit par Boltanski et Esquerre.

[213] Acronyme de Les Républicains
[214] Acronyme de Parti Socialiste
[215] Acronyme de Europe Ecologie Les Verts

Dans les faits, les vidéastes politiques, de par leur diversité, traitent de thématiques variées et adoptent des positions idéologiques diverses, parfois divergentes ou transcendant les clivages, et ce, parfois même au sein des mouvances que nous avons identifiées. Cette hétérogénéité confirme une observation éclairante émise par Humberto Cuchetti : *« l'idée selon laquelle définir cet espace par ses caractéristiques empiriques intrinsèques, demeure une opération scientifique compliquée, voire risquée »* (Cuchetti, 2016, p.440). Toutefois, en nous basant sur nos observations, nous nous risquons à esquisser notre propre distinction idéologique du *« YouTube Game Politique »* : *« Les Progressistes »* se rapprocheraient d'une gauche radicale centrée sur les enjeux sociétaux et écologiques. *« Les Souverainistes »*, quant à eux, incarneraient une fusion entre une droite et une gauche à la fois autoritaires, sociales et, bien évidemment, souverainistes. Enfin, *« Les Réactionnaires »* pourraient être vus comme la conjonction d'une droite nationaliste avec une extrême droite à tendance identitaire.

Conclusion

Finalement, à la lumière de notre radiographie des youtubeurs politiques du *« YouTube game politique »,* il est manifeste que la plateforme vidéo reflète une complexité et une diversité idéologique significatives. Les dynamiques entre nos trois différentes orientations de youtubeurs, bien que parfois en accord sur certains points, révèlent des oppositions marquées et des tensions autour d'idéaux et de positions clivantes comme l'identité, la nation, la souveraineté, l'immigration, le multiculturalisme, les droits des minorités ou encore l'écologie.

Notre analyse et notre immersion dévoilent des nuances et des divergences qui mettent en avant une certaine richesse, singularité et multiplicité des discours politiques présents sur YouTube. Ainsi, *« Les Progressistes »* se distinguent par une approche souvent critique du capitalisme, promouvant des politiques redistributives et luttant activement pour l'égalité des genres, des races et des sexualités. Leurs vidéos mettent en avant des analyses approfondies des politiques environnementales, plaidant pour des actions urgentes face à la crise climatique. En parallèle, *« Les Souverainistes »* valorisent une vision d'une nation républicaine forte et indépendante, souvent critiques envers l'Union Européenne et les influences étrangères perçues comme des menaces à la souveraineté nationale. Leur discours, bien que varié, inclut des appels à une régulation stricte de l'immigration et à une politique économique protectionniste, cherchant à préserver les industries nationales et les emplois locaux. Quant à la mouvance des youtubeurs *« Les Réactionnaires »*, leur présence sur YouTube se caractérise par une rhétorique de protection de l'identité nationale contre ce qu'ils considèrent comme des menaces extérieures et intérieures.

Ils mettent en avant une vision traditionaliste de la société, insistant sur les valeurs familiales et la sécurité, tout en critiquant vivement le multiculturalisme et les mouvements pour les droits des minorités.

Cette mosaïque d'opinions et de positions idéologiques fait de YouTube un véritable champ de bataille où se confrontent et se construisent les nouvelles formes de discours politique. Ainsi, le *« YouTube Game Politique »* n'est pas seulement le reflet d'une certaine offre politico-médiatique diversifiée idéologiquement, mais aussi un agent actif dans la formation et la diffusion des idées politiques radicales sur les espaces numériques.

I.3 Conclusion du chapitre :

YouTube, un espace politique hybride, dense et concurrentiel

Ce chapitre offre une exploration approfondie de la structuration du contenu politique sur YouTube, mettant en lumière les dynamiques complexes qui animent cette plateforme. Nous avons commencé par identifier huit catégories distinctes de chaînes traitant de thématiques politiques : *« médias traditionnels »*, *« émissions, archives et documentaires », « médias Web »*, *« institutions, ONG, think tanks »*, *« partis politiques et politiques »*, *« youtubeurs divertissement et humour »*, *« médias alternatifs »* et *« youtubeurs politiques »*. Cette classification repose sur une analyse détaillée des métriques de chaque catégorie, permettant de dégager des tendances et des schémas de diffusion des contenus politiques. Cette analyse métrique a révélé des différences significatives dans les niveaux d'engagement et les stratégies de diffusion employées par ces diverses catégories de chaînes. Par exemple, les *« médias traditionnels »* tendent à reproduire les schémas de diffusion linéaire caractéristiques de la télévision, tandis que les *« médias Web »* ou certaines personnalités politiques exploitent les fonctionnalités interactives de la plateforme pour engager directement leur audience.

Cette catégorisation et nos analyses viennent corroborer la théorie d'Andrew Chadwick (2017) selon laquelle les plateformes sociales et les médias traditionnels ne sont pas mutuellement exclusifs, mais coexistent, interagissent et fusionnent pour créer un *« système médiatique hybride »*.

Ce dernier est caractérisé par l'intégration et l'interconnexion des modes de communication anciens et nouveaux, influençant profondément la manière dont l'actualité politique est produite, distribuée et consommée. Il souligne également que cette hybridité entraîne des changements structurels dans l'écosystème médiatique. Les frontières entre producteurs et consommateurs d'information deviennent alors floues, avec une participation accrue du public dans la création et la diffusion de contenus. Cela se traduit par un environnement médiatique plus participatif où les citoyens jouent un rôle actif, mais aussi plus complexe en termes de vérification des faits et de contrôle de l'information. Cependant, Chadwick avertit que cette hybridité comporte également des risques. L'abondance de sources et la vitesse de diffusion peuvent favoriser la propagation de fausses informations, rendant la tâche de vérifier les faits plus ardue pour les consommateurs.

Dans l'univers de YouTube, nous avons pu confirmer cette hybridité à travers un écosystème politico-médiatique ayant ses propres dynamiques. La plateforme fait office de carrefour où se rencontrent et interagissent médias, politiciens, journalistes, citoyens et youtubeurs politiques (cf. tableau 7). Un exemple concret de cette hybridité est la manière dont les événements politiques sont couverts. Les médias traditionnels peuvent diffuser des reportages en direct sur les plateformes sociales, tout en intégrant les réactions et commentaires en temps réel du public. Simultanément, des youtubeurs politiques peuvent analyser ces événements sous des angles souvent ignorés par les médias traditionnels, offrant ainsi une couverture complémentaire ou alternative.

Cette interconnexion des formats et des plateformes transforme la production et la consommation de l'information politique en un processus plus dynamique et interactif. Ces youtubeurs politiques, ainsi que des médias alternatifs souvent porteurs de perspectives marginales ou minoritaires, forment ensemble une sphère médiatique parallèle, hautement politisée, que l'on a surnommée le *« YouTube Game politique »* (cf. tableau 7). Au sein de cette sphère médiatique parallèle, nous avons identifié trois orientations politiques majeures et les avons regroupées en trois mouvances : *« Les Progressistes »*, incarnant une gauche radicale alignée sur des revendications intersectionnelles et multiculturelles ; *« Les Souverainistes »*, se déclarant comme les véritables représentants d'une *« gauche »* républicaine ou incarnant un populisme refusant toute étiquette traditionnelle ; et *« Les Réactionnaires »*, aux tendances nationalistes, identitaires et parfois racialistes. Ces trois mouvances, bien que rivales, trouvent parfois des occasions de dialoguer et de débattre, que ce soit sur leurs propres chaînes ou sur des espaces considérés comme neutres, comme la chaîne du média alternatif Le Crayon[216], ou celle du vidéaste ZioClo[217].

[216] https://www.youtube.com/c/LeCrayon_media

[217] https://www.youtube.com/channel/UC4bdl8K6B5Rt2dmKuvnhClg

<table>
<tr><th colspan="4">MEDIAS INSTITUTIONALISES</th></tr>
<tr><td>Émissions, archives, documentaires</td><td colspan="2">Chaînes dédiées aux émissions télévisuelles politiques, talk-shows, archives vidéo et documentaires télévisés republiés.</td><td>Ex : INA Politique, On n'est pas couché, Les Terriens</td></tr>
<tr><td>Médias traditionnels</td><td colspan="2">Chaînes des médias traditionnels ou institutionnalisés, agences de presse et organes médiatiques associés à la presse.</td><td>Ex : France24, BFMTV, CNews, Figaro TV, AFP</td></tr>
<tr><td>Médias web</td><td colspan="2">Chaînes « Pure player » avec une présence exclusivement numérique.</td><td>Ex : Arrêt sur Image, Konbini, Brut, Mediapart</td></tr>
<tr><th colspan="4">INSTITUTIONS</th></tr>
<tr><td>Institutions, ONG, Think Tank</td><td colspan="2">Chaînes issues d'institutions gouvernementales, d’ONG, groupes de réflexion ou Think Tanks.</td><td>Ex : Sciences Po, Les Colibris, ENS, Greenpeace</td></tr>
<tr><td>Partis politiques, politiciens, syndicats</td><td colspan="2">Chaînes gérées par syndicats, politiciens, élus, militants ou membres de partis politiques.</td><td>Ex : François Ruffin, ,Florian Philippot, UPR, France Insoumise,</td></tr>
<tr><th colspan="4">AMATEURS, SEMI-PROFESSIONELS</th></tr>
<tr><td>Youtubeurs du divertissement et humoristes</td><td colspan="2">Vidéastes dont la politique n'est pas le thème central mais qui abordent des questions de société. Humoristes avec contenu politique.</td><td>Ex : Mister Jday, Simon Puech, Verino, La Bajon, David Ganesh</td></tr>
<tr><th colspan="4">« YOUTUBE GAME POLITIQUE »</th></tr>
<tr><td>Médias alternatifs</td><td colspan="3">Youtubeurs politiques</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Catégorie agissant comme des organes de presse ou cercles de réflexion. Liés à des youtubeurs politiques ou à des personnalités influentes.</td><td colspan="3">Youtubeurs axés sur l'actualité politique, les questions de société et l'agenda médiatique.</td></tr>
<tr><td>« Les Progressistes »
Gauche radicale et extrême gauche.
Exemples de thèmes : écologie, féminisme, intersectionnalité, multiculturalisme, droits des minorités.</td><td>« Les Souverainistes »
Gauche républicaine ou Populisme (refusant toute étiquette).
Exemples de thèmes :
RIC, souverainisme, antiélitisme, « anti-wokes »</td><td>« Les Réactionnaires »
Nationalistes, identitaires, parfois racialistes.
Exemples de thèmes : : identitarisme, nationalisme, immigration, Grand Remplacement.</td></tr>
<tr><td>Ex : Le Media, TV Libertés, Le Fil d'Actu, QG TV</td><td>Ex : Usul, Bonjour Tristesse, Dany Caligula, Le Stagirite, Osons Causer, Nicolas Meyrieux</td><td>Ex : Greg Tabibian, Tatiana Ventôse, Kriss Papillon, Antoine Goya, Le Canard Réfractaire</td><td>Ex : Le Raptor, Bruno le Salé, Valek, Papacito, Tepa, Henri de Lesquen</td></tr>
</table>

Tableau 7 – Radiographie du YouTube politique français

Ce paysage politique singulier de YouTube est profondément enraciné dans son système de recommandation. Comme nous l'avons précédemment évoqué dans notre introduction, cet ensemble sophistiqué d'algorithmes propose à l'utilisateur des vidéos qui correspondent à son historique de visionnage, créant ainsi un écho de ses préférences et intérêts. Cette mécanique semble démocratiser certains contenus idéologiques, offrant aux vidéastes politiques amateurs, aux médias alternatifs et aux médias traditionnels un apparent terrain d'égalité. Néanmoins, notre immersion empirique plus approfondie suggère un hypothétique biais algorithmique qui semble incliner la balance en faveur des contenus produits par les médias institutionnels. Cela confirme notamment ce que certains travaux sur le paysage politique du YouTube américain ont déjà évoqué, à l'instar de Hosseinmardi et al. (2020), qui démontrent que les recommandations de la plateforme favorisent principalement les sources traditionnelles et centristes. De même, rappelons que Ledwich et Zaitsev (2019) ont constaté que *« […] l'algorithme de recommandation de YouTube décourage activement les spectateurs de visiter des contenus radicalisés ou extrémistes. Au contraire, l'algorithme favorise les médias traditionnels et les chaînes d'information grand public, souvent orientées vers des chaînes de gauche ou politiquement neutres […] »*. Une tendance qui semble s'être renforcée ces dernières années, en particulier avec la décision de YouTube de modérer activement les contenus politiques, dans le but de protéger notamment ses partenaires annonceurs d'une association malencontreuse avec des discours extrémistes. Cependant, bien que les algorithmes semblent favoriser l'audience des médias traditionnels, il y'a un prolifération évidente de youtubeurs politiques et de médias alternatifs, qui représentent la majorité numérique de notre liste de chaînes YouTube.

Cette multiplication de contenus politiques de niche, souvent créés par des amateurs ou semi-professionnels avec des audiences plus réduites, résulte d'une combinaison de plusieurs facteurs.

Premièrement, l'ère numérique a vu une augmentation exponentielle des opportunités de visionnage, amplifiée par des événements tels que les confinements, l'adoption généralisée du télétravail et la prévalence des smartphones. Deuxièmement, et peut-être plus crucialement, il y a une transformation sociétale et sociale en cours. Les attitudes changeantes des internautes contemporains, que nous avons observées de près lors de notre étude, montrent un rejet croissant des médias traditionnels. Beaucoup expriment un sentiment d'aversion *« […] dans un contexte plus large de profonde défiance vis-à-vis des élites et du personnel politique […] »* (Mercier & Amigo, 2021, p.73), estimant que ces médias sont biaisés et ne reflètent pas leurs préoccupations. Des expressions telles que *« BFMerde »*, *« Journalope »*, *« merdias »* ou la citation provocatrice d'Alain Soral (*« Un journaliste soit il est au chômage, soit c'est une pute »*) sont symptomatiques de cette défiance. Face à ce vide, les youtubeurs politiques, en particulier ceux qui adoptent des idéologies de droite radicale, offrent une alternative. Ils valident, articulent et amplifient la vision du monde de ces internautes. Ces chaînes deviennent alors des espaces où les internautes peuvent non seulement consommer du contenu, mais aussi interagir, se socialiser et s'identifier à des communautés politiques alternatives. Ces communautés, galvanisées autour de figures d'opinion influentes comme les youtubeurs, sont avides de contenu politique sur YouTube.

Elles ont une appétence quotidienne pour de nouvelles perspectives et analyses, permettant, par leur demande, d'alimenter et de pérenniser un écosystème médiatique alternatif. Bien que cet écosystème puisse avoir des audiences plus restreintes que les médias traditionnels, il est riche en diversité et offre une contre-narration puissante à une discours considéré comme dominant.

Une autre explication principale de l'augmentation du nombre de ces vidéastes politiques réside dans la réduction volontaire, par YouTube, des barrières à l'entrée, afin de favoriser la multiplication de contenus dans des domaines variés et d'inciter davantage de personnes à participer et à produire des vidéos (Lutz et al., 2021). Comme nous l'avons déjà mentionné à plusieurs reprises, cela résulte de l'oscillation de la plateforme entre deux philosophies de production : le *« Producer Generated Content »* (Kim, 2012), qui peut se matérialiser en partie par le biais algorithmique en faveur des contenus institutionnels évoqués précédemment, et le *« User Generated Content »* (Bullich, 2019), incitant simultanément un maximum d'utilisateurs amateurs à produire leur propre contenu. Les utilisateurs sont ainsi attirés par les facilités de publication, la possibilité de partager leurs passions, de trouver une certaine altérité, mais aussi par la promesse de *« micro-célébrité »* (Marwick, 2010). Sur ce point, plusieurs travaux confirment ces observations (Allard, 2020 ; Coavoux & Roques, 2020). Judith Caceres (2022), par exemple, suggère que la passion demeure la *« valeur motrice »* de vidéastes amateurs qui cherchent à élargir sans cesse leur audience et à gagner en visibilité. Bhatia (2017) montre que les créateurs de contenu sur YouTube souhaitent se positionner comme experts dans leur domaine afin de devenir célèbres.

Cette dynamique est également renforcée et motivée par la politique de monétisation spécifique. Cette promesse de la *« YouTube money »* offre aussi aux vidéastes politiques une opportunité lucrative, contrairement à d'autres plateformes sociales qui, bien souvent, offrent des rémunérations moindres. Shahzad et Fatima (2023), El Mouldi (2020), et Viet (2019) expliquent ainsi que la plateforme motive indirectement ses utilisateurs en offrant la possibilité de gagner de l'argent et de vivre de leur passion grâce à leurs contenus, à des partenariats publicitaires et à des collaborations avec des marques. Ces revenus stimulent alors la création et le développement d'une base solide d'abonnés ainsi que d'une communauté fidèle et engagée.

Une autre raison de cet engouement réside dans la simplicité et l'accessibilité du format vidéo en ligne. En effet, les coûts associés à la création d'une chaîne YouTube et à la publication de vidéos sont relativement bas. Bien que certains youtubeurs politiques aient investi dans des studios et du matériel audiovisuel de qualité professionnelle, répondant ainsi aux attentes croissantes d'un public de plus en plus exigeant, des vidéastes, issus de divers horizons, se contentent souvent des caméras intégrées à leurs smartphones ou ordinateurs. Ils publient des vidéos spontanément, profitant de cette facilité d'accès. Une véritable opportunité pour des dissidents politiques qui, souvent isolés et en marge, produisent du contenu à un rythme soutenu, devenant ainsi une source d'information régulière pour certaines communautés d'abonnés. Ces youtubeurs, par conséquent, n'ont plus besoin de chercher la légitimité auprès des médias traditionnels, des institutions ou des pouvoirs politiques pour produire de l'information ou exercer une influence.

Cette tendance particulièrement marquée chez les youtubeurs d'extrême droite, sera explorée plus en détail dans les chapitres suivants. Nous verrons notamment qu'ils structurent leur contenu sous forme de débats ou de *« clashs »*, imitant ainsi les chaînes d'information en continu, et permettant à leur audience de s'engager émotionnellement et financièrement.

Toutefois, bien que ce paysage politique sur YouTube soit riche et varié, nous avons tendance à relever, par nos travaux, qu'il montre des signes de saturation, notamment avec l'existence de chaînes, de médias alternatifs et de youtubeurs politiques qui se sont établies et consolidées au fil des années, répondant presque entièrement à une demande en contenus politisés. Malgré cela, la crise sanitaire du Covid-19 a quelque peu perturbé ce marché. De nouvelles chaînes et initiatives médiatiques ont émergé, mimant parfois ces formes spécifiques des youtubeurs politiques amateurs et médias alternatifs, impulsées par des personnalités notables ou, comme nous les avons nommés dans notre introduction générale et dans le chapitre méthodologique, des *« top élites »* (Dubois & Gaffney, 2014). Ces acteurs issus des grands médias ou structures institutionnelles *« […] qui utilisaient précédemment d'autres modes d'expression recourent à YouTube comme espace de communication de proximité […] permettant l'expression d'idées politiques qui seraient minoritaires ou tenues à l'écart par les médias traditionnels […] YouTube est alors l'espace d'une expression « directe » de contournement, qui se pose comme démédiatisée […] »* (Douyère & Ricaud, 2019, p.19).

Parmi ces figures, on trouve le géopolitologue Pascal Boniface[218], l'avocat *« antivax »* Fabrice DiVizio, le blogueur Olivier Berruyer[219], l'économiste Marc Touati[220], ou encore, des journalistes comme Christine Kelly[221], Aude Lancelin[222], Eric Morillot[223] et Alexis Poulin[224]. Séduits par les perspectives de liberté d'expression, de gains et par l'autonomie que leur confère la plateforme, ces acteurs, forts de leur notoriété antérieure et de leurs réseaux, et parfois appuyés par d'importantes levées de fonds, ont su naviguer habilement pour éviter les obstacles souvent ardus de la reconnaissance numérique et d'un lancement sur YouTube. Un phénomène qui confirme l'hybridité de cet écosystème médiatique.

Finalement, au fil du temps, YouTube, grâce à son interface facilitatrice, ses interactions sociales, ses mécanismes de rémunération et ses algorithmes sophistiqués, a façonné un paysage politique diversifié. Notre contextualisation du paysage politique de YouTube confirme que cette plateforme devient, par sa situation monopolistique, un carrefour médiatique *« multiface »* (Jean Tirole & Rochet, 2004), et surtout, un véritable espace de légitimation. Elle offre également une scène pour l'expression de voix radicales, permettant une réappropriation des questions politiques par des acteurs variés, y compris amateurs et militants.

[218] Pascal Boniface, chercheur français, dirige l'Institut de relations internationales et stratégiques (IRIS) et est souvent consulté par les médias sur la géopolitique, en particulier le conflit israélo-palestinien.

[219] Olivier Berruyer, analyste financier, diplômé de l'École polytechnique et de l'ENSAE, est reconnu pour son blog Les Crises et a écrit plusieurs livres sur l'économie..

[220] Marc Touati, économiste diplômé de l'ESCP Europe et de l'EHESS, a fondé ACDEFI, une société de conseil. Il intervient régulièrement dans les médias sur l'économie.

[221] Christine Kelly est une journaliste et animatrice de télévision française. Elle a travaillé pour de nombreuses chaînes de télévision, notamment LCI, France 24 et CNews. Elle est également membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) depuis 2018.

[222] Aude Lancelin a travaillé pour Marianne et L'Obs, a dirigé Le Média avant de lancer sa web-tv, QG, en 2019.

[223] Éric Morillot est un journaliste animateur. Ancien journaliste de ITélé puis de Sud Radio, il quitte cette dernière pour créer sa propre chaine YouTube en référence à son ancienne émission « Les Incorreptibles ». Une émission diffusée sur Sud Radio où étaient invités certains youtubeurs politique étudiés dans cette thèse.

[224] https://www.youtube.com/watch?v=6CEhh_WnjMU

Ces derniers, non institutionnels, représentent de nouvelles formes et styles de médiation politique, permettant l'émergence d'un espace d'expression plus personnelle et participative pour des idéologies souvent exclues par les médias traditionnels. De nombreux vidéastes, médias alternatifs et influenceurs politiques ont ainsi émergé, libérant leurs opinions des filtres traditionnels de médiation du discours public. Ces créateurs de contenu adoptent une approche singulière par rapport à celle des journalistes, médias ou animateurs traditionnels, établissant par leur succès un nouveau standard communicationnel politique qui tend à s'imposer. A ce titre, nous avons pu remarquer que les médias traditionnels, certaines personnalités médiatiques, ainsi que les partis et personnalités politiques, en imitant de plus en plus ce standard, trouvent ainsi une nouvelle voie d'accès directe à leurs publics.

Pour clore définitivement notre analyse préalable, nous pouvons conclure que le paysage politique de YouTube est bel et bien un espace médiaco-politique hybride (Chadwick, 2017). Ainsi, cette plateforme ne se contente pas d'être un simple espace de partage de vidéos, mais se positionne comme un élément central dans la reconfiguration du paysage médiatique contemporain. YouTube offre une tribune à divers acteurs, qu'ils soient institutionnels, professionnels, amateurs ou semi-professionnels, et permet à des idéologies variées de trouver un public, souvent, comme c'est le cas pour de nombreux youtubeurs politiques, en opposition aux récits dominants. Notre analyse révèle également des dynamiques algorithmiques et de pouvoir, entraînant une transformation continue des pratiques communicationnelles politiques à l'ère numérique.

Les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite, que nous avons scrutés et que nous évoquerons plus en détail dans la suite de cette thèse, évoluent donc dans cet espace qui s'avère être de plus en plus convoité, dense et compétitif. Nous avons observé qu'ils parviennent néanmoins à tisser des liens avec d'autres youtubeurs, notamment *« Les Souverainistes »*. Ces derniers semblent même s'aligner, de manière graduelle, avec les idéologies des réseaux d'extrême droite.

CHAPITRE II

PRESENTATION DES YOUTUBEURS POLITIQUES ÉTUDIÉS

Ce deuxième chapitre vise à présenter en détail les youtubeurs que nous avons sélectionnés pour notre observation empirique. Ces choix, issus d'une phase d'observation s'étalant sur plusieurs mois, ne sont pas arbitraires. Les vidéastes sélectionnés se démarquent par la diversité de leurs profils, permettant d'obtenir ainsi, une vision globale des youtubeurs d'extrême droite. Ces présentations approfondies nous aideront également à mieux comprendre leurs rôles au sein de cette mouvance. Avant de nous pencher plus en détail sur leurs aspects « politique » et « métier » dans les chapitres suivants, nous avons donc réalisé des portraits détaillés et précis de chacun d'eux. Cela nous permettra de mieux cerner les dynamiques politiques qui animent cette sphère particulière de YouTube, d'offrir une compréhension plus profonde des mécanismes par lesquels ces acteurs influencent la sphère politique en ligne et de mettre en lumière les enjeux sous-jacents.

II.1 Portraits biographiques

Comme nous l'avons précisé dans notre section sur la méthodologie, nous avons sélectionné six youtubeurs de droite et d'extrême droite, au sein de notre échantillon de chaînes, afin de réaliser notre observation empirique. Ces vidéastes issus de notre mouvance *« Les Réactionnaires »*, ne constituent pas des choix arbitraires mais sont le fruit d'une sélection réfléchie au terme d'une première phase de visionnage de plusieurs mois. Il constitue aussi un point de départ, une porte d'entrée vers cet univers politique numérique et ses protagonistes. Tout d'abord, nous avons décidé d'exclure de notre panel Le Raptor, Alain Soral et Dieudonné. Ces derniers ayant fait l'objet de nombreuses publications, nous avons jugé plus judicieux d'étudier des vidéastes moins connus, tant académiquement que médiatiquement. Cependant, nous continuerons à mentionner ponctuellement leurs noms dans les chapitres suivants, car ils demeurent des maillons essentiels à la compréhension de cette mouvance des vidéastes de droite radicale. Dans cette perspective, nous évoquerons également d'autres youtubeurs dans nos analyses, car comme nous le verrons plus loin, les relations entre les acteurs de cette sphère numérique, particulièrement ceux de notre mouvance *« Les Réactionnaires »*, ne sont pas totalement hermétiques. Ensuite, nous avons sélectionné des vidéastes qui se distinguaient par leurs contenus ainsi que leurs activités. Nous observons qu'il existe une sorte de hiérarchie basée sur le nombre d'abonnés qui ne correspond pas forcément aux véritables rôles que certains youtubeurs peuvent avoir au sein de cette sphère.

Nous nous sommes donc écartés volontairement d'un critère de sélection basé uniquement sur l'audience, en privilégiant une sélection de vidéastes variés en terme de contenus, de formes et de nombres d'abonnés. Cette sélection de six personnages nous permet ainsi d'avoir une vision globale des youtubeurs d'extrême droite, allant des plus populaires à ceux de niche.

Nom de la chaîne	Création	Nombre total d'abonnements (k)	Nombre total de vues	Estimation gains publicitaires YouTube
Valek Noraj	04/09/2014	386	26 831 026	54-871€
Stéphane Edouard	26/01/2006	338	80 053 925	760-12,2k€
Teddy Boy RSA	14/11/2013	37	2 226 054	21 - 339€
Danny Live	12/02/2017	19	3 769 033	38 - 604€
Papacito	05/08/2018	186	4 768 100	17 - 269€
Kbg Stream	02/07/2013	14,8	2 349 214	148-2,4k€

Tableau 8 –Récapitulatif de six youtubeurs sélectionnés

Conformément à notre méthodologie, nous nous sommes ensuite appuyés, pour l'observation de ces vidéastes, sur une multitude d'éléments tels que le visionnage des vidéos, l'étude des discours et de leurs rhétoriques, les thèmes abordés, leurs réseaux sociaux, leurs relations avec d'autres acteurs ainsi que leurs interactions avec leurs communautés. Un ensemble de données, d'analyse de contenus, de déclarations et de *« sources grises »* qui nous ont permis de mieux comprendre leur rôle et de réaliser les portraits descriptifs suivants.

Valek Noraj[225]

Valek, aussi appelé Valek Noraj, est un youtubeur qui s'est distingué sur Internet par ses vidéos pamphlétaires et virulentes. Originaire d'Albanie, il naît peu après la chute du régime communiste. Il peint cette période comme une époque d'anarchie et de dangers omniprésents, marquée par la prolifération des armes et une insécurité généralisée. Lorsque sa famille décida de s'exiler, il quitta l'Albanie déguisé en petite fille pour échapper aux poursuites, et parvint en France avec ses parents en 1999. Ils s'établirent alors dans un ensemble de logements sociaux à Limoges. À propos de cette expérience, il mentionne que sa famille cohabitait avec un couple d'immigrés russes d'environ quarante ans : *« […] il y avait dans mon salon le remix de Rocky IV […] les Balkans versus l'Union Soviétique mais version low cost […] »*. Il évoque que grandir en HLM[226] a façonné sa personnalité : *« […] Tu avais aussi forcément des débiles moteurs pour t'emmerder, et, je vous le dis quand t'as 7-8 ans ils n'ont pas la présence d'esprit de se dire que t'es qu'un gosse comme la fois où un type qui devait avoir la vingtaine m'avait enfermé dans une cave […] malgré toutes ces mésaventures je vivais à fond à l'époque je connaissais même pas l'existence d'internet je sortais tout le temps dehors jouer aux billes, à la chasse à l'homme […] »*.

[225] Sources sélectives :
https://www.youtube.com/c/Valeknoraje/videos
https://www.youtube.com/watch?v=XAESrfgBiXs
https://X.com/valek_noraj
https://www.instagram.com/valeknorage/
https://www.youtube.com/watch?v=jK9vpRGtZO0
https://t.me/s/valeknoraj

[226] Acronyme de Habitation à Loyer Modéré

Il se remémore un cadre familial structuré, avec un père assidu au travail (son père était garagiste) et une mère qui *« […] dirigeait la maison d'une main de fer […] une vraie mère comme on n'en fait plus […] elle avait divers types de pédagogies pour me remettre dans le droit chemin […] »*. Après avoir décroché un Baccalauréat scientifique aisément, il s'oriente vers la médecine à l'université, incité par son cercle familial (*« […] parce que chez moi soit on est médecins soit on est avoc*at […] *»)*. Cependant, au bout de trois ans, il abandonne ses études sans en parler à sa famille : *« […] mes parents disaient à tout le monde que j'étais un futur médecin […] ce n'était pas ma voie j'ai toujours détesté être dans les rails […] »*. Il voulait suivre son instinct entrepreneurial précoce, et, son désir d'enrichissement rapide. Suite à cette décision, il occupe divers petits emplois (agent de sécurité, manutentionnaire, BTP) pour assurer sa subsistance tout en élaborant ses ambitions entrepreneuriales : *« […] je vous jure que ça motive à réussir ses projets parce que l'aliénation est super violente, il faut avoir un mental d'acier pour s'en sortir[…] »*. Par la suite, il fonde une agence immobilière et s'initie aux crypto-monnaies. Aujourd'hui, il affirme diversifier ses sources de revenus, notamment grâce aux médias sociaux, même si les plateformes sont devenues l'une de ses sources de revenus les plus faibles : *« […] j'ai toujours voulu me développer pour m'émanciper au maximum de l'Etat Providence c'est pour cette raison que je continue de prendre de l'expérience dans différents domaines comme l'immobilier, la finance et le bâtiment […] de mon côté dans cinq ans, je me vois dans une petite maison construite par mes soins, isolée dans la montagne, à gérer ma nourriture et à quitter cette civilisation de fous furieux […] je ne vis plus dans une cave, mes projets se portent très bien*

[…] j'ai déménagé près des montagnes pour me rapprocher de mes objectifs […] je continue de faire ce qu'il y a de plus important : être libre en faisant ce que j'aime […]».

En ce qui concerne YouTube, il a commencé à l'âge de 17 ans, au début des années 2010, avec une vidéo sur *« l'affaire Léonarda »*[227] qui a attiré plus de 50 000 vues en un jour. Il a continué dans cette voie, percevant le potentiel d'un créneau politisé, en abordant des sujets *« […] qui ne devraient pas être tabous […] »* comme l'immigration ou le patriotisme. Sa première chaîne proposait des vidéos d'opinion sarcastiques avec un montage dynamique, enrichies d'éléments visuels populaires et d'humour. Ce style distinct lui a valu la reconnaissance en tant que pionnier français du genre, et a inspiré d'autres vidéastes, comme Bruno le Salé. Lorsqu'il a révélé son identité, il a souvent été invité dans les émissions du Raptor pour discuter de divers thèmes. Il a également participé à plusieurs vidéos d'un vidéaste de notre sélection, Teddyboy RSA, avec d'autres figures de l'extrême droite d'internet, telles que Kroc Blanc ou Peno La Cuenta[228]. À l'instar d'Alain Soral, il a été critiqué par les vétérans de la *« fachosphère »*, notamment en raison de sa légèreté, son immaturité, ses origines et ses formats jugés légers. Il a ensuite attiré l'attention du milieu militant identitaire, qu'il a fréquenté pendant un certain temps : *« […] mon humble notoriété m'a permis de côtoyer les coulisses… pas de réelles convictions, beaucoup d'hypocrisie et de conflits d'intérêts… je connais les rouages de la sphère de droite […] ».*

[227] L'affaire Léonarda a émergé à la suite de l'expulsion d'une famille rom vers le Kosovo le 9 octobre 2013. La jeune Leonarda Dibrani a été arrêtée lors d'une sortie scolaire afin d'être renvoyée dans son pays d'origine. Cet incident a suscité une vive polémique nationale, relançant les débats sur les politiques d'immigration en France. Les conditions de l'expulsion de Leonarda, notamment en raison de son jeune âge, ont intensifié les tensions liées à l'immigration et à l'intégration

[228] Peno la Cuenta, simplement appelé Peno, Peno, est un vidéaste français de droite radicale, critique la société moderne à travers ses vidéos, textes et slams. Actif sur YouTube, il se distingue par son style et ses propos provocateurs. Collaborateur pour La Furia, il est aussi l'auteur d'un recueil intitulé « Enfant Sauvage » et d'un guide de survie.

Il s'est rapproché par la suite de youtubeurs tels que Papacito, El Rayhan[229] et Bruno le Salé, collaborant sur plusieurs vidéos. Aujourd'hui, désenchanté par la droite identitaire (il a participé à des manifestations du Parti de la France[230]) et conscient d'être surveillé par les services de renseignement intérieur, il préfère s'éloigner du militantisme. Il poursuit désormais une démarche plus personnelle et solitaire en Andorre : *« […] personnellement, je me retire de tout ça […] je préfère réaliser des vidéos amusantes de temps en temps sur de vrais sujets […] vivre dans ma montagne […] dans mon nuage […] ».*

***Stéphane Edouard*[231]**

Stéphane Edouard est un youtubeur qui se présentait comme *« le sociologue à lunette »*. Spécialisé à l'origine dans la séduction, les relations hommes-femmes et le coaching de carrière, il se décrit comme un haut potentiel intellectuel officiellement dépisté (*« Mes abonnés ont un QI à trois chiffres »*), célibataire et sans enfants. Né en 1978 dans la banlieue niçoise, il s'identifie comme métisse *« cacaoté »* d'origine guyanaise. Il affirme néanmoins ne ressentir aucun attachement particulier pour ce département ultramarin.

[229] El Rayhan Loudhni, vidéaste français d'origine kabyle, s'est fait connaître sur YouTube, notamment avec son format « Micro-Connard » où il réalise des micros-trottoirs sur divers thèmes. Il a également critiqué certains de ses professeurs de sociologie à l'université pour leur biais d'extrême-gauche. Ses contenus, traitant de sujets variés comme la transphobie ou le football féminin, sont souvent relayés sur Égalité et Réconciliation.

[230] Le Parti de la France, fondé en 2009 par Carl Lang, ancien membre du Front National, est une formation d'extrême droite. Il milite pour la préservation de l'identité et de la souveraineté françaises, et s'oppose à l'immigration et à l'influence croissante de l'islam en France. Ce parti nationaliste est également critique envers l'Union européenne et défend la préférence nationale.

[231] Sources sélectives :

https://www.youtube.com/c/hommesdinfluence

https://X.com/hommesinfluence

https://www.instagram.com/stephane_edouard/

https://www.hommesdinfluence.com/

https://www.youtube.com/watch?v=RxObq-oUpuU

https://www.youtube.com/watch?v=IGf8UD4G5Tc

Concernant sa couleur de peau, il mentionne n'avoir été victime de racisme qu'à deux reprises dans sa vie : *« […] une fois durant son enfance à l'école, et une autre fois dans le métro parisien […] »*. Il ajoute avoir une mère blanche et un père noir, ce dernier ayant été fonctionnaire de police dans les Alpes Maritimes. Rêvant d'une carrière en tant qu'ingénieur dans le domaine de la Formule 1, Stéphane Edouard commence par suivre une classe préparatoire scientifique au lycée Massena de Nice. Il intègrea ensuite SUPMECA[232], une école d'ingénieur en mécanique située en banlieue parisienne, où il obtient son diplôme. Cependant, il n'appréciait pas l'environnement de cette école ni le monde de l'ingénierie, le décrivant comme *« […] un milieu masculin suffoquant plein de carences affectives et misogyne […] »*. Après une visite au salon des troisièmes cycles de Paris, il intègre un DEA[233] à l' IEP[234] de Paris en sociologie des organisations et obtint son diplôme en 2002. Son mémoire portait sur le marché de l'emploi des comédiens et fut supervisé par le sociologue Pierre François[235]. À cette période, il suit, en parallèle, les cours de théâtre de Jean Laurent Cochet[236], un célèbre professeur qui devint l'une de ses grandes inspirations. Après un bref passage en tant que consultant, notamment chez SOFRES[237], il fonde Mat Consulting. Cette entreprise lui permettra d'exercer son métier de coach professionnel et de conférencier en freelance.

[232] SUPMECA est une école d'ingénieurs française située à Saint-Ouen, en région parisienne. Elle est spécialisée dans la mécanique et l'ingénierie industrielle.

[233] Acronyme de Diplôme d'Etudes Approfondies

[234] Acronyme d'Institut d'Etudes Politiques

[235] Pierre François est un sociologue et professeur à Sciences Po Paris, spécialisé dans l'analyse économique et sociologique des dynamiques artistiques, notamment la poésie contemporaine.

[236] Jean Laurent Cochet, acteur, metteur en scène et formateur, a été pensionnaire de la Comédie-Française entre 1959 et 1964 après avoir étudié au Conservatoire national supérieur d'art dramatique de Paris. Il a fondé le cours Cochet, où des acteurs tels que Gérard Depardieu, Isabelle Huppert et Fabrice Luchini ont été formés. Il nous a quittés en 2020, emporté par la COVID-19.

[237] SOFRES est une entreprise de consultation renommée. Fondée en France, elle est spécialisée dans les études de marché et les sondages d'opinion.

Par la suite, il écrit deux livres sur la séduction qui lui valent notamment d'être repéré par les médias. A ce titre, il animera brièvement des chroniques (notamment pour la radio RMC[238]) et travaillera comme sociologue pour l'émission de téléréalité de M6[239] *« Mariés au premier regard »*[240]. Après une controverse autour de propos misogynes, il est licencié de cette émission. Jean Claude Kaufman[241] le critiqua d'ailleurs pour s'être autoproclamé sociologue, sans autres références académiques que son diplôme. Face à cette polémique, il assume s'être attribué ce titre, critique l'univers académique pour son hypocrisie et son orientation. Il précise également qu'il aurait pu poursuivre en doctorat, mais a choisi de ne pas le faire pour gagner davantage et pour conserver son indépendance.

Concernant son activité numérique, il a commencé sur internet dans les années 2000, sur des forums d'entraide masculine, en offrant des conseils et partageant ses expériences de rencontres sous forme romancée. Sous le pseudonyme *« Spike »*, il connut un certain succès et commença à produire des podcasts et des contenus vidéo sur ces sujets. Il donna également de nombreuses conférences sur les relations interpersonnelles, qu'il filma pour les vendre sur son site web via des abonnements ou des adhésions à un club privé. Plus tard, il lança sa chaîne YouTube pour diffuser des analyses, interagir avec ses membres et promouvoir ses services.

[238] Acronyme de Radio Monte-Carlo

[239] Abréviation de Métropole Télévision, sixième chaîne de télévision généraliste française.

[240] Emission téléréalité de M6 visant à créer des couples mariés ex-nihilo.

[241] Jean-Claude Kaufmann est un sociologue français, directeur de recherche au CNRS. Reconnu pour son approche originale, son travail sur les relations, l'intimité et le soi offre des perspectives profondes sur la société occidentale contemporaine. Spécialiste de la microsociologie, il a également exploré le thème de l'identité.

Réagissant fréquemment aux actualités, son contenu YouTube devint de plus en plus populaire, abordant souvent des sujets politiques. Passionné de jazz noir américain, il cultive un style dandy dans ses vidéos. Il évoque souvent comment ses rencontres l'ont introduit aux œuvres de grands auteurs et d'intellectuels comme Edgar Morin, Maupassant, Flaubert ou Montherlant. À ce sujet, il affirme que son amour pour la sociologie, la littérature et l'art lui ont permis de transcender ses origines modestes et d'assimiler les normes socioculturelles des classes supérieures. Malgré le scepticisme climatique répandu parmi de nombreux vidéastes de sa mouvance, il apprécie particulièrement Jean Marc Jancovici[242] et cite souvent l'une de ses phrases à la fin de ses vidéos : *« […] Vous ne pouvez pas correctement traiter un problème tant que vous n'êtes pas correctement capables de le décrire ! C'est à dire que tant que vous ne savez pas décrire correctement un problème, ce que vous croyez être une solution en fait ça sera tiré au hasard. Quand vous tirez au hasard, la probabilité d'atteindre votre cible est extrêmement faible […] ».*

Se décrivant comme un enfant des médias, il s'est intéressé à la politique grâce aux émissions de Michel Polak[243] ainsi que celles d'Olivier Duhamel[244]. Initialement influencé par Alain Soral, il découvrit François Asselineau par l'intermédiaire d'une compagne et rejoignit l'UPR.

[242] Jean-Marc Jancovici, ingénieur et enseignant à l'école des Mines, a initié le bilan carbone à l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME). Cofondateur de Carbone 4, une entreprise de conseil, et de l'association The Shift Project, il est surtout reconnu pour ses conférences sur le réchauffement climatique et l'énergie. En 2018, il rejoint le Haut Conseil pour le climat. Sa bande dessinée « Le Monde sans fin », coécrite avec Christophe Blain, a connu un vif succès en 2021.

[243] Michel Polac, né le 10 avril 1930 à Paris et décédé le 7 août 2012 dans cette ville, était un journaliste français. Il a œuvré dans la presse écrite, la radio, la télévision, et s'est également illustré comme producteur, écrivain, critique littéraire et réalisateur.

[244] livier Duhamel, né le 2 mai 1950, est un politologue et professeur émérite à Sciences Po. Il a siégé au Conseil constitutionnel de 1983 à 1995 et au Parlement européen de 1997 à 2004. En 2021, suite à des accusations d'abus sexuels sur un mineur, il a démissionné de la Fondation Nationale de Science Politique et de son poste universitaire. Les médias ont révélé en avril 2021 qu'il avait admis ces abus envers son beau-fils.

Certains membres influents de l'UPR l'approchèrent même pour élaborer des stratégies visant à séduire un électorat féminin. A ce sujet, il avoue notamment avoir voté pour François Asselineau en 2017. Déçu des résultats électoraux de l'UPR, il quitta toutefois ce parti et publia une série de vidéos critiquant sa stratégie, tout en admettant que François Asselineau reste le meilleur parmi les *« frexiteurs »*. Il est très critique envers les mouvements progressistes et féministes et s'aligne souvent avec la théorie du *« Grand Remplacement »*, en fustigeant de manières notables les personnes de confession musulmane ou issues de l'immigration. Malgré cette posture identitaire, il critique également Éric Zemmour et Marine Le Pen. Aujourd'hui, il partage son temps entre Paris, qu'il juge de plus en plus invivable, Rome, où il réside, et l'Espagne.

Daniel Conversano[245] (DannyLive)

Daniel Conversano est né en 1986 à Echirolles, près de Grenoble. De double nationalité franco-italienne, il est en couple et père de deux enfants. Sa mère est française et son père d'origine italienne. À ce propos, il avoue que ses parents étaient des fervents lepénistes. Adolescent, il s'est tourné vers l'extrême droite nationaliste, admirant Jean-Marie Le Pen. Lors d'un entretien avec ce dernier, il a déclaré : *« […] vous êtes à la base de mon engagement nationaliste. C'est parce que je vous regardais enfant […] que je me suis forgé ce destin […] C'est grâce à vous que j'ai commencé mon engagement nationaliste […] »*.

Après avoir obtenu un baccalauréat général, Daniel Conversano poursuivi des études de philosophie à l'Université de Grenoble 2, où il décrochera un master. À propos de cette période, il dit : *« Je connais la droite et la gauche […] quand j'étais étudiant en sciences humaines, j'ai fréquenté beaucoup de gens de gauche […]j'ai gardé contact avec eux je sais ce qu'ils pensent […] »*[246]. À la fin des années 2000, il découvre l'humoriste Dieudonné et sera immédiatement séduit par son style. Se décrivant comme un *« artiste de droite »*, il assistera à un de ses spectacles et attirera l'attention de Dieudonné en lui parlant des erreurs techniques dans la captation vidéo de ses représentations.

[245] Sources sélectives :
https://t.me/s/danielconversano/3485
https://danielconversano.com/
https://www.youtube.com/channel/UCA2p_6wpuKoJYlWWQZ8p_Yw
https://superdannylive.com/choisir-un-abonnement/super-danny-live-inscription/
https://X.com/lesbraves_?lang=fr
https://discord.com/invite/T6WgfX6
https://www.causeur.fr/conversano-letonnant-conseiller-en-dediabolisation-de-zemmour-245276
https://www.slate.fr/story/226218/bonnes-feuilles-au-nom-de-la-race-delphine-marion-boulle-valentin-pacaud-robert-laffont-daniel-conversano

[246] https://www.youtube.com/watch?v=N292og6LuE0

Dieudonné lui proposera alors de réaliser ses spectacles. Cette collaboration durera deux ans, pendant lesquels il vivra au Théâtre de la Main d'Or. Passionné de cinéma, il réalise en autodidacte deux films pour Dieudonné : *« L'Antisémite »* (2012)[247] et *« Métastases »* (2012)[248]. Ces films, malgré leur réalisation critiquée, marqueront ses débuts en tant que vidéaste. Parallèlement, il commencera à publier des vidéos sur Dailymotion[249]. En 2013, il migrera vers YouTube avec des sketchs où il joue un personnage nommé *« le Dictateur »*. Sa collaboration avec Dieudonné prendra fin la même année après un désaccord idéologique. À ce sujet, Conversano déclare : *« Dieudonné a une famille d'universitaires de gauche […] Il s'entend bien avec Soral parce que Soral c'est un sociologue, c'est Bourdieu, il n'est pas sorti de l'antiracisme […] la seule chose qu'il fait c'est de l'antisémitisme de gauche […] je me suis dit tu n'as rien à faire dans cette dissidence […] le métissage est son univers […] il ne peut pas vouloir une France française, il a le cul entre deux chaises comme tous les métisses […] »*[250]. Sa présence sur un médias alternatif, MetaTV[251], suivie par de nombreux internautes nationalistes, renforcera sa notoriété. Pionnier parmi les youtubeurs de droite radicale, il diversifiera ses contenus en lançant notamment l'émission *« Vive l'Europe »*[252].

[247] https://www.senscritique.com/film/l_antisemite/490984
[248] https://www.senscritique.com/film/metastases/7938241
[249] https://www.dailymotion.com/DanielConversano
[250] https://www.youtube.com/watch?v=byUgPjw-0Xc
[251] https://www.youtube.com/watch?v=4Of4CKLCaJs
[252] https://www.youtube.com/c/ViveLEurope

Une émission qui a pour invités régulier, des figures de l'extrême droite et de la droite française, telles que Serge Ayoub[253] (ancien skinhead), Jérôme Bourbon[254] (directeur du journal Rivarol[255]), l'écrivain Renaud Camus[256], le médecin Laurent Alexandre[257] ou encore Jean-Marie Le Pen[258]. En 2016, il créa Suavelos (qui signifie *« bonjour »* en gaulois) avec Yann Merkado[259], un activiste soupçonné d'être l'auteur du *« Lapin du Futur »*[260]. Cette communauté d'extrême droite, composée exclusivement de *« blancs »*, compte aujourd'hui jusqu'à 600 membres actifs. Après diverses controverses, il la renommera d'ailleurs *« Les Braves »*[261]. En 2018, il publiera un roman intitulé *« Désolé Jean-Pierre »*[262], qu'il qualifie lui-même de raciste. La même année, suite à des problèmes de sécurité à Grenoble, il déménagera à Bucarest, en Roumanie, avec sa femme, médecin d'origine roumaine. A ce sujet, il évoque notamment la sécurité du pays liée à sa faible immigration : *« […] en dehors des grandes villes, il n'y a pas de noirs en Roumanie […] on peut marcher tranquille dans les rues […] »*. De nos jours, malgré quelques difficultés d'adaptation, il continue encore de passer la moitié de l'année en France pour ses activités politiques.

[253] https://www.youtube.com/watch?v=kK4CMqASaxY

[254] https://www.youtube.com/watch?v=Q-FiH3g7FwA

[255] Rivarol est un hebdomadaire français d'extrême droite fondé en 1951 par René Malliavin. Il se revendique de l'opposition nationale et européenne. Son orientation politique inclut malheureusement l'antisémitisme, le négationnisme et le racisme, suscitant de vives critiques. Il possède également le mensuel Écrits de Paris. Le journal a connu des conflits avec le Front National et est actuellement dirigé par Jérôme Bourbon.

[256] https://www.youtube.com/watch?v=FXncCSfzFQA

[257] Laurent Alexandre est un chirurgien-urologue, entrepreneur et essayiste français. Diplômé de l'ENA et de HEC Paris, il est surtout connu pour ses prises de position sur l'avenir de la médecine et les impacts de la révolution numérique sur la société, notamment les enjeux liés à l'intelligence artificielle.

[258] https://www.youtube.com/watch?v=bIoZMsRI6Pw

[259] Yann Merkado, vidéaste et militant français d'origine guadeloupéenne, se positionne comme un occidentaliste. Se décrivant comme athée et « raciste positif », il servit cinq ans dans l'Armée de Terre avant de s'engager dans le militantisme. Il créa « l'Association pour le rétablissement du port d'arme citoyen », plaidant pour le droit des citoyens à s'armer. Malgré des controverses, Merkado réalise des vidéos et participe à des débats sur l'identité et la culture occidentale.

[260] Lapin du Futur est un vidéaste français d'extrême-droite qui garde son identité secrète. Il puise son inspiration de diverses sources, dont des sites qu'il qualifie d'« ancienne fachosphère ». Sur YouTube, il traite de sujets variés, de la critique de la gauche radicale à l'archéologie

[261] « Les Braves », précédemment « Suavelos », est un groupe nationaliste blanc créé par Daniel Conversano. Visant à rassembler les Blancs d'extrême droite, il compte jusqu'à six cents membres actifs. Outre son site web d'actualités, le groupe organise un camp d'été annuel, le « Camp Edelweiss », exclusivement pour les Blancs.

[262] https://www.senscritique.com/livre/Desole_Jean_Pierre/32074554

Fin 2019, avec sa compagne, il lancera *« Bâtir un foyer »*, une plateforme de conseils en séduction pour les hommes *« blancs »* souhaitant rencontrer des femmes *« blanches »* en Europe de l'Est. Une initiative qui s'inscrit dans le cadre de son projet d'expatriation et de son militantisme nataliste.

Concernant ses idées politiques, Daniel Conversano a connu une évolution en passant du *« soralisme »* à *« l'anti-soralisme »*. Ses idées ont basculé vers un européisme blanc et une vision pessimiste de l'avenir, envisageant une guerre civile polarisée autour de l'islam. Pour lutter contre l'immigration et défendre les européens, il prône un communautarisme blanc et une politique nataliste, considérant la naissance d'un enfant blanc comme un acte militant. Il s'oppose à la violence d'une révolution contre les immigrés, mais considère qu'une sélection raciale pourrait être profitable aux français qui essaient de survivre. Bien qu'il se déclare *« déiste »*, il critique le christianisme comme une religion qui a engendré le *« gauchisme ».* Conversano rejette également la démocratie, et, lui préfère un système où le pouvoir est détenu par des élites. Ces positions radicales lui valent d'être à la fois reconnu dans cette sphère mais aussi vivement critiqué. Pour certains comme Henry de Lesquen du Carrefour de l'Horloge[263], il est *« judéo-servile »* et communautariste. Pour d'autres comme Alain Soral, il est antimusulman et européiste. Son obsession raciale et sa critique du catholicisme lui valent également d'être ostracisé par d'autres vidéastes et youtubeurs d'extrême droite pour qui le nationalisme français n'est pas une question de race ou d'ethnie mais d'allégeance.

[263] Le Carrefour de l'horloge est un cercle ainsi qu'une revue politique française conservatrice qui a été fondée en 1985. La revue a été créée par des intellectuels français, dont Alain de Benoist, l'une des figures de proue du mouvement La Nouvelle Droite en France.

En ce qui concerne son engagement politique, il a voté pour Marine Le Pen lors de l'élection présidentielle de 2012 et 2017. Il a également milité pour le Front national de 2014 à 2015 notamment lors des élections régionales de 2015. Il fut aussi un temps au Parti de la France. Aujourd'hui, il soutient Éric Zemmour, et, s'est rapproché de certains membres du parti Reconquête[264], à l'instar de Stanislas Rigault[265]. Il consacre même son dernier ouvrage[266] à Éric Zemmour envisageant sa victoire aux élections présidentielles de 2027. Début 2024, annonçant être atteint d'un cancer, il réduit son activité sur les réseaux pour se consacrer à son traitement.

***Papacito*[267]**

Ugo Gil Jimenes, plus connu sous le pseudonyme *« Papacito »*, est né dans la banlieue toulousaine en 1986. Ses quatre grands-parents étaient des militants républicains anarchistes espagnols qui ont fui la dictature franquiste pour s'installer à Toulouse. À ce propos, il mentionne avoir grandi dans un environnement familial sain, typiquement hispanique et *« totalement communiste »*. Passionné d'histoire, il pratique la boxe anglaise ainsi que le rugby : *« […] À Toulouse, c'est par obligation. On vous donne la carte d'identité et on s'inscrit au rugby […] »*

[264] Reconquête est un parti politique français d'extrême droite créée en avril 2021 pour soutenir la candidature d'Éric Zemmour à l'élection présidentielle de 2022. En décembre 2021, Éric Zemmour devient président du parti et lui donne son nom actuel. Le parti a depuis bénéficié de ralliements d'élus d'extrême droite et revendique 125 000 adhérents en mai 2022.

[265] Stanislas Rigault est le président de Génération Zemmour & membre du Bureau exécutif du parti Reconquête.

[266] https://danielconversano.com/product/zoz7-comment-faire-gagner-zemmour-en-2027/

[267] Sources sélectives :
https://.youtube.com%2Fchannel%2FUCBlAy4Lhzwnbl7LzFgTUhiw&usg=AOvVaw1Jd6fPm6MVLF1KbUBsQceo
https://www.youtube.com/c/ringeditions
https://www.facebook.com/PapacitoOfficiel
https://gettr.com/user/papacito1er
https://www.youtube.com/watch?v=sn_UUK4WE2Q
https://www.youtube.com/watch?v=ScO4N9KtDeA

Après une scolarité dans la périphérie de Toulouse (Plaisance du Touch), il effectuera des études de sociologie à l'université du Mirail ainsi qu'à la Sorbonne, sans pour autant avoir été diplômé. Pendant et après ses études, Papacito effectuera plusieurs *« petits boulots »*. Il fut notamment déménageur, maçons, gardien, videur de boite de nuit, surveillant de collège, et, même garde du corps de François Asselineau. Il tenta également, au début des années 2010, une carrière d'acteur. Il a à son actif des rôles dans deux courts métrages (*« Pauv'bonhomme »*[268] et *« Ghost of Marx »*[269]) du réalisateur Jérémie Sein. Il fut aussi acteur principal d'un long métrage amateur intitulé *« La justice des gros flingues »* (2013)[270].

Durant ses études en sociologie, il a été irrité par l'idéologie ambiante des professeurs et des étudiants, totalement *« gauchisés »* selon lui. Pour lui cela contrastait fortement avec ses expériences dans le *« réel »*, et, ses relations professionnels qui étaient *« un mélange de vieux cocos, de pieds noirs, d'immigrés européens, des classes populaires »* totalement éloignés des revendications étudiantes. Lors d'un déménagement pour un client « bourgeois », ce dernier lui refusa l'accès à ses toilettes, ce qui était, selon lui, un mépris de classe caractérisé. Froissé et irrité par ces situations ainsi que par certains de ses collègues de l'Education Nationale, il décide d'ouvrir, en 2011, un blog nommé *« FDP de la mode »* (pour fils de pute de la mode). Dans ce blog, il dressait des portraits pamphlétaires de profils types de personnes qui l'énervaient ou de microphénomènes sociaux.

[268] https://www.unifrance.org/film/42195/pauv-bonhomme
[269] https://www.unifrance.org/film/32076/ghost-of-marx
[270] https://www.senscritique.com/film/la_justice_des_gros_flingues/10883870

Ses cibles étaient majoritairement des personnes qu'il qualifie d'hommes soja ou *« bobos de merde »*. Deux ans après son ouverture, le blog commença à faire parler de lui et culmina à plus de 40 000 vues mensuelles. Par la suite, Alain Soral, par l'intermédiaire de son site Egalité & Réconciliation, fut le premier à relayer Papacito dans cette sphère idéologique d'extrême droite. Face à un succès grandissant et à un déclassement certain, Soral commencera néanmoins à le critiquer notamment sur sa stupidité et sa méconnaissance de l'islam. Papacito fut ensuite l'un des chroniqueurs récurrents d'une émission d'un autre Youtubeur à forte notoriété, Le Raptor. Il sera aussi régulièrement présent dans les lives d'autres youtubeurs réactionnaires comme Valek, Bruno le Salé et El Rayhan. Son discours continua à séduire un public de plus en plus large, mais entraîna plusieurs censures de la part de YouTube. Ce succès le fera connaitre également auprès des Editions Ring[271] dont il fut l'une des têtes de proue. De nos jours, retiré un temps en Espagne, Papacito se dit conscient que son activité est fatigante, et, qu'il sera vieux un jour. De ce fait, il n'hésite pas à propulser d'autres vidéastes par l'intermédiaire de sa communauté, à l'instar de son ami, l'athlète Baptiste Marchais[272] (Bench & Cigars[273]).

[271] Les Editions Ring est une maison d'édition française créé en 2012 par David Serra. Elle se spécialise dans la publication de divers genres de livres tels que des thrillers, des documents, des témoignages, des enquêtes d'investigation, des romans, des essais et des bandes dessinées. La maison d'édition a suscité des controverses en raison de ses affiliations politiques présumées à l'extrême droite et de ses choix de publier des auteurs controversés, à l'instar de Laurent Obertone et son ouvrage « La France Orange Mécanique ».

[272] Baptiste Marchais est un vidéaste ouvrant sur YouTube. Initialement athlète spécialisé dans le développé couché, il s'est fait connaitre courant 2020, en produisant un contenu réactionnaire mêlant catholicisme, traditions, armes et opinions politiques d'extrême droite. Il a été membre du mouvement skinhead et, est proche de Papacito, Le Raptor et Valek.

[273] https://www.benchncigars.com/boutique

Idéologiquement, il déclare qu'il vient de l'extrême gauche, avec notamment un père militant au Parti Communiste (*« […] Mon père m'emmenait dans les réunions du PCF […] »*). Il fut même, lui aussi, un temps encarté au PCF[274] d'Arceuil. Il se dit d'*« anthropologie gauchiste »* , une gauche qu'il qualifie de traditionnelle qui a une *« […] forme de respectabilité puisque c'était une gauche populaire ancrée dans le réel […] ».* Il dit aussi avoir été influencé par son grand-père, *« […] un véritable meurtrier […] »* républicain, une brute *« […] qui n'a pas bouger sur ses idées […]»*, et, qui selon lui contrastait fortement avec les dissonances militantes de ses parents et des réunions du PCF auquel il participait (*« […] dans les réunions, moi je voulais de l'action […] Ils parlaient de faire la révolution [...] ils débattaient de grandes théories […] mais le lendemain matin ils allaient mettre en rayon à Leroy Merlin […] »*). Grâce à ses expériences, il affirme s'être libéré des grands paradigmes et de cette *« doxa universitaire ».* Selon lui, ayant accédé à plusieurs parties de la société, il ressent une immense contradiction : *« […] je me suis rendu compte qu'il y a un énorme décalage entre ce qu'on disait de cette société, et, ce qu'elle était réellement […] petit à petit je suis rentré dans l'amour de l'identité française profonde, je me suis dirigé vers le catholicisme voilà j'ai quitté les rivages de la gauche […]»*. Il est profondément antirépublicain, pour lui la France est monarchique par essence, et, la démocratie est une farce. Il se dit de droite royaliste et catholique. Il confesse , néanmoins, s'être investi dans la religion tardivement : *« […] comme tout nouveau converti, je suis allé à fond […] je suis sédévacantiste »*. Il n'a pas de grands intérêts pour la droite républicaine.

[274] Acronyme de Parti Communiste Français

Il déclare même que ce sont des *« […] parisiens ou des bourgeois en costards […] »* éloignés de ce qui est pour lui la vraie droite, ouvrière et populaire. Il date la genèse de sa bascule idéologique, à partir du 11 septembre 2001. A ce sujet, il explique qu'en étant influencé par un soft power américain mélange de catch, de films d'action et d'images patriotiques, il fut fortement touché par les attentats du World Trade Center. Il a été notamment choqué par la différence de réception avec certains de ses amis de lycée particulièrement ceux d'origines magrébines qui, au contraire de lui, s'en réjouissaient. Il explique notamment s'être éloigné de ses amis arabes et que leurs chemins se sont dirigés sur des trajectoires radicalement antagonistes. Il évoque, par exemple, l'un de ses camarades de classes qui est parti faire le jihad à Raqqa[275]. Son récent succès sur internet, lui vaut d'être approché par des figures de la droite nationaliste qu'il a commencé à côtoyer comme Jean Marie Le Pen, Marion Marechal, ou même Éric Zemmour.

[275] Raqqa est une ville du centre de la Syrie. Connu notamment pour avoir été le siège de l'Etat Islamique.

***TeddyBoy RSA*[276]**

Teddyboy RSA (ou Victor Corneau), est un youtubeur royaliste qui s'est d'abord fait connaître sur YouTube en s'exprimant contre la vidéaste féministe Marion Seclin et, en étant l'un des premiers à réaliser des radios libres sur la plateforme. Il grandit à Paris puis en HLM à Ivry sur Seine. Il déclare avoir perdu son père jeune, et, être *« d'une classe moyenne supérieure déclassée »*. Après une scolarité difficile, il abandonnera le lycée pour effectuer, lui aussi, des *« petits boulots »*, notamment équipier chez McDonald's. Dans le but de devenir professeur de français un jour, il passera son Baccalauréat à 23 ans afin de s'inscrire à l'université en littérature. Passionné de mangas et de bande dessinée, il abandonnera son cursus universitaire et s'inscrira dans une école de graphisme privée dont il se fera expulser. Se disant issu *« […] d'une famille d'extrême droite d'un côté et un peu de gauche de l'autre […] »*, sortant régulièrement dans les bars parisiens avec ses amis, il fréquenta d'abord les milieux d'extrême gauche, pour bifurquer ensuite vers les milieux d'extrême droite et royalistes, notamment les réunions parisiennes d'Égalité et Réconciliation d'Alain Soral (« *[…] J'y étais, dans les réseaux d'extrême gauche, pas de problème […] moi aussi j'y ai cru […] tu vas dans les bars avec tes potes, on fait de la muscu, on devient de plus en plus de droite, on regarde Soral […] on faisait partie des 5000 personnes du début qui regardaient Soral […] Je n'étais pas à l'Université y'avais l'extrême droite*

[276] Sources sélectives :
https://www.youtube.com/channel/UCF5XmjNN3FzNPn_VR1xTr8Q
https://twitter.com/RsaTeddyboy
https://www.amazon.fr/Teddyboy-RSA/
https://fr.ulule.com/teddyboyrsa/
https://www.instagram.com/teddyboyrsa/
https://www.kickstarter.com/projects/1895905214/2d6-la-cite-des-anges
https://www.tipeeestream.com/teddyboyrsa/donation
https://www.patreon.com/teddyboy2D6?fan_landing=true&view_as=public

d'Université […] »). Alain Soral qui inspirera d'abord ce vidéaste par ses ouvrages sur la séduction au début des années 2010 (*« […] c'est pour ça que j'ai lu Soral. J'étais désocialisé, j'avais que des potes qui étaient à la fac qui n'arrêtaient pas de rencontrer des gonzesses sans les baiser forcément. Il fallait que je crée un lien pour les niquer […] ce n'est pas à McDonald's que je pouvais me taper des filles à lunettes et à grosse bibliothèque […] »*). Très intéressé par les écrits de Julius Evola[277] et de René Guénon[278], il se dit passionné par la PNL[279], l'ésotérisme, le développement personnel et la spiritualité en général. Il pratique de manière assidu la méditation transcendantale. Royaliste, il a notamment découvert Charles Maurras par l'intermédiaire de ses fréquentations *« soraliennes »* et devient royaliste (*« […] Je suis tombé sur un livre de Mauras qui disait en préambule, je sais plus, pour annihiler la République […] ça m'a suffi…de me convaincre que le disfonctionnement venait de la République […] »*).

L'origine de son activité sur Internet démarre dans un premier temps avec une association artistique qu'il fondera avec ses amis. Nommée « Forge », les membres de cette entité se réuniront régulièrement dans les bars afin de réaliser des projets autours de la bande dessiné et la politique. Grands consommateurs de vidéos en ligne, ses amis lui suggèreront alors de s'inscrire sur YouTube afin de poster du contenu en rapport avec son univers.

[277] Julius Evola (1898-1974) était un écrivain et philosophe italien associé à la droite radicale et influent sur le fascisme italien. Il a abordé des thèmes tels que la religion, l'ésotérisme, la mythologie et la politique.

[278] René Guénon (1886-1951) était un métaphysicien français qui a écrit sur les traditions spirituelles de l'Orient et de l'Occident. Critique de la modernité, il prônait une perspective traditionnelle de la vie et était un défenseur de la monarchie.

[279] Acronyme de Programmation Neurolinguistique. La Programmation Neurolinguistique, souvent abrégée en PNL, est une technique de communication et de développement personnel fondée en Californie dans les années 1970 par John Grinder et Richard Bandler. Elle étudie la manière dont les individus pensent, interagissent et apprennent en combinant des éléments de psychologie, de linguistique et de communication.

Il commencera ensuite à se faire connaitre en se lançant le défi d'y poster une vidéo par jour pendant un mois. Dans un premier temps, dans ses vidéos, qui ressemblaient à une sorte de journal intime éditorialisé, il jouait un personnage imaginaire et esthétisé (casquette et veste *« teddy »*) : *« Teddyboy RSA »*. Ce rôle de jeune banlieusard avec l'accent du sud-ouest, allocataire du RSA[280], était un personnage fictif qui critiquait le post-modernisme tout en aspirant à devenir un youtubeur célèbre. Il abandonnera ensuite cette posture et cet accent, mais conservera l'esthétique et la direction artistique de cette période.

Usant de ses réseaux, il invitera par la suite d'autres youtubeurs (Valek, Kroc Blanc, Raptor) dans ses contenus afin de discuter d'ésotérisme, d'actualités et de politique autour de tables rondes filmées de plusieurs heures. Il nommera son concept : *« Les schlags de la table ronde »*[281]. En 2018, il lancera ensuite une émission intitulée *« Vendredi tu t'es permis »*[282], diffusée en direct chaque vendredi soir. Dans cette forme de radio libre filmée qui utilisait alors la toute dernière fonctionnalité *« live »* de YouTube, Teddyboy RSA discutera de sujets diverses et variés (immigration, développement personnel, YouTube, politique, religion) avec des youtubeurs ou des auditeurs via un serveur Discord géré par sa petite-amie et son administrateur surnommé Titou RSA. Il sera d'ailleurs l'un des pionniers de ce format dans sa mouvance, lui-même étant cité par d'autres vidéastes comme source d'inspiration. Jusqu'à son arrêt en 2021, son émission était reconnue dans les cercles d'extrême droite et son audience flirtait, rediffusions incluses, avec les 50 000 vues.

[280] Acronyme de Revenu de Solidarité Active

[281] https://www.youtube.com/playlist?list=PL9jCZn7aVAdCv4A96O8lny_b6K8rb9XsH

[282] https://www.youtube.com/playlist?list=PLRj-xLQuQSHGgGBS3W73Ft7H9U4LdPLV9

Ce succès lui rapportera des gains de plusieurs milliers d'euros par mois : *« Il y'a un moment je suis arrivé jusqu'à 3000 euros par mois…là j'ai commencé à flipper à me poser des question »*.

Par ailleurs, TeddyBoy RSA fut le coauteur d'une bande-dessinée avec un dessinateur identitaire Kitsuné[283] : *« Teddyboy RSA et Kitsuné versus la cité des anges »*[284]. Plus récemment, il lança également, par le biais d'un financement participatif de presque 40 000 euros, un projet d'autoproduction d'une autre bande dessinée[285]. Il promouvra ce projet lors de ses directs, mais y renoncera face à une charge de travail trop importante. Cela suscitera de nombreuses critiques quant au sort de l'argent récolté. Il remboursera les acheteurs, bien que certains aient décidé de ne pas réclamer leur argent en guise de soutien. Il produira également un jeu de rôle mettant en scène des influenceurs d'extrême droite comme Le Raptor ou Papacito. Il commercialisera par la suite des NFT[286] dans un but purement spéculatif[287]. En 2022, il revient sur YouTube en changeant d'horaire, pour faire du commentaire *« live »* d'actualité et du *« jeu de rôle »*, le matin avec un ami nommé Pierre Fi. Il fait parfois payer l'accès à ces directs, et, y reçoit d'autres influenceurs de droite et d'extrême droite comme Mike Boroswki[288] ou encore Jean Marie Corda[289] .

[283] Kitsuné est un dessinateur satirique et vidéaste d'animation satirique français. Il a publié un recueil de dessins intitulé « Chroniques de Fronce » en mai 2019. Il a été impliqué dans plusieurs polémiques, notamment pour un dessin sexiste et homophobe de Bilal Hassani. Il a également travaillé avec Kroc Blanc sur un clip animé ainsi qu'avec Le Raptor et Dieudonné.

[284] https://fr.ulule.com/teddyboy-Kitsuné/

[285] https://fr.ulule.com/teddyboy-bande-dessinee/

[286] Acronyme de Non-Fungible Token. Un NFT est un type de jeton numérique unique qui utilise la technologie de la blockchain pour garantir sa propriété et son authenticité. Contrairement aux jetons « fungibles » tels que les crypto-monnaies comme Bitcoin ou Ethereum, les NFT sont uniques et ne peuvent pas être échangés contre un autre NFT ou une quantité équivalente de crypto-monnaie. Les NFT peuvent être utilisés pour représenter des œuvres d'art numériques, des vidéos, des musiques, des tweets, des GIF ou d'autres types de médias numériques

[287] https://X.com/RsaTeddyboy/status/1431009741384429572

[288] Mike Borowski, est un homme politique français né en 1981. Il a été membre de l'Union pour un mouvement populaire en Seine-Saint-Denis et est devenu célèbre pour avoir créé en 2011 le site web "La gauche m'a tuer" ainsi que pour ses

Kroc Blanc (« Kbg Stream »)[290]

Kroc Blanc, ou Kb, de son vrai nom Gaël Toullic est un vidéaste qui s'est d'abord fait connaitre par ses raps identitaires. Né en 1979, d'un père breton et d'une mère sarthoise, parent de trois enfants, il se revendique être le *« Eminem blanc »* français. Fan des romans de Jack London[291], il choisit en hommage comme nom d'artiste *« Kroc Blanc »* qui sera ensuite son pseudonyme de youtubeur. Kroc Blanc est issu d'une famille d'entrepreneurs artisans dans l'industrie du textile. Brouillé avec son père, ce dernier travaille dans la restauration et fut notamment, un temps, directeur du prestigieux établissement Fouquet's[292]. Après avoir vécu sa petite enfance près du Mans, ses parents emménagèrent, dans les années 80, dans le quartier parisien Bastille, au cœur du 11eme arrondissement (*« […] J'ai vécu dans un quartier populaire où il y avait déjà des immigrés […] »*). Il y effectuera avec des difficultés certaines sa scolarité dans des établissements catholiques : *« […] Mes parents m'ont mis dans des écoles de bourgeois catholiques […] j'ai eu beaucoup de mal, y'avait que des noms à particules […] je n'étais pas dans ma sociologie [...] c'est ce qui explique que j'ai eu des difficultés […] »*.

---

reportage sur les Gilets Jaunes. Il a été accusé d'avoir diffusé de fausses informations orientées vers l'extrême droite à travers ses sites internet et chaines YouTube (Gerard Infos, Géopolitique Profonde & Planete360).

[289] Jean-Marie Corda est un entrepreneur français dans le domaine du marketing en ligne, du trading et de la séduction. Il propose des formations et des coachings pour aider les hommes à améliorer leur vie sexuelle. Jean-Marie Corda est également connu pour ses positions politique d'extrême droite.

[290] Sources sélectives :

https://www.krocblanc.fr/

https://www.facebook.com/krocblanc/

https://X.com/KbgStream

https://www.instagram.com/krocblancoff/?hl=fr

https://t.me/Krocblanc

https://odysee.com/@krocblanc:3

https://www.youtube.com/@KBGStream

Conge P. (2020), Les Grands-Remplacés : Enquête sur une fracture française, Arkhê, p:203

[291] Jack London était un écrivain et journaliste américain né en 1876 et décédé en 1916. Il est surtout connu pour ses romans et nouvelles qui dépeignent la vie sauvage et rude des régions sauvages de l'Alaska et du Canada, ainsi que pour ses œuvres sur les classes sociales, la lutte pour la survie et la condition humaine.

[292] Le Fouquet's est un célèbre restaurant parisien situé sur les Champs-Élysées. Il est également célèbre pour être le lieu de rassemblement traditionnel des présidents français après leur élection.

Il explique notamment avoir vécu la gentrification de son quartier comme un mal-être ambiant *« […] On était des prolos avec codes de prolos […] »*. Il affirme, par ailleurs, que ce sentiment d'être *« déclassé »* s'est accentué lorsque l'entreprise familiale, autrefois fournisseur de grands groupes français, perdit ses contrats : *« […] Ils les ont utilisés pour apprendre le boulot dans le textile. Ensuite, ils ont tout délocalisé en Chine […]. ».* Il évoque souvent une adolescence contrariée, avec un conflit paternel, une tentative de suicide, et, une activité de mannequinat enfant, qui auraient favorisé la construction d'un certain égo narcissique (*« […] Depuis tout petit, tout le monde me disait…ma mère…ses amis…que j'étais beau […] »*). Se disant être d'une culture catholique sans être pratiquant (*« […] je déteste ce ton moralisateur et cette pression morale des cathos […] »*), autodidacte, il déclare s'être construit, paradoxalement, avec les raps de Kery James[293] *(« […] j'ai écouté et aimé le rap toute ma vie. C'est quasi exclusivement occupé par les maghrébins et les noirs qui ont un discours raciste, clanique, tribal et anti blanc, donc anti français en France […] »*), ainsi que grâce à la lecture de mangas (Dragon Ball[294], Angel[295]) et des romans de fiction (Jack London, Georges Orwell, Tolkien[296]). Une scolarité difficile qui poussa précocement Kroc Blanc, à faire de petits boulots dans la restauration, la manutention ou la communication.

[293] Kery James, de son vrai nom Alix Mathurin, est un rappeur, acteur et réalisateur français né en 1977. Il est considéré comme l'un des pionniers du rap français, et, est reconnu pour son engagement social et politique dans ses chansons.

[294] Dragon Ball Z est une série d'animation japonaise créée par Akira Toriyama en 1989. Elle est la suite de la série originale Dragon Ball. L'histoire suit le guerrier Goku et ses amis alors qu'ils luttent contre des ennemis extraterrestres encore plus puissants et menaçants que ceux rencontrés dans la série précédente.

[295] Angel est un manga japonais écrit et dessiné par Erica Sakurazawa. L'histoire suit la vie de deux femmes, Tina et Nao, qui sont en couple depuis plusieurs années.

[296] J.R.R. Tolkien était un écrivain, poète et philologue britannique. Il est principalement connu pour ses œuvres de fantasy, dont le célèbre roman « Le Seigneur des Anneaux » et « Le Hobbit »..

Amateur de boxe, se revendiquant d'un certain esprit traditionnel chevaleresque et viril, il s'éduqua politiquement avec des vidéos comme celle d'Alain Soral, et, commença à adhérer à un nationalisme identitaire, par réaction à un Paris qui selon lui devenait *« un trou à merdes »* à cause de l'immigration, de la *« fragilité des blancs* », et, des français qui seraient devenus un *« peuple de fiottes »*. Il débutera alors, en parallèle de ses activités professionnelles, à écrire ses premiers textes et mettre en vidéo ses premiers raps à l'aide d'autres rappeurs nationalistes comme le breton Amalek[297], fils d'un cadre important du Front National en Picardie. Il commencera également à être connu sur le web en 2009 grâce à une vidéo où il rappait afin de défendre une jeune rappeuse amatrice, *« Amandine du 38 »*. A l'instar de *« Nazi »*[298] et à la suite d'autres morceaux aux succès viraux importants, il se fera connaitre au sein des cercles identitaires parisien, et, se constituera un carnet d'adresse dans la *« fachosphere »*. Par la suite, après un bannissement de ses chaînes musicales et vidéos par YouTube, il deviendra plutôt actif dans l'ombre de cette sphère numérique d'extrême droite.

Plus tard, il apparaîtra dans des émissions du Raptor et deviendra par la suite un chroniqueur régulier des « *lives »* de TeddyBoy RSA. Ces apparitions mais surtout son ton provocateur à la fois grossier et structuré (il se dit Rabelaisien) avait attiré l'attention des jeunes internautes adeptes de ces vidéastes. En 2019, il lancera ensuite une émission quotidienne diffusée chaque soir, cinq jours sur sept, sur YouTube (*« Kbg Stream »*).

[297] Pierre-Marie Payet, également connu sous les pseudonymes Amalek ou RaFaL (prononcé "Raphaël"), est un activiste catholique traditionaliste, rappeur nationaliste et royaliste français. Il est le fils de Lionel Payet, un cadre important du Front National en Picardie, et le filleul de Roland Gaucher, l'un des fondateurs du Front National et directeur de National Hebdo.

[298] https://www.youtube.com/watch?v=anAICz3_IV8

Il profitera notamment du confinement pour pérenniser une audience quotidienne, qui perdure encore aujourd'hui, estimée en moyenne à 1500 personnes (20 000 vues en rediffusion). Il y invite parfois d'autres youtubeurs d'extrême droite mais aussi de gauche à l'image d'Antoine Goya[299] ou Dany Caligula[300]. Au moment de l'écriture de cette thèse, il a lancé une autre chaîne YouTube centrée sur l'actualité politique, qui s'intitule *« FdeNews »*. Il y diffuse trois vidéos courtes quotidiennement dans lesquelles il analyse des faits d'actualité en rapport avec l'immigration ou *« les gauchistes »* (*« […] Je fais […] de la réinformation au moyen de 3 vidéos ultra courtes quotidiennes […] Les résultats sont encourageants […] Nous avons un cumul de vues de 1,5 millions de toutes les vidéos […] »*).

En ce qui concerne ses idées politique, Kroc Blanc, en tant qu'entrepreneur se considère comme libéral et nationaliste sans être pour autant favorable au capitalisme effréné (*« […] Chez nous on a le pire des deux, le pire du communisme, et le pire du capitalisme […] »*). Il estime que l'immigration est le principal problème du pays et propose une assimilation exigeante pour un nombre restreint d'immigrés. Il s'oppose également à la politique de vaccination pour le Covid-19 et pense que les citoyens ont été contrôlés et privés de leurs libertés. Un temps proche des cercles du RN, il n'adhère pas à sa ligne actuelle beaucoup trop à gauche selon lui.

[299] https://www.youtube.com/@AntoineGoya

[300] https://www.youtube.com/@DanyCaligula

Soutenant maintenant Éric Zemmour, il adhère au parti de ce dernier, Reconquête, en admettant ultérieurement : *« […] J'ai soutenu Zemmour pendant la présidentielle. Mes origines très populaires m'ont fait être mal à l'aise avec le style assez bourgeois de Reconquête, car j'ai été précédemment pour le FN qui est plus populaire et parle aux gens modestes. Je pense que Marion Maréchal*[301] *et Jordan Bardella*[302] *sont l'avenir de la droite patriote car ils sont jeunes, beaux, compétents, ils apprennent vite et communiquent très bien à la télé […] ».*

[301] Marion Maréchal est une femme politique française. Elle est la petite-fille de Jean-Marie Le Pen et la nièce de Marine Le Pen, et a commencé sa carrière politique en adhérant au Front national en 2008. En 2012, elle a été élue députée de la 3e circonscription de Vaucluse, devenant ainsi la plus jeune députée de l'histoire de la République française à l'âge de 22 ans. Elle a depuis pris ses distances avec le RN pour fonder l'ISSEP, une école privée, et soutenir la candidature d'Éric Zemmour en 2022.

[302] Jordan Bardella est un homme politique français. Membre du Rassemblement National depuis 2012, il a été porte-parole du parti de 2017 à 2019 et directeur national de Génération nation. Élu député européen en 2019, il a été nommé premier vice-président du RN par Marine Le Pen et a été élu président du parti lors du congrès de 2022.

II.2 Une mosaïque de profils et de trajectoires

Les portraits détaillés que nous venons de dresser, dans la section précédente, combinés aux données recueillies lors de notre observation empirique distante des youtubeurs du groupe *« Les Réactionnaires »*, nous permettent de formuler plusieurs observations et analyses préalables. Ces dernières seront essentielles pour orienter et enrichir les prochains chapitres de cette thèse.

Des cheminements idéologiques et politiques variés

Tout d'abord, concernant Valek, nous observons que son parcours, notamment dans les premières années de sa vie, rappelle les analyses d'Abdelmalek Sayad sur l'immigration, selon lesquelles l'immigré est un *« double absent »*[303] (Sayad, 2016)[304]. En effet, Valek est né dans une Albanie post-communiste et a vécu une petite enfance marquée par une adaptation rapide à une nouvelle culture française, ainsi que par sa jeunesse dans les cités HLM. Cette jeunesse semble avoir façonné en lui un caractère résilient lui permettant de développer des stratégies d'adaptation et d'intégration. Son orientation vers des études de médecine reflète ces stratégies et, notamment, les pressions socioculturelles de son milieu familial. Elle illustre surtout une aspiration à l'ascension sociale via des professions prestigieuses (*« chez nous, on est soit médecin, soit avocat »*).

[303] Le concept de « double absent » décrit la situation des immigrés qui se sentent à la fois déconnectés de leur pays d'origine et non pleinement intégrés dans leur pays d'accueil. Élaboré par le sociologue Abdelmalek Sayad, ce concept souligne la détresse psychologique et sociale des immigrés qui perdent leurs repères culturels et sociaux dans deux mondes différents, ressentant l'absence de reconnaissance et d'appartenance des deux côtés.

[304] Sayad, A. (2016). La double absence. Des illusions de l'émigré aux souffrances de l'immigré. Média Diffusion.

Toutefois, l'abandon de ses études, ainsi que sa fibre entrepreneuriale, révèlent un désir assumé d'indépendance et d'auto-construction. Ses interactions avec la sphère d'extrême droite sur internet et ses fréquentations d'autres youtubeurs de droite radicale, nous éclairent aussi, en partie, sur les conflits et les alliances stratégiques au sein de cette mouvance. Ces conflits et une atmosphère marquée par des jeux de pouvoirs ont incité Valek à se distancer des milieux d'extrême droite, et, à se désengager progressivement du militantisme, optant plutôt pour une quête solitaire dans son activité de youtubeur. Cette quête de Valek peut être ainsi perçue comme une manifestation de cette tendance à privilégier l'individualisme et la recherche personnelle face à des systèmes idéologiques ou sociaux contraignants.

Stéphane Edouard, lui, en faisant une transition du monde du conseil vers celui du coaching en séduction et des médias sociaux, est un exemple de la diversité des itinéraires possibles chez ces youtubeurs politiques. En effet, en ayant un détachement affirmé vis-à-vis de ses origines guyanaises, il a cherché clairement à se libérer de certains stéréotypes et des déterminismes ethniques ou identitaires liés à son métissage et ses origines. Cette volonté de dépassement s'est manifestée tout d'abord dans son aspiration initiale : celle d'intégrer le prestigieux monde de la Formule 1. Ce rêve illustre son désir de réussite non seulement dans les domaines scientifiques, mais aussi techniques. Cependant, en se dirigeant ensuite vers la sociologie à l'IEP de Paris, il montra ainsi son intérêt croissant pour comprendre les mécanismes sociaux sous-jacents afin d'intégrer notamment les classes supérieures.

Cette réorientation académique, couplée à un choix de mémoire axé sur les comédiens, préfigurait déjà son attrait pour les univers de la communication, du spectacle, et surtout, des médias. Sa présence active sur des forums d'entraide masculine au début des années 2000 n'est pas anodine. Elle coïncide avec l'émergence de ce que la sociologue Eva Illouz (2020) décrit comme une forme d'économie du romantisme, transformant de manière notable la séduction en compétence commercialisable. Cette transformation, influencée par les algorithmes et le potentiel économique des plateformes numériques, a sans doute joué un rôle dans son choix de carrière et l'évolution de ses contenus, qui se sont mis à mêler séduction et politique. Son parcours politique est tout aussi intéressant. Après avoir été exposé aux idées d'Alain Soral, il s'est orienté vers François Asselineau et la droite radicale, en critiquant notamment les mouvements progressistes et féministes. Cette trajectoire s'inscrit dans nos observations précédentes sur la configuration des clivages politiques sur YouTube. Toutefois, ses critiques et sa distance vis-à-vis d'Éric Zemmour et de Marine Le Pen suggère une position plus nuancée au sein de cette mouvance des youtubeurs identitaires et nationalistes. En outre, ses citations fréquentes de Jean-Marc Jancovici, figure emblématique du débat sur la transition énergétique, nous révèle également un désir d'ancrer ses opinions dans un discours expert et rationnel.

En ce qui concerne Daniel Conversano, son identité binationale franco-italienne, combinée à une enfance dans un environnement lepéniste, a probablement renforcé sa politisation. De ce fait, son admiration pour Jean-Marie Le Pen dès son adolescence peut être vue comme le produit, dans une vision bourdieusienne, de l'habitus familial, et, n'est pas sans relation avec la formation de ses opinions identitaires. L'influence de Dieudonné est également notable. Si Conversano a d'abord été attiré par l'univers de l'humoriste, il s'en est ensuite éloigné, mettant en avant une certaine errance idéologique. Par la suite, son virage vers un racialisme blanc, associé à une vision pessimiste de son pays, résonne avec certains polémistes d'extrême droite comme Renaud Camus qui dépeignent une France divisée entre métropoles mondialisées, banlieues *« grand remplacées »* et régions périphériques *« blanches »* désindustrialisées.

Papacito, de son coté, met en lumière une transition idéologique significative au sein d'une partie de la jeunesse française. Son héritage familial, marqué par des racines espagnoles à la fois républicaines et anarchistes, renforcé par un engagement politique de gauche radicale, contraste fortement avec sa position actuelle. Son adhésion antérieure au Parti Communiste Français ne représentait pas seulement une affiliation politique ; elle symbolisait une tradition familiale et un engagement profond envers des valeurs de solidarité et d'égalité, caractéristiques des familles militantes des milieux populaires. Toutefois, la transition idéologique de Papacito nous apparait être comme le symptôme d'une crise plus vaste.

Des chercheurs tels que Pierre Bourdieu (1999) et, plus récemment, Didier Eribon (2009), ont souligné cette crise en mettant en avant le fossé croissant entre les idéaux parfois élitistes de la gauche et les réalités matérielles des classes populaires. Ils évoquent, dans leurs travaux et avec leurs manières respectives, une tension entre ces classes militantes et les universitaires ou les intellectuels de gauche, suggérant que ces derniers, malgré leur discours progressiste, peuvent parfois adopter une attitude condescendante ou méprisante envers ces groupes. Cette fracture pourrait expliquer pourquoi des personnes comme Papacito, malgré un passé de gauche, peuvent chercher des réponses ailleurs, à l'opposé de leurs racines idéologiques. Papacito illustre d'ailleurs cette fracture en évoquant à longueur de billets dans son premier blog, l'antagonisme qu'il a perçu entre l'ambiance de son université, qu'il décrit comme *« gauchisée »*, et la réalité de ses collègues de travail rencontrés lors de ses *« petits boulots »* (*« […] au départ on est tous gauchistes, c'est à cause de l'Education Nationale, c'est la base […] et puis après on est dans le réel […] »*). Il semble avoir ressenti viscéralement cette tension, en particulier face au mépris de classe qu'il attribue à ce qu'il considère comme l'hypocrisie des milieux *« bobos »*. Dans un entretien, il formalisera ce ressentiment : « *J'étais engagé au Parti Communiste, j'étais un mec de gauche actif […] je voyais l'hypocrisie, les mecs ils prenaient leurs gosses pour les mettre dans des écoles où il n'y avait pas d'arabes, ils allaient dans des quartiers où y'avait pas d'arabes […] ces gens-là, soi-disant communistes, ils continuent de vouloir des immigrés en organisant leurs vies pour ne pas les croiser […] C'est un truc qui m'a fait divorcer de la gauche cette hypocrisie […] ».*

Cette critique de la *« bourgeoisie culturelle »* qui, comme celle de la plupart de ces vidéastes, se base sur une vision contrastée de leur pays, opposant des métropoles déconnectées et aisées à des périphéries déclassées et oubliées. Ce désenchantement explique en partie son évolution vers la droite nationaliste, catholique, et surtout, identitaire. Cette évolution est d'ailleurs soulignée par son expérience scolaire face au 11 septembre 2001, qu'il perçoit comme le symptôme d'un sentiment croissant d'un clivage communautaire en France. De plus, les relations de Papacito avec des figures emblématiques de la droite nationaliste française, telles que Jean-Marie Le Pen, Marion Maréchal ou Éric Zemmour, renforcent l'idée que son parcours ne se résume pas à celui d'un individu isolé, mais s'inscrit plutôt dans une mouvance politique plus vaste ainsi qu'une montée d'un conservatisme identitaire en Europe.

Le portrait de TeddyBoy RSA, quant à lui, illustre la capacité de certains vidéastes à naviguer à travers divers univers. De la gauche radicale à la droite royaliste, en passant par la bande dessinée et YouTube, le youtubeur a su s'adapter aux différentes sphères qu'il a explorées. Une trajectoire qui évoque, là aussi, certaines tendances mises en lumière dans l'ouvrage Retour à Reims de Didier Eribon (2009). Ce dernier aborde notamment le sentiment de déclassement, décrivant ceux qui, bien que nés dans une classe sociale, en traversent une autre au cours de leur vie. Se définissant comme issu d'une *« classe moyenne supérieure déclassée »*, TeddyBoy RSA semble avoir vécu cette errance sociale qui pourrait avoir orienté ses choix idéologiques, oscillant un court instant, au début de son activité sur YouTube, entre l'extrême gauche et l'extrême droite.

Cette évolution semble toutefois davantage liée à un cercle familiale orienté à l'extrême droite et ses relations personnelles, notamment avec sa fréquentation des réseaux royalistes ou proches d'Alain Soral. Un exemple de politisation corroborant notamment les études de Sylvain Crépon (2006) qui révélait, il y a quelques années, que l'attraction vers ces milieux d'extrême droite peut être complexe, mêlant, comme le montre l'exemple de TeddyBoy RSA, des dimensions politiques, sociales et esthétiques. En effet, Sylvain Crépon explique que l'engagement des jeunes dans les mouvements et partis d'extrême droite ne se réduit pas à une simple adhésion idéologique. Il s'agit souvent d'un processus complexe où se mêlent divers éléments personnels et contextuels. Par exemple, la fréquentation des réseaux royalistes et de figures influentes offrent non seulement un cadre idéologique mais aussi un espace social et identitaire où les jeunes peuvent trouver une communauté et un sentiment d'appartenance. Le cas de TeddyBoy RSA illustre bien cette dynamique. Son cheminement politique ne se comprend pas seulement à travers le prisme des idées politiques, mais aussi à travers des dimensions esthétiques et sociales. Son attrait pour les théories de René Guénon, l'ésotérisme, la programmation neurolinguistique (PNL) et la méditation transcendantale révèle une quête de sens et de sacré, qui va au-delà des considérations politiques traditionnelles. Pour TeddyBoy RSA et d'autres jeunes militants, ces dimensions offrent une profondeur et une justification supplémentaire à leur engagement, répondant à des besoins de transcendance et de compréhension du monde. Ainsi, l'engagement de ces jeunes dans les mouvements d'extrême droite ne peut être pleinement compris sans prendre en compte cette dimension personnelle et spirituelle.

L'interaction entre les idées politiques et les aspirations personnelles crée une dynamique complexe qui va au-delà des explications purement socio-économiques.

Kroc Blanc, lui, nous montre d'abord le rôle prépondérant d'Internet et, en particulier, de YouTube dans l'émergence de nouvelles figures médiatiques. Comme le soulignent Dominique Cardon et Fabien Granjon dans *« Médiactivistes »* (2010), ces outils permettent à des voix marginalisées comme la sienne de s'exprimer en contournant les médias et les filtres traditionnels. Cela se reflète dans la trajectoire de Kroc Blanc qui, grâce à la viralité de ses contenus, a acquis une notoriété en ligne. Ensuite, son enfance au centre de Paris et sa scolarité difficile dans des établissements catholiques évoque une certaine dynamique de classe. Lui-même déclare ne s'être reconnu ni dans la bourgeoisie qu'il côtoyait à l'école, ni dans son environnement parisien immédiat. Cette déchirure sociale l'a probablement poussé à se politiser et à construire une identité provocatrice de rappeur nationaliste blanc, souvent en opposition avec ce qu'il perçoit comme les normes dominantes. Cette politisation semble ainsi profondément ancrée dans son vécu. En effet, la gentrification de son quartier, associée à la perte de contrats de l'entreprise familiale au profit de délocalisations, a sans doute renforcé son sentiment d'injustice et de déclassement, l'orientant vers une vision politique plus tranchée.

De Soral au Raptor : plusieurs générations de vidéastes de droite radicale

A ce stade, si nous devions faire un bilan préalable des parcours de ces six youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite, nous observerions tout d'abord qu'ils ont des trajectoires variées et des positionnements divergents. Ainsi, Papacito et TeddyBoy RSA sont royalistes, tandis que Daniel Conversano est racialiste et européiste. De leur côté, Kroc Blanc est nationaliste et autoritaire, alors que Valek est plutôt libéral, voire libertarien. Quant à Stéphane Edouard, il se déclare souverainiste. Nous notons aussi une différence dans les milieux sociaux d'où ils déclarent provenir : Kroc Blanc et TeddyBoy RSA se disent issus d'une classe moyenne supérieure francilienne et se considèrent comme *« déclassés »*. Stéphane Edouard, Papacito et Daniel Conversano, eux, expliquent avoir grandi en province, au sein d'une classe modeste éduquée, parfois politisée, et Valek se dit issu d'une classe populaire d'origine immigrée.

Malgré ces différences notables, ces vidéastes politiques partagent certaines similitudes. Premièrement, il est clair qu'ils se connaissent tous et qu'ils ont, pour la plupart d'entre eux, déjà eu l'occasion de travailler ensemble. Comme nous le verrons dans les chapitres suivants, le milieu de YouTube, bien qu'étendu, est un espace où ce type de collaboration est courant. De plus, à l'exception de Kroc Blanc, tous ont suivi des études ou étaient au moins inscrits dans une institution d'enseignement supérieur. Un autre élément commun à leur politisation est le fait qu'ils évoquent tous une expérience personnelle ou des événements marquants de leur vie quotidienne ayant orienté en partie leur inclinaison politique vers la droite radicale.

Par exemple, Kroc Blanc décrit comment l'atmosphère et la démographie de son quartier ont évolué rapidement. Valek, quant à lui, raconte avoir été agressé et séquestré durant son enfance par ses jeunes voisins de cité. De même, Papacito fait référence à la réaction positive de certains de ses camarades musulmans suite aux événements du 11 Septembre. En outre, en examinant de plus près les cas de Papacito et de TeddyBoy RSA, une tendance loin d'être anecdotique se dégage dans cette sphère. En effet, nombreux sont ceux dans ces milieux qui, comme eux, ont, à un moment de leur vie, côtoyé les milieux d'extrême gauche. Cette évolution idéologique semble être confirmée par de nombreux témoignages exprimés dans les sections commentaires de ces vidéastes. On y trouve des déclarations telles que : *« je suis un ancien gauchiste »*, *« un gauchiste repenti », « tu m'as ouvert les yeux »*, *« tu m'as dématrixé »,* ou encore *« dans un autre temps, j'aurais été à la fête de l'Huma, et j'aurais mangé des merguez »*. Ces renversements idéologiques sont non seulement ressentis et assumés par leurs abonnés, mais aussi relevés par les vidéastes. Par exemple, Daniel Conversano, lors d'un de ses directs, a confirmé cette tendance en partageant une observation : *« […] j'ai des abonnés qui, il y a quelques années, votaient pour Jean-Luc Mélenchon […] ».*

Une autre similitude marquante entre ces youtubeurs est l'importance d'Internet et des réseaux sociaux dans leur parcours de politisation vers les mouvances de droite radicale. En d'autres termes, il semble que pour la majorité de ces vidéastes politiques, c'est initialement au sein de communautés en ligne, via des forums ou des vidéos, qu'ils ont construit une partie de leurs convictions idéologiques actuelles avant de rejoindre ultérieurement des réseaux plus structurés. À cet égard, ils se distinguent des modèles traditionnels d'engagement où le militantisme au sein d'un parti, l'engagement associatif ou syndical sont des étapes presque systématiques. Ces nouvelles formes de politisation, essentiellement numériques, ont ainsi permis à cette première génération d'internautes de s'engager et de se politiser sans passer par les canaux traditionnels. À ce titre, nous remarquons qu'ils ont tous été exposés aux contenus de Dieudonné ou d'Alain Soral, pionniers de la *« fachosphère ».* Ce dernier, précurseur de l'analyse politique sur YouTube, est unanimement présent dans le parcours de ces six youtubeurs (et même chez certains youtubeurs de gauche), que ce soit en tant que véritable médiateur ou modèle, par la simple exposition à ses vidéos ou par la fréquentation d'antennes de son réseau Egalité et Réconciliation. En effet, la popularité d'Alain Soral au début des années 2010 a aidé, grâce à son site alors parmi les plus visités du web politique, à propulser certains vidéastes de notre sélection. Dieudonné et surtout, Soral apparaissaient alors comme des dénicheurs de talents dont l'adoubement était un gage de reconnaissance dans ce milieu. Aujourd'hui, en raison de jalousies, de divergences idéologiques, mais surtout, de rivalités économiques, Alain Soral est souvent en conflit avec cette génération de youtubeurs.

Bien qu'il oscille parfois entre estime et désamour envers ces vidéastes, ils les qualifient d'*« agents du sionisme »* ou d'*« adolescents »* identitaires naïfs et manipulés par *« l'extrême droite sioniste »*, leur reprochant un manque de maturité et de sérieux dans le combat politique, tout en critiquant leur virilité surdimensionnée[305]. Cette rivalité a engendré de nombreuses provocations et invectives entre lui et ces nouveaux vidéastes de droite radicale, culminant avec la célèbre altercation avec Daniel Conversano lors d'un débat organisé par Dieudonné[306]. De leur côté, les youtubeurs de notre sélection lui reprochent son marxisme et son antiracisme matérialisé par son amitié pour les musulmans *« véritables »* (*« […] c'est lui qui a créé la partition, je pense, entre les Français sur une espèce de pseudo-réconciliation […] » Papacito*) et se moquent de son conspirationnisme antisémite, jugé farfelu voire totalement obsessionnel (*« […] C'est quelqu'un qui est mourant, son combat est mourant […] » Papacito*[307]). Ils reconnaissent néanmoins son influence dans le milieu et lui font régulièrement des clins d'œil sous la forme de citations reprenant quelques-unes de ses expressions courantes, telles que *« faut le savoir hein »*, *« la communauté de lumière »*, *« au-dessus c'est le soleil »*, ou encore, *« commence par me parler poliment »*. Le youtubeur Greg Tabibian de notre groupe *« Les Souverainistes »*, qui a également fréquenté Dieudonné, résume ce sentiment : *« […] Soral nous a au moins montré qu'on pouvait être indépendant […] qu'on pouvait vivre de la politique sur internet […] il a créé une structure […] »*.

[305] https://www.tiktok.com/@skippy_torion/video/7240558325522287898

[306] https://www.dailymotion.com/video/x54nhci

[307] https://www.egaliteetreconciliation.fr/Papacito-attaque-Alain-Soral-C-est-quelqu-un-qui-est-mourant-son-combat-est-mourant-56855.html

L'autre figure emblématique dans la trajectoire de ces vidéastes est indéniablement le Raptor. Ce vidéaste, qui dans sa jeunesse était un fervent adepte des vidéos d'Alain Soral, a joué un rôle déterminant dans la mise en lumière d'autres youtubeurs d'extrême droite. Son émission, intitulée *« Rendez-vous dissident »*, a grandement propulsé la notoriété de vidéastes tels que Valek, Papacito et d'autres influenceurs identitaires, touchant ainsi un public plus jeune et plus vaste. Le Raptor a également marqué de son empreinte les formats et le style de ces vidéastes de droite radicale. TeddyBoy RSA le surnomme d'ailleurs *« Soral Light »*[308]. Ses montages vidéo dynamiques, sa propension à multiplier les références à la culture web, son ton acerbe et moins académique ont ouvert la voie à une nouvelle génération de vidéastes désireux de capter l'attention d'une jeunesse moins encline au *« logos »*[309] soralien. Le Raptor s'est distingué comme le premier youtubeur politique à adopter un format délibérément provocateur, exagéré et divertissant. Cette singularité a même donné naissance à l'expression *« raptorisé »*, utilisée par ses abonnés pour désigner ceux qui étaient la cible de ses critiques virulentes. Le Raptor a aussi été une source d'inspiration pour une nouvelle vague de vidéastes contemporains, tels que Infame[310] ou Georges Matharan[311], mais aussi pour des étudiants et des jeunes journalistes. L'une de ses influences les plus marquantes est sans doute la naissance et le succès de la section YouTube de Valeurs Actuelles, VA+[312].

[308] https://www.youtube.com/watch?v=OIpEwpwYumw&list=PL9jCZn7aVAdCv4A96O8lny_b6K8rb9XsH&index=1

[309] Dans cette sphère de la droite Internet, Alain Soral est connu pour s'être décerné le titre de « maitre du logos ». Il estime ainsi qu'il est le seul à fournir, au sein de ce courant, des raisonnements politique aussi structurés et complets.

[310] https://www.youtube.com/@infatigableeee

[311] Georges Matharan ou Georges « Jordi » Streetwear est un journaliste français. Il est diplômé des IEP de Lille et de Lyon ainsi que d'une école de communication. Georges est le co-fondateur, avec Baudouin Wisselmann, de la chaîne YouTube de Valeurs Actuelles, VA+. Aujourd'hui, il gère sa propre chaine YouTube. Il collabore également avec la chaine Livre Noir.

[312] Acronyme de Valeurs Actuelles +

Cette chaîne, autrefois lancée et dirigée par de jeunes journalistes tels que Baudouin Wisselmann et Wilfried Mortier, s'est inspirée nettement des codes stylistiques du Raptor.

Conclusion

En somme, cette analyse préalable des six parcours des vidéastes sélectionnés illustre, à sa manière, la dynamique de notre mouvance de youtubeurs « *Les Réactionnaires* ». Elle peut être ainsi comparée à une tragédie romaine. Prenons Alain Soral, par exemple, qui pourrait être vu comme le César de cette histoire. Il est l'initiateur, le précurseur qui a ouvert la voie. Toutefois, à l'instar de César trahi par Brutus, des figures telles que Daniel Conversano ou Valek ont émergé. Bien qu'elles se soient inspirées de Soral, elles ont su y ajouter une touche nouvelle, en s'écartant de sa vision idéologique initiale. En d'autres termes, les trajectoires sur les médias sociaux des youtubeurs de notre observation empirique nous permettent de distinguer clairement trois phases majeures au sein de ce mouvement de vidéastes. La première, celle des fondateurs, est symbolisée par des personnalités comme Alain Soral ou Tepa[313]. Ils ont jeté les bases, défini les normes, et, attiré les premiers spectateurs. La deuxième phase, celle des innovateurs, voit émerger des youtubeurs comme Papacito ou TeddyBoy RSA. Tout en s'inspirant des pionniers, ils ont introduit des formats novateurs, des styles inédits et ont séduit un auditoire plus jeune et renouvelé. La dernière phase, celle des disciples, regroupe des jeunes générations principalement influencés par Le Raptor. Ces derniers, enrichis par le contenu des deux premières phases, y ont insufflé leur propre identité.

[313] Un portrait de ce vidéaste sera établi dans la partie suivante

II.3 Conclusion du chapitre :

« Les Réactionnaires » : des pionniers aux héritiers

Les portraits et les analyses préalables présentés dans ce chapitre, révèlent des parcours à la fois variées et interconnectées parmi les vidéastes sélectionnés. Ils confirment, avant toute chose, les observations que nous avons pu faire dans le chapitre précédent : à savoir que les vidéastes faisant partie de notre groupe *« Les Réactionnaires »* ne peuvent être considérés comme un bloc monolithique, appartenant à une seule catégorie idéologique homogène. En réalité, ils forment une mouvance de youtubeurs dont les parcours diffèrent significativement les uns des autres. Nous avons pu observer notamment qu'ils proviennent de divers horizons sociaux et qu'ils adoptent, au sein même de la droite radicale, des positionnements qui ne sont pas toujours identiques. Néanmoins, malgré ces différences notables, il est également évident qu'ils partagent bon nombre de points communs et de similitudes dans leurs évolutions et leurs convictions.

Premièrement, il est essentiel de souligner que chacun de ces youtubeurs a, à un moment ou à un autre de son parcours, ressenti un décalage significatif vis-à-vis de son environnement initial. Ce décalage peut être de nature diverse : sociale, culturelle, ou même géographique. Pour eux, cette sensation n'était pas simplement une impression, mais incarnait un sentiment persistant d'être à la périphérie, à la marge. Ce sentiment de marginalisation a joué un rôle fondamental dans la genèse de leur politisation, les orientant plus particulièrement vers la droite radicale. Il nous apparaît ainsi clair que, à différents moments de leur existence, ces individus ont été confrontés à une forme d'exclusion.

Par ailleurs, nous avons pu relever que chacun d'entre eux a connu des moments décisifs dans sa vie, qu'il s'agisse d'événements personnels ou professionnels, de désillusions ou d'une quête d'identité complexe. Ces expériences semblent avoir profondément façonné leur perception du monde, représentant des périodes charnières, des instants de bouleversement, de rupture et de transition. Face à de tels sentiments, ils paraissent tous avoir éprouvé le besoin de chercher des réponses en dehors des paradigmes conventionnels. Cette combinaison d'expériences et l'accumulation de réflexions apparaissent comme un terreau fertile pour leur radicalisation. Une rupture qui les a alors poussés à chercher des moyens d'expression, les conduisant inévitablement vers des plateformes populaires comme YouTube, où ils ont trouvé un espace pour partager, discuter et propager leurs idées.

Ces plateformes et les médias sociaux sont, bien évidemment, l'un des points communs chez ces vidéastes politiques. Ils ont joué un rôle crucial dans leur politisation en exposant ces youtubeurs, à divers degrés, à des figures pionnières du web politique de droite radicale, comme Alain Soral, Dieudonné et Le Raptor. Ces influences soulignent combien les réseaux sociaux et leurs contenus sont prépondérants aujourd'hui. Ces youtubeurs ont également, à leur tour, tiré parti de ces plateformes pour diffuser leurs idées, contournant ainsi les filtres médiatiques traditionnels, les fameux *« gatekeepers »*, et atteignant un public plus vaste. En somme, l'étude préalable des portraits de ces youtubeurs nous offre un aperçu précieux des dynamiques sociopolitiques de leur sphère numérique.

Bien que leurs trajectoires diffèrent, leur activité sur les médias sociaux reflète toutes une certaine préoccupation identitaire et une forme de nouveau militantisme marchand, plus individualiste et médiatisé. Elle nous permet également de mieux saisir les transformations du paysage politique sur YouTube en France. Cet espace politique, culturel et technologique où s'entremêlent diverses influences, illustre l'importance des interactions mutuelles, des collaborations et des rivalités au sein de cette mouvance. Ces six youtubeurs nous montrent aussi comment les nouvelles générations s'inspirent des anciennes tout en apportant leur propre singularité. Ces constats constituent un point de départ indispensable à la compréhension de ces six vidéastes. Ces derniers, au moment de la rédaction de cette thèse et au fil de nos travaux de recherche, ont acquis une notoriété importante auprès du grand public. Ils ont même été l'objet de nombreux articles de journaux, sortant ainsi de leur statut confidentiel. Cela prouve, en quelque sorte, que nos intuitions de chercheurs et notre sélection étaient judicieuses

CHAPITRE III

DES IDÉOLOGUES AUX DISCOURS RADICAUX

Comme nous l'avons annoncé dans notre plan dans l'introduction générale, ce chapitre III examine l'aspect « politique » de ces vidéastes d'extrême droite. Nous supposons que leur parcours et leur adhésion à certaines idéologies sont influencés par des penseurs, des mouvements, et d'autres youtubeurs similaires, particulièrement américains. Leur discours pourrait combiner une rhétorique traditionnelle avec des techniques singulières pour aborder les grandes questions politiques. Malgré des divergences d'opinion possibles, des convergences sont également probables dans leur approche des enjeux idéologiques. Ce chapitre vise donc à répondre à ces hypothèses et aux questions soulevées dans notre introduction : Quelles sont les racines et les inspirations de ces youtubeurs ? Appartiennent-ils ou ont-ils appartenu à des partis politiques ou des institutions ? Quels sont leurs discours politiques ? Quels sujets et thématiques abordent-ils et sous quel angle ?

III.1 L'empreinte idéologique de La Nouvelle Droite

Aux vues des différentes biographies et cheminements politiques des six youtubeurs de notre sélection, nous nous sommes tout d'abord interrogés sur leurs origines, leurs genèses, ou plus simplement, ce qui a influencé leur discours et leurs activités sur YouTube. Le début de notre réponse est venu d'une réflexion du vidéaste Kroc Blanc. Lors d'un de ses directs quotidiens, un abonné l'interpelle *« […] Qu'est que tu penses de Jean Yves Le Gallou ? […] »*, il répondit alors succinctement : *« […] Jean Yves Le Gallou. Il a apporté énormément à la cause…énormément […] »*. Cette réponse brève plutôt anodine, est en fait révélatrice des racines idéologiques de ces youtubeurs d'extrême droite.

Fondation et positionnements idéologiques de La Nouvelle Droite

En effet, Jean Yves Le Gallou est un intellectuel d'extrême droite connu dans ce milieu depuis des décennies notamment pour être un ancien membre de La Nouvelle Droite. Ce courant de pensée formé d'universitaires, de journalistes et d'intellectuels est issu des idées du philosophe d'extrême droite Alain de Benoist. Ce dernier, leader charismatique du mouvement, s'est fait connaitre en devenant une figure reconnue des milieux politiques au début des années 70, dispensant un discours anti-libéral et anti-égalitaire hérité à la fois de penseurs comme Karl Marx[314] ou Hegel[315], et, d'intellectuels comme Martin Heidegger[316], Ernst Junger[317] ou Carl Schmitt[318].

[314] Karl Marx (1818-1883) était un philosophe et économiste allemand, célèbre pour ses idées sur le socialisme scientifique et le marxisme. Il a analysé le capitalisme et développé la théorie du matérialisme historique et de la lutte des classes.

[315] Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770-1831) était un philosophe allemand majeur, connu pour l'idéalisme allemand et sa dialectique hégélienne. Ses idées ont influencé Marx, qui a adapté certaines de ses théories pour créer le marxisme en mettant l'accent sur la lutte des classes et l'analyse économique.

Alain de Benoist est également l'un des pères fondateurs du Groupement de Recherche et d'Études pour la Civilisation Européenne, un groupe de réflexion créé en réponse à Mai 1968, dont l'acronyme rend hommage à la société athénienne antique, actant alors des orientations élitistes et païennes. Se revendiquant comme une alternative à la social-démocratie, ce mouvement s'est affiché comme une idéologie à contre-courant désirant transcender le clivage politique gauche-droite. En effet, la Nouvelle Droite s'est d'abord dissociée de la droite traditionnelle française en adoptant volontairement des positions anticapitalistes, tiers-mondistes, anti-nationalistes, européistes et écologistes. Ces orientations idéologiques étaient traditionnellement attribuées à la gauche. Un positionnement atypique qui a entraîné, durant les années 70, une certaine confusion parmi les milieux politiques et certains universitaires, même si, de nos jours, des chercheurs comme Stéphane François (2009) ou Pierre André Taguieff (1993) ont clairement montré qu'il s'agissait d'un mouvement intellectuel postfasciste.

[316] Martin Heidegger (1889-1976) était un philosophe allemand, l'un des penseurs les plus influents du 20e siècle. Son travail a profondément marqué la phénoménologie et l'existentialisme. Il est surtout connu pour son concept de « Dasein », qui examine l'existence humaine dans son rapport au monde et à l'être. Malgré ses contributions philosophiques significatives, Heidegger a été critiqué pour son implication dans le régime nazi, ce qui a terni sa réputation.

[317] Ernst Jünger (1895-1998) était un écrivain, soldat et penseur allemand. Vétéran de la Première Guerre mondiale, il a exploré des thèmes tels que la technologie, la guerre et l'individualité dans son œuvre littéraire. Sa vision du « guerrier » et de l'homme face aux défis de la modernité ont marqué la littérature et la pensée de son époque. Bien que Jünger ait été un écrivain respecté, ses relations avec le régime nazi ont également suscité des controverses et ont été l'objet de débats sur son engagement politique.

[318] Carl Schmitt (1888-1985) était un juriste et philosophe politique allemand. Ses idées ont exercé une influence importante sur la pensée politique conservatrice et ont été exploitées par certains régimes autoritaires du 20e siècle. Schmitt est principalement connu pour ses théories sur l'État, la souveraineté et l'exception, qui ont été utilisées pour justifier les pouvoirs dictatoriaux. Son engagement avec le régime nazi pendant une période a suscité des critiques sévères, mais son travail reste un sujet d'étude et de débat dans le domaine de la philosophie politique.

En d'autres termes, La Nouvelle Droite et le GRECE[319], malgré leurs discours intellectualisés et leurs attitudes qui brisent l'imaginaire collectif de cette orientation politique radicale, sont indéniablement classés à l'extrême droite et leurs idées se basent essentiellement sur une récupération d'une identité nationale européenne et la promotion d'un monde aux civilisations ethniquement homogènes (François, 2017). En 1999, le GRECE publie un ouvrage qui résume les trente premières années de son activité : *« Manifeste pour une renaissance européenne »*[320]. Dans ce livre, Alain De Benoist ainsi qu'une autre figure de la mouvance, Charles Champetier[321], parlent d'une crise du monde moderne dont la cause majeure serait le libéralisme. En substance, ils feront la synthèse idéologique de leur courant : un combat contre la mondialisation, le modernisme et le libéralisme. Ce dernier ayant conduit, selon eux, à *« l'éradication des identités collectives et des cultures traditionnelles »*, et constituant une *« menace sans précédent d'homogénéisation »*, catalysée notamment par l'immigration. La Nouvelle Droite scelle ainsi, par cette synthèse, sa colonne vertébrale politique, préférant l' *« ethnopluralisme »*[322] au métissage.

[319] Acronyme de Groupement de Recherche et d'Etudes pour la Civilisation Européenne

[320] De Benoist A. & Champetier, C. (2021). Manifesto for a European Renaissance. Arktos Media Ltd.

[321] Charles Champetier était un militant d'extrême droite français décédé en 2019. Il fut l'un des membres fondateurs du mouvement identitaire Bloc Identitaire et avait des liens avec l'organisation néo-nazie Unité Radicale. Il était connu pour promouvoir l'identité européenne et la culture traditionnelle. En outre, il a travaillé comme éditeur pour la maison d'édition Kontre Kulture d'Alain Soral, qui publiait des ouvrages controversés et conspirationnistes.

[322]L'ethnopluralisme est un concept de La Nouvelle Droite qui valorise la préservation des spécificités ethniques et culturelles en maintenant chaque groupe séparé. Cette perspective vise à garantir à chaque communauté son propre espace géographique et culturel, mettant l'accent sur la sauvegarde de la diversité sans mélange ni assimilation. À l'opposé du multiculturalisme et de la coexistence interculturelle, l'ethnopluralisme les voit comme une menace pour les identités nationales. Il émerge en réaction à la mondialisation, à l'immigration et aux courants favorables à l'échange culturel, cherchant à défendre les cultures locales contre l'homogénéisation.

À la fin des années 70, grâce à un entrisme dans la presse, la haute fonction publique et certains mouvements politiques de droite et d'extrême droite, les idées de La Nouvelle Droite ont commencé à sérieusement influencer certains débats publics, médias et discours d'hommes politiques de droite, particulièrement sur l'immigration, le multiculturalisme et même le libéralisme dans la sphère publique.

Le Gallou, l'investigateur du « gramscisme technologique »

L'un des exemples les plus évidents de cet entrisme de La Nouvelle Droite est sans aucun doute Jean-Yves Le Gallou, et, il n'est pas surprenant que son activité ait été reconnue par Kroc Blanc, tant son influence se fait sentir auprès de certains des youtubeurs que nous avons étudiés. Cet éminent membre de La Nouvelle Droite, énarque, s'est initialement engagé, en parallèle de ses activités idéologiques, au Parti Républicain, mouvance annexe de l'UDF[323]. Un temps conseiller municipal RPR[324] à Anthony au côté de Patrick Devedjian[325] en 1983, il fut également l'un des premiers énarques à rejoindre le FN en 1985. Avec ce parti, il sera élu conseiller régional et député européen, avant de rejoindre Bruno Maigret[326] au sein du MNR[327].

[323] Acronyme de Union pour la Démocratie Française

[324] Acronyme de Rassemblement Pour la République

[325] Patrick Devedjian, politique français, a traversé des formations comme Occident, UDR, RPR, UMP et LR. Maire d'Antony de 1983 à 2002 et député des Hauts-de-Seine jusqu'en 2017, il a présidé le conseil des Hauts-de-Seine de 2007 à sa mort, devenue notable en étant la première due au COVID-19 parmi les politiques en exercice.

[326]Bruno Mégret, homme politique français, est connu pour son rôle au sein du Front National avant de fonder le Mouvement National Républicain (MNR) à la fin des années 90. Il a été une figure clé du nationalisme en France, critiquant fortement l'immigration et le multiculturalisme.

[327] Acronyme de Mouvement National Républicain

De nos jours, Jean Yves Le Gallou agit plutôt dans l'ombre des réseaux de droite et d'extrême droite française au sein de ses différents Think Tank comme l'IFRAP[328], Polemia[329] ou encore Le Club de l'Horloge, organisations satellites du GRECE. On lui accorde notamment la paternité de la notion de *« préférence nationale »*, et, il est régulièrement qualifié, par la presse, d'éminence grise de Marine Le Pen ou Éric Zemmour. Son rôle dans l'émergence de vidéastes de droite radicale et d'extrême droite n'est pas visible aux premiers abords mais demeure déterminant. Il est en quelque sorte l'un des initiateurs du socle opérationnel et intellectuel de ces vidéastes. En effet, depuis la fin des années 90, Jean Yves le Gallou s'inscrit dans les orientations gramscistes d'Alain De Benoist et du GRECE (*« Pour un « gramscisme de droite »*[330]). Un tournant de la Nouvelle Droite, qui voit dans les travaux de l'intellectuel d'extrême gauche Antonio Gramsci, une clé de réussite idéologique. Pour ce philosophe italien, rappelons-le, la domination de la bourgeoisie et de l'État capitaliste peut notamment s'expliquer par un consentement populaire obtenu par l'*« hégémonie culturelle »* (Hoare & Sperber, 2019). Cette dernière s'obtient en inculquant ses valeurs, ses idées et ses intérêts à travers l'occupation du champ culturel et artistique.

[328] Acronyme de Fondation pour la Recherche sur les Administrations et les Politiques publiques. Créé en 1985 sous le nom de FRAP et dirigé depuis 2009 par Agnès Verdier-Molinié, l'IFRAP est un think tank libéral enregistré comme lobby à l'Assemblée nationale. Fondé notamment par Jean Yves Le Gallou, il se consacre à l'analyse des politiques publiques, prônant des réformes libérales et la réduction des dépenses publiques.

[329] Polémia est un think tank identitaire dirigé par Jean-Yves Le Gallou. Opérant principalement en ligne, il organise chaque année les Bobards d'Or et le Forum de la dissidence à Paris. Polémia se caractérise par ses positions nationalistes et son analyse critique de l'immigration, du multiculturalisme et de la mondialisation. Il est connu pour promouvoir l'identité et la culture française ainsi que pour critiquer ce qu'il considère comme les excès du politiquement correct et de la pensée unique.

[330] Document visible sur : https://www.revue-elements.com/produit/pour-un-gramscisme-de-droite-pdf/

Néanmoins, il note qu'il est possible de rivaliser avec ces valeurs en menant une *« guerre de position »* (Paris, 1979), une bataille menée par des *« intellectuels organiques »* (Kurzman & Owens, 2002), issus de la classe ouvrière, qui assurent le rôle d'étendards culturels du prolétariat. Ces intellectuels organiques s'appuient alors sur leur expérience personnelle pour développer une idéologie et une production intellectuelle en accord avec leurs intérêts de classe, construisant alors un socle identitaire unifié pour les prolétaires. Selon Antonio Gramsci, ces *« intellectuels organiques »* s'opposent frontalement aux *« intellectuels traditionnels »* qui sont de manière non-exhaustive : les politiques, les universitaires, les chefs religieux ou encore les membres des médias. Ces derniers jouent un rôle important dans le maintien de *« l'hégémonie culturelle »* en évoluant au sein d'institutions respectées et influentes de la société, et en empêchant l'émergence de l'idée qu'un avenir socialement progressiste est possible. L'expression *« Métapolitique »*, extrêmement usitée dans les milieux identitaires, renvoie directement à une réinterprétation de cette théorie gramsciste par La Nouvelle Droite. La *« Métapolitique »* est même devenu un élément de langage symbolique pour les youtubeurs étudiés qui mentionnent régulièrement ce terme et l'utilisent afin de qualifier leur militantisme. Dans cette usage, l'idiome est en partie une référence à une *« Metapolitik »*[331] des identitaires allemands, en désignant par la même occasion, une idéologie traditionaliste d'extrême droite qui voudrait atteindre *« l'hégémonie culturelle »*.

[331] Le politologue américain Peter Viereck introduisit le mot « Métapolitik » afin de désigner les activités des nationalistes allemands comme Richard Wagner.

Depuis ce basculement décisif, La Nouvelle Droite, et plus spécialement Jean Yves Le Galou, s'évertuent à dupliquer cette théorie en contournant les médias *« traditionnels »* par le biais de leurs activités et d'Internet dont ils furent des pionniers politique. Jean-Yves Le Gallou voit très tôt en ce dernier l'apparition et le développement d'un outil qui *« change la donne dans la bataille des idées »*, et, qui permet de s'exonérer de *« la tyrannie médiatique »* en étant indépendant. Cette dernière, selon ses dires, imposerait les dogmes d'une idéologie dominante : *« les bienfaits de la mondialisation, la rupture avec la tradition, la gauche présentée comme ontologiquement meilleure que la droite, et, l'antiracisme et la culpabilisation des peuples »*. Dans *« Douze thèses pour un gramscisme technologique »*[332], Jean Yves Le Gallou résume ainsi les opportunités illimitées du web : *« un moyen de contourner la diabolisation »,* des outils permettant d'*« accroître le contenu disponible en mobilisant toutes les générations »,* la possibilité de *« développer les synergies et explorer la possibilité d'un site de réinformation*[333] *professionnel », « le développement de la radio numérique »*.

[332] Document visible sur : http://archives.polemia.com/article.php?id=1763

[333] La « réinformation » est un terme qui fait généralement référence à la propagation d'informations alternatives qui contestent les consensus médiatiques dominants. Ce concept est souvent utilisé pour contrer ce que ses promoteurs perçoivent comme de la désinformation ou de la manipulation de l'opinion publique. En d'autres termes, la réinformation est une tentative de rééquilibrer le discours médiatique en introduisant des perspectives ou des faits qui sont négligés ou minimisés par les médias traditionnels. Ce mouvement est souvent associé à des groupes qui estiment que leurs points de vue ou leurs préoccupations ne sont pas suffisamment représentés dans le discours médiatique dominant.

Guillaume Faye, une autre figure inspiratrice

Au-delà de cette allusion à l'influence de Jean Yves Le Gallou faite lors d'un direct de Kroc Blanc, mentionnée au début de cette section, notre observation empirique a révélé que l'un de nos six youtubeurs, Daniel Conversano, a entretenu des relations proches avec des personnages liés à la Nouvelle Droite (notamment Jean Yves Le Gallou qui fut invité dans l'une de ses émissions[334]). Conversano se révèle être également un grand admirateur et ami de l'un des anciens membres de cette mouvance, en la personne de Guillaume Faye. Il est d'ailleurs important de noter que le vidéaste a contribué à l'édition de son dernier ouvrage intitulé *« Nederland »*[335], et fut aux côtés de cette ex-figure du GRECE lors des derniers jours avant sa mort, témoignant ainsi d'une proximité intellectuelle et idéologique manifeste. Dans les faits, Faye fut un intellectuel éminent de l'extrême droite et critique, lui aussi, du multiculturalisme. Dans son ouvrage *« Le Système à tuer les peuples »* (Faye, 1981)[336], il soutenait notamment la nécessité de protéger les peuples européens contre les influences étrangères par le biais d'un nationalisme identitaire, en affirmant notamment : *« […] Le nationalisme, c'est la conscience historique de la communauté ethnique, c'est la reconnaissance de la continuité culturelle qui nous unit à nos ancêtres, c'est l'affirmation de notre identité en tant que peuple et en tant que civilisation […] »*.

[334] https://www.youtube.com/watch?v=9VcCyN4iJJs

[335] https://danielconversano.com/product/nederland-guillaume-faye/

[336] Faye, G. (1981) Le Système à tuer les peuples. Paris: Copernic. Print.

Guillaume Faye prônait également une Dans un livre éponyme (Faye, 1998) et de manière récurrente dans ses textes, il souligna aussi, comme ses homologues Le Gallou et De Benoist, l'importance du culte païen, de la race, et surtout du web pour la *« bataille des idées »*. Néanmoins, Faye critiqua la passivité de ses anciens compagnons de La Nouvelle Droite (dont il fut exclu) et s'évertua à donner, en fin de vie, sa vision de la *« Métapolitique »*, qui aura également, comme nous le verrons dans la partie suivante, une influence sur l'extrême droite américaine sur Internet. Selon lui, cette dernière ne serait pas simplement une diffusion passive des idées et des valeurs, mais devrait également être couplée à de l'action. Faye estimait ainsi que la *« stratégie gramscienne »* ne se substitue pas à l'action politique mais qu'elle devrait la compléter.

TVLibertés, le gramscisme en action

L'un des symboles contemporains et manifestes de cette *« stratégie gramscienne »* ou de ces préceptes d'un *« gramscisme technologique »* est une chaîne que nous avons clairement identifié au sein de notre catégorie du YouTube politique *« médias alternatifs »* : TVLibertés. Fondé par Philippe Milliau[337], un ancien du GRECE et du Bloc Identitaire, ce média alternatif de YouTube imite les codes télévisuels des chaînes d'informations grand public en prétendant être une authentique rédaction. TVLibertés mêle ainsi sur son antenne reportages, documentaires, débats et interviews de politiques de droite et d'extrême droite.

[337] Philippe Milliau est un ancien dirigeant du GRECE, Ex-élu Front National puis fondateur du MNR, au côté de Bruno Mégret. Il rejoint en 2008, le Bloc Identitaire dont il sera exclu en 2012. Il participe à la création de TVLibertés dont il est le président depuis 2014. En 2022, Philippe Milliau coordonne la campagne présidentielle d'Éric Zemmour en Bretagne et dans les Pays-de-la-Loire.

Ces types de programmes, dont la majeure partie des sujets tourne autour de l'identité, de l'immigration musulmane ou de l'insécurité sont parfois même présentés par Alain de Benoist[338], Gilbert Collard[339] ou Jean Yves Le Gallou[340]. Lancée en 2016, après des débuts difficiles, sous perfusion financière de mécènes identitaires et soupçonné de recevoir des fonds russes, TVLibertés est devenue une structure importante gérée par une dizaine de salariés. Dans un but de renouveler une image quelques peu surannée et bourgeoise, la chaîne a commencé à promouvoir des jeunes vidéastes d'extrême droite, et, est devenue une référence dans ce milieu politique de YouTube. Par exemple, l'émission *« Bistrot Liberté »*[341], anciennement présentée par Martial Bild[342], est qualifiée ironiquement par certains abonnés des youtubeurs etudiés comme *« le Thierry Ardisson ou le Laurent Ruquier des fachos »*. Cette émission invite régulièrement des youtubeurs d'extrême droite de notre groupe *« Les Réactionnaires »* comme Le Raptor[343], Julien Rochedy[344] ou dans notre sélection, Papacito[345] et Stéphane Edouard[346].

[338] https://www.youtube.com/watch?v=5WQNG2BjrSo

[339] Gilbert Collard est un avocat et homme politique français. Engagé à gauche durant ses débuts politiques puis au centre droit, il soutiendra Marine Le Pen, et, deviendra secrétaire général du Rassemblement Bleu Marine en 2012. Elu député la même année dans le Gard, puis réélu en 2017, il sera l'un des cadres dirigeants du RN. Député européen depuis 2019, il quitte le RN en 2022 afin de rejoindre Éric Zemmour en devenant porte-parole de son parti Reconquête.

[340] https://www.youtube.com/watch?v=l_ThF9YOAe8

[341] https://www.youtube.com/playlist?list=PLp4yPt3crmnHxJDmP39Yp3_t_8XoCq66O

[342] Martial Bild est un journaliste et homme politique français. Membre du Front national de 1980 à 2008, il est l'un des fondateurs du Parti de la France en 2009, ainsi que de TV Libertés en 2014.

[343] https://www.facebook.com/tvlofficiel/videos/zoom-le-raptor-je-naccepte-pas-la-domestication/405862937234070/

[344] Julien Rochedy est un influenceur numérique et ancien homme politique français d'extrême droite. Il milite au Front national de 2006 à 2014, où il assume la fonction de directeur national du Front national de la jeunesse entre 2012 et 2014. Demeurant actif à l'extrême droite, il poursuit ses activités comme entrepreneur et vidéaste. Il crée notamment l'École Major, un institut de formation masculiniste en ligne.

[345] https://www.youtube.com/watch?v=7po_YHU7hKA

[346] https://www.youtube.com/watch?v=UAlZ3njnMLc

Nous observons aussi, depuis la crise sanitaire du Covid-19, la présence d'individus de notre bloc *« Les Souverainistes »* sur ce média alternatif d'extrême droite à l'instar de Greg Tabibian[347], et, des personnalités anciennement médiatiques se définissant de gauche comme l'avocat Juan Branco[348], le journaliste Alexis Poulin ou Didier Maïsto[349], ancien président de Sud Radio. Aujourd'hui les ambitions de ce média alternatif et de ses dirigeants sont claires : mener la bataille culturelle. Sur ce dernier point Marital Bild expliquera même dans une vidéo à Laure Lavalette[350], membre du RN[351] : *« […] 5 millions de vues par mois ce n'est pas confidentiel ! […] TVLibertés c'est plus fort que LCP[352], et que Mediapart[353] sur les réseaux sociaux ou que LCI par mauvais temps […] vous en profitez, je pense que y'auraient plus de Le Pen et Zemmour si on ne menait pas le combat culturel aussi […] Ce n'est pas en collant vos affiches que ça marche, c'est parce nous à longueur d'année, les uns, les autres, bien sûr vous aussi dans les conseils municipaux etc…menons ce combat culturel […] j'y crois aujourd'hui, la métapolitique comme on dit […] ».*

[347] https://www.youtube.com/watch?v=Ky_Re7f1pAg

[348] Juan Branco est un activiste politique et avocat français qui a marqué l'actualité par ses prises de position et ses actions engagées. Il a attiré l'attention en s'opposant à la loi Hadopi et en étant l'un des avocats de Julian Assange. Affichant son soutien à Jean-Luc Mélenchon, il s'est présenté aux élections législatives de 2017 sous la bannière de La France Insoumise, mais n'a pas été élu. Cependant, il a ensuite quitté ce parti pour rejoindre le mouvement des Gilets jaunes, faisant entendre sa voix au sein de ce mouvement de contestation sociale. En 2019, il a publié un pamphlet intitulé « Crépuscule », dans lequel il critique sévèrement Emmanuel Macron et sa politique. Cette publication a suscité de vifs débats et controverses dans le paysage politique français.

[349] Didier Maïsto, éditorialiste et entrepreneur français, a débuté comme pigiste au Figaro Magazine puis a été attaché parlementaire. Candidat aux législatives en 1997, il a écrit "Sexité". Il a rejoint Fiducial comme lobbyiste, puis dirigé Sud Radio avant de collaborer avec RT France et TVLibertés. Se revendiquant de gauche, il est aussi connu pour ses positions populistes et la diffusion du documentaire « Hold-up », source de controverses médiatiques.

[350] Laure Lavalette est une personnalité politique française qui a rejoint le Rassemblement national en 2018. Elle a été élue députée lors des élections législatives de 2022 et est également conseillère régionale de Provence-Alpes-Côte d'Azur depuis 2021.

[351] https://www.youtube.com/watch?v=UAlZ3njnMLc

[352] Acronyme de La Chaîne Parlementaire

[353] Mediapart, fondé en 2008, est un site d'actualité français reconnu pour son journalisme d'enquête et son orientation éditoriale à gauche. Il offre une plateforme où ses journalistes et les utilisateurs publient des articles. Depuis 2019, le journal est détenu par une fondation défendant la liberté de la presse. Grâce à ses enquêtes approfondies, Mediapart a provoqué la démission de personnalités politiques de premier plan, telles que Jérôme Cahuzac, François de Rugy, Michèle Alliot-Marie et Denis Baupin.

Aujourd'hui, TVLibertés semble être, avec d'autres chaînes YouTube de ce type, comme Frontières (ex : Livre Noir[354]) ou Les Incorrectibles[355], un passage incontournable et même un tremplin pour bon nombre d'influenceurs de droite radicale et même de gauche qui souhaitent augmenter leur visibilité. Les influenceurs comme Nicolas Faure[356] et Julien Rochedy[357] y ont même travaillé avant de se lancer dans leur aventure individuelle.

Tepa & MetaTV : la Métapolitique à l'heure de YouTube

Un autre média alternatif qui s'inscrit dans cette démarche gramscienne, et, que nous avons aussi identifié dans notre extraction est MetaTV[358]. Cette chaîne YouTube dont le nom est une évocation claire au concept de *« Métapolitique »* de La Nouvelle Droite, a été créé en 2013 par un collectif associatif mené par Patrick D'Hondt alias Tepa. Ce dernier, décédé d'un cancer en 2019, était un ancien rappeur franco-gabonais, produit autrefois par le label de Kool Shen[359].

[354] Livre Noir est une web TV créée par Erik Tegnér, François de Voyer et Swann Polydor. Son nom s'inspire de l'ouvrage d'Éric Zemmour, « Le livre noir de la droite ». Tegnér, ex-Jeunes Républicains, de Voyer, entrepreneur lié au Rassemblement National, et Polydor, développeur, sont les fondateurs. Bien que son orientation éditoriale soit ouverte, accueillant des voix tant de droite que de gauche, le média est souvent associé à la « droite hors les murs ». Parmi ses invités figurent Éric Zemmour, Marion Maréchal, Laurent Obertone, Thomas Guénolé, Aurore Bergé et Jean Quatremer.

[355] https://www.youtube.com/@LesIncorrectibles

[356] Nicolas Faure, également connu sous le nom de Nicolas Sunrise, est un militant occidentaliste et vidéaste français. En 2016, il a fondé l'association Libertés et Entraide, qui s'oppose à l'immigration clandestine en Bretagne. Il prône la remigration, critique l'antioccidentalisme et se présente comme étant en désaccord avec les politiques européennes.

[357] https://www.youtube.com/watch?v=ePS7rZs7bvs

[358] https://www.youtube.com/channel/UCrCigIUvNqn_HNpzjeHR-Mw

[359] Kool Shen, de son vrai nom Bruno Lopes est un rappeur, producteur français, membre du groupe de rap NTM avec Didier Morville alias Joey Starr.

Ex-militant de l'UPR, il était le principal animateur des contenus de cette chaîne qui s'est fait connaitre pour ses interviews d'écrivains et de polémistes d'extrême droite à l'instar d'Alain Soral[360], de Thierry Meyssan[361][362] ou de Robert Faurisson[363]. Tepa invitera également de nombreux vidéastes comme La Tronche en Biais[364] ou encore Greg Tabibian[365]. Reconnu surtout chez les nationalistes et sur les réseaux identitaires, Tepa et ses émissions sont devenus une sorte de tremplin incontournable, un rite initiatique pour certains vidéastes de notre sélection. Ainsi, Daniel Conversano[366], Papacito[367] et Kroc Blanc[368] furent invités à leurs débuts afin de présenter leurs activités. Kroc Blanc, avec qui, par ailleurs, Tepa produira un rap[369] intitulé *« Dégâts »* dans lequel ils dénoncent un *« racime anti-blanc »*. Avant son décès fin 2019, Tepa quittera MetaTV, et, lancera sa propre chaîne YouTube PatrioteTv sensiblement identique à son ancienne structure. Aujourd'hui, MetaTv et son ancien animateur disparu, font figures d'icônes passées de la dissidence pour les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite de notre sélection.

[360] https://www.youtube.com/watch?v=GSwq6pnAdO4

[361] Thierry Meyssan est le fondateur et président du Réseau Voltaire, une organisation médiatique. Il a acquis une notoriété controversée dans les années 2000 en étant l'un des principaux propagateurs de théories du complot sur les attentats du 11 septembre 2001. Actuellement basé au Moyen-Orient, il entretient des liens étroits avec le Hezbollah ainsi qu'avec les gouvernements iranien et syrien. Ses positions et ses affiliations avec l'extrême droite française ont suscité de vives critiques et débats au sein de la communauté internationale.

[362] https://www.youtube.com/watch?v=yoQK5lreOAY

[363] Robert Faurisson était un universitaire français notoire pour sa négation de l'Holocauste. Il contestait catégoriquement l'existence des chambres à gaz et minimisait les preuves du génocide juif pendant la Seconde Guerre mondiale. Ses théories négationnistes ont été largement réfutées par la communauté universitaire et ont suscité de vives controverses. En raison de ses positions controversées, il a été confronté à des poursuites en justice pour négationnisme, une infraction pénale dans plusieurs pays..

[364] https://www.patriote.info/emissions/meta-tv/zetetique-la-tronche-en-biais-la-demarche-zetetique-meta-tv-3-3/

[365] https://www.patriote.info/emissions/meta-tv/jsuis-pas-content-greg-tabibian-jsuis-pas-content-meta-tv-3-4/

[366] https://www.youtube.com/watch?v=HIPogEsZUEk

[367]https://www.archive.org/details/integrale_des_emissions_de_META_TV_TEPA_telechargement_metatv/

[368] https://www.youtube.com/watch?v=VUfqGW7QwyQ

[369] https://www.youtube.com/watch?v=10VNPSIZRFo

Tepa a même fait l'objet d'hommages funèbres de la part de Daniel Conversano[370] (*« Il nous mettait le pied à l'étrier […] Un pionnier de la dissidence […] Il était là avant nous, c'était un résistant »*), et, dans un direct souvenir de TeddyBoy RSA. Ce dernier en profitera pour promouvoir une cagnotte pour ses funérailles, et, invitera ses auditeurs à archiver tous ses contenus vidéos[371] pour la postérité et la *« cause »*.

Bataille culturelle et Métapolitique

Hormis ces participations dans des médias alternatifs *« Métapolitiques »* hérités de La Nouvelle Droite, les influences de ce mouvement intellectuels identitaires se perçoivent chez les six youtubeurs de notre observation empirique sous différentes formes. La première se remarque au niveau du mode opératoire, dont les grandes lignes gramscistes sont souvent reprises mot pour mot. Ainsi Papacito dans la plupart de ses interviews et vidéos, parle de *« contre Canal+ culturel »*, de *« bataille culturelle qu'il a gagnée »* en voulant imiter *« […] ce qu'Antonio Gramsci a mis en place, qui en fait la révolution de tous les instants dans tout […] dans les médias, dans l'école, dans les universités au sein de la famille, dans la libération de la parole, dans la terreur, dans la violence, dans la coercition, dans toutes les productions artistiques […] »*.

[370] https://www.youtube.com/watch?v=3EWsLaQvvl0

[371] https://archive.org/details/integrale_des_emissions_de_META_TV_TEPA_telechargement_metatv

Lui-même auteur de plusieurs bandes dessinées et d'essais pamphlétaires, il évoque notamment, à l'occasion de la publication d'un ouvrage commun avec Julien Rochedy (Rochedy & Papacito, 2021)[372], la nécessité de produire un espace culturel de droite complet, allant de la bande dessinée, au cinéma en passant par la presse et la littérature. Dans un même registre, Stéphane Edouard évoquera une réflexion similaire[373] : *« […] la gauche a un savoir-faire du « Soft Power » […] j'ai relu y'a pas longtemps la collection Pif de mon enfance et Rahan […] j'ai été esbaudi de la quantité de messages cosmopolites et migratoires de Rahan que j'ai gobé gamin […] tout le monde ne va pas atterrir dans le tamis TVLibertés, de la chaîne YouTube de Stéphane Edouard […] Ce qu'il nous faudrait c'est du cartoon, plus de presse populaire, de dessins animés, de séries populaires dont nous ne serions pas le public cible. […] on ne pourra pas y échapper […] Je connais des influenceurs qui font cela, Papacito pour ne pas le nommer, avec qui je collabore […] Ça sera un tunnel d'entrée […] »*. De son côté, Kroc Blanc, lors d'un entretien, déclarera dans un raisonnement identique : *« […] il y a plusieurs façons de faire de la politique et de mener le combat des idées. Certains font de la politique politicienne, |…] Moi, je fais du combat culturel et métapolitique […] »*[374]. Au-delà de ces exemples de déclarations univoques, ces revendications gramscistes se matérialisent de manière plus concrète chez les vidéastes de notre sélection par une diversification de leurs productions culturelles et de leurs supports. Ainsi, Stéphane Edouard et Papacito, par exemple, ont participé à l'élaboration d'une revue d'extrême droite *« Furia »*[375].

[372] Rochedy, J. & Papacito (2021) Venu Vidi Vici, Menace sur les gauchistes, Edition Hétairie, Brochure, 30 septembre 2021

[373] https://www.youtube.com/watch?v=UAlZ3njnMLc

[374] https://ripostelaique.com/kroc-blanc-un-rappeur-identitaire-droitard-patriote-et-antivax.html?print=print

[375] https://lafuria.fr/

Une revue trimestrielle surnommée le *« Hara Kiri*[376] *de droite »* par la presse, dans laquelle se retrouvent également le dessinateur Marsault[377] (aussi co-auteur des bandes dessinés de Papacito), l'écrivain controversé Laurent Obertone[378], Laura Magné (ancienne éditrice des livres de Papacito chez Ring), Julien Rochedy et d'autres youtubeurs liés à cette mouvance comme Peno La Cuenta ou le Philosef. Cette revue est maintenant installée dans le paysage des kiosques de presse, et, dont ils n'hésitent pas à promouvoir sa sortie dans leurs vidéos et leur contenu sur les réseaux sociaux. De son côté, TeddyBoy RSA (déjà co-auteur d'une bande dessinée[379] avec Kitsuné) a tenté d'autoproduire, via un financement participatif[380], un projet personnel de BD[381] intitulé *« En attendant le Goulag »*. Ce projet sera par la suite abandonné et suscitera de nombreux mécontentements ainsi que des suspicions d'arnaques dans sa communauté. Au moment de l'écriture de cette thèse, il a lancé, avec le même procédé, un projet de jeu de rôle appelé *« La cité des anges »*[382]. Kroc Blanc, lui, est l'auteur d'albums de rap identitaire[383] depuis presque une décennie *(« […] J'ai compris que le rap conditionne le cerveau des jeunes […] J'ai donc décidé de faire un rap blanc et identitaire pour les Gaulois […] »*[384]*)*.

[376] Hara-Kiri était un périodique français créé en 1960 par François Cavanna et le « Professeur Choron ». Ce journal satirique adopte un ton cynique, anarchique et parfois grivois. Le journal a été plusieurs fois censuré, et l'interdiction de la version hebdomadaire, a conduit à la naissance de Charlie Hebdo.

[377] Marsault, est un dessinateur humoristique et auteur de bande dessinée français né le 25 mai 1988. Après avoir quitté l'école à seize ans, il a travaillé en tant que maçon sur des chantiers avant de se lancer dans le dessin pour divertir ses amis. Il s'est professionnalisé par la suite, affirmant être influencé par des dessinateurs tels que Gotlib, Albert Uderzo, Morris et Reiser. Cependant, ses dessins et ses propos ont souvent été au centre de polémiques en raison de son appartenance à l'extrême droite. Marsault est proche de Papacito, avec qui il a collaboré plusieurs fois.

[378] Laurent Obertone est un journaliste, romancier et essayiste français, affilié à la mouvance du libertarianisme conservateur. Ses travaux portent principalement sur la criminologie, les médias et le multiculturalisme. Ses idées et thèses ont une forte influence dans les milieux d'extrême droite et de droite. Il a écrit plusieurs livres à succès, tels que « La France Orange mécanique », « La France Big Brother » et « La France interdite », qui ont connu un grand succès commercial. Cependant, ses ouvrages ont également été l'objet de vives critiques de la part de nombreux médias en raison de leur contenu controversé et de leur ton polémique.

[379] https://fr.ulule.com/teddyboy-Kitsuné/

[380] https://fr.ulule.com/teddyboy-bande-dessinee/

[381] Acronyme de Bande Dessinée

[382] https://www.kickstarter.com/projects/1895905214/2d6-la-cite-des-anges/rewards?lang=fr

[383] https://www.discogs.com/fr/artist/6794486-Kroc-Blanc

[384] https://ripostelaique.com/kroc-blanc-un-rappeur-identitaire-droitard-patriote-et-antivax.html?print=print

Il n'hésite pas d'ailleurs à promouvoir quotidiennement sa production musicale en diffusant des extraits dans son contenu, en publiant des clips de ses morceaux et en assurant le service après-vente de sa boutique dans ses *« lives »*. Kroc Blanc s'est aussi un temps essayé à la production et la direction d'artistes musicaux d'extrême droite via une entreprise nommée Unisson[385]. Daniel Conversano, pour sa part, a choisi la littérature en étant l'auteur de plusieurs essais et romans, et, en éditant les ouvrages d'intellectuels d'extrême droite[386]. Quant à Valek, il commercialisera notamment un essai politisé sous forme de livre numérique pour quelques dizaines d'euros (*« Le Guide Ultime Pour Démonter L'idéologie Antiraciste »*). Il fut vivement critiqué pour la qualité de cette production, et, en ayant eu l'accès, nous confirmons l'extrême amateurisme de cet écrit. Dans notre groupe *« Les Réactionnaires »*, nous pouvons également citer l'Atelier Missor[387][388]. Cette chaîne YouTube met notamment en scène le quotidien esthétisé d'une entreprise de jeunes entrepreneurs qui confectionnent des bustes à l'effigie de Napoléon, Dostoïevski ou encore Nietzsche.

[385] https://www.societe.com/societe/unisson-kroc-blanc-831535869.html

[386] https://danielconversano.com/boutique/

[387] L'Atelier Missor est une chaine YouTube qui suit les aventures de Missor, un sculpteur qui fabrique des bustes en plâtre de personnages historiques pour une clientèle traditionaliste et nationaliste. La chaine est caractérisée par un style viril qui mélange humour et camaraderie.

[388] https://www.ateliermissor.com/

Entre ethnopluralisme et Grand Remplacement

Une autre forme d'influence sous-jacente de La Nouvelle Droite s'observe aussi au niveau de son socle conceptuel, qui est en partie repris chez ces youtubeurs, et, demeure proche des théories du GRECE. Effectivement, la plupart de ces vidéastes de droite radicale adhère à l'idée d'une *« blanchité »* européenne (soutenant les concepts de *« rémigration »* et *de « Grand Remplacement »)*, et, prônent, eux aussi, l'*« ethnopluralisme »*, pilier théorique de La Nouvelle Droite. En d'autres termes, ils défendent l'idée que les nations doivent être maintenues séparées les unes des autres pour préserver la diversité culturelle et éviter tout mélange entre les peuples. Cette position idéologique symbolise ainsi un changement majeur pour ces milieux de droite radicale et d'extrême droite : le passage d'un racisme biologique primaire à une forme de racisme ethnico-culturel. Cela se manifeste à travers différentes nuances adoptées par ces youtubeurs. Daniel Conversano, par exemple, est certainement le plus radical. Se déclarant ouvertement *« raciste »* ou même *« racialiste »*, il se considère comme le défenseur de tous les européens *« autochtones »*, engagés dans une *« guerre culturelle »* pour protéger leur continent du grand remplacement par des immigrés *« allogènes »*[389]. Son point de vue se fonde essentiellement sur l'idée d'une Europe *« blanche »*, point de départ systématique de toutes ses réflexions face caméra. Kroc Blanc, de son côté, est *« […] pour une rémigration maximale des allogènes pour lutter contre le Grand Remplacement qui est une réalité […] »*[390].

[389] Dans le discours politique d'extrême droite, l'expression « allogène » est souvent utilisée pour souligner l'idée que seuls les individus originaires d'une certaine ethnie ou nation ont le droit de faire partie de cette société. Cette terminologie crée une division entre les natifs et les étrangers.

[390] https://ripostelaique.com/kroc-blanc-un-rappeur-identitaire-droitard-patriote-et-antivax.html?print=print

En dénonçant régulièrement, dans ses contenus, les publicités et les vidéos qui mettent systématiquement en scène des personnes de couleurs ou issues de l'immigration, il exprime ainsi son inquiétude quant à l'impact culturel qu'il considère comme nuisible pour la société. Il voit dans ces représentations médiatiques le signe d'une immigration forcée et planifiée, visant à promouvoir le multiculturalisme et le métissage à tout prix, au détriment de l'identité culturelle française. Pour renforcer cette conviction, il réalise également ses propres canulars téléphoniques où il adopte souvent un accent nord-africain afin de piéger des associations d'aide aux migrants[391]. Dans une démarche similaire, TeddyBoy RSA joue régulièrement un personnage avec un accent arabe, brandissant une figurine de chameau pour exprimer son rejet de l'altérité ethnico-culturelle. En ce qui concerne Valek, il affiche un certain attachement pour les Balkans ainsi que son pays d'origine, l'Albanie. Il publiera néanmoins, avec sa propre vision ethnoculturelle, un détournement d'un reportage sur une cité de banlieue où il double ironiquement des maghrébins leur attribuant sarcastiquement des rôles d'ingénieurs[392]. Concernant Papacito, en revendiquant paradoxalement sa *« gueule de mestèque »* ou de *« kébabier »*, il utilise une métaphore allégorique qui oppose symboliquement une boîte de couscous à une fusée Ariane 5, démontrant ainsi avec ironie, la supériorité civilisationnelle des européens : *« […] Je vais sur la Lune avec ça ? on fait quoi avec ça […] on fait un escalier de paquets de couscous pour marcher jusqu'à Saturne […] prenez soin de vos blancs […] »*[393].

[391] https://www.youtube.com/playlist?list=PLtClqw3VCG0XiIsSs16hMNjtzQm8oQlht

[392] https://www.youtube.com/watch?v=h8rmaDBcYqk

[393] https://www.youtube.com/watch?v=Jf_tquQo3ac

Enfin, Stéphane Édouard emprunte une démarche plus nuancée, faisant des clins d'œil presque barrésiens aux *« barbares »* du roman d'Alessandro Barricco[394] (*« Les barbares. Essai sur la mutation »*)[395], lorsqu'il parle d'immigrés, de *« caramélisation »* ou de la *« diversité »*.

Le « gauchisme » et le progressisme en détestation

L'autre idée influente de La Nouvelle Droite, reprise régulièrement par ces vidéastes, est celle d'une critique de la gauche et de son aspect *« progressiste »*. Dans les faits, ils désignent systématiquement dans leurs contenus un ennemi principal : *« le gauchiste »*. À cet égard, ils s'inspirent notamment de la citation de Lénine, *« le gauchisme est une maladie infantile »*, pour exprimer leur mépris envers les idéaux progressistes qu'ils considèrent comme une *« maladie mentale »*. Cette critique du *« gauchisme »* s'exprime également à travers des réflexions sarcastiques sur les changements sociétaux, les minorités et les marginaux, mis en lumière par les vidéos des médias comme Konbini, Brut, Loopsider, ou Mademoizelle.com[396]. Ces youtubeurs dénoncent leur effet sur la jeunesse, considérant cela comme un signe de déclin civilisationnel.

[394] Alessandro Baricco, né le 25 janvier 1958 à Turin, est un écrivain italien renommé, célèbre pour ses romans tels que « Soie », « Novecento : pianiste », « Châteaux de colère » et « Mr Gwyn ». En plus de son travail d'écrivain, il a également contribué au théâtre et au cinéma en tant que dramaturge et scénariste. Son œuvre, caractérisée par un mélange unique de prose et de poésie, a été récompensée par plusieurs prix, dont le Prix Médicis étranger pour « Soie » en 1997. En plus de sa carrière littéraire, Baricco est un intellectuel respecté en Italie, souvent sollicité pour ses opinions sur la littérature et la culture.

[395] Baricco, A. (2014). Les barbares. Essai sur la mutation. Editions Gallimard.

[396] Ce sont des médias numériques qui produisent principalement des vidéos pour des plateformes en ligne telles que YouTube, Facebook, Instagram et X. Ils couvrent une variété de domaines, dont l'actualité, la gastronomie, le sport et la mode, avec une attention particulière portée aux minorités et au féminisme. En utilisant des formats de vidéos courts et des techniques de narration captivantes, ils parviennent à toucher leur public cible principalement via les plateformes de médias sociaux.

Parmi eux, Stéphane Edouard se distingue par la prolifération de vidéos hebdomadaires où il s'attaque, de manière décontextualisée, aux contenus *« progressistes »*, cherchant rigoureusement à contredire la moindre déviance, contradiction ou erreur provenant de ces nouveaux médias en ligne[397]. Cette posture critique du *« gauchisme »* s'accompagne aussi d'une certaine aversion envers le libéralisme économique et le capitalisme, autre aspect clé de l'idéologie de La Nouvelle Droite. Selon ces vidéastes, le *« capitalisme mondialisé »* promeut le progrès dans un but mercantile, menaçant ainsi la préservation de l'identité culturelle et la cohésion nationale. Dans une posture qui pourrait se rapprocher de celle de Michel Clouscard[398] (repris par certains vidéastes politiques[399] comme Alain Soral[400] ou Le Percepteur[401]), ils estiment ainsi qu'un certain libéralisme économique et le progressisme des *« gauchistes »* sont intrinsèquement liés, formant ainsi une *« extrême gauche libérale »* aux logiques capitalistes inassumées et purement consuméristes. Cette forme de libéralisme, en promouvant des changements sociétaux, encouragerait alors une vision individualiste au détriment des nations. Ces vidéastes voient donc dans cette supposée convergence entre progressisme et capitalisme une menace pour l'identité française et appellent à s'en défendre face à leur emprise dans la société contemporaine.

[397] https://www.youtube.com/playlist?list=PLt6tGJ5ZQ9O3IYL6hOi9Re8jE681CPgKs

[398] Michel Clouscard (1928-2009) était un philosophe, sociologue et écrivain français. Selon ses analyses, la social-démocratie a été captée par le capitalisme pour neutraliser les mouvements ouvriers révolutionnaires et ainsi renforcer le système capitaliste. Il développa l'idée d'un « capitalisme de la séduction », où la consommation et le bien-être matériel servent à apaiser les travailleurs, les détournant ainsi de la lutte pour une véritable transformation sociale. Clouscard critiqua également la gauche libérale pour son adhésion à l'idéologie du désir, qui considère que la poursuite du plaisir matériel et de la consommation peut satisfaire les besoins humains fondamentaux et créer le bonheur individuel. Il soutenait que cette idéologie contribue à l'aliénation des individus en les détournant de leur véritable émancipation, les piégeant dans un cycle sans fin de désirs et de consommation.

[399] https://www.youtube.com/watch?v=iKl9bk8BQqY

[400] https://www.dailymotion.com/video/xelott

[401] Charles Robin, plus connu sous le nom de « Le Précepteur », est un influenceur politique et essayiste, proche de l'extrême droite, actif sur YouTube Il compte plusieurs livres à son actif, dont « La gauche du capital : Libéralisme culturel et idéologie du marché », « Itinéraire d'un gauchiste repenti » et « Tous philosophes ? ». Son positionnement global repose sur l'idée d'un intérêt humain universel et d'une société idéale construite à l'échelle individuelle. Il prône le scepticisme et s'oppose fermement au mouvement « woke », critiquant son manque d'universalisme.

Des identités plurielles et des adhésions variables

Néanmoins, il convient de noter qu'au-delà de ces emprunts idéologiques flagrants, l'adoption, par ces youtubeurs, des dimensions paganistes[402], raciales et d'une certaine forme d'antisémitisme latent au sein de ce courant de pensées n'est pas systématique. En effet, ces notions et postures souvent indissociables et étroitement liées aux acteurs de La Nouvelle Droite, connaissent des incohérences, variations et nuances au sein de ces vidéastes. Par exemple, Papacito revendique fièrement son sédévacantisme (catholicisme fondamental), et, s'éloignant des préoccupations purement ethniques des milieux nationalistes, exprime également son admiration pour les femmes traditionnelles africaines. Cette position lui vaudra l'attribution du surnom de *« Kipacito »* par certains identitaires, en raison notamment de son absence d'antisémitisme et de rumeurs conspirationnistes concernant d'éventuels financiers juifs. Valek, quant à lui, utilise occasionnellement des illustrations humoristiques aux sous-entendus antisémites sans en faire une préoccupation principale, et, s'investit activement dans une association qui œuvre pour la restauration des calvaires (Sos Calvaires). En ce qui concerne Daniel Conversano, il adopte une ligne à la fois islamophobe et antisémite, mais modère davantage son antisémitisme dans ses vidéos, se concentrant plutôt sur l'islamophobie par stratégie.

[402] La Nouvelle Droite rejette l'héritage monothéiste de la tradition chrétienne, soutenant que le christianisme a pavé la voie au développement des idéologies telles que le libéralisme et le socialisme. Cette mouvance politique est nostalgique du paganisme de l'Europe préchrétienne et rejette les idées de la « vieille » droite catholique ainsi que celles de la droite néolibérale anglo-américaine. La Nouvelle Droite considère que le retour aux racines païennes de l'Europe permettrait de rétablir une identité culturelle propre, de promouvoir un conservatisme fondé sur les valeurs ancestrales et de s'affranchir de l'influence du christianisme et des idéologies qu'elle estime néfastes.

Bien qu'il s'attaque fréquemment à Valek et Papacito en les accusant de manière risible d'être antiracistes et non-antisémites, cet antisémitisme modéré lui vaudra également, comme Papacito, des accusations de complaisance envers les juifs au sein des milieux identitaires. S'affirmant ne plus être catholique et endossant un héritage païen proche de La Nouvelle Droite[403], il accepte néanmoins l'influence du christianisme et le passé chrétien européen tout en critiquant ses dérives contemporaines telles que le spiritisme et les théories du complot[404]. Concernant Kroc Blanc, il bannit parfois en direct ses abonnés qui tiennent des commentaires extrémistes sur la race, les considérant comme primaires. Il revendique également sa culture chrétienne, comme le montre l'un de ses raps intitulé *« Je vote FN »*[405] où il déclare : *« […] Quels sont mes torts ? Être un mâle blanc hétérosexuel et catholique ? Est-ce pour cela qu'ils m'insultent dans leurs tubes cathodiques ? […]»*. Il soulignera cependant dans de nombreuses interventions sur les réseaux sociaux, qu'il n'est pas croyant n'appréciant guère la mentalité de bigot associé aux *« cathos »*[406]. Enfin, Stéphane Edouard, en mettant parfois en avant l'esthétique de son métissage (*« Ma peau de pêche », « mon teint cacaoté »*), semble privilégier la distinction civilisationnelle plutôt que l'aspect racial. Ces divergences d'opinions et d'adhésions à certains éléments de La Nouvelle Droite mettent ainsi en évidence une certaine nuance de points de vue au sein de cette sphère de créateurs de contenu de droite radicale et d'extrême droite.

[403] https://www.youtube.com/watch?v=yFDFThASb9s
[404] https://www.youtube.com/watch?v=7ymUl5Ocmyc
[405] https://www.krocblanc.fr/kroc-blanc-je-vote-fn/
[406] https://www.facebook.com/krocblanc/posts/1291393570937447/?locale=fr_FR

Une connexion plus nuancée qu'il n'y paraît

En dehors de ces emprunts au *« gramscisme de droite »* et de ces influences idéologiques indéniables, la majorité de ces youtubeurs ne semble pas revendiquer d'affiliations spécifiques ni entretenir de relations affichées avec La Nouvelle Droite. Certains, proches des vidéastes *« Souverainistes »*, évoquent même une méconnaissance voire une hostilité. En effet, hormis le cas particulier de la relation entre Daniel Conversano et Guillaume Faye que nous avons mentionnée précédemment, nous n'avons pu relever qu'un certain nombre de tweets, d'articles et de contenus dans les organes de presse, entités et médias liés à cette mouvance, qui parlent ou traitent de l'actualité de ces vidéastes, souvent par opportunisme ou pour rajeunir leur public. Par exemple, nous avons précédemment cité les différentes invitations chez TVLibertés, mais nous pouvons également mentionner la revue Éléments[407] qui leur a déjà consacré un dossier spécial[408]. Au cours de notre observation empirique, nous avons aussi eu l'opportunité de discuter avec des membres des communautés de ces youtubeurs, dont certains fréquentaient parallèlement des cercles proches ou satellites de La Nouvelle Droite comme l'Institut Iliade. Nous avons également remarqué la participation à des événements liés à cette mouvance par des youtubeurs identitaires externes à notre sélection, à l'instar de Nicolas Faure au *« Forum de la Dissidence »* de Polémia[409]. Cette observation démontre clairement que ces influences sont plus subtiles et qu'elles découlent d'une imprégnation implicite de La Nouvelle Droite dans les milieux de droite radicale sur Internet.

[407] Éléments est une revue française bimestrielle lancée en 1973 qui couvre des sujets culturels, politiques, sociétaux et scientifiques. Elle est rattachée à la Nouvelle Droite et plus largement à l'extrême droite. Bien qu'elle ne se reconnaisse ni dans la droite ni dans la gauche classiques, la revue a accueilli des intellectuels de gauche ainsi que des penseurs d'extrême droite.

[408] https://www.revue-elements.com/produit/36-youtubeurs-dissidents/

[409] https://www.youtube.com/watch?v=PEMsDrgwOTc

Conclusion

Pour conclure cette section consacrée aux racines idéologiques de ces youtubeurs, il est indéniable que l'impact de La Nouvelle Droite est palpable, voire concret. Effectivement, nous avons pu observer que ces vidéastes de droite radicale et d'extrême droite adoptent presque unanimement certains des grands concepts de cette mouvance, tels que *« l'ethnopluralisme »* ou la critique du progressisme et du capitalisme. Ils s'approprient également sa dialectique gramsciste, en utilisant fréquemment des notions telles que *« la bataille culturelle »* et *« la Métapolitique »*, ainsi que son modus operandi en diversifiant leurs productions culturelles pour toucher un plus large public. Il est essentiel également de rappeler que cette influence idéologique n'est pas toujours manifestée explicitement, mais s'exprime plutôt par le contenu des vidéos, les discours et les positions défendues par ces youtubeurs. A la lumière de ces observations, il apparaît alors clairement que la plupart de ces vidéastes de droite radicale et d'extrême droite ont adopté une partie des théories de La Nouvelle Droite, souvent sans en être conscients ou de manière indirecte, influencés notamment par leur présence sur les réseaux sociaux ainsi que par leurs interactions au sein de leur sphère sur le web, imprégnée par les sympathisants, les structures, les membres ou anciens membres de cette mouvance idéologique.

Ce constat confirme divers travaux de recherche dans plusieurs contextes nationaux, tels ceux de Stéphane François (2021) et Tamir Bar-On (2021). Ces derniers ont notamment analysé l'évolution idéologique de La Nouvelle Droite et sa critique traditionaliste de la modernité, expliquant comment ces idées sont intégrées et propagées par les vidéastes américains pour façonner la volonté d'un retour à une forme de société traditionnelle. De même, Nigel Copsey (2020), dans *« Au Revoir to « Sacred Cows »? »* a confirmé l'impact de la pensée de cette mouvance politique française sur l'extrême droite britannique, notamment via les médias sociaux et par des figures influentes sur YouTube. Ces analyses révèlent ainsi, comme la nôtre, une convergence notable entre les stratégies idéologiques de La Nouvelle Droite et l'utilisation innovante des plateformes numériques par des vidéastes d'extrême droite pour toucher et mobiliser un public diversifié, leur permettant de se présenter comme des contre-pouvoirs culturels, contestant la prétendue hégémonie de la gauche et cherchant ainsi à instaurer une nouvelle *« contre-hégémonie culturelle »*. Par ce biais, La Nouvelle Droite influence alors les récits et la communication de l'extrême droite contemporaine, confirmant ainsi l'importance de la dimension culturelle et médiatique dans les dynamiques politiques actuelles.

Finalement, l'influence de cette mouvance sur les vidéastes d'extrême droite étudiés dans nos travaux révèle une tendance plus large, notamment transnationale, de réinterprétations de certaines idées de gauche et de Gramsci dans les milieux de droite et d'extrême droite occidentaux. Cette observation fait écho à de nombreuses études (Neyrat, 2014 ; Carofiglio & Ferrandes, 1986 ; Camus, 2018 ; Cahuzac & François, 2013), qui ont également relevé une appropriation récurrente et contemporaine du *« gramscisme »* par des militants de droite radicale (Nagle, 2017). Ces derniers promeuvent, par ces réappropriations, ce qu'ils considèrent comme une *« révolution conservatrice »* (Lebourg, 2010).

III.2 Alt Right : les modèles outre-Atlantique

Au-delà de leurs inspirations qui, comme nous venons de le voir, peuvent être en grande partie attribuées à La Nouvelle Droite, l'analyse de youtubeurs d'extrême droite français nécessite une analyse d'un autre mouvement, anglo-saxon, qui a manifestement et empiriquement servi de modèle pour les six vidéastes de notre sélection : l'*« Alt-Right »*.

Les origines de l'Alt-Right

Cette appellation, dérivée de *« Alternative Right »*, caractérise une mouvance radicale de droite d'origine américaine, profondément marquée par le nationalisme. Née avec le web 2.0 aux États-Unis à la fin des années 2000, cette mouvance a gagné en influence avec l'élection de Donald Trump[410], s'est internationalisée, puis a légèrement décliné après les événements du Capitole[411].

[410] Donald Trump est un homme d'affaires et homme politique américain. Il a été le 45ème président des États-Unis de 2017 à 2021. Avant de s'engager en politique, il s'était distingué dans le domaine de l'immobilier et en tant que star de télé-réalité. Membre du Parti républicain, Trump a été élu en 2016 après une campagne teintée de controverses et de populisme. Son mandat a connu des tensions politiques, des décisions polémiques et une procédure de destitution inédite, aboutissant à deux mises en accusation.

[411] L'assaut du Capitole le 6 janvier 2021 est souvent associé à l'Alt-Right. Ce mouvement a joué un rôle important dans la propagation de théories du complot et de fausses informations relatives aux élections de 2020, alimentant ainsi la défiance à l'égard des résultats électoraux. Plusieurs des assaillants du Capitole étaient membres de groupes d'extrême droite, dont l'Alt-Right, soulignant le rôle de ce mouvement dans les événements du 6 janvier 2021.

Richard Spencer[412], figure emblématique du nationalisme blanc américain, a été en quelques sortes l'initiateur de ce terme, *« Alternative Right »*[413], en créant notamment un webzine[414] éponyme en 2010 (fermé aujourd'hui). Initialement associée aux lecteurs de ce webzine et aux activistes d'extrême droite des forums (/pol/) de 4chan[415] et Reddit[416], cette appellation *« Alt-Right »* s'est ensuite progressivement étendue à un éventail plus large d'intellectuels, universitaires, journalistes et influenceurs politiques. Sur YouTube, ces personnalités sont légions. Nous pouvons notamment citer Paul Joseph Watson[417] (connu pour son scepticisme envers la science climatique et son opposition à l'immigration), Lauren Southern[418] (ancienne journaliste et militante canadienne qui a effectué des reportages sur l'immigration), Brittany Pettibone[419] (écrivaine connue pour son opposition à l'immigration et au féminisme), Milo Yiannopoulos[420] (britannique se présentant comme un défenseur de la liberté d'expression), ou encore Carl Benjamin[421] (youtubeur qui critique le féminisme et le politiquement correct).

[412] Richard Spencer est une figure emblématique de l'Alt-Right aux États-Unis. Promoteur d'idéologies de suprématie blanche et d'un « Etat ethnique », sa vision a souvent été source de débats et de polarisation. Bien que sa notoriété se soit accrue grâce à diverses plateformes en ligne, c'est avant tout son discours et ses prises de position qui lui ont permis de fédérer une communauté autour de ses idées, tout en suscitant de vives critiques et oppositions de la part de nombreux secteurs de la société.

[413] Le site visait à être un espace pour des idées et des discussions qui étaient souvent en marge ou exclues des plateformes conservatrices traditionnelles. Le contenu du webzine couvrait un large éventail de sujets, mais se concentrait principalement sur des critiques du conservatisme mainstream, des discussions sur l'identité blanche, la diversité, l'immigration, et d'autres sujets qui deviendraient centraux pour le mouvement Alt-Right.

[414] Un webzine, contraction des mots « web » et « magazine », est une publication en ligne qui ressemble à un magazine traditionnel en termes de contenu et de structure, mais qui est diffusée sur Internet plutôt que sur papier. Souvent créés par des passionnés autour d'un thème ou d'un sujet spécifique, les webzines peuvent aborder une multitude de sujets

[415] 4chan est un forum anonyme anglophone de discussions et d'échanges d'images en ligne, créé en 2003 par Christopher Poole. Au départ, il était destiné aux discussions sur la culture japonaise, mais il a évolué pour inclure une grande variété de sujets, allant des mèmes à la politique en passant par la pornographie. Le site est connu pour son manque de modération, ce qui a conduit à des controverses liées au racisme, à l'homophobie et au sexisme

[416] Reddit est un site web américain de discussion et d'actualités sociales, fondé en 2005, qui s'est diversifié au fil des ans et est devenu le 20ème site web le plus populaire au monde en 2020. Sa communauté se rassemble autour d'une culture propre à l'histoire du site et d'Internet en général.

[417] https://www.youtube.com/user/PrisonPlanetLive

[418] https://www.youtube.com/channel/UCla6APLHX6W3FeNLc8PYuvg

[419] https://www.youtube.com/channel/UCesrUK_dMDBZAf7cnjQPdgQ

[420] https://www.youtube.com/user/yiannopoulosm

[421] https://www.youtube.com/user/SargonofAkkad100

Principales caractéristiques idéologiques

La diversité des orientations politiques au sein de cette Alt-Right rend sa définition délicate. Néanmoins, des études approfondies (Nagle, 2017 ; Hawley, 2017) peuvent nous fournir une perspective éclairée sur ses tendances idéologiques dominantes. En premier lieu, ces travaux mettent en lumière la manière dont ce mouvement s'écarte de manière notable des positions idéologiques prises par les conservateurs et néo-conservateurs américains ou britanniques, en privilégiant notamment une approche isolationniste et protectionniste. Au cœur de la pensée de l'Alt-Right se trouve également une certaine nostalgie d'un passé idéalisé, qui se mêle à un attachement aux traditions. Cet ancrage profond dans des valeurs traditionnelles se traduit surtout par une réticence, voire une hostilité, vis-à-vis du concept de progrès et des évolutions socioculturelles ou sociétales qui en découlent. Les porte-paroles de ce mouvement se démarquent ainsi, par une opposition virulente et parfois violente, aux mouvements LGBT, aux *« wokes »* et aux droits des minorités, plaidant pour le retour aux valeurs patriarcales d'antan. Par ailleurs, cette mouvance se distingue également par sa conviction d'une suprématie raciale *« blanche »*. Une perspective racialiste qui se manifeste essentiellement par une critique virulente de l'immigration qualifiée de *« non blanche »*, du multiculturalisme et des politiques de discrimination positive en vigueur aux États-Unis. Cette valorisation de la *« race blanche »* est étroitement liée à un fort nationalisme américain, centré sur une vision d'une identité nationale ethniquement uniforme, typiquement WASP[422].

[422] Acronyme de White Anglo-Saxon Protestant (en français, Blanc anglo-saxon protestant). Il fait référence à un groupe ethnique et culturel spécifique aux États-Unis, principalement composé de descendants de colons anglais

Enfin, l'Alt-Right manifeste une méfiance prononcée envers les institutions, notamment le Congrès, et porte une critique virulente à l'encontre des élites politiques, médiatiques et économiques. Elle cible particulièrement celles d'origine juive, les accusant, dans une perspective antisémite et conspirationniste, d'être responsables de nombreuses trahisons envers la nation nord-américaine.

Des inspirations du côté de La Nouvelle Droite

Ce mouvement se caractérise donc par son extrême radicalité, puisant ses références dans des courants aussi variés et éclectiques que le nazisme, le paléoconservatisme[423], mais aussi du côté de La Nouvelle Droite (Bar-On, 2021). Effectivement, à l'instar de certaines franges de la gauche américaine, qui se sont réappropriées les *« French Theories »*[424], l'Alt-Right a intégré certains préceptes et concepts de penseurs d'extrême droite français. Richard Spencer, par exemple, interagit et dialogue avec des penseurs néo-droitiers français, citant souvent des idées et des auteurs (comme Dominique Venner[425] ou Alain de Benoist) de la mouvance d'extrême droite française, notamment l'*« ethno-différentialisme »* pour légitimer ses thèses sur un nationalisme blanc nord-américain et le séparatisme racial (Teitelbaum, 2020).

[423] Le paléoconservatisme est une idéologie politique originaire des États-Unis qui valorise la conservation de la culture et des traditions. Pour ses adeptes, ces éléments sont fondamentaux en politique et doivent être préservés face aux influences extérieures. Ils se montrent souvent sceptiques envers certaines politiques économiques et organisations internationales, les percevant comme des menaces à la souveraineté nationale et à l'harmonie sociale. Le terme « paléo » évoque leur désir de retourner aux fondements conservateurs, en opposition aux courants libéraux, néoconservateurs ou libertariens

[424] L'expression « French Theories » désigne un ensemble de courants théoriques en sciences sociales qui ont émergé en France dans les années 1960 et 1970. Ces théories, englobant des approches comme le structuralisme, le poststructuralisme, le féminisme, la déconstruction, l'existentialisme, la psychanalyse, la sémiologie et la philosophie, ont été largement influencées par des penseurs tels que Michel Foucault, Jacques Derrida, Jean-François Lyotard, Gilles Deleuze, Jacques Lacan et Roland Barthes. Adoptées par la suite aux États-Unis, elles sont caractérisées par une démarche critique et radicale envers la société

[425] Dominique Venner était un historien et essayiste français, connu pour son engagement dans les mouvements nationalistes et d'extrême droite. Il a été une figure influente de La Nouvelle Droite, prônant un retour aux racines culturelles européennes et critiquant fortement le multiculturalisme et l'immigration. Son suicide spectaculaire en 2013 à la cathédrale Notre-Dame de Paris a marqué les esprits, étant interprété comme un acte de protestation symbolique contre la perte d'identité européenne

Guillaume Faye, l'autre figure de proue de La Nouvelle Droite (cf. III.1), est également une référence majeure pour l'Alt-Right avec ses écrits sur le choc des civilisations et la nécessité de défendre l'identité européenne contre l'immigration et l'islamisation (Camus, 2021). Ses concepts de *« colonisation de peuplement »* et d'*« archéofuturisme »* ont ainsi trouvé un écho particulier chez certains youtubeurs de l'Alt-Right, qui les ont intégrés dans leur propre discours pour promouvoir une vision apocalyptique et radicale du futur des sociétés occidentales (Maly, 2023). L'Alt-Right évoque également la *« métapolitique »* et le *« gramscisme de droite »* de La Nouvelle Droite, témoignant ainsi de sa volonté d'influencer la culture et les idées pour préparer le terrain à d'éventuelles mutations conservatrices des politiques publiques nord-américaines (Gallaher, 2021). Robert Steuckers[426], ancien membre belge du GRECE, et Greg Johnson[427], autre figure de l'Alt-Right, ont joué un rôle clé de passerelle entre ces deux mouvances en traduisant et diffusant les idées et concepts de La Nouvelle Droite en Europe et aux États-Unis.

[426] Robert Steuckers est un intellectuel et essayiste belge, ancien membre influent du Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne (GRECE). Connu pour ses travaux sur le métapolitique, Steuckers s'intéresse particulièrement aux questions de géopolitique, de culture européenne et de paganisme. Ses écrits et conférences continuent d'influencer divers mouvements nationalistes et identitaires à travers le monde.

[427] Greg Johnson est un intellectuel et éditeur américain, connu pour son rôle central dans le mouvement Alt-Right. Fondateur et rédacteur en chef de la maison d'édition Counter-Currents Publishing, il a contribué à la diffusion des idées nationalistes et identitaires en Amérique du Nord. Johnson est particulièrement influent pour avoir introduit et popularisé les concepts de La Nouvelle Droite française auprès du public américain. Ses écrits et conférences abordent des thèmes tels que l'ethno-nationalisme, le traditionalisme et la critique du multiculturalisme, renforçant ainsi les liens idéologiques entre l'Alt-Right et La Nouvelle Droite européenne.

Ces échanges intellectuels se propagent alors dans des conférences ou des revues telles que Counter-Currents[428] aux USA et Éléments en France, et ont notamment abouti au lancement d'une revue annuelle, *« North American New Right »*[429], qui aborde et cite régulièrement des thématiques récurrentes de La Nouvelle Droite française comme l'histoire et la préhistoire européennes ou encore le traditionalisme ésotérique. Ces réseaux de publication jouent ainsi un rôle crucial dans la légitimation de leurs idées auprès d'un public plus large, renforçant ainsi ces influences et inspirations (Bar-On, 2021). Un autre marqueur de cette influence est l'attrait de l'Alt-Right pour le néopaganisme, théorisé par La Nouvelle Droite comme une foi européenne antérieure au christianisme, souvent décrit comme une religion étrangère d'origine sémitique. Ce rejet du christianisme s'accompagne d'une volonté de revenir à des racines culturelles antiques prétendument authentiques et européennes (François, 2018).

[428] Counter-Currents Publishing est une maison d'édition et une plateforme en ligne fondée par Greg Johnson. Elle se spécialise dans la diffusion de livres, d'articles et d'essais portant sur des thèmes nationalistes, identitaires et traditionalistes. Counter-Currents joue un rôle clé dans la promotion des idées de l'Alt-Right en Amérique du Nord, tout en servant de pont intellectuel entre l'Alt-Right américaine et La Nouvelle Droite européenne. La plateforme publie des œuvres de penseurs influents comme Alain de Benoist, Guillaume Faye et d'autres figures de l'extrême droite.

[429] North American New Right (Nouvelle Droite Nord-Américaine) est un mouvement intellectuel et une revue qui se concentre sur ce qu'elle perçoit comme le déclin démographique, politique et culturel des peuples européens en Amérique du Nord et dans le monde. Le mouvement cherche à comprendre et à inverser ces tendances en appliquant les idées de la Nouvelle Droite européenne et des mouvements intellectuels alliés dans un contexte nord-américain. La revue publie des traductions des œuvres de penseurs européens de premier plan, ainsi que des interviews, des articles et des critiques de leurs œuvres

En somme, le socle conceptuel et théorique de La Nouvelle Droite a eu une influence prépondérante et significative sur cette extrême droite alternative américaine. Elle révèle un réseau complexe et interconnecté d'idées et de stratégies entre cette mouvance européenne et l'Alt-Right américaine, interaction qui renforce mutuellement leurs idéologies et stratégies, permettant à ces mouvements d'augmenter leur influence sur la scène politique et culturelle contemporaine. En témoignage de cette inspiration, Richard Spencer a même exprimé son estime pour Faye après son décès, en affirmant : *« […] Guillaume Faye était un visionnaire, un prophète, un stratège, un artiste et un « bon Européen » consommé. Il nous manquera et continuera d'influencer les penseurs de la vraie droite […] »*[430]. Malgré ces influences et des convergences idéologiques manifestes, comme l'opposition à l'immigration, la méfiance envers l'« *establishment »*[431]*,* l'antiégalitarisme et la mise en avant de l'identité culturelle européenne, les liens entre l'Alt-Right et La Nouvelle Droite demeurent des échanges d'idées et du respect mutuel, selon les propres déclarations d'Alain de Benoist. Si l'on se penche sur les postulats fondamentaux respectifs de ces deux mouvances, des divergences surgissent, notamment dans leurs aspects raciaux. Pour l'Alt-Right, la question raciale occupe une place prépondérante alors que pour La Nouvelle Droite, elle est moins centrale. Par ailleurs, cette dernière se caractérise surtout par un intellectualisme très prononcé, faisant écho aux théoriciens, philosophes et écrivains opérant discrètement dans l'ombre des sphères politiques françaises.

[430] https://X.com/richardbspencer/status/1103708246861324288

[431] Le terme « establishment » est couramment utilisé, souvent de manière péjorative, pour désigner une élite sociale détenant un pouvoir significatif sur la société. En français, il pourrait se traduire par « le pouvoir en place » ou « l'élite dirigeante ». Dans une perspective sociologique et politique, l'« establishment » renvoie à l'élite ou au groupe prédominant qui oriente une politique, une organisation ou une institution. Cette élite, généralement auto-sélectionnée et cloisonnée, confère à un segment réduit de la population une influence déterminante. Henry Fairlie a popularisé ce terme pour décrire un réseau d'individus puissants, alors que Ralph Waldo Emerson est crédité pour son introduction du concept aux États-Unis.

En opposition, l'Alt-Right adopte une approche plus directe et radicale dans son nationalisme, souvent en opposition à la démocratie libérale et prônant des actions politiques de manière plus frontale, médiatique et concrète (Maly, 2023 ; Marwick & Lewis, 2017).

Des actions et un militantisme numériques

Cette inclinaison vers l'action politique se manifeste surtout dans les espaces numériques par l'adoption de diverses stratégies, telles que la manipulation de l'information, la *« réinformation »*, ou encore, la diffusion de *« fake news »* et de théories du complot. Cette présence marquée sur les médias sociaux entraine également une production conséquente de contenus vidéos, ainsi qu'un cortège de tactiques d'influences numériques comme l'utilisation de robots, de provocation, du *« trolling »*[432], ou encore, des campagnes de harcèlement en ligne. Leur activité sur ces espaces est également caractérisée par un usage significatif d'une rhétorique ironique et du second degré, ainsi que par la diffusion de symboles distinctifs, que ce soit via des images ou un esthétisme spécifique, réinterprétant souvent l'iconographie fasciste. Cet arsenal de techniques, d'éléments discursifs et de tactiques présentent de fortes ressemblances, voire des similarités évidentes, avec les pratiques des vidéastes de notre catégorie *« Les Réactionnaires »*, particulièrement avec celles des youtubeurs de notre panel.

[432] Le « trolling » se définit comme un comportement en ligne délibérément provocateur, visant à susciter des réactions négatives ou à perturber les échanges. Les trolls sèment la discorde en postant des messages incendiaires, en offusquant les participants ou en détournant les sujets de discussion. Ce comportement peut englober des attaques personnelles, des moqueries, des déclarations fallacieuses et la diffusion de désinformation.

Nous observerons dans la suite de cette partie, et plus généralement, dans les chapitres suivants de cette thèse, que cette ressemblance suggère et confirme un fort mimétisme de cette mouvance Alt-Right dans la sphère numérique de la droite radicale française.

La « meme culture » de l'Alt-Right

L'une des plus symboliques de ces techniques est celle que l'on peut nommer sous l'expression *« meme »*. Avant tout, il convient de rappeler brièvement que le meme est un objet culturel graphique qui se propage principalement via les plateformes et médias sociaux. Puisant son essence du concept introduit par Richard Dawkins (1976), il se manifeste sous diverses formes : images, vidéos ou GIF[433]. Son aptitude à la parodie, sa nature virale et sa place symbolique au sein de la culture web l'érige comme une « *composante importante des échanges en ligne »* (Renaud et al., 2016, p107). Des *« petites blagues, images et messages partagés sur la Toile »* (Renaud et al., 2016, p107) qui se révèlent être des instruments puissants pour occuper les espaces numériques publics et véhiculer les opinions les plus radicales. Les memes aux contenus politiques sont ainsi devenus un outil important dans la communication, servant de porteurs de mécontentement et de colère. Bien que l'exposition à ce type de memes puisse augmenter la participation et l'expression d'opinions en ligne (Halversen & Weeks, 2023), des travaux suggèrent qu'il n'y a pas suffisamment de preuves affirmant qu'ils peuvent conduire à des changements politiques significatifs (Leiser, 2022) ou influencer directement les résultats électoraux (Klein, 2019).

[433] Acronyme de Graphics Interchange Format

En effet, ils semblent plutôt agir sur le terrain émotionnel que par des arguments logiques, utilisant souvent l'humour et la satire pour engager les publics (Way, 2021). Ils sont ainsi perçus comme un moyen facile, souvent cynique et divertissant de participer au discours politique, appréciés surtout pour leur capacité à exprimer une identité sociale ou une forme d'expression de soi, et à divertir.

Si la création de ces memes est à la portée de tout internaute, les membres les plus engagés de l'Alt-Right semblent exceller dans cette discipline. Soupçonnés même par certains chercheurs (Heiskanen, 2017) d'avoir influencé la victoire de Donald Trump en 2016, ces membres constituent des brigades d'élites créatives qui élaborent stratégiquement des memes, conduisant à une véritable bataille esthético-idéologique en ligne, une *« guerre des memes »*. Cette production industrialisée de memes se caractérise surtout par sa régularité, son agilité et son approche itérative. En effet, les créatifs de ces objets visuels, dans une forme d'essai/erreur, testent une multitude de combinaisons de messages et de formats, capitalisant sur ceux qui trouvent un écho et délaissant ceux qui ne *« perceraient pas »*. Ainsi émerge une vaste gamme de memes, certains profondément racistes, fascistes et misogynes, tandis que d'autres sont plus enjoués et modérés. Ces *« memes soft »*, dotés souvent d'une teinte humoristique, peuvent alors servir de tremplins inconscients vers des idéologies et figures plus radicales, modifiant les perceptions et les comportements des internautes en recontextualisant des messages politiques, agissant ainsi comme des vecteurs potentiels de radicalisation (Bülow & Johann, 2023) et de *« dédiabolisation »*.

Sur ce point, McSwiney et Sengul (2023, p. 315), suggèrent notamment que *« […] la frivolité et l'ironie du genre […] permettent d'étendre les limites de ce qui est dicible, rendant potentiellement le contenu plus acceptable pour les audiences non extrémistes […] l'utilisation stratégique de l'humour exclusionnaire fait partie d'un projet plus large de normalisation discursive de l'extrême droite qui (re)légitime simultanément les expressions quotidiennes d'exclusion […] »*. À ce sujet, lors d'une entrevue accordée à Vice[434], Richard Spencer affirmera : *« We memed Alt-Right into existence »*[435], mettant ainsi en lumière, lui-aussi, l'importance cruciale de ces memes humoristiques dans la diffusion auprès du grand public des idéaux de son mouvement. D'après plusieurs observateurs et universitaire, l'Alt-Right semble avoir pris le dessus dans cette *« guerre des memes »* politique, face à une gauche internet dont le sens de l'humour serait en perte de vitesse ou plutôt moribond (Bogerts & Fielitz, 2019). En effet, sous un slogan évocateur, *« Left Can't Meme »* (Watson, 2019) (la gauche ne sait pas créer de memes), l'Alt-Right proclame haut et fort son triomphe dans cette bataille virale. Une affirmation qui repose notamment sur le fait que cette forme spécifique d'iconographie radicale a franchi les frontières et les divisions politiques. L'un des symboles flagrants de cette prééminence est indubitablement *« Pepe The Frog »*[436] (Glitsos & Hall, 2019).

[434] Vice est une entreprise médiatique et de production de contenu fondée en 1994. Se spécialisant dans le contenu destiné aux jeunes adultes, elle aborde des thèmes variés tels que la musique, la mode, la technologie, les drogues et la culture. L'entreprise détient plusieurs chaînes de télévision, magazines, sites web et plateformes sur les réseaux sociaux.

[435] https://www.youtube.com/watch?v=aN8w7lUMc1o

[436] « Pepe the Frog » est un personnage de bande dessinée créé par Matt Furie, initialement conçu pour la série "Boys Club". Au fil du temps, Pepe est devenu un mème internet populaire, utilisé dans divers contextes humoristiques. Cependant, durant les élections américaines de 2016, le mème a été détourné et associé à des mouvements d'extrême droite, ce qui a suscité la controverse. Malgré ces détournements, Pepe demeure un symbole de la culture internet.

Ce personnage incarnant une grenouille, tirée de l'univers des dessins animés et profondément ancrée dans la culture web, a progressivement évolué, suite à sa *« mem-ification »* par l'Alt-Right, pour devenir un emblème numérique de l'extrême droite américaine (Nagle, 2017). L'association de ce personnage animé avec l'Alt-Right et la notion de *« haine »* s'est ensuite davantage cristallisée lorsque Trump partagea délibérément un meme le représentant sous les traits de *« Pepe the Frog »* en 2015, témoignant ainsi d'un reconnaissance publique envers cette sphère alternative d'extrême droite..

Une réappropriation de cette culture visuelle par la « fachophère »

Sans surprise, les rapprochements évidents entre certains membres des forums français politisés comme Jeuxvidéo.com, AveNoël ou Démocratie Participative (dont certains vidéastes politiques) et d'autres militants de l'Alt-Right de 4chan et Reddit, ont conduit à une transmission de cette grenouille parmi les communautés de vidéastes politiques francophones. L'adoption de ce symbole par la sphère identitaire française en ligne s'est notamment manifestée par la création de sa version à l'effigie de Marine Le Pen. Lors de notre observation immersive, nous avons même pris connaissance d'une légende commune ou d'une rumeur circulant au sein d'espaces communautaires, attribuant la paternité de l'importation ou, du moins, de la démocratisation de *« Pepe the Frog »* sur le web français aux vidéastes Raptor[437] et Valek. Ce dernier, grand adepte de ce meme, en a fait une marque de fabrique distinctive, en les dispersant fréquemment dans l'ensemble de ses vidéos.

[437] https://www.jeuxvideo.com/forums/42-51-68316335-1-0-1-0-risitas-et-pepe-the-frog.htm

Plus largement, au-delà du phénomène *« Pepe The Frog »*, il est indéniable que les vidéastes français d'extrême droite se sont largement appropriés cette *« meme culture »* politisée, si emblématique de l'Alt-Right. En effet, en explorant les contenus et les vidéos de Stéphane Edouard, de Papacito et, bien entendu, de Valek (cf. figure 5), il n'est pas rare d'y découvrir fréquemment des références aux memes qui sont populaires parmi leurs homologues américains, notamment ceux qui critiquent le féminisme ou les mouvements *« woke »*. Une enquête journalistique révèle d'ailleurs que Jordan Bardella, dans son adolescence, fut également un adepte de ces espaces numériques très politisés, expliquant en partie son aisance dans la maîtrise de ces symboles et codes. Toutefois, ils ont su également y ajouter leurs touches, reflétant alors le contexte politique français. De ce fait, des adaptations et une version tricolore de cette *« meme culture »* ont émergé.

Le mème de Risitas, par exemple, est sans doute l'un des plus emblématiques de cette tendance. Largement diffusé sur les médias sociaux et les forums, ce meme a su transcender les clivages politiques pour s'universaliser. Il prend sa source dans un extrait vidéo de Juan Joya Borja, acteur et comédien espagnol. Dans cet extrait issu de la télévision ibérique, son élocution, et surtout, son rire si communicatif, rythment le récit d'une de ses anecdotes personnelles. Une signature vocale, inimitable, qui sera maintes fois reprise, détournée et parodiée sur le web, donnant lieu à un véritable phénomène viral ainsi qu'à un ensemble d'expressions et de références, comme *« issou »*[438].

[438] L'expression « Issou » est associée au mème de Risitas, notamment au rire contagieux de Juan Joya Borja, l'homme derrière Risitas. "Issou" est une déformation humoristique du mot "rire" en français. Dans le contexte du mème, cette expression est utilisée pour évoquer quelque chose de drôle ou pour se moquer.

Il existe même une banque d'archives en ligne dédiée à ces détournements et toutes ses variations : la Risibank[439]. Très prisé sur le forum 18-25 de JeuxVideo.com, de nombreuses déclinaisons de ce meme sont principalement l'œuvre de groupes et militants d'extrême droite, cherchant alors à diffuser leurs idées les plus radicales ou à ridiculiser leurs adversaires politiques avec humour et dérision. C'est ainsi que *« le Risitas »* est devenu un marqueur politique identitaire fort, et, qu'il se retrouve régulièrement dans de nombreuses vidéos des youtubeurs de notre sélection.



Figure 5– Tweet du youtubeur Valek représentant « Pepe The Frog », source : X Valek

Un autre exemple est le mème de *« Maître Yoda »*. Ce meme, avec ses nombreuses variations[440], trouve son origine chez Valek (cf. figure 6) qui a été l'un des premiers à l'utiliser. À l'origine, ces memes proviennent d'une vidéo d'un coach de bodybuilding surnommé Maître Yoda, qui exprime son mécontentement envers un de ses athlètes, Lorenzo Becker[441].

[439] https://risibank.fr/

[440] https://www.youtube.com/watch?v=H0JI2hzHfnI&themeRefresh=1

[441] Lorenzo Becker est un bodybuilder et influenceur français connu pour ses vidéos sur YouTube liées à la musculation. Il s'est distingué par son physique impressionnant et a été une figure notable de la communauté française de bodybuilding.

La logorrhée et le ton passionné qu'il emploie dans cette vidéo ont captivé de nombreux internautes, qui en ont extrait plusieurs répliques cultes pour en faire des memes. Sous l'influence notable de Valek et du Raptor (*« […] Moi je croyais que c'était un truc émanant […] mais en fait c'est le Raptor qui a sorti ça […] » Papacito*[442]), ces memes se sont répandus de manière extrêmement virale, notamment dans les milieux de droite et d'extrême droite. Il est désormais largement utilisé dans ces sphères ainsi que chez d'autres vidéastes ou figures politiques qui en font usage sur leurs profils TikTok[443] ou Instagram. La réplique la plus célèbre issue de ces memes *« Maître Yoda »* est sans doute *« Ne t'inquiète pas, ça va bien s'passer »*. Une référence devenue culte dans ce milieu, qui, preuve de son influence, semble avoir même inspiré l'ancien ministre de l'Intérieur, Gérald Darmanin[444]. Celui-ci a notamment rétorqué à la journaliste Apolline de Malherbe[445], lors d'une interview[446]: *« Ne vous inquiétez pas, ça va bien s'passer »*.

[442] https://rss.com/podcasts/burgerring/1149260/

[443] TikTok est une application de médias sociaux pour la création et le partage de courtes vidéos. Fondée en 2016 par l'entreprise technologique chinoise ByteDance, TikTok a rapidement gagné en popularité dans le monde entier.

[444] Gérald Darmanin est un homme politique français. Membre du parti Les Républicains, il a occupé plusieurs postes importants, dont celui de Ministre de l'Intérieur sous la présidence d'Emmanuel Macron. Connu pour ses positions fermes sur la sécurité et l'immigration, il est une figure notable de la droite française.

[445] Apolline de Malherbe est une journaliste et animatrice de télévision française. Elle a travaillé pour plusieurs chaînes, dont BFM TV, où elle a animé et présenté plusieurs émissions d'actualités et débats politiques.

[446] https://www.youtube.com/watch?v=NoU8tLrf-Zc



Figure 6 – Utilisation d'un meme « Maitre Yoda », source : X Valek

De nos jours, ces exemples de *« Pepe The Frog »* français se sont imposés comme de véritables reflexes esthétiques et culturels dans l'univers de ces youtubeurs politiques de droite radicale. Cette usage indissociable de cette sphère a même fait de l'image et des contenus de ces vidéastes, la matière première d'autres memes viraux. Ces derniers élaborés par leurs propres communautés d'abonnés. enrichissent alors une certaine mythologie numérique autour de ces youtubeurs. Des abonnés très actifs créent alors des pages dédiées sur les réseaux sociaux, rassemblant ces memes, souvent sous le label *« neurchis »*[447]. Ainsi, sur les plateformes comme Facebook, TikTok, YouTube ou Instagram, il est courant de tomber sur des comptes dédiés à la diffusion de mèmes célébrant ou compilant les moments phares de Papacito[448], Stéphane Edouard[449], ou encore Valek[450].

[447] Neurchi est un terme verlan dérivé de « chineur », qui désigne à l'origine quelqu'un qui aime dénicher des objets uniques et originaux dans les brocantes. Aujourd'hui, il désigne des pages de réseaux sociaux qui compilent des memes et des vidéos humoristiques.

[448] https://www.youtube.com/@neurchidepapacito1271?cbrd=1

[449] https://www.facebook.com/groups/1541315249395002/

[450] https://m.facebook.com/groups/1475585319262239/about/

Similairement à l'Alt-Right, la sphère identitaire française a ainsi développé une propre *« culture du mème »* (*[…] On oublie qu'a la base il y'a eu de l'audace […] l'installation de codes, les délires Risitas, énormément de choses, la façon de monter, « bien s'passer » […] » Papacito*[451]), avec certains individus qui se sont spécialisés dans la création de ces illustrations humoristiques. Grâce à cette spécialisation, beaucoup ont gagné en notoriété auprès du grand public, leur valant pour quelques-uns d'entre eux, une reconnaissance dans cette sphère. À l'instar de Juliette Briens[452] et de ses memes d'Éric Zemmour, cela a aussi constitué un véritable tremplin vers d'autres structures ou médias d'extrême droite[453] comme Radio Courtoisie[454].

Des emprunts lexicographiques à l'Alt-Right

En lien avec cette intégration et l'adaptation contextuelle de cette *« meme culture »* américaine, de nombreuses expressions sémantiques propres à l'Alt-Right sont également adoptées par ces vidéastes d'extrême droite français. Dans cette optique, nous dressons ci-après une lexicographie concise et explicative. Bien qu'elle ne soit pas exhaustive, elle illustre ces emprunts, en évoquant les termes les plus récurrents et les plus utilisés.

[451] https://rss.com/podcasts/burgerring/1149260/

[452] Juliette Briens est une influenceuse revendiquant des opinions de droite. Elle s'est fait connaître en créant et en partageant sur ses réseaux sociaux des mèmes politiques, dont un grand nombre mettaient en scène Éric Zemmour. Après avoir collaboré ponctuellement avec Sud Radio, elle contribue désormais au magazine L'Incorrect et à Radio Courtoisie, une station dont la ligne éditoriale est souvent associée à l'extrême droite.

[453] https://www.youtube.com/watch?v=cHGqWaYLCxI

[454] Radio Courtoisie est une station de radio française fondée en 1987 par Jean Ferré. Elle se présente comme une « radio libre » offrant un espace d'expression à des voix souvent absentes des médias dominants. Malgré cette ouverture, elle est souvent associée à des opinions conservatrices ou d'extrême droite. La station est connue pour ses débats intellectuels et ses émissions culturelles.

« Woke » , « SJW », « Social Justice Warrior »

Nous l'avons évoqué antérieurement dans notre analyse consacrée au *« YouTube Game Politique »* et à ses trois groupes distincts, le terme *« woke »*, est d'origine américaine. De son côté, le terme *« SJW »*[455], lui aussi originaire des États-Unis, est en quelque sorte un de ses synonymes. En effet, cet acronyme de *« Social Justice Warrior »*, littéralement *« Guerriers de la Justice sociale »*, revêt dans les faits, la même signification. Bien que ces qualificatifs soient originellement positifs en désignant notamment des personnes œuvrant pour l'égalité des droits humains, ils sont désormais employés, surtout par l'Alt-Right, avec des connotations péjoratives. Désormais, ils tendent plutôt à désigner, de manière souvent simpliste et vindicative, une diversité d'individus : du militant de gauche à l'activiste LGBT, en passant par les antiracistes ou encore ceux exprimant des aspirations identitaires et progressistes (Brock, 2015). En ce qui concerne les vidéastes de notre sélection, la majorité d'entre eux utilisent également ce terme, souvent pour évoquer *« les gauchistes »*. Ils recourent parfois à des périphrases telles que *« les cheveux bleus », « les cheveux roses »*[456]*, « le wokistan »*[457], ou encore, les *« wokistes »*. À titre illustratif, Stéphane Edouard consacre plusieurs de ses contenus vidéos[458] à cette thématique.

[455] Acronyme de Social Justice Warrior

[456] Souvent utilisés pour désigner les personnes qui se considèrent comme des justiciers sociaux, et, qui ont des cheveux colorés de manière non naturelle, en particulier les teintes bleues ou rose.

[457] « Wokistan » est un dérivé de woke auquel on a ajouté sarcastiquement le suffixe « -stan ». Un suffixe dont la signification linguistique en persan, ourdou et turc, désigne simplement « le pays de ». Certaines personnes peuvent utiliser ce terme pour dénoncer une forme de censure ou d'intolérance envers les opinions non conformes aux normes dominantes, tandis que d'autres peuvent l'utiliser pour discréditer les luttes pour l'égalité et la justice sociale.

[458] https://www.youtube.com/watch?v=pCdXXoFX-_Q

« Cuck » et « Simp »

Le terme *« Cuck »*, abréviation de *« cuckold »*, trouve ses racines dans une insulte médiévale adressée à un homme dont l'épouse entretenait des liaisons avec un autre homme en toute impunité. Dans le contexte racial américain et sous l'impact sociologique du porno de masse, ce terme est mobilisé aujourd'hui par les adeptes de l'Alt-Right, afin de stigmatiser ceux qu'ils perçoivent comme étant soumis aux diktats étrangers ou, plus symboliquement, à l'homme noir. Autrement dit, il s'agit d'une allégorie suggérant que l'homme occidental blanc se laisserait dominer par des hommes de couleur. Bien que ce terme soit originellement lié à l'extrême droite anglo-saxonne, il convient de noter qu'il a franchi, lui-aussi, l'Atlantique, pour être repris par bon nombre de vidéastes français, en particulier ceux se situant dans la mouvance de la droite identitaire (Bibié & Gaudet, 2018). Ces vidéastes emploient notamment *« Cuck »* pour qualifier des individus jugés trop complaisants envers les minorités ou semblant manquer de virilité.

Parallèlement, *« Simp »*, contraction de *« simpleton »*, est un terme argotique analogue à *« cuck »*. Il est utilisé pour décrire un individu, souvent un homme, montrant une admiration ou une dévotion excessives envers autrui sans qu'il y ait de réciprocité. Dans le discours de l'Alt-Right, un *« simp »* est souvent perçu comme une personne dépourvue d'autonomie émotionnelle, cherchant constamment validation et approbation. Un terme qui est ainsi utilisé fréquemment dans les débats en ligne afin de dénigrer ceux qui sont jugés soumis au système dominant. Tout comme *« cuck »*, *« simp »* a trouvé écho au sein de la sphère d'influence de droite en France, où il est utilisé notamment pour qualifier des individus jugés naïfs ou passifs.

À titre illustratif, le vidéaste Papacito dans une vidéo, utilisera, et par la même occasion, résumera la conception française de ces termes : *« […] Tout est gangréné par le digénisme […] y'a des individus qui ne devraient pas vivre […] mais ils sont là […] ils mangent de la merde, ils votent des lois pour nous […] y'a 1000 ans ils n'existaient pas […] là ils font que des trucs de merde, ils « cuck », ils « simp » […] on subit via la démocratie leurs choix de fils de pute […] les cucks vont se faire massacrer par l'immigration de masse […] »*[459]. Au-delà de ces deux termes, les vidéastes peuvent également innover en y intégrant des insultes typiquement françaises telles que *« islamo-gauchistes »*, *« antiracistes », « simpos »* (cf. figure 7)*, « Babtou fragile »*[460]*, « Golem »*[461]*, « Dhimmi »*[462] *ou,* à l'instar d'Henry De Lesquen, *« candaule »*[463].



Figure 7 – Vignette qui emploie le terme « Simpos » pour « Simp », source, YouTube FdeNews

[459] https://www.youtube.com/watch?v=Bays1GzCpYs

[460] « Babtou fragile » est une expression d'argot français signifiant « blanc fragile ». Utilisée sur les réseaux sociaux, généralement par des personnes de couleur noire, elle sert à se moquer de certains Blancs jugés fragiles ou sensibles. Les identitaires l'emploient aussi sarcastiquement pour désigner les « blancs » soumis aux immigrés africains.

[461] « Golem » est une créature de la mystique juive popularisée par le folklore de l'Europe centrale. À l'origine, c'est une figure d'argile animée par des rabbins pour protéger les juifs des pogroms. Toutefois, dans certains espaces en ligne, cette entité est liée à la culture du troll et à l'antisémitisme. Sur des forums comme 4chan, fréquentés par des individus racistes et antisémites, le terme « golem » décrit des personnes perçues comme programmées pour obéir.

[462] « Dhimmi » est un terme du droit musulman pour les non-musulmans vivant en terre d'Islam. Ces derniers avaient un statut particulier, impliquant le paiement d'un impôt et la loyauté envers l'État musulman, en échange de protection. Actuellement, des militants d'extrême droite l'utilisent pour évoquer les Occidentaux jugés trop conciliants avec les musulmans.

[463] https://www.youtube.com/watch?v=GDbE6dGm6oE

La fenêtre d'Overton ou « Overton window »

Le concept de la *« fenêtre d'Overton »* a été élaboré par l'intellectuel libéral Joseph Overton[464]. Il renvoie à la palette restreinte d'idées politiques jugées acceptables à un instant précis dans le discours public. Intrinsèquement, cette notion suggère que cette gamme d'idées peut évoluer et se déplacer au gré du temps, particulièrement lorsque sont introduits délibérément des sujets qui excèdent les frontières habituellement admises de cette *« fenêtre »*. Cette théorie est couramment mobilisée pour analyser les mutations de l'opinion publique et comprendre comment des politiques jadis perçues comme radicales peuvent graduellement s'ancrer dans la norme. Cependant, il est important de souligner que, malgré son usage répandu, notamment par l'Alt-Right et certains commentateurs politiques américains, le concept présente des lacunes empiriques notables. En réalité, la *« fenêtre d'Overton »* s'apparente davantage à une théorie politique populaire, fréquemment brandie comme instrument rhétorique. En effet, sa mention sporadique dans quelques travaux académiques, ainsi que sa simplification souvent excessive, attestent plutôt d'une utilisation stratégique, visant notamment à conforter des idéologies particulières, à l'instar de celle de l'Alt-Right (Woods & Hahner, 2019). Selon l'anthropologue Lynda Dematteo (Gastineau, 2022), le concept est avant tout un outil de lobbyistes, accaparé par des populistes désirant *« […] repousser les limites du tolérable en utilisant des formes de « déconne provocatrice » […]»*. Elle ajoute que l'Alt-Right a repris ce concept afin de *« […] légitimer leur position et pour faire accepter leurs idées […] C'est là qu'on se rend compte qu'on a déplacé le curseur du schéma d'Overton […] »*.

[464] Joseph P. Overton (4 janvier 1960 - 30 juin 2003) était un militant, avocat et politologue américain. Il a été vice-président du Centre Mackinac pour les politiques publiques, un think tank conservateur.

Dans cette optique, des éléments aussi divers qu'une vidéo publiée par un youtubeur, un tweet émanant de Donald Trump ou encore des échanges sur des forums peuvent, selon certains, influencer le positionnement de la *« fenêtre d'Overton »*. Dans l'internet francophone, cette théorie est également évoquée par des analystes politiques de diverses tendances. Toutefois, à l'image notamment du Raptor qui évoque souvent une volonté non dissimulée de *« décaler la fenêtre d'Overton »*[465], elle est particulièrement prisée et citée par les youtubeurs de l'extrême droite, comme le montre la thèse d'Aurélien Montagner (2020).

Le « Marxisme Culturel »

Le terme *« Marxisme Culturel »* évoque l'hypothèse d'une vaste conspiration orchestrée par un mouvement de gauche. Ce supposé complot aurait pour ambition de propager certaines idées, telles que le féminisme, les droits LGBT, le socialisme, le relativisme, l'immigration et le multiculturalisme (Jamin, 2014). Ceux qui adhèrent à cette théorie sont convaincus que cette conspiration est orchestrée par une coalition d'influents banquiers, de figures juives, d'intellectuels et de ce qu'ils nomment *« l'État profond »*. Il est intéressant de noter que cette conception s'appuie en partie sur les théories élaborées par l'École de Francfort[466] en philosophie, et, s'inspire également du concept de *« bolchevisme culturel »*[467], une expression employée par les nazis avant leur ascension au pouvoir.

[465] https://www.youtube.com/watch?v=OfXuYf6rs40

[466] L'École de Francfort regroupe un ensemble d'intellectuels allemands associés à l'Institut de recherche sociale fondé à Francfort-sur-le-Main en 1923. Spécialisés dans l'analyse interdisciplinaire englobant la philosophie, la sociologie et les sciences politiques, des figures comme Theodor Adorno, Max Horkheimer et Herbert Marcuse ont étudié la culture de masse, la théorie critique et les implications de la modernité. Face à la montée du nazisme, plusieurs de ses membres se sont exilés aux États-Unis, marquant profondément la pensée académique et sociale.

[467] Le terme « bolchevisme culturel » émane de la rhétorique anti-communiste et antisémite du début du XXe siècle, notamment popularisé par les nazis en Allemagne. Il fait référence à une prétendue conspiration menée par des intellectuels et des artistes, fréquemment associés à des origines juives, cherchant à éroder les valeurs traditionnelles de l'Occident au profit d'idées progressistes et avant-gardistes. Bien que dénué de fondement empirique, ce concept a servi d'outil pour discréditer et cibler les défenseurs d'approches progressistes, en les présentant comme des agents de subversion politique et culturelle.

Bien qu'elle trouve ses racines principalement dans la droite radicale outre-Atlantique, la popularité de cette théorie est notable au sein de la « fachosphère » française, notamment chez les six vidéastes de notre panel. Illustrant cette perspective, Daniel Conversano, dans son blog, offre une synthèse de leur vision[468] *: « Le métissage, la gay pride, l'art contemporain qui écrase de tout son poids les velléités résiduelles de création figurative (peindre un visage, un paysage, et en faire un joli tableau), nous, nationalistes, appelons cela le marxisme culturel, et nous voulons y mettre un terme ».*

« RedPill » ou « la pilule rouge »

L'expression *« RedPill »* puise son origine dans une scène mythique du film Matrix. Dans cette séquence, le personnage principal, Néo, est confronté à un choix crucial : opter pour la continuation de son existence dans une réalité artificielle (en ingérant une pilule bleue) ou embrasser la véritable nature du monde (en choisissant la pilule rouge). Transposé au monde numérique, le terme *« RedPill »* trouve d'abord écho sur un forum Reddit où des hommes échangeaient des discours empreints de misogynie, articulant une prise de conscience autour de l'idée d'une domination des hommes par le féminisme (Dignam & Rohlinger, 2019). Ce concept traduisait ainsi une anxiété selon laquelle les hommes blancs verraient leur prééminence sociale et leur emprise sur leurs partenaires féminines s'éroder dans un univers qu'ils ne maîtriseraient plus.

[468] http://danielconversano.over-blog.com/2016/02/les-femmes-blanches-sont-les-plus-belles.html

Progressivement, cette expression gagna en popularité au sein de l'Alt-Right, où elle le mobilisa ensuite comme la métaphore d'une conversion presque instantanée aux idéologies de ce courant. Dans l'écosystème des vidéastes que nous avons étudiés, ceux qui se décrivent comme étant *« redpillés »*, *« dématrixés »* ou ayant *« pris la pilule rouge »* sont perçus comme ayant accédé à une clairvoyance sur *« le réel »*, sous-entendant une adhésion à un certain ensemble d'idées d'extrême droite. Un terme qui est devenu un étendard au sein de l'espace numérique de droite francophone, comme en témoigne la plateforme VA+ qui a inauguré une rubrique[469] *« #RedPill »*. Nous pouvons également mentionner l'influenceuse Estelle RedPill[470], qui a intégré cette notion à son pseudonyme, ainsi que de nombreux internautes, qui affichent fièrement des émoticônes *« pilule rouge »* sur leurs profils de réseaux sociaux.

NPC[471] (ou PNJ[472] en français)

L'acronyme *« NPC »* se traduit par *« non-player character »*. Historiquement ancré dans l'univers des jeux vidéo, il désigne les personnages gérés par l'intelligence artificielle d'un jeu, conçus notamment pour enrichir l'intrigue en interagissant avec les joueurs. Toutefois, la prévisibilité et le caractère répétitif de ces personnages ont souvent été la cible de moqueries de la part des *« gamers »*.

[469] https://www.youtube.com/watch?v=uWgqVUk6mBA

[470] Estelle RedPill est une influenceuse de la droite francophone en ligne. Son pseudonyme, empruntant à la notion de "RedPill" du film Matrix, suggère une prise de conscience face aux discours dominants, positionnant ainsi sa démarche dans une optique contestataire et alternative. https://www.instagram.com/estelleredpill/?hl=fr

[471] Acronyme de Non-Player Character

[472] Acronyme de Personnage Non-Jouable

Ancré dans cette culture vidéoludique[473] et dans la droite alternative, un utilisateur anonyme de 4chan a revisité la signification de *« NPC »*. À travers un post intitulé *« Are you a NPC ? »*, il a été le premier à utiliser cet acronyme comme une métaphore péjorative pour désigner ceux qui adhèrent à des opinions politiques majoritaires ou consensuelles. Une interprétation qui a rapidement eu une viralité au sein de l'Alt-Right, notamment grâce à l'association avec une caricature de Wojak[474], un meme dépeignant un individu simpliste au visage inexpressif. De nos jours, *« NPC »* ou sa variante *« Normie »*[475], sont érigées en insulte commune au sein de l'Alt-Right, utilisées notamment pour railler les libéraux, les *« wokes »*, ou dépeindre des individus perçus comme conformistes. Dans le paysage médiatique français, notamment parmi les vidéastes étudiés, cet acronyme est transposé en *« PNJ »* (Personnage non-jouable), ou même conceptualisé en courant avec *« le PNJisme »*, conservant sa connotation originale. TeddyBoy RSA, évoquant cette notion, déclare : *« […] S'il y'a un fil rouge qui dissocie le joueur du PNJ, c'est l'engagement […] Tu sais on parlait de la pilule rouge et de la pilule bleu […] Le PNJ, ne s'engage pas c'est quelqu'un qui dirige sa vie […] Il prend sa trottinette en costard le matin pour aller travailler sans se poser de question […] »*[476].

[473] L'Alt-Right et la sphère du jeu vidéo partagent des intersections, en particulier avec l'émergence du GamerGate. Initié en 2014, ce mouvement s'est d'abord focalisé sur des questions d'éthique journalistique dans l'industrie vidéoludique. Toutefois, il s'est rapidement mué en une campagne de harcèlement en ligne, visant surtout les femmes et les minorités. Les adeptes de cette campagne ont employé des méthodes telles que le doxxing, les menaces et d'autres formes d'agression en ligne contre ceux qu'ils considéraient comme nuisibles à la culture du jeu. Des connexions marquées se dessinent entre le GamerGate et l'Alt-Right : le premier ayant souvent servi de tremplin à la radicalisation de certains individus vers le second. De plus, les méthodes et la rhétorique du GamerGate ont influencé l'Alt-Right dans la propagation de leur idéologie et l'adhésion de nouveaux partisans.

[474] Wojak est un meme Internet qui représente un personnage masculin simpliste, souvent dépeint avec un visage inexpressif et une apparence générique. Originaire des forums en ligne polonais, Wojak est devenu un symbole récurrent sur des plateformes comme 4chan, où il est utilisé pour illustrer divers sentiments et expériences, allant de la mélancolie à l'euphorie.

[475] « Normie » est un terme issu de la culture Internet désignant une personne suivant les normes sociales dominantes et étrangère aux subcultures en ligne. Utilisé souvent de manière péjorative sur des plateformes comme 4chan, il moque ceux qui ne sont pas familiers avec les mèmes et tendances spécifiques à Internet.

[476] https://www.youtube.com/watch?v=GeioTNk31Qk

Terme	Description et contexte
Woke / SJW	- Initialement utilisés pour désigner des défenseurs des droits humains. - Actuellement utilisés péjorativement, surtout par l'Alt-Right. - Désignent des individus comme les militants de gauche, activistes LGBT et antiracistes. - « SJW » est l'acronyme de « Social Justice Warrior », traduisant l'idée de personnes combattant pour la justice sociale. - Souvent détournés pour critiquer une variété d'individus de manière simpliste.
Cuck / Simp	- « Cuck » est une abréviation médiévale de « cuckold » - Visait un homme dont l'épouse avait des liaisons extra-conjugales. - Actuellement utilisé par l'Alt-Right pour stigmatiser ceux perçus comme soumis. - « Simp » : un individu montrant une admiration ou dévotion excessive sans réciprocité. - Péjoratifs, utilisés pour dénigrer ceux jugés soumis, cherchant validation et approbation.
Fenêtre d'Overton	- Concept élaboré par Joseph Overton. - Décrit la palette d'idées politiques jugées acceptables à un moment donné. - La fenêtre peut évoluer avec le temps. - Utilisée pour comprendre les mutations de l'opinion publique. - Critiquée pour son caractère simplifié.
Marxisme Culturel	- Théorie évoquant une conspiration orchestrée par la gauche. - Diffuse des idées telles que le féminisme, droits LGBT, socialisme. - S'appuie sur les théories de l'École de Francfort. - Popularisée dans la droite radicale. - Reprise au sein de la « fachosphère » en France.
RedPill	- Origine du film « Matrix ». - Dans l'Alt-Right, symbolise une prise de conscience ou conversion. - Associé à l'opposition au féminisme ou à une prise de conscience d'une domination masculine.
NPC (ou PNJ en français)	- Acronyme de énon-player characteré des jeux vidéo. - Revisité par l'Alt-Right pour moquer ceux avec des opinions majoritaires. - Désigne des individus perçus comme conformistes. - En France, transposé en « PNJ ».

Tableau 9 –Récapitulatif de termes empruntés à l'Alt-Right

Une inclination partagée vers le conspirationnisme

Au-delà de la culture du meme et de l'emploi des terminologies que nous venons d'aborder précédemment, un autre aspect caractéristique du militantisme numérique de l'Alt-Right réside dans sa stratégie de désinformation et de propagande. L'Alt-Right et ses mouvances satellites comme QAnon[477], se sont effectivement distinguée par leur capacité à créer et diffuser des *« fake news »* ainsi que diverses théories du complot.

[477] QAnon est une théorie du complot américaine qui prétend l'existence d'une conspiration mondiale contre le président Donald Trump orchestrée par une élite de pédophiles satanistes. Née sur des forums en ligne, elle a gagné en notoriété et s'est répandue à travers diverses plateformes de médias sociaux.

Par exemple, ils peuvent avancer, sans fondement, que les Mexicains seraient à l'origine d'une augmentation de la criminalité ou encore que les élites, qu'elles soient politiques ou médiatiques, orchestreraient un vaste complot. Une désinformation qui ne se déploie pas de façon anodine, mais qui s'appuie sur des stéréotypes négatifs visant notamment à diaboliser et déshumaniser des groupes spécifiques, tels que les minorités ethniques, les élites, ou même leurs adversaires politiques. l est également important de constater que l'Alt-Right peut aller jusqu'à s'adonner au révisionnisme, minimisant ou niant des faits historiques d'une grande gravité, tels que l'Holocauste ou l'esclavage. Ces tactiques, enracinées dans une manipulation délibérée de la vérité, témoignent d'une volonté de remodeler, à l'instar du concept de la fenêtre d'Overton, la perception du public pour servir leurs agendas politiques et idéologiques.

Ces récits ont manifestement inspiré les vidéastes d'extrême droite en France. Des influences qui se manifestent principalement par l'adoption des mêmes théories complotistes americano-centrées, tels que le *« PizzaGate »*[478], le *« Pédo-satanisme des Elites mondialisées »*[479] en lien étroit avec l'*« affaire Epstein »*, ou encore la notion d'*« l'Etat profond »*[480].

[478] Thèse complotiste largement discréditée qui a émergé pendant l'élection présidentielle américaine de 2016. Elle prétendait qu'un réseau pédophile de haut niveau était dirigé par des membres du Parti démocrate américain et impliquait une pizzeria à Washington D.C., la Comet Ping Pong.

[479] Référence à un complot selon lequel des personnalités influentes du monde entier seraient impliquées dans un réseau pédophile secret, pratiquant également des rituels sataniques. L'affaire Epstein a renforcé cette théorie étant donné que Jeffrey Epstein, un financier américain, a été accusé de trafic sexuel de mineures et de diriger un réseau de prostitution. Cette affaire a mis en lumière les liens d'Epstein avec de nombreuses personnalités influentes du monde des affaires, de la politique et du divertissement. Suite à son arrestation en 2019, des documents ont été rendus publics, révélant des noms de personnes ayant voyagé à bord de son avion privé ou ayant séjourné sur son île privée, nommée « l'île des pédophiles ».

[480] Cette théorie du complot affirme qu'un groupe secret et puissant de bureaucrates et d'agents du gouvernement travaille dans l'ombre pour manipuler les politiques et contrôler le gouvernement, souvent au détriment du peuple et des dirigeants élus. Bien qu'il puisse y avoir des éléments de vérité dans l'idée que certaines bureaucraties ont une influence significative, la théorie d'un Etat profond est souvent exagérée et simplifiée à l'extrême.

Toutefois, au-delà de la simple reprise de ces théories, il est intéressant de noter que, à l'image des memes évoqués précédemment, ces influenceurs politiques français ont également intégré des adaptations spécifiquement nationales à ces récits. Des exemples notables incluent la supposée transsexualité de Brigitte Macron, qui rappelle un complot similaire entourant Michelle Obama[481], les allégations concernant la *« pédophilie des élites françaises au Maroc »*[482], rappelant les conspirations des QAnon, ou encore, la remise au goût du jour de théories du complot relatives à des affaires plus anciennes, telles que *« Le Coral »*[483] ou *« l'affaire d'Outreau »*[484].

Parmi les vidéastes que nous avons étudiés, Valek se distingue notamment par la régularité avec laquelle il publie des contenus qui abordent ces théories du complot chers à ses homologues américains. Il aborde les mêmes thèmes conspirationnistes tels que *« Le nouvel ordre mondial »*, *« le Great Reset de Klaus Schwab »*[485] ou encore, *« l'ordinateur de Hunter Biden »*[486].

[481] Une théorie du complot, largement réfutée, qui suggère que Michelle Obama, ancienne Première dame des États-Unis, serait transgenre. Ce bruit de couloir s'est principalement basé sur des analyses fallacieuses et des altérations de photographies et de séquences vidéo. théorie du complot selon laquelle Michelle Obama, l'ancienne Première dame des États-Unis, serait transgenre. Cette théorie est basée sur des interprétations erronées et des manipulations de photos et de vidéos. Elle a été largement démentie.

[482] La théorie de la « pédophilie des élites françaises au Maroc » est une allégation qui a circulé largement, notamment après un déclaration de Luc Ferry, accusant certains membres de l'élite française de s'être livrés à des actes pédophiles au Maroc. Bien que plusieurs noms aient été associés à ces allégations, dont ceux de Pierre Bergé, Jack Lang, Dany Cohn-Bendit et Yves Saint Laurent, il est crucial de souligner que ces allégations n'ont pas été étayées par des preuves solides et demeurent, non confirmées.

[483] L'affaire « Le Coral », survenue en 1982, concerne un scandale de pédophilie et de proxénétisme lié à une institution destinée aux jeunes en détresse, nommée « Le Coral ». Les rumeurs ont été alimentées par des allégations impliquant des personnalités françaises influentes dans ces crimes.

[484] L'affaire d'Outreau, qui s'est étalée de 2001 à 2005, a mis en lumière des accusations de pédophilie à l'encontre de plusieurs personnes à Outreau, une commune du nord de la France. Ce dossier est devenu emblématique des erreurs judiciaires et des défaillances du système juridique français.

[485] https://www.youtube.com/watch?v=3-fcXrJtF0o

[486] https://www.youtube.com/watch?v=0u8JZf5OrOU

Il convient de souligner également que, depuis le début de la crise sanitaire, le *« Great Reset »* et *« Le Grand Remplacement »* sont sans doute les théories du complot les plus largement reprises et diffusées par les vidéastes de notre sélection.

Des divergences notables

Malgré ces exemples d'inspirations évidentes et nombreuses, il est intéressant de souligner d'abord que les youtubeurs français de droite et d'extrême droite ne revendiquent pas une filiation claire avec leurs homologues américains. Certes, quelques figures emblématiques ou affiliées à l'Alt-Right sont parfois citées ou ont même collaboré occasionnellement avec des influenceurs français. C'est notamment le cas de Daniel Conversano[487] qui a édité une version française d'un des ouvrages[488] de Jared Taylor[489], et a notamment invité ce dernier sur sa chaîne. De même, nous pouvons également remarquer des références et allusions régulières aux *« punchlines »* de Jordan Peterson dans les vidéos de Valek et Stéphane Edouard[490]. Il y'aussi la plateforme alternative Gettr[491], associée à l'Alt-Right, qui a, un temps, tenté de nouer des partenariats avec des médias et vidéastes français alternatifs, en voulant étendre son influence sur l'espace numérique francophone.

[487] https://www.bitchute.com/video/iQkNGJiKroAF/

[488] https://danielconversano.com/product/si-nous-ne-faisons-rien-jared-taylor/

[489] Jared Taylor est un activiste suprémaciste blanc américain et éditeur d'American Renaissance, une publication en ligne qui défend le suprémacisme blanc. Proche de l'Alt-Right,il est aussi écrivain et président de la New Century Foundation qui a publié plusieurs de ses ouvrages. Taylor est fréquemment critiqué pour promouvoir des idéologies racistes à travers ses nombreuses participations à diverses organisations.

[490] https://www.youtube.com/watch?v=uODAe2jn8NI

[491] Gettr est une plateforme conservatrice de médias sociaux créée par Jason Miller, ancien porte-parole de Donald Trump. Lancée après la suspension de Trump de plusieurs plateformes suite à l'incident du Capitole en janvier 2021, Gettr se présente comme un champion de la liberté d'expression, s'opposant à la cancel culture. Sur ce réseau, les utilisateurs peuvent écrire des messages de 777 caractères, partager des visuels et se tenir informés des tendances. La plateforme envisage d'ajouter des fonctionnalités de monétisation, de diffusion en direct et de collecte de fonds politiques. Bien que Gettr contienne des contenus en soutien à Trump, certains hashtags manifestent également des tendances racistes et antisémites.

Néanmoins, malgré ces interactions et références occasionnelles, il n'est pas manifeste qu'il existe une relation structurelle ou une collaboration organisée et systématique entre l'Alt-Right et la majorité de ces vidéastes français.

En outre, il est essentiel de mettre aussi en évidence les divergences palpables en termes de radicalisme et d'engagement politique entre ces acteurs. Ces disparités trouvent notamment leur origine dans les spécificités culturelles, législatives et politiques propres à chaque pays. En effet, le contexte ségrégationniste historique des États-Unis, leur législation particulière en matière de liberté d'expression, et leur paysage politique distinctif influencent considérablement les dynamiques de l'Alt-Right. Cette dernière embrasse une diversité de courants, allant des conservateurs les plus tempérés jusqu'aux néo-nazis. L'engagement de ces factions fluctue, depuis les marges des sphères politiques américaines jusqu'aux arcanes gouvernementales et partisanes, comme en témoigne la présence notable de Steve Bannon[492] au sein de l'administration Trump. D'autres individus associés ou affilés à l'Alt-Right ont également fait des percées significatives dans certaines structures du Parti Républicain.

[492] Steve Bannon est un homme d'affaires, dirigeant de médias, réalisateur et producteur de cinéma américain. Figure emblématique du conservatisme proche de l'extrême droite, il a dirigé Breitbart News, se référant à celle-ci comme une « plate-forme de l'alt-right ». En 2016, il devient directeur exécutif de la campagne présidentielle de Donald Trump et, après la victoire de ce dernier, est nommé conseiller stratégique, un rôle spécialement conçu pour lui. Toutefois, son passage à la Maison Blanche est bref, ne durant que sept mois. Bannon continue d'influencer la scène politique, notamment à travers son organisation internationale, The Movemen

Par exemple, des groupes et des militants comme les Proud Boys[493] (Stein, 2019) ou Shane Trejo[494], ont obtenu des positions influentes au sein des structures locales de ce parti, utilisant leur influence pour promouvoir des candidats et des idéologies alignés sur leurs vues extrémistes. Ils ont pu ainsi tisser des liens étroits avec ces sections partisanes, malgré les condamnations en justice de plusieurs de leurs membres. D'autres figures de la mouvance, comme Nick Fuentes[495] (Hawley, 2021), un suprémaciste *« blanc »*, ou Paul Nehlen[496] ont également interagi avec des factions des Républicains, en encourageant des slogans anti-establishment lors d'événements tels que les marches *« Million MAGA »*[497]. Enfin, des personnalités et élus politiques telles que Marjorie Taylor Greene[498] et Paul Gosar[499], membres des Républicains à la Chambre des Représentants, bien qu'ils ne se définissent pas explicitement comme membres de l'Alt-Right, ont également participé à des événements organisés par des groupes de cette mouvance et sont souvent associés à ses discours et ses actions.

[493] Les Proud Boys sont un groupe d'extrême droite fondé en 2016 par Gavin McInnes, un commentateur politique conservateur. Ils se décrivent comme une organisation patriotique pro-Occident, mais ont été largement critiqués pour leurs positions extrémistes et leur implication dans des incidents violents. Les membres des Proud Boys adhèrent à des idéaux masculins traditionnels, rejetant le politiquement correct et soutenant des politiques nationalistes et anti-immigration.

[494] Shane Trejo est un activiste politique d'extrême droite et ancien président du Comité républicain du 11e district du Congrès du Michigan. Il a co-animé un podcast avec un membre du groupe suprémaciste blanc Identity Evropa et a écrit des articles louant les suprémacistes blancs, notamment ceux impliqués dans le rassemblement de Charlottesville en 2017, les qualifiant de « héros des droits civiques ».

[495] Nick Fuentes est une personnalité politique américaine d'extrême droite, commentateur et podcasteur. Il est connu pour ses opinions nationalistes, ses discours antisémites et ses positions contre l'immigration. Fuentes a fondé le mouvement « America First » et est souvent associé à l'alt-right. Il a gagné en notoriété pour ses prises de position provocatrices et a été impliqué dans plusieurs controverses, notamment pour sa participation à des événements comme la marche « Unite the Right" à Charlottesville en 2017. Ses activités et ses discours lui ont valu d'être banni de plusieurs plateformes de médias sociaux et de nombreux critiques.

[496] Paul Nehlen, homme politique américain et ancien homme d'affaires, s'est fait connaître pour ses tentatives de candidature infructueuses au Congrès en tant que républicain dans le Wisconsin. Malgré ses échecs électoraux, il a attiré l'attention des médias en raison de ses opinions controversées sur la race, l'immigration et la religion, souvent qualifiées de racistes et d'antisémites. Cette rhétorique incendiaire l'a associé à l'Alt-Right, suscitant des critiques même au sein de son propre parti. Ses interactions avec ce mouvement ont alimenté les débats sur l'extrémisme de droite et son influence dans la politique américaine.

[497] « Million MAGA » fait référence à un événement ou une manifestation organisée par les partisans de Donald Trump et du mouvement "Make America Great Again" (MAGA).

[498] Marjorie Taylor Greene est une figure controversée de la politique américaine, élue à la Chambre des Représentants des États-Unis pour la Géorgie en 2020. Bien qu'elle ne se revendique pas explicitement de l'Alt-Right, ses déclarations publiques et ses positions politiques l'ont souvent associée à des théories du complot et à des idéologies d'extrême droite. Elle a, par exemple, montré du soutien pour QAnon, une théorie du complot largement discréditée.

[499] Paul Gosar est un homme politique américain et membre du Parti républicain, représentant le quatrième district de l'Arizona à la Chambre des représentants depuis 2011. Ancien dentiste, il est connu pour ses opinions conservatrices et son soutien à Donald Trump. Souvent au centre de controverses, il a été censuré en 2021 pour avoir partagé une vidéo animée violente visant Alexandria Ocasio-Cortez et Joe Biden. Gosar est également lié à l'alt-right, ayant participé à des événements et soutenu des figures controversées de ce mouvement, ce qui lui a valu de nombreuses critiques.

Du côté des youtubeurs français d'extrême droite, nous n'observons pas de personnages aussi radicaux et revendicatifs que les néonazis américains de l'Alt-Right, par exemple. Le contexte législatif et sociopolitique est différent. Ce dernier s'avère notamment marqué par des questions spécifiques à la France, comme la laïcité, les tensions autour de l'islam et de la colonisation française. En outre, contrairement à l'Al-Right et à leurs homologues français *« Progressistes » (*exemple : Dany Caligula à l'université d'été de LFI*)*, ces vidéastes n'ont pas de rôles clés ou officiels dans des partis politiques de premier plan ou des institutions. Même si Papacito évoque des sollicitations antérieures envers lui et ses confrères de la part d'un parti européen[500], les youtubeurs français de cette sphère semblent plutôt entretenir des liaisons discrètes avec des mouvements d'extrême droite, des militants, des élus locaux et des figures politiques liées au RN, à Reconquête et à LR, sans s'impliquer ouvertement ni de manière officielle dans leurs activités ou communications politiques. À ce sujet, David Rachline, ancien responsable de la communication numérique du RN, a expliqué notamment avoir déjà chargé discrètement des militants de surveiller, d'interagir et de diffuser des idées dans les espaces numériques et les communautés de ces vidéastes. Kroc Blanc, par exemple, après avoir longtemps voté pour le RN, montre régulièrement sa carte d'adhérent de Reconquête et se vante d'avoir un carnet d'adresses bien fourni en personnalité politiques, incluant des personnes telles que Julien Odoul[501] et Damien Rieu[502].

[500] Lors d'un podcast, Papacito a partagé une anecdote révélatrice. Il a mentionné qu'au cours des élections européennes, un parti politique européen l'avait approché, ainsi que d'autres vidéastes influents tels que le Raptor. L'objectif de ce démarchage était de les inciter à poser pour une photo arborant un bracelet à l'effigie du parti en question. En échange de cette simple action, une offre financière de 25 000 euros leur avait été proposée

[501] Julien Odoul est un homme politique français ayant été membre de plusieurs partis dont le Parti socialiste et l'UDI avant de rejoindre le Rassemblement national en 2014. Il est élu député de l'Yonne à partir de 2022. Parallèlement à sa carrière politique, il a travaillé comme mannequin et pour le Conseil supérieur de la fonction militaire. Son parcours est marqué par plusieurs controverses, notamment sur des sujets liés à la laïcité et à l'immigration.

[502] Damien Rieu est un militant et homme politique français d'extrême droite. Cofondateur de Génération identitaire, il s'est fait connaître comme l'une des figures médiatiques du mouvement identitaire en France. Après la dissolution de Génération

Ce dernier intervient même parfois dans ses directs[503]. Malgré ces relations, et, souvent mis à l'écart en raison de sa radicalité, il n'a jamais véritablement occupé de fonctions notables au sein des partis politiques de droite et d'extrême droite. D'autres youtubeurs tels que Julien Rochedy (ancienne figure du RN), Stéphane Edouard (précédemment à l'UPR) ou Papacito (anciennement PCF) ont même décidé de rompre avec leurs affiliations officielles et militantes habituelles, souvent à cause de divergences d'opinions ou de tensions internes, choisissant ainsi d'embrasser pleinement le statut de dissident. Valek, quant à lui, revient avec une certaine amertume sur les coulisses des mouvements d'extrême droite comme le Parti de la France. Aujourd'hui, il s'éloigne ainsi des luttes politiques identitaires, les considérant comme stériles et parfois complices avec le pouvoir en place. Contribuant selon lui à une mécanique bien rodée, à une boucle d'actions stériles. Pour la plupart, ils manifestent d'ailleurs, des critiques acerbes à l'égard du nouveau programme politique du Rassemblement National, mettant particulièrement en cause sa leader, Marine Le Pen. En effet, à l'instar de Valek et du Raptor, qui sont souvent très libéraux sur le plan économique et politique, une majorité de vidéastes lui reprochent son penchant pour le *« gauchisme »* et, plus particulièrement, sa tolérance envers un *« islam français »*. A ce titre, ils n'hésitent pas d'ailleurs à la surnommer ironiquement : *« Malika Le Pen »*[504].

identitaire en 2021, il s'engage en politique, devenant assistant parlementaire et candidat du Rassemblement national. En 2022, il rejoint le parti Reconquête et soutient Éric Zemmour lors de l'élection présidentielle, mais échoue aux élections législatives la même année.

[503] https://www.youtube.com/watch?v=jSoa6ODcRQI

[504] https://archive.org/details/MalikaLePenFemmeDeGaucheExpliquezMoiCetteMerde10

À l'image de Papacito[505], de Kroc Blanc, et même de quelques vidéastes issus de notre bloc *« Les Souverainistes »* comme Tatiana Ventôse[506], certains inviteront toutefois, dans une vision de *« moindre mal »*, à voter pour Marine Le Pen lors du deuxième tour des élections présidentielles françaises de 2022 ou RN lors des élections législatives de 2024. Dans leurs propos, ils témoignent plutôt d'une nette préférence pour les positions politiques de Marion Maréchal et vouent une quasi-admiration pour Jean-Marie Le Pen, le patriarche de la famille. Cette admiration s'est notamment illustrée par de nombreux témoignages d'estime et des rencontres, à l'instar de Papacito qui a dîné avec lui (*« […] Je reviens donc du dîner avec le patron. Je suis allé le voir avec Julien Rochedy […] C'est indescriptible de rencontrer Jean-Marie Le Pen […] c'est un homme d'une gentillesse incroyable, chaleureux, accueillants, excessivement cultivé […] serrer la main de Jean-Marie Le Pen, c'est serrer la main dans la France […] il est toujours debout […]je lui ai dit qu'on est là, qu'on poursuit le combat, qu'il n'a pas fait ça pour rien […]* »[507]), ou encore de Kroc Blanc, qui lui a dédié un rap à l'occasion d'un de ses anniversaires[508].

Une autre figure politique pour laquelle ils éprouvent de l'estime et avec laquelle certains de ces vidéastes ont parfois entretenu des relations est assurément Éric Zemmour. Nombre d'entre eux ont d'ailleurs soutenu sa candidature lors de la campagne présidentielle de 2022. Comme nous l'avons mentionné précédemment, Daniel Conversano, par exemple, lui a dédié un livre, tandis que Papacito loue régulièrement son courage et sa virilité intellectuelle.

[505] https://www.youtube.com/watch?v=NkOWZq94gd4
[506] https://www.youtube.com/watch?v=ul1LuaEm__I
[507] https://www.youtube.com/watch?v=hysE4hZvV4U
[508] https://www.youtube.com/watch?v=qDvECAN_6MQ

D'autres vidéastes, tels que Stephen Edouard[509], Valek, ou même Le Raptor[510], adoptent une position moins démonstrative ou plus nuancée. A ce sujet, il est important de noter qu'Éric Zemmour, pendant sa campagne présidentielle, a tenté d'adopter une stratégie similaire à Trump avec l'Alt-Right, en nouant des alliances avec certains de ces youtubeurs influents, saluant, par exemple, publiquement le travail de Papacito lors d'une émission télévisée[511] (*« […] C'est mon ami […] J'aime beaucoup Papacito, c'est un garçon sympathique, très intelligent […] »*). Toutefois, à l'instar des Républicains américains qui tentent aujourd'hui de se distancer de l'image sulfureuse de l'Alt-Right, les partis de droite et d'extrême droite français demeurent généralement prudents et hésitent à s'associer ouvertement ou ostensiblement à des personnalités aussi radicales et parfois sujettes à controverse. Ces relations ambiguës et tendues sont perceptibles dans certains des propos de ces vidéastes. Kroc Blanc, par exemple, évoque une certaine condescendance, voire un mépris de classe, de la part des politiciens traditionnels, les qualifiant de *« bourgeois en costards »* ou de *« bourgeoisie parisienne d'extrême droite »*. Il leur reproche de s'être approprié le créneau identitaire et radical par pur opportunisme, alors qu'il s'y était investi bien avant que cela ne devienne populaire sur le web. Un autre vidéaste de notre bloc *« Les Réactionnaires »*, Baptiste Marchais, ressent et exprime également cette forme d'ostracisation. Selon lui, malgré un premier contact prometteur avec Éric Zemmour, les équipes de campagne de ce dernier auraient finalement décliné toute collaboration.

[509] https://www.youtube.com/watch?v=BwpSkbHf-jc
[510] https://www.youtube.com/watch?v=2pJOm-5vamo
[511] https://www.dailymotion.com/video/x81ts4j

Il dénonce alors une certaine hypocrisie politique, et, résume son expérience par des mots tranchants : *« […] Éric Zemmour et son équipe de campagne m'ont contacté juste avant sa campagne […] Il voulait faire une vidéo. Lui au téléphone il était très chaud […] Il en a parlé à son équipe de campagne. Ils ont été tous contres. Donc ça ne s'est pas fait […] Au cocktail de TVLibertés j'étais le seul influenceur à être là […] Et puis y'a Zemmour […] Le patron de TVLibertés me le présente […] On parle 5 minutes de truc banal, de YouTube. Je pars et j'entends son staff parler de moi […] de dire d'effacer les photos avec Baptiste […] Comme les autres ils font de la politique politicienne […] C'est à peu près ce niveau-là […] C'est de la merde […] Ils ont pris un gros budget, ils se sont fait rembourser la campagne. Les cadres peuvent se verser un gros salaire ça va devenir un 2eme Front National […]»*[512]. Les faits semblent confirmer ses observations. En effet, Zemmour a préféré opter, dans une évidente stratégie d'image, pour des youtubeurs et des médias alternatifs qui ne correspondent pas directement à ses orientations politiques, tels que Thinkerview[513], Le Crayon[514] ou encore Hugo Décrypte[515].

[512] https://www.youtube.com/watch?v=Lw9q-cZKcwE

[513] Thinkerview est une chaîne YouTube qui propose des interviews longues et sans montages. Fondée par Sky, elle vise à offrir un espace de parole à des experts et personnalités sur des sujets variés, allant de la politique à la technologie. Les entretiens, souvent d'une durée d'une à deux heures, se distinguent par leur profondeur. La chaîne privilégie une approche critique et se finance principalement grâce aux dons de sa communauté, refusant toute publicité.

[514] https://www.youtube.com/watch?v=UHzTnVcNHWE

[515] https://www.youtube.com/watch?v=RkH3QjL7O80

Le vidéaste à succès La Boiserie[516], spécialisé dans l'automobile et la mécanique, a même évoqué une demande d'une des responsables de la campagne d'Éric Zemmour, afin de réaliser une vidéo sur sa chaîne mettant en avant le président de Reconquête (*« […] Éric Zemmour a voulu venir faire du Monster Truck chez moi pour sa campagne […] Il y a une fille qui travaille avec Éric Zemmour qui nous envoie un message […] et elle m'a dit « le Z, il voudrait faire un tour de Monster Truck avec toi » […] Et là, j'ai dit : « Bah, moi, je ne fais pas de politique. » […] les gens vont me traiter de raciste alors que je suis le mec le moins raciste de la terre. Je vais avoir une étiquette en mode extrême droite alors que ce n'est pas du tout mon truc […]»*[517] *La Boiserie*). Ces témoignages et ces attitudes mettent ainsi en lumière des tensions et réticences existantes entre les nouveaux acteurs politiques radicaux comme certains de ces youtubeurs, et les structures politiques de droite radicale établies. Il semblerait ainsi que ces dernières ne souhaitent pas effrayer leur électorat cible et, à l'image de l'exemple précédent, préfèrent notamment réaliser des opérations de communication et des collaborations avec des youtubeurs de divertissement moins politisés ou éloignés du monde politique.

[516] Thierry Vigneau Boiserie, né Lucien Cupif, est un influenceur automobile français populaire avec plus de 1,5 million d'abonnés sur YouTube. Autodidacte et passionné de mécanique, il a débuté en rénovant et revendant des motos. Il est également un homme d'affaires prospère, dirigeant plusieurs entreprises, dont une marque de vêtements, une société d'airsoft et une agence de communication. Sa carrière a décollé grâce à ses vidéos excentriques sur les réseaux sociaux, où il partage son amour des sports mécaniques.

[517] https://www.youtube.com/watch?v=FY_xstyhocY

Finalement, nous venons de voir que les vidéastes français diffèrent de leurs pairs américains sur deux aspects majeurs. D'une part, la *« scène française »* ne compte pas d'acteurs aussi radicaux que certains membres de l'Alt-Right aux États-Unis. En effet, à côté de certains de ces activistes américains, plusieurs youtubeurs identitaires français pourraient être perçus comme modérés. D'autre part, à la différence de quelques figures emblématiques ou liées à l'Alt-Right, les vidéastes français ne maintiennent pas de liens officiels ou de rôles spécifiques au sein des partis de droite et d'extrême droite établis.

Conclusion

Pour conclure cette section, il est manifeste que le mouvement Alt-Right, est devenu une référence incontournable pour de nombreux youtubeurs politiques d'extrême droite à travers le monde. Cette influence est d'autant plus perceptible chez les vidéastes que nous avons analysés. Tout d'abord, nous avons pu constater que ce mouvement, associé à des plateformes telles que 4chan et Reddit, prône une suprématie de la *« race blanche »*. Il se montre aussi critique envers l'immigration, le multiculturalisme, et affiche une méfiance envers les institutions, ciblant particulièrement les élites. Bien que l'Alt-Right tire certaines de ses inspirations de La Nouvelle Droite, en reprenant notamment les concepts tels que *« La Métapolitique »* et *« la bataille culturelle »*, nous avons relevé des divergences entre ces deux courants, en particulier sur les thématiques raciales.

L'Alt-Right se distingue également de La Nouvelle Droite par son engagement politique actif, surtout dans le domaine des médias numériques, où elle emploie des pratiques et une rhétorique spécifiques telles que l'ironie, la production vidéo, le *« trolling »* , l'élaboration de théories du complot ou encore, le harcèlement en ligne. Nous avons pu voir que la pratique numérique qui symbolise le plus ce mouvement est le meme. Cette *« culture du meme »*, avec notamment l' exemple de *« Pepe The Frog »* , illustre parfaitement la capacité de l'Alt-Right à propager des idéologies radicales au grand public.

Du côté des vidéastes que nous avons étudiés, il nous semble plus qu'évident qu'ils s'inspirent de ces tactiques numériques et de certains aspects idéologiques de l'Alt-Right. Nous avons pu observer, en effet, à travers plusieurs exemples d'emprunts de memes, de théories conspirationnistes ou encore, de termes précis, que leurs homologues américains constituent de véritables modèles. Nous avons également constaté qu'ils procédaient à des adaptions contextuelles et qu'ils *« francisaient »* beaucoup de ces emprunts. Néanmoins, des distinctions claires existent entre les youtubeurs français d'extrême droite et leurs équivalents américains. A contrario de l'Alt-Right, les premiers ne jouent pas de rôles prépondérants au sein des grands partis politiques, et modulent également leur discours, en raison d'une législation française qui encadre plus la liberté d'expression.

En définitive, notre analyse et nos exemples ainsi que d'autres travaux de recherches, confirment un processus de mimétisme à grande échelle de ce type de courant idéologique, une *« transnationalisation »* (Froio & Ganesh, 2019) de l'extrême droite sur Internet. Un phénomène qualifié de *« Trumpisation des débats politique »* dans la presse[518], qui s'explique en partie par une globalisation de l'espace public numérique ainsi qu'une binarité des débats politiques en ligne (Tucker & al., 2018 ; Figeac & al., 2019) opposant de manière récurrente et mouvante un camp à un autre. Cela est d'autant plus accentué par des militants et des vidéastes français qui, comme certains de notre sélection, *« font la navette »* entre les réseaux sociaux ou forums anglo-saxons, et, leurs équivalents francophones. Nous verrons dans la suite de cette thèse, que ces youtubeurs, ainsi inspirés, ont des techniques, des discours et un*e* rhétorique qui confirmeront à nouveau ces similarités, ce mimétisme et cette proximité avec l'Alt-right dans leurs activités.

[518]Audureau, W. (2021, 20 décembre). Derrière la rumeur sur Brigitte Macron, la crainte de la trumpisation des débats en France. Le Monde. https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2021/12/20/derriere-la-rumeur-sur-brigitte-macron-la-crainte-de-la-trumpisation-des-debats-en-france_6106782_4355770.html

III.3 Des sujets et des thématiques communes

Au-delà des références et influences manifestes de l'Alt-Right et de La Nouvelle Droite que nous avons évoquée précédemment, notre exploration approfondie des contenus de ces vidéastes ont révélé une riche mosaïque de sujets abordés. Ces thèmes, variés et souvent controversés, couvrent un spectre large : des préjugés manifestes contre l'islam, aux débats animés sur la démographie, sans oublier les critiques acerbes du féminisme. Chaque vidéaste, dans sa singularité, traite ces sujets avec une teinte particulière, apportant ses propres variations idéologiques. Toutefois, en dépit de cette diversité apparente, notre immersion empirique a mis en lumière un socle idéologique commun, profondément ancré et radical.

Un socle thématique collectif

Nous avons ainsi pu identifier cinq grandes thématiques récurrentes, presque omniprésentes, qui structurent et orientent leurs discours. Ces axes dessinent les contours d'une vision du monde partagée, et témoignent de l'existence d'une certaine forme de cohérence idéologique sous-jacente.

Il y a tout d'abord la thématique de ***(1) l'insécurité***. Dans leurs propos, nombreux de ces vidéastes cherchent à établir une corrélation entre la diversité culturelle et l'insécurité, voire même le terrorisme.

A l'image de Kroc Blanc[519] et de Daniel Conversano[520], par le biais de revues de presse de faits divers dans leurs vidéos[521], ils mettent souvent en lumière et récupèrent des incidents tragiques tels que l'*« affaire Lola »*[522], *« Le drame de Crépol »*[523] ou encore, *« l'attaque au couteau d'Annecy »*[524]. Ils désignent systématiquement les minorités ethniques, en particulier les maghrébins, comme responsables de ces actes, créant ainsi un climat de ressentiment envers ces populations dans le but de justifier leur argumentation. Cela se fait par le biais d'une focalisation intentionnelle et d'une sélection d'informations, appuyée par exemple sur des problématiques très médiatisées liées à la gestion des MNA[525]. En utilisant également des statistiques ethniques d'autres pays comme l'Allemagne ou la Suède qui leur sont favorables, ou en relayant des comptes X comme Marc Vanguard[526] ou *« l'Observatoire de l'Immigration et de la Démographie »*[527] qui produisent des statistiques et graphiques alternatifs,

[519] https://www.youtube.com/watch?v=nSiFkHxA0fY

[520] https://www.youtube.com/watch?v=Pjb9nsXHY5o

[521] https://www.youtube.com/watch?v=nSiFkHxA0fY

[522] L'affaire criminelle française connue sous le nom de « l'affaire Lola » ou « affaire Lola Daviet » est actuellement en cours d'enquête. Le corps de Lola Daviet, une jeune fille de 12 ans, a été retrouvé dans une malle près de l'immeuble du 19ème arrondissement de Paris où elle vivait avec sa famille, le 14 octobre 2022.

[523] « Le drame de Crépol », concernant le meurtre de Thomas Perotto, un adolescent de 16 ans poignardé lors d'une fête en novembre 2023, a été récupérée par l'extrême droite pour promouvoir des thèses xénophobes. Des groupes d'ultra-droite ont organisé des manifestations violentes, diffusé des informations personnelles sur les suspects, et appelé à des mesures radicales contre les immigrés. Le ministre de l'Intérieur, Gérald Darmanin, a annoncé la dissolution de certains groupuscules impliqués pour tenter de calmer la situation

[524] L'attaque au couteau à Annecy, survenue le 8 juin 2023, a été une tentative de tuerie de masse qui a choqué la France. Un individu a poignardé six personnes, dont quatre enfants en bas âge, sur une aire de jeux près du lac d'Annecy. Les secours ont rapidement été mobilisés, et grâce à l'intervention des forces de l'ordre, l'assaillant a été appréhendé. Les victimes ont été prises en charge, et heureusement, toutes ont survécu malgré certaines graves blessures. L'assaillant, Abdelmasih Hannoun, un réfugié syrien, avait un passé militaire en Syrie et avait vu sa demande d'asile en France rejetée. Les réactions politiques et publiques ont été nombreuses, allant de l'indignation à l'hommage rendu aux héros qui ont tenté d'arrêter l'agresseur.

[525] Acronyme de mineurs non accompagnés (MNA)

[526] Marc Vanguard est un data analyst renommé qui se spécialise dans l'analyse des données démographiques, de la criminalité et de l'économie. Actif sur Twitter sous le pseudonyme @marc_vanguard, il partage régulièrement des statistiques et des analyses sur l'immigration. Ses travaux sont diffusés sur diverses plateformes, y compris sur des sites comme Fdesouche et Boulevard Voltaire, tout en conservant son anonymat.

[527] L'Observatoire de l'Immigration et de la Démographie (OID), créé en 2020 par un groupe de hauts fonctionnaires et de membres de la société civile, se consacre à l'étude et à l'information sur les changements migratoires et démographiques en France. Il vise à informer tant les décideurs que le grand public intéressé par ces sujets sur les plateformes numériques. Cependant, ses analyses sont critiquées pour un manque d'objectivité, certains les jugeant alarmistes vis-à-vis de l'immigration. La controverse autour de l'OID est accentuée par la publication de ses travaux sur des sites connus pour leurs opinions d'extrême droite

ils établissent ainsi un lien systématique entre l'insécurité et la simple origine *« ethnico-culturelle »* des agresseurs. Stéphane Edouard justifie subtilement ce sentiment sur leur vision du profil type des délinquants : *« […] Une fois, c'est une occurrence. Deux fois, une coïncidence. Trois fois, une récurrence […] »*. Dans le même ordre d'idées, Papacito émettra aussi son explication sur l'insécurité en faisant référence à sa vision de l'histoire politique française[528] : *« […]150 ans de Parti Communiste et maintenant les profs se font braquer par des banlieusards dans leur salle de classe…en fait, ils ont le colissimo civilisationnel qu'ils avaient commandé y'a 60 ans […] »*. De leur côté, Valek (*« […] Je pourrais dormir sur mes deux oreilles quand mes gosses rentreront de l'école et qu'ils ne finiront pas en morceaux dans une valise ou poignardée dans leur berceau […] »*[529]) et Daniel Conversano (*« […] Le sentiment d'insécurité nait d'un trop grand nombre d'étranger qui vivent sur le territoire européen […]»*[530]) vont jusqu'à affirmer qu'ils ont quitté la France en partie en raison de l'insécurité[531], qu'ils attribuent, selon les mots de Conversano, à l' *« immigration extra européenne »* et à la *« bougnoulerie »*.

[528]https://fr-fr.facebook.com/tvlibertes/videos/bistro-libert%C3%A9s-avec-papacito-les-profs-ont-vot%C3%A9-pc-et-aujourdhui-se-font-braque/471379460147332/

[529] https://www.youtube.com/watch?v=Bg1zCbBgKB4&t=308s

[530] https://www.youtube.com/watch?v=zGK2cShlwRI

[531] https://www.youtube.com/watch?v=3vbKxCXfMXE

Nous venons de le suggérer à l'instant, relié à l'insécurité, une autre thématique récurrente chez ces vidéastes se dégage : ***(2) l'immigration***. En effet dans leurs propos, ils mettent souvent l'accent sur les questions migratoires afin de susciter une peur envers les migrants et les réfugiés. Comme nous l'avons déjà souligné en observant l'influence de La Nouvelle Droite sur ces youtubeurs cette thématique de l'immigration est intrinsèquement liée à la notion d' *« ethnopluralisme »* propre à cette mouvance. Cette notion, rappelons-le, en se présentant comme une préservation apparemment légitime de toutes les identités, se traduit surtout chez ces vidéastes, par la conviction que les nations sont des entités claires et bien définies. A leurs yeux, elles doivent donc demeurer distinctement séparées afin de conserver la diversité ethnique d'une part, et d'éviter tout mélange entre elles d'autre part. Par conséquent, ils suggèrent, chacun à leur manière, que l'immigration incontrôlée menace l'identité française, ou pour Daniel Conversano, européenne. Stéphane Edouard, par exemple, en utilisant des stéréotypes négatifs sur leurs accents ou modes de vie[532], et, en réinterprétant la théorie marxiste, présente les immigrés ainsi que certains français d'origine africaine comme faisant partie du *« lumpenprolétariat »*[533] (la *« racaille du bas »*) voulu par les dirigeants politiques (la *« racaille du haut »*).

[532] https://youtu.be/YdMW_1OIRnc?list=TLPQMTkwMjIwMjPiCp4WS__-VQ&t=454

[533] Le terme « lumpenprolétariat » est un concept marxiste souvent utilisé par les youtubeurs d'extrême droite pour décrire les immigrés situés en marge de la société. Le lumpenprolétariat se compose généralement de personnes marginalisées, désaffiliées du système économique et souvent impliquées dans des activités informelles, illégales ou précaires. Selon Karl Marx, le prolétariat est la classe ouvrière qui vend sa force de travail pour survivre, tandis que le lumpenprolétariat est une classe sociale dégradée et déclassée, souvent associée à la criminalité, à la prostitution, à la mendicité ou à d'autres formes de comportements déviants.

Ce discours s'appuie notamment sur d'anciennes déclarations réinterprétées et décontextualisées[534] de Georges Marchais[535] (que ces vidéastes évoquent fréquemment), faisant croire que même le PCF percevait l'immigration comme une démarche machiavélique orchestrée par le patronat et les élites. Cette opposition nette à *« la diversité »*, d'après leurs dires, mène ainsi à l'hybridation des peuples au profit de l'agenda des *« mondialistes »*, tels que Georges Soros ou Klaus Schwab. A cet égard, à l'instar du *« Grand Remplacement »* qu'ils défendent, les phénomènes migratoires sont souvent interprétés par ces vidéastes comme des tentatives délibérées de transformer la nation française, y compris ses campagnes et ses territoires ruraux (*«[…] Tu vas rien faire, tu vas pleurer quand tu auras mangé ton globalisme de gré ou de force et qu'ils auront inondé les campagnes françaises avec leur politique migratoires[…] » Valek*[536]), dans le but d'instaurer le multiculturalisme qu'ils rejettent majoritairement. Dans cette perspective, ils esquissent également une image des immigrés, notamment ceux de confession musulmane, les présentant comme une menace primitive envers les femmes de l'Occident. À ce propos, Kroc Blanc, malgré son opposition tranchée à l'idée d'un islam français, considère paradoxalement cette religion comme un outil de contrôle nécessaire face à ce qu'il perçoit comme une violence culturelle inhérente aux peuples immigrés africains.

[534] https://www.vie-publique.fr/discours/252233-lettre-ouverte-de-m-georges-marchais-secretaire-general-du-pcf-m-s

[535]Georges Marchais (1920-1997) était un homme politique français qui a été secrétaire général du Parti Communiste Français (PCF) de 1972 à 1994. Il a joué un rôle central dans la politique française, notamment pendant les décennies de la Guerre froide. Marchais était connu pour son franc-parler et son engagement en faveur des travailleurs. Il a été une figure influente du PCF, participant activement aux débats politiques et défendant les idéaux communistes dans un contexte de changement politique et social en France

[536] https://www.youtube.com/watch?v=Bg1zCbBgKB4&t=308s

Il déclare : « *[…] Je suis pour qu'on applique les sanctions de la charia en France aux muzz qui commettent des délits. Les muzz ont une mentalité qui considère que la nôtre est faible comparée à leur système patriarcal sévère qui sanctionne aveuglément. Donc, chez nous, ils s'autorisent des délits et infractions qu'ils ne feraient pas chez eux par peur de la punition […] »*[537]. Au-delà, ils décrivent l'immigration comme une menace qui érode les valeurs fondamentales et l'essence même de la civilisation européenne. À titre illustratif, Daniel Conversano évoque hypothétiquement une présence d'Éric Zemmour au second tour des élections présidentielles et s'exclame : *« Enjeu de civilisation ! [...] La France n'est plus la France parce que ce n'est plus un pays de Français blancs [...] on va remigrer les Arabes, les Noirs [...] c'est ça qu'on veut entendre [...] »*. Néanmoins, sur cette thématique de l'immigration, des nuances se dessinent parmi ces vidéastes. Kroc Blanc, par exemple, défend une *« assimilation très exigeante, destinée à un nombre limité d'immigrés qui doivent démontrer leur loyauté envers la France ainsi que leur contribution »*[538]. De son côté, Daniel Conversano prend une position que nous qualifierons de raciale, en aspirant à une Europe ethniquement homogène. Il n'hésite pas à mentionner d'ailleurs l'ethnie sépharade d'Éric Zemmour comme un frein à son ascension politique, et ce, malgré son soutien pour ce dernier[539]. Papacito, quant à lui, semble avoir une approche plus tempérée, favorisant une sorte d'hyper-assimilation.

[537] https://ripostelaique.com/kroc-blanc-un-rappeur-identitaire-droitard-patriote-et-antivax.html
[538] Ibid.
[539] https://www.youtube.com/watch?v=zGK2cShlwRI

Le troisième thème commun abordé par ces vidéastes est ***(3) la défense des valeurs traditionnelles***. Effectivement, leur discours, empreint d'une profonde nostalgie, évoque souvent un passé français qu'ils considèrent comme glorieux et qu'ils souhaitent préserver. Le terme *« Les Réactionnaires »* s'avère pertinent pour les désigner, car ils semblent constamment s'opposer aux évolutions contemporaines. Concrètement, ils se perçoivent non seulement comme des gardiens de l'histoire, mais aussi comme les protecteurs du terroir et des valeurs traditionnelles de la France. Selon eux, ces éléments fondamentaux de l'identité française sont aujourd'hui menacés par la modernité et les influences étrangères. Leur vision politique est donc profondément ancrée dans une interprétation idéalisée de l'histoire. Dans ce but, à l'instar de Papacito, ils évoquent souvent avec passion des événements historiques tels que la Reconquista, ou des récits d'un *« lourd Moyen Âge »*[540]. Des faits historiques et des époques, selon eux, caractérisés par un *« ordre naturel »*, des rapports de force clairs et des hiérarchies bien établies, en opposition totale avec l'égalitarisme contemporain qu'ils considèrent comme une aberration. Cette critique du progrès ne se limite pas à l'histoire ; ils manifestent également un dédain prononcé pour l'art contemporain et l'architecture moderne, les accusant de manquer d'âme et de substance. En revanche, leur admiration est particulièrement palpable pour l'art classique, l'esthétique de l'Antiquité et l'architecture gothique, qu'ils voient comme des témoignages intemporels de la grandeur culturelle, hellénique et chrétienne de la France.

[540] https://www.youtube.com/watch?v=v6vvySCHlmQ

Par ailleurs, comme nous l'avons vu avec les termes tels que *« SJW »* ou *« woke »* (cf. II.2.2), ces vidéastes partagent avec l'Alt-Right une méfiance, voire une hostilité, envers les écologistes et les progressistes aux idées de *« déconstruction »*. Pour eux, ces mouvements, héritage d'un tragique mai 68, menacent les traditions comme le mariage, la chasse ou la gastronomie française, et par conséquent, l'identité culturelle de la nation. À ce sujet, Stéphane Edouard réalise régulièrement des vidéos dénonçant les pratiques et les sexualités minoritaires, telles que le polyamour[541], le triolisme[542] ou la transsexualité[543].Il voit dans ce type d'émancipations sociétales, ainsi que dans l'égalité des genres ou des chances, une déconstruction des normes traditionnelles et sociales établies. Comme TeddyBoy RSA, citant souvent Frédéric Delavier[544], ils prônent majoritairement un retour à des systèmes familiaux classiques avec un père *« qui ramène les calories »* et une mère *« [...] qui s'occupe du foyer et des enfants en échange [...] »*, une vision conservatrice hétéronormée et hiérarchique de la société, idéalisant un passé où ces structures sociales étaient prédominantes. Ils appellent ainsi à un retour de la famille nucléaire (*« [...]Comment cela se fait que les journaux du service public essaient de debunker la famille nucléaire et tout ce qui gravite autour ? [...] » Valek*[545]), où le rôle du père est de subvenir aux besoins, tandis que la mère se consacre à l'intendance domestique et à l'éducation de la descendance.

[541] https://www.youtube.com/watch?v=67kvJvQA2eA

[542] https://www.youtube.com/watch?v=ttRaEas4lAY

[543] https://www.youtube.com/watch?v=zCvGNoXJMEI

[544] Frédéric Delavier, reconnu pour ses ouvrages sur la musculation, est devenu une figure controversée en avançant des théories basées sur des stéréotypes raciaux sans fondement scientifique solide. S'appuyant sur des idées obsolètes, il attribue les différences culturelles et économiques entre les régions du monde à des adaptations climatiques, suggérant une supériorité européenne due à son climat. Collaborant avec des nationalistes comme Alain Soral, Delavier voit l'immigration comme une menace pour l'Europe, prônant des mesures radicales pour limiter l'entrée des migrants. Malgré le manque de preuves soutenant ses théories, il trouve un écho auprès de certains groupes nationalistes, utilisant sa notoriété pour promouvoir des idées nationalistes et racistes.

545 https://youtu.be/KF2O1PHffnY?si=mHFicnS0BgvWaKpN

Cette prise de position génère indirectement, chez certains de ces vidéastes d'extrême droite, des affinités ponctuelles avec les musulmans traditionnalistes. Papacito, par exemple, en sédévacantiste, valorise davantage les pudeurs, les traditions familiales et la piété de musulmans très pratiquants face aux *« racailles islamisées »* et aux progressistes décadents. Cette approche, empreinte de paradoxes, rappelle notamment celle de Patrick Buisson[546], qui a, lui aussi, souligné à plusieurs reprises sa préférence pour *« les femmes voilées »* par rapport aux *« bobos en trottinettes »*[547]. Cette posture ne fait pas l'unanimité au sein de cette sphère politique, entrainant, à l'instar du Lapin du Futur, des critiques cinglantes de la part de youtubeurs laïques ou païens d'extrême droite. Ces derniers, les accusant d'être en quelques sortes l'opposé symétrique des *« islamo-gauchistes »* : des *« islamo-droitards »*, des *« baboucheolâtres »*. Dans cette même vision traditionaliste, ces vidéastes sont aussi préoccupés par la natalité blanche européenne, et, s'opposent fermement aux militants pro-avortement, au mariage homosexuel, à la *« grossesse pour autrui »*, et aux féministes. Ils accusent ces mouvements de contribuer à une *« stérilisation »* de la société occidentale face à des populations *« extra-européennes »* en pleine croissance démographique. À ce titre, Kroc Blanc et Daniel Conversano se déclarent ouvertement *« nativistes »*[548], et félicitent publiquement leurs homologues qui deviennent parents, tout en critiquant ceux, en particulier les femmes, qui ne le sont pas encore, leur reprochant un manque de cohérence politique.

[546] Patrick Buisson est un personnage controversé dans la politique française, connu pour son influence en tant que conseiller politique, notamment durant la présidence de Nicolas Sarkozy. Historien de formation, sa position politique est souvent décrite comme étant à la « droite hors les murs », c'est-à-dire en dehors du cadre traditionnel des partis de droite classiques, avec une tendance vers des idées plus radicales et nationalistes.

[547] https://www.tiktok.com/@itss_islm/video/7278426681340103968

548Le nativisme fait référence à une politique ou une attitude qui favorise les intérêts des résidents établis par rapport à ceux des immigrants. Il se caractérise par une préférence pour la culture et les personnes natives d'une région ou d'un pays, et une résistance à l'influence étrangère ou à l'immigration.

En outre, il est frappant de constater que, malgré ce discours souvent antiféministe, de nombreuses youtubeurs et influenceurs politiques de sexe féminin, telles que Virginie Vota[549], Solveig Mineo[550], Thaïs D'Escufon[551], Erga[552] ou encore le collectif Némésis[553] d'Alice Cordier[554], défendent cette vision traditionnaliste. Elles s'inscrivent ainsi dans une lignée proche des *« Tradwives »*[555] américaines, qui avec leur concept de *« TradLife »*[556], prônent un féminisme réactionnaire et identitaire (Stern, 2022)[557]. En somme, ces vidéastes d'extrême droite, tout en glorifiant un passé révolu, s'érigent en critiques virulents de la modernité et des mouvements progressistes actuels, qu'ils considèrent comme des menaces pour les traditions, les valeurs et l'identité de la nation française.

549 Virginie Vota est une blogueuse, vidéaste et écrivaine aux positions antiféministes, catholiques et royalistes. Elle a commencé sa présence en ligne en 2011 avec son blog Longs Cheveux et a ensuite collaboré à l'émission Le Rendez-vous dissident du Raptor. Elle est également reconnue pour ses liens avec des figures polémiques telles que Daniel Conversano et Alain Soral.

550 Solveig Mineo est une militante politique française qui se définit comme nationaliste blanche et prône un « féminisme blanc ». Elle est notoire pour ses opinions tranchées concernant l'islam, le christianisme, le féminisme et l'immigration.

551 Thaïs d'Escufon est une figure de l'extrême droite en France. Elle a servi en tant que porte-parole de Génération identitaire de 2018 à la dissolution de l'organisation en 2021 par le gouvernement français. En 2022, elle a reçu une condamnation de huit mois de prison avec sursis suite à une action menée au siège de SOS Méditerranée en 2018.

552 https://www.youtube.com/@erga_x

553 Le Collectif Némésis est un groupe identitaire et anticonformiste féministe, fondé en France en 2019 et actif en France et en Suisse romande. Le collectif est connu pour son discours xénophobe, raciste, anti-islam et anti-immigration. Bien qu'il se déclare indépendant d'un parti politique, certains membres ont des liens avec l'extrême droite.

554 Alice Cordier, qui dirige le Collectif Némésis, l'a cofondé en 2019. Elle a déclaré avoir soutenu Éric Zemmour lors des élections présidentielles françaises de 2022 et considère que l'égalité des sexes est déjà une réalité.

555 Au cours de la dernière année, une tendance de femmes se revendiquant « TradlWives » a émergé sur Twitter. Associées à l'Alt-Right, elles glorifient le rôle traditionnel de la femme au foyer, s'inspirant des années 1950 et de l'Europe pré-guerre. Utilisant Twitter, elles propagent des idéologies nationalistes blanches. Leur discours, nostalgique d'un passé majoritairement blanc, révèle des vues ségrégationnistes face aux enjeux actuels d'injustice raciale.

556 « Tradlife » est un terme qui provient de la contraction des mots « traditional » (traditionnel) et « life » (vie). Il désigne un mouvement qui prône un retour aux valeurs et aux rôles traditionnels, en particulier en ce qui concerne les rôles de genre au sein de la famille. Les adeptes du « Tradlife » valorisent le rôle de la femme en tant que mère au foyer, s'occupant de la maison et des enfants, tandis que l'homme est vu comme le pourvoyeur principal.

557 Stern, A. M. (2022). Gender and the far-right in the United States: Female extremists and the mainstreaming of contemporary white nationalism. Journal of Modern European History, 20(3), 322-334.

La quatrième thématique que nous avons identifiée au cours de notre étude concerne ***(4) la masculinité***. Cette orientation vers le masculinisme, que nous avions déjà évoquée précédemment avec leurs discours antiféministes, semble être le fruit d'une combinaison d'influences. Parmi elles, on retrouve celles de la manosphère[558], du mouvement *« RedPill »* de l'Alt-Right, et bien sûr, celle d'Alain Soral. Pour rappel, avant de devenir un *« idéologue marxiste d'extrême droite »*, ce dernier s'était illustré en étant l'un des premiers à partager sur internet des opinions critiques sur le féminisme[559]. Fort de ses expériences de séducteur durant sa jeunesse, il a notamment influencé de nombreux vidéastes de notre panel, ainsi que des jeunes internautes et des youtubeurs spécialisés en séduction, appelés *« pick up artist »*[560], sur des questions de masculinité. Grâce à ses conseils, son film, ses vidéos et en se vantant de ses nombreuses conquêtes, il a largement contribué à diffuser une vision virile de la masculinité sur le web. Dans la continuité de cette vision, les vidéastes que nous avons étudiés, valorisent également cette virilité en mettant en avant des qualités telles que la force et la puissance. S'inscrivant notamment dans les idées d'Éric Zemmour, que Papacito qualifie d'ailleurs d'*« [...] intellectuellement viril [...] avec des couilles [...] »*[561], et de son ouvrage *« Le Premier Sexe »* (Zemmour, 2006), ils estiment que cette affirmation de la masculinité est essentielle pour faire face à une *« féminisation »* grandissante de la société, perçue comme une menace.

[558] La manosphère regroupe des communautés en ligne associées à l'Alt-Right où des hommes échangent sur leurs préoccupations masculines et véhiculent parfois une animosité envers les femmes. Ces groupes diffusent l'idée que le féminisme vise non pas l'égalité des sexes, mais le contrôle des hommes. Ils avancent souvent que les féministes dominent les gouvernements, malgré leur sous-représentation dans les fonctions électives. De plus, certains de ces forums propagent une méfiance envers les étrangers, liée à l'immigration ou à leur démographie.

[559] Alain Soral fut un des premiers sur internet à exprimer des opinions controversées sur la drague ou le féminisme. Il a notamment publié un livre intitulé « Vers la féminisation ? » dans lequel il développe sa théorie selon laquelle le mouvement féministe serait une arme pour détruire la séduction entre hommes et femmes. Dragueur invétéré durant sa jeunesse, il influença bon nombre de jeunes internautes grâce à ses conseils, son film et son ouvrage sur la drague de rue en se vantant d'avoir plusieurs centaines de conquêtes féminines à son palmarès.

[560] Un « pick-up artist » est un individu, souvent un homme, qui emploie des méthodes spécifiques pour séduire des partenaires. Popularisé dans les années 2000 par des ouvrages comme « The Game » de Neil Strauss, ce mouvement est à la fois perçu comme un outil d'amélioration personnelle et critiqué pour son approche manipulatrice envers les relations.

[561] https://www.tiktok.com/@le_regard_reflechi/video/7237162320340831515

Cette conception de la masculinité est riche en terminologie et transcende également les clivages politiques sur les médias sociaux. Par exemple, ces vidéastes et leurs communautés échangent régulièrement sur des sujets d'amélioration personnelle, en utilisant des termes d'éthologie répandus tels que *« mâle alpha »*, *« mâle bêta »*[562] ou encore *« chad »*[563] afin de catégoriser différents types d'hommes. Cette vision masculiniste s'appuie aussi sur des bases théoriques en apparence solides. En effet, de nombreuses figures influentes de notre groupe *« Les Réactionnaires »*, telles que Julien Rochedy[564], Barbare Civilisé[565] ou Missor[566], réinterprètent astucieusement la philosophie de Friedrich Nietzsche pour étayer leurs idées. Ils mettent ainsi en avant des éléments clés de sa pensée, comme l'individualisme, la volonté de puissance ou encore le concept du surhomme[567], l'*« Übermensch »*[568] (Hall, 2020). Pour eux, ce dernier symbolise le summum de la masculinité, un idéal à atteindre. Cette forme de philosophie de la masculinité est largement relayée sur les réseaux sociaux, bien au-delà des cercles d'extrême droite, preuve de son influence sur un public élargi.

[562] Les vidéastes de droite radicale échangent fréquemment sur la masculinité et le développement personnel. Ils emploient des termes comme « mâle alpha » pour décrire un homme dominant, confiant et réussi, tandis que le « mâle bêta » est perçu comme moins dominant et performant.

[563] Terme d'origine britannique, il désignait initialement un type de dessin humoristique. À Chicago, il a évolué pour désigner péjorativement les jeunes hommes urbains de la classe supérieure. Aujourd'hui, sur internet, le « Chad » est vu comme le stéréotype de l'homme idéal, souvent assimilé au mâle alpha.

[564] https://www.youtube.com/watch?v=NCMdYNYtUuo

[565] https://www.youtube.com/watch?v=v4Z7FWwj9fM

[566] https://www.youtube.com/watch?v=thsmcMWF8Vg

[567] https://www.youtube.com/watch?v=ql1Jn4WcEHA

[568] Terme inventé par Nietzsche qui désigne un individu supérieur qui a transcendé les limites de la moralité conventionnelle et des normes sociétales pour créer ses propres valeurs. Certains vidéastes d'extrême droite ont détourné ce concept pour promouvoir leurs propres croyances, en particulier en ce qui concerne la supériorité raciale.

Papacito, quant à lui, va plus loin en préférant une homosexualité virile[569] à la Emiliano Zapata[570] face aux *« trucs de pédés »* d'un Bilal Hassani[571]. Dans une volonté similaire, ils célèbrent de nombreuses figures autoritaires emblématiques de virilité, allant de dirigeants dictatoriaux tels que Saddam Hussein[572], Vladimir Poutine[573], ou Bachar El Assad[574], à des acteurs *« Reaganiens »*[575] des années 80-90 comme Sylvester Stallone ou Jean Claude Van Damme[576]. Pour lui, ces hommes représentent des exemples de masculinité brute et sauvage. En outre, ces vidéastes ne se contentent pas de promouvoir cette vision de la masculinité ; ils l'utilisent également comme un outil pour séduire et radicaliser une jeunesse masculine en quête d'identité et de repères. Convaincus que les femmes sont foncièrement attirées par les hommes dominants, ils jouent habilement sur les insécurités ou frustrations des jeunes hommes vis-à-vis des femmes contemporaines. Ils les incitent alors à adopter une masculinité exacerbée, que ce soit à travers la musculation, l'entrepreneuriat, des choix vestimentaires et alimentaires distincts, ou, à l'instar des identitaires musulmans et des islamistes (Chapiteaux, 2022), les sports de combat tels que le MMA[577] et la boxe anglaise.

[569] https://www.tiktok.com/@lafrenchhumour/video/7220449328190524677?lang=fr

[570] Emiliano Zapata (1879-1919) est l'une des figures emblématiques de la Révolution mexicaine (1910-1920). Il est principalement reconnu pour sa défense ardente des droits des paysans. Bien que des rumeurs et spéculations aient circulé concernant son orientation sexuelle, il n'existe pas de preuves documentées à ce sujet. Sa contribution historique majeure reste son combat pour la justice agraire et sociale.

[571] Bilal Hassani, né en 1999, est un chanteur et auteur-compositeur français d'origine marocaine. Révélé en 2015, il représente la France à l'Eurovision 2019 avec « Roi », une chanson sur l'acceptation de soi. Ouvertement homosexuel, Bilal est reconnu pour son message de tolérance et son style audacieux.

[572] Saddam Hussein était l'ancien président de l'Irak, connu pour son régime oppressif et ses violations des droits de l'homme. Il a été exécuté en 2006.

[573] Vladimir Poutine est l'actuel président de la Russie depuis 2000. Son gouvernement a été accusé de violations des droits de l'homme et d'autoritarisme. Il a également été impliqué dans plusieurs conflits internationaux.

[574] Bachar El Assad est le président actuel de la Syrie depuis 2000. Son gouvernement a été accusé de nombreuses violations des droits de l'homme et est impliqué dans une guerre civile qui a causé la mort de centaines de milliers de personnes.

[575] Les héros « Reaganien » font références aux personnalités qui ont été associées à l'ère de la présidence de Ronald Reagan aux États-Unis dans les années 80.

[576] Sylvester Stallone et Jean Claude Van Damme sont des acteurs américains connus pour leurs rôles dans des films d'action des années 80 et 90 tels que Rambo, Rocky et Bloodsport.

[577] Acronyme de Mixed Martial Arts

Cette masculinité devient ainsi un art de vivre, une philosophie en soi, en parfaite adéquation avec les valeurs identitaires de ces youtubeurs. À ce titre, ils militent avec une rigueur presque puritaine contre des pratiques telles que la consommation de pornographie[578] et la masturbation, les considérant comme des fléaux affaiblissant la virilité. A l'instar de Valek[579], de nombreux vidéastes de droite radicale que nous avons observés ont notamment promu le *« No Nut November »* ou les hashtags *« #StopFap »*[580] et « *#NoFap »*[581]. Ces défis, nés sur Reddit, consistent à ne pas éjaculer ou ne pas se masturber pendant de longues périodes, et, sont liés à des groupes américains comme les *« Proud Boys »* et les *« incels »*[582]. Parallèlement, certains youtubeurs, comme Stéphane Edouard[583] (ou encore Valek[584]), ont su capitaliser sur cette tendance en promouvant des programmes de développement personnel ciblés. D'autres, comme Papacito, ont créé des contenus qui prodiguent des modes de consommation culturels *« droitard compatibles »*[585], offrant ainsi, selon lui, une alternative à la culture de consommation *« mainstream »*.

578 https://elrayhan.systeme.io/8d6226ef

579 https://www.youtube.com/watch?v=yoiUh5iIius

580 https://www.stopfap.org/forum/1-blabla/2825-promotion-par-valek

581 « No Nut November » est un défi en ligne où les participants s'abstiennent d'éjaculer (ou de toute forme d'activité sexuelle) pendant tout le mois de novembre. L'idée est de promouvoir la maîtrise de soi et de voir les effets potentiels de l'abstinence sur la santé mentale et physique. « #NoFap » est un mouvement plus large qui encourage les gens à s'abstenir de la masturbation et de la consommation de pornographie. Il est né sur le site Reddit et vise à aider les personnes qui estiment que ces pratiques ont un impact négatif sur leur vie. Certains membres de l'alt-right et vidéastes politiques ont adopté ces mouvements, les considérant comme un moyen de renforcer la masculinité traditionnelle et de s'opposer à ce qu'ils perçoivent comme une « dégénérescence » de la société moderne. Cependant, il est important de noter que de nombreuses personnes qui suivent « No Nut November » ou « #NoFap » ne sont pas associées à l'alt-right ou à ses idéologies.

582 La communauté incel désigne des individus qui se considèrent comme étant incapables de trouver une partenaire amoureuse ou sexuelle, un état qu'ils qualifient de « célibat involontaire ». Majoritairement composée d'hommes hétérosexuels, cette communauté est caractérisée par des sentiments de ressentiment, de misogynie, et parfois par la promotion de la violence. Bien que le terme ait été créé dans un esprit d'entraide, il a évolué pour englober des groupes aux idéologies extrêmes, certains de ses membres ayant commis des actes de violence de masse. La communauté a suscité une attention accrue suite à plusieurs tueries associées à des individus se revendiquant incels.

583 https://mat-consulting.fr/produit/rencontrer-une-fille-bien

585 https://www.youtube.com/watch?v=Jx3CKJ9isvw

Cette approche entrepreneuriale *(*nous le verrons plus en détail dans le chapitre suivant), couplée à leur discours sur la masculinité, témoigne de leur capacité à comprendre et à répondre aux besoins et aux aspirations de leur jeune public.

Le dernier des thèmes principaux est ***(5) la critique des élites, des médias et des institutions***. En effet, aux yeux de ces vidéastes, les élites médiatiques et politiques sont perçues comme étant déconnectées des réalités du quotidien des citoyens, elles sont accusées de privilégier des agendas globalistes et multiculturalistes. Pour ces youtubeurs, les élites trahissent les intérêts nationaux, favorisant des minorités ou des entités étrangères au détriment de la majorité. Autrement dit et comme nous avons pu le suggérer à de nombreuses reprises précédemment (cf. III.2), ils leur reproche leur *« marxisme culturel »*. Cette accusation, rappelons-le, est brandie et utilisée pour dépeindre une prétendue conspiration des élites visant à subvertir les valeurs traditionnelles de la société au profit d'une vision progressiste et inclusive. Dans l'esprit de ces youtubeurs, ce *« marxisme »* est ainsi responsable de la dégradation des repères identitaires, de l'érosion des valeurs et de la promotion de concepts comme la *« cancel culture »*. La critique des institutions est aussi récurrente chez ces youtubeurs. Qu'elles soient nationales comme le Sénat ou l'Assemblée Nationale ou internationales comme dernièrement l'OTAN[586] avec le conflit russo-ukrainien, elles sont souvent perçues comme des entités opaques, servant les intérêts des élites et non ceux du peuple.

[586] Acronyme de Organisation du Traité de l'Atlantique Nord. L'OTAN est une alliance militaire intergouvernementale entre 30 pays d'Amérique du Nord et d'Europe. Elle a été établie en 1949 pour la défense mutuelle contre l'agression.

Cette critique va souvent plus loin, suggérant que ces institutions ont été créées ou détournées pour promouvoir des politiques qui nuisent à la souveraineté nationale. Dans ce contexte, l'Union Européenne est fréquemment ciblée par ces vidéastes, avec des appels à la réforme ou même pour la plupart, à la sortie de l'union, le Frexit[587]. A l'image de l' *« Anti-Enlightenment »* de l'Alt-Right et de Guillaume Faye[588] (Maly, 2023), en fustigeant l'esprit des Lumières, Valek et Kroc Blanc remettent même en question profondément l'existence de ces institutions démocratiques *(« [...] La France a inventé le gauchisme […] avec les philosophes des Lumières et 1789. Aujourd'hui elle en est la victime par effet boomerang […] », Kroc Blanc*). D'autres comme TeddyBoy RSA (*« […] Je suis tombé sur un livre de Mauras […] ça m'a suffi [...] de me convaincre que le disfonctionnement venait de la République [...] »*) et Papacito (*« […] la révolution française est une catastrophe […] elle propulse l'Europe dans la première guerre mondiale qui est la conséquence directe, en fait, du républicanisme […] »*) dénoncent aussi la République, prônant un retour à un système plus autoritaire ou monarchique. Cette critique des institutions et des élites politico-médiatiques engendre également une profonde aversion envers les médias traditionnels, qu'ils qualifient de *« mainstream »*. À ce sujet, ils soulignent fréquemment que ces médias sont *« gavés de subventions »* et *« financés par nos impôts pour nous cracher dessus ».*

[587] Le « Frexit » est un néologisme formé à partir des mots « France » et « exit », faisant référence à la proposition de sortie de la France de l'Union européenne, sur le modèle du "Brexit" au Royaume-Uni. Cette idée est soutenue par certains partis et mouvements politiques français qui estiment que l'UE entrave la souveraineté nationale de la France et qu'une sortie permettrait une meilleure maîtrise des politiques économiques, monétaires et migratoires.

[588] Le terme « Anti-Enlightenment » associé à l'Alt-Right et Guillaume Faye indique une critique des valeurs des Lumières comme le rationalisme et la démocratie libérale. Faye envisage le peuple comme une entité organique, avec ses dirigeants agissant comme la 'tête' de cet organisme, prônant une « démocratie organique ». Ses théories « non-modernes » ont trouvé écho au sein de l'Alt-Right, notamment dans sa critique des institutions académiques, reflétant une tradition anti-Lumières remontant au XVIIIe siècle. L'influence de Faye se manifeste également dans l'adoption de ses idées métapolitiques par différents acteurs de l'Alt-Right, illustrant ainsi son impact idéologique sur ce mouvement.

Cette défiance manifeste devient encore plus virulente lorsqu'elle cible les *« fact-checkers »*[589] des organes de presse ainsi que les observateurs comme Julien Pain[590] et Tristan Mendes France[591]. À l'instar de Stéphane Edouard qui parle d'une *« gifle de réalisme »* ou de Papacito qui évoque *« le marteau du réel »*, nombreuses sont ces élites médiatiques et ces médias qui, aux yeux de ces youtubeurs, ne reflètent pas la *« vérité »* ni ne représentent l'opinion du peuple. Cette perception est renforcée notamment par l'engouement autour des contenus de *« réinformations »*, et, par l'auto-attribution systématique d'un monopole du *« réel »* par certains de ces vidéastes. Toutefois, cette critique des médias met en lumière une complexité et une ambivalence marquées dans le positionnement de ces youtubeurs. En effet, nous avons observé que, malgré cette opposition déclarée aux médias dits *« mainstream »* et leurs accusations fréquentes de partialité, de *« biais gauchiste »* et de manipulation, ils n'hésitent pas à s'appuyer sur ces mêmes médias pour étayer leurs arguments, en particulier lorsque ces contenus soutiennent leur point de vue. De plus, nous avons remarqué que, tout en critiquant ces médias, ils reconnaissent que leur visibilité et leur notoriété peuvent être amplifiées par ces derniers. Certains expriment même ouvertement leur souhait d'y être invités.

[589] Un fact-checker, ou vérificateur de faits, est une personne ou une organisation qui vérifie l'exactitude des informations. Leur rôle est de plus en plus important dans le contexte actuel où les fausses informations (ou "fake news") se propagent rapidement sur les réseaux sociaux et autres plateformes de médias numériques. En France, nous pouvons citer « Les Décodeurs » ou encore « Conspiracy Watch ».

[590] Julien Pain est un journaliste et rédacteur en chef de l'émission « Vrai ou Fake » sur France Info. Il consacre son attention à l'étude et à la lutte contre la propagation de fausses informations via les réseaux sociaux. Dans ce contexte, il souligne l'importance cruciale de l'éducation aux médias. Au sein de son équipe, une vérification quotidienne des faits est effectuée, avec pour objectif de démystifier les informations erronées qui circulent sur le web.

[591] Tristan Mendès France est un enseignant, chroniqueur, essayiste et réalisateur français spécialisé dans le domaine du numérique, et, l'observation des dérives complotistes sur le web. Il a occupé le poste de secrétaire général de l'Institut Pierre-Mendès-France et a travaillé comme assistant parlementaire. Il est également intervenant et enseignant dans plusieurs universités, donnant des cours sur les nouvelles cultures numériques

Ils admettent ainsi, implicitement, que la couverture médiatique, qu'elle soit critique, comme celle proposée par des médias tels que Mediapart ou France Info[592] *(« […] Le Complément d'Enquête (il voulait dire Enquête Exclusive) m'a rapporté des abonnés […] » Daniel Conversano*), ou plus bienveillante, à l'image de certaines émissions et articles de Sud Radio, CNews ou Valeurs Actuelles, peut leur être bénéfique. Cette couverture médiatique reste ainsi avantageuse à leurs yeux, car elle peut les présenter soit comme des victimes du système médiatique, soit comme des voix contestataires, renforçant ainsi leur légitimité auprès de leur public. Kroc Blanc, par exemple, considère l'hypothétique invitation de Papacito dans l'émission *« Touche Pas à Mon Poste »*[593] comme une sorte de trophée symbolique pour son camp. Il n'hésite pas d'ailleurs à commenter tel un match de football en direct les influenceurs[594] et personnalités[595] de sa couleur politique qui passent dans des programmes télévisés. Cette aversion envers les élites politico-médiatiques se manifeste également par une exacerbation des vertus de la ruralité, un antiparisianisme récurrent ainsi qu'un rejet des grandes métropoles françaises. Paris représente à leurs yeux la déchéance, un *« ramassis »* de tous ce qu'ils détestent, et, l'exemple allégorique de ce que deviennent les autres villes, et par extension, la France. Autrement dit, comme nous avons pu le relever dans l'analyse de leurs portraits, une sécession des élites bourgeoises et politiques urbaines avec le *« vrai peuple »* français.

[592] France Info est une chaîne de télévision et une station de radio française du service public axées sur l'information en continu. Elle offre une couverture complète de l'actualité nationale et internationale, ainsi que des programmes spéciaux et des débats sur des sujets variés.

[593] TPMP (Touche Pas à Mon Poste) est un talk-show de divertissement français animé par Cyril Hanouna. L'émission, diffusée en direct, aborde divers sujets liés à la télévision, aux médias et à la culture populaire. TPMP est connu pour son format dynamique, ses débats animés et ses segments humoristiques. Il est vrai que TPMP a été critiqué à plusieurs reprises pour avoir invité des personnalités politiques et des influenceurs associés à l'extrême droite. Parmi les exemples les plus cités figurent certains invités tels que Baptiste Marchais, Alice Cordier, Damien Rieu, Eric Zemmour ou encore Jean Messiha.

[594] https://www.facebook.com/krocblanc/posts/4338023926274381/?locale=hi_IN

[595] https://odysee.com/@krocblanc:3/KBG_Stream_Lun_20-03_-_Zemmour_chez_TPMP:b

Cette attitude se matérialise dans de nombreux propos mais aussi par des choix de vie concrets comme l'expatriation. A ce titre, Papacito compare Paris à un sac poubelle qu'il faudrait refermer et Toulouse à une *« ville de communistes »*[596] (*« […] J'en peux plus de Toulouse, y'a tout…des bédouins, des putes, des communistes, des étudiants de merde […]*). Il s'exilera un temps dans la périphérie toulousaine, pour finalement s'installer dans son berceau familial, un territoire rurale espagnol. TeddyBoy RSA déménagera de Paris à Bordeaux abandonnant la capitale devenue un coupe-gorge à ses yeux, pour finalement s'expatrier comme Daniel Conversano (Roumanie) et Valek (Andorre) dans des pays voisins. Kroc Blanc dans un raisonnement similaire déménagera dans la grande couronne parisienne afin d'élever ses enfants loin de la diversité voulu par les *« bobos gauchistes »*. Enfin, Stéphane Edouard, s'installera à Rome après avoir vécu de longues années au centre de Paris sans pour autant délaisser complètement la capitale française.

[596] https://www.youtube.com/watch?v=jUzsx5GRtzU

Thématique	Description
(1) Insécurité	- Corrélation établie entre la diversité culturelle et l'insécurité ou le terrorisme. - Exploitation et focalisation sur des faits divers tragiques - Désignent systématiquement les minorités ethniques ou religieuses, - Relie l'insécurité à l'histoire politique française et à la gauche. - Prônent l'exil à cause de l'insécurité.
(2) Immigration	- Focus sur les questions migratoires pour susciter une peur envers les migrants et les réfugiés. - Notion d'ethnopluralisme associée à la Nouvelle Droite. - Conviction que l'immigration incontrôlée menace l'identité culturelle française. - Stéréotypes négatifs sur les immigrés - Immigrés vus également comme une menace pour les femmes occidentales. - Vision de l'immigration comme une menace pour la civilisation européenne. - Certains soutiennent une hyper-assimilation exigeante, - D'autres souhaitent une Europe ethniquement homogène (Conversano)
(3) Défense des valeurs traditionnelles	- Discours nostalgique évoquant un passé français idéalisé - Se perçoivent comme des gardiens de l'histoire et des valeurs culturelles françaises. - Critique du progrès, de la modernité. - Opposition aux mouvements progressistes et aux droits des minorités. - Critiquent les pratiques et sexualités minoritaires. - Appel à un retour aux systèmes familiaux traditionnels et à la famille nucléaire.
(4) Masculinité	- Orientation vers le masculinisme avec les discours antiféministes. - Influence de l'Alt-Right et des figures comme Alain Soral et Éric zemmour - Valorisation d'une vision virile de la masculinité, basée sur la force et la puissance. - Perception d'une « féminisation » croissante de la société - Utilisation de termes pour catégoriser les hommes (« mâle alpha », « mâle bêta », « chad »). - Réinterprétation de la philosophie de Friedrich Nietzsche. - Promotion de la masculinité comme un art de vivre et philosophie de vie.
(5) Critique des élites, médias et institutions	- Perception des élites médiatiques et politiques comme déconnectées des réalités du quotidien. - Critique des institutions nationales et internationales. - Aversion envers les médias traditionnels, considérés comme « mainstream ». - Valorisation de la ruralité et rejet des grandes métropoles françaises. - Expatriation comme un choix de vie concret en réaction à la perception des grandes villes. - Critique des médias en reconnaissant sa potentialité d'amplification de visibilité et de notoriété. - « Biais gauchiste » dans l'espace médiatique « mainstream ».

Tableau 10 –Récapitulatif des thématiques communes des vidéastes de droite radicale et d'extrême droite

Un « national-populisme » ?

Cette analyse détaillée des thématiques abordées par ces vidéastes a mis en évidence des sujets essentiels qui forment un socle discursif radical commun. Ce socle converge vers une vision de la nation solidement enracinée dans des valeurs conservatrices, où les élites sont perçues comme corrompues et déconnectées des réalités. Ces youtubeurs s'inscrivent ainsi dans une tendance plus vaste présente dans le paysage politique actuel, celle d'un populisme de droite ou d'extrême droite. Ce phénomène, sujet de débats académiques, est complexe à cerner. Par exemple, le chercheur italien Arthur Borriello (Urbinati et al., 2020) considère le populisme de droite comme un oxymore. Il estime, à l'instar d'Ernesto Laclau, que le populisme est foncièrement de gauche et que ce que l'on qualifie de populisme à l'extrême droite serait plus une stylistique qu'une conviction. Pour lui, l'extrême droite se focalise majoritairement sur des thématiques nationalistes et autoritaires, sans véritable volonté d'élargir les droits des citoyens. De son coté, Patrick Charaudeau, spécialiste des discours politiques, avance que le populisme, principalement incarné par l'extrême droite en France, fusionne et réinterprète les idéologies de droite et de gauche autour de thèmes tels que la souveraineté, la nation, l'austérité, la finance mondiale, l'identité nationale et la laïcité (Charaudeau, 2018).

Dans une réflexion semblable, Pierre-André Taguieff (2012) soutient que le populisme dépasse les clivages traditionnels gauche-droite. Il note que des figures populistes existent des deux côtés du spectre politique. Selon lui, l'une des caractéristiques majeures du populisme serait même, à l'image notamment de l'Alt-Right et de certains youtubeurs analysés dans cette thèse, d'atténuer la distinction entre gauche et droite, en adoptant une posture *« anti-partis »* ou *« anti-establishment »*. Taguieff propose néanmoins le terme *« national-populisme »* (2012) pour distinguer un discours populiste qui, à l'instar de ces vidéastes de droite radicale, se concentre sur la défense de la nation face à ce qu'il perçoit comme des menaces extérieures (l'immigration) ou intérieures (les élites déconnectées). Cette combinaison de nationalisme et de populisme n'est pas systématiquement xénophobe, mais tend à le devenir lorsque la souveraineté nationale et l'identité culturelle sont perçues comme menacées par une mondialisation effrénée.

Cette définition du *« national-populisme »* proposée par Taguieff (2012) correspond effectivement aux idéologies, discours et thématiques des youtubeurs que nous avons analysés dans cette section. Certains éléments de ce type de discours nous rappellent même notre section antérieure concernant l'influence de La Nouvelle Droite sur ces vidéastes (cf. III.2), où nous avions mis en lumière une critique du capitalisme mondialisé et une centralité de la vision *« ethnopluraliste »* dans les propos de ces youtubeurs. Cependant, au lieu de simplement aligner leur discours sur les traits du *« national-populiste »* de Taguieff (2012), il nous semble primordial de souligner nos conclusions principales qui résument notre étude de leurs discours et thématiques.

Premièrement, par le biais des thèmes comme l'immigration, l'insécurité ou la défense des valeurs traditionnels, les vidéastes de notre sélection orientent leurs discours vers des sujets liées au nationalisme, au nativisme et à la diversité. Ils défendent l'idée d'une communauté homogène et soulignent les dangers que représentent les étrangers, migrants et autres groupes ethniques ou religieux. Ensuite, ils manifestent une aversion pour les médias, les élites et les institutions notamment vis-à-vis de l'Union Européenne et de la République. Ils prônent ainsi une apparente *« démocratie véritable »*, basée sur la majorité, où le *« peuple »* défini selon leurs critères, décide. Une caractéristique qui semble néanmoins ambivalente, ou fait figure de simple étape préalable, puisque certains comme TeddyBoy RSA et Papacito, militent pour une monarchie absolue. En outre, ils adoptent une posture conservatrice, en défendant les traditions et rejetant les idéologies modernes et progressistes. Il revisite alors l'histoire, réinterprétant le passé pour y trouver des récits héroïques (la Reconquista) ou des histoires de trahison (Mai 68, la Révolution). Enfin, contrairement à certains populistes de gauche et paradoxalement à ce souhait affiché de *« démocratie véritable »*, ils valorisent l'autorité, plébiscitant par leur vision de la masculinité des leaders charismatiques comme Éric Zemmour et des figures autoritaires viriles telles que Bachar el-Assad ou Vladimir Poutine.

Conclusion

En somme, à travers les cinq thématiques que nous avons extraites de leurs discours, nous percevons bel et bien une forme de *« national-populisme »* (Taguieff, 2012) qui apparaît davantage comme un simple répertoire discursif que d'un véritable système de pensées. Un socle commun de croyances qui assemble par moments des idéologies de manière éclectique, autour de ces différents thèmes. Toutefois, il serait erroné de penser qu'il n'y a pas de substance derrière le discours de ces vidéastes. C'est précisément cet assemblage de thèmes et des particularités propres à ces youtubeurs qui a conduit au succès de ces vidéastes d'extrême droite auprès des internautes. Une dimension communicative, passionnelle et antagoniste de la politique qui, selon Chantal Mouffe (2002, p.194), fait prospérer des *« démagogues de droite »*, exploitant les frustrations et redéfinissant les clivages. Ce constat explique en partie le rapprochement entre certains youtubeurs de nos groupes *« Les Réactionnaires »* et *« Les Souverainistes »* que nous avions décrit précédemment dans nos travaux

III.4 Une combinaison d'artifices rhétoriques « dédiabolisants »

Nous l'avons vu dans la section précédente, dans l'univers de cette génération de vidéastes politiques d'extrême droite, leurs positionnements politiques, bien que diversifiés, peuvent être regroupés en cinq thèmes centraux communs. Ces thématiques sont le reflet de leurs préoccupations collectives actuelles, mais s'accompagnent surtout de techniques rhétoriques employées pour captiver, convaincre, voire polariser leur audience. Ces techniques, souvent héritées de traditions politique anciennes liées à l'extrême droite, sont adaptées à la modernité numérique, et, sont déployées avec habileté par ces youtubeurs. L'objectif de cette partie est donc de dévoiler ces mécanismes rhétoriques et artifices argumentatifs communs, les plus redondants, qui sous-tendent leurs discours. En plongeant dans leur analyse, nous chercherons à comprendre comment et pourquoi ils résonnent si puissamment auprès des internautes sur les plateformes de médias sociaux.

Un éventail de stratégies discursives

La première de ces techniques rhétoriques est ***(1) l'utilisation d'anecdotes personnelles et de témoignages individuels***. Les vidéastes de droite radicale et d'extrême droite ont tendance à intégrer des éléments concrets et personnels de leur vécu dans leurs discours. Ces détails intimes, qu'ils soient joyeux, tragiques ou simplement anecdotiques, ont le pouvoir d'évoquer des émotions intenses chez les spectateurs.

Comme souligné dans notre introduction, cet art de la proximité du youtubeur engendre une résonance émotionnelle. Il en découle l'impression que le vidéaste se présente à nu, sans fard ni artifice. L'objectif est alors de tisser un lien affectif fort avec les abonnés, en dévoilant certains pans de leur vie privée, en partageant des moments de leur quotidien ou en adoptant une tonalité chaleureuse et familière. Ces youtubeurs cherchent ainsi à bâtir une relation de confiance. Ils se présentent alors comme des figures authentiques et dépourvues de l'inaccessibilité souvent associées aux célébrités traditionnelles. Cette démarche contraste notamment avec la posture de nombreux journalistes ou personnalités politiques, qui maintiennent souvent une séparation stricte et hermétique entre leur vie professionnelle et leur vie personnelle. Au sein de l'écosystème de ces vidéastes que nous avons analysés, deux youtubeurs se démarquent particulièrement par leur utilisation de cette stratégie rhétorique (Papacito et Kroc Blanc). Kroc Blanc, par exemple, ne se contente pas de partager ses opinions ou ses analyses. Il ouvre les portes de son intimité à ses abonnés, que ce soit en évoquant ses soirées passées dans la capitale ou en partageant avec ses spectateurs des moments du quotidien, parfois son dernier-né dans les bras. Ces instants, qui pourraient sembler triviaux, renforcent une certaine image d'humanité. De son côté, Papacito, avec son sens aigu de la mise en scène, utilise les *« stories »* d'Instagram[597] et d'autres formats courts pour donner à ses abonnés un aperçu de son quotidien. Que ce soit lors d'une promenade avec son chien[598] *« Maximus »*, d'un moment de détente autour d'un café ou même pendant ses déplacements au volant de sa voiture, il parvient à transformer chaque situation en une occasion d'échanger et de partager ses convictions.

[597] https://www.instagram.com/ugogiljimenez/?hl=fr

[598] https://www.instagram.com/stories/highlights/18087770749305773/?hl=fr

Ces moments, présentés avec une apparente spontanéité et une *« facture imparfaite »* (Châteauvert, 2021, p.2), typiques des formats *« Vlogs »*, sont en réalité le fruit d'une réflexion approfondie. Ce style de contenu, employé également avec succès par certaines personnalités et élus politiques comme Jordan Bardella[599] ou Louis Boyard[600] sur TikTok[601], présente alors des imperfections ou des irrégularités apparentes, souvent délibérées, et contribue à créer un sentiment d'authenticité et de proximité entre le vidéaste et son audience. Derrière cette façade spontanée se cache ainsi une stratégie soigneusement élaborée, visant à renforcer un sentiment d'appartenance tout en véhiculant un message politique implicite. Une attitude qui génère une certaine identification avec le youtubeur, qui paraît alors accessible et proche des préoccupations de ses spectateurs. Un technique qui s'est

Un autre procédé rhétorique utilisé est ***(2) le sophisme ou la généralisation***. Ce mécanisme est mis en œuvre de manière astucieuse par ces youtubeurs afin de transformer des questions complexes en raisonnements simplifiées et tranchées. Par exemple, cela est particulièrement flagrant lorsque l'on examine la manière dont certains sujets tels que l'insécurité ou l'immigration sont abordés.

[599] https://www.tiktok.com/@jordanbardella/video/7382681824381783329

[600] Louis Boyard, né le 26 août 2000 à Fontenay-le-Comte (Vendée), est un homme politique français et ancien député de la 3e circonscription du Val-de-Marne, affilié à La France insoumise. Avant sa carrière politique, il s'est illustré comme leader lycéen et militant étudiant. Président de l'Union nationale lycéenne de 2018 à 2019, il a également été chroniqueur médiatique. Élu député en 2022, il est devenu l'un des plus jeunes membres de l'Assemblée nationale.

[601] https://www.tiktok.com/@louisboyard/video/7381365344016796961?lang=fr

Comme nous avons pu l'évoquer dans la partie précédente (cf. III.3), ces youtubeurs ont souvent recours à cette tactique en sélectionnant des faits divers locaux, en particulier ceux impliquant des immigrés ou des individus d'origines africaines, pour les transposer et les présenter comme un phénomène global affectant l'ensemble de la société. Cette tendance à la généralisation ne se limite pas à l'insécurité. On la retrouve également dans la plupart de leurs critiques, notamment celles concernant certains comportements sociaux et sexuels atypiques. Ces derniers, bien que souvent marginaux, sont présentés comme des tendances majeures, voire alarmantes, par ces youtubeurs. À titre d'exemple, comme Valek avec Tinder[602], nous pouvons observer des analyses souvent pertinentes et parfois paradoxales sur les effets sociologiques et sociétaux néfastes des algorithmes, des applications de rencontres ou des réseaux sociaux. Cependant, le danger réside dans la manière dont ces critiques sont ensuite extrapolées pour décrire un phénomène macro menaçant l'ensemble de la jeunesse européenne. En simplifiant, extrapolant, et en utilisant ces sophismes, ces youtubeurs rendent ainsi leur discours plus accessible et aisément compréhensible pour le grand public.

Le troisième artifice rhétorique commun couramment employé dans leurs discours est indéniablement ***(3) l'usage de l'humour, du second degré et de l'ironie***. Cette technique particulière est, si l'on peut se permettre cette expression, leur marque de fabrique. Héritée en partie de l'Alt-Right et de la culture *« troll »*, elle constitue un moyen stratégique pour attirer un public plus vaste et diversifié.

[602] https://www.youtube.com/watch?v=eup58lgzPJc

En effet, Kroc Blanc, Stéphane Edouard, Valek ou encore Daniel Conversano manifestent un talent oratoire indéniable, infusant continuellement leurs vidéos d'humour et de sarcasmes. Cette approche leur permet de nuancer leurs propos, les rendant à la fois plus accessibles et divertissants pour leurs spectateurs. Parmi eux, Papacito se distingue particulièrement en étant celui qui symbolise le plus cette méthode rhétorique. Doté d'une capacité d'improvisation inépuisable et d'un sens inné pour les *« punchlines »*, il construit une rhétorique éloquente truffée de références culturelles, d'humour noir et d'allégories dignes d'un véritable humoriste. Il adopte une posture de *« provincial à l'accent méridional »*, mêlée à une bonhomie rappelant les rugbymen du sud-ouest. Ce style oratoire évoque les tonalités pamphlétaires de figures emblématiques telles que Daniel Herrero[603], François Rabelais[604] (dont Kroc Blanc s'inspire également) ou Edmond Rostand[605], ce dernier étant une source d'inspiration qu'il revendique ouvertement : *« […] Pour moi, l'œuvre d'Edmond Rostand est une Bible. D'abord parce que c'est une ode au Sud-Ouest dont je suis originaire. Ensuite, parce que c'est aussi une ode à la France. C'est la rencontre de la poésie et de la violence […]* »[606].

[603] Daniel Herrero, ancien joueur de rugby à XV, a principalement défendu les couleurs de Toulon en tant que troisième ligne aile. Mais outre ses prouesses sportives, il s'est aussi distingué comme écrivain, poète et conteur. Dans ses ouvrages consacrés au rugby, il voit ce sport comme une métaphore de la vie, mettant en avant des valeurs essentielles telles que la camaraderie, le respect et l'esprit d'équipe. Son style, empreint de lyrisme et fortement marqué par ses origines méridionales, le distingue.

[604] François Rabelais, écrivain humaniste du XVIe siècle, est célèbre pour son œuvre comique et satirique "La vie de Gargantua et de Pantagruel". Alliant érudition, esprit critique et humour, il a grandement influencé la littérature française de la Renaissance.

[605] Edmond Rostand, dramaturge de la fin du XIXe siècle, est surtout reconnu pour "Cyrano de Bergerac", une pièce écrite en vers qui met en scène un héros romantique et complexe. Son talent pour la richesse et la poésie de la langue française lui a valu une place à l'Académie française.

[606] https://www.valeursactuelles.com/societe/papacito-nous-faisons-un-contre-canal-culturel-fun-patriote-et-reactionnaire

Cette approche stylistique ironique et cette authenticité apparente ciblent particulièrement, selon les propos de certains de ces youtubeurs, des internautes issus de milieux ruraux ou périurbains : *« […] un auditoire qui n'a pas encore été totalement gauchisé par le système […] »*[607], selon Papacito. Ces individus, bien que ne partageant pas nécessairement toutes leurs convictions, semblent alors se reconnaitre dans certains de ces traits d'esprit. Notre observation empirique du terrain et notre expérience personnelle nous ont d'ailleurs permis de constater que même des personnes éloignées des cercles de la droite radicale et non politisées se sont retrouvées à partager ses vidéos ou à s'amuser de ses monologues. Ces techniques rhétoriques, basées sur l'humour et le sarcasme, offrent donc aux youtubeurs politiques une opportunité unique de véhiculer des messages potentiellement controversés tout en se prémunissant d'accusations directes d'incitation à la haine. Dans un tel contexte, regarder des vidéos de Papacito ou d'autres youtubeurs de droite radicale devient un *« plaisir coupable »* dans un paysage en ligne dominé par ces postures sarcastiques de l'extrême droite, face, selon eux, à des réactions souvent moralisatrices d'une gauche radicale qualifiée de *« chiante »* ou *« qui ne baise plus, ne fait plus rire »*. Ces vidéastes illustrent ainsi parfaitement à quel point il est difficile de démêler la sincérité de la satire dans leurs discours, permettant à leurs auditeurs de maintenir une distance tout en adoptant inconsciemment certaines de leurs positions.

[607] https://www.valeursactuelles.com/societe/papacito-nous-faisons-un-contre-canal-culturel-fun-patriote-et-reactionnaire

Une forme de *« dédiabolisation »* insidieuse qui est clairement revendiquée par ces vidéastes, dont Papacito en tête : *« La droite souffre d'un truc capital : elle est chiante ! […] le but de notre mission est donc d'amener du fun pour faire passer un message de fond sans dégouter ceux qui nous écoutent, nous lisent ou nous regardent […] »*[608]. Stéphane Edouard abondera dans ce sens dans un entretien[609] : *« […] Il faudrait que la base de l'entonnoir soit plus large, et, attrape par les mêmes moyens que le camp d'en face c'est-à-dire par le rire, la déconne […] ».*

La quatrième technique discursive que nous avons identifiée, largement adoptée par ces vidéastes est ***(4) le recours à la provocation et à une forme de transgression***. Cette approche est souvent justifiée par ces créateurs de contenu comme une défense de la liberté d'expression, qu'ils considèrent comme étant en danger. En adoptant un langage volontairement provocateur, choquant ou même vulgaire, ils cherchent non seulement à capter l'attention mais également à susciter une myriade de réactions, qu'elles soient positives ou négatives. Daniel Conversano, par exemple, est connu pour utiliser des phrases chocs à l'image de sa gimmick fétiche, devenue l'objet d'innombrables memes : *« Les gens en ont plein le cul des arabes ! »*[610]. Cette stratégie rhétorique, bien que controversée, est en partie encouragée par les algorithmes des plateformes, qui valorisent les contenus générant de fortes interactions. Le but recherché est double : augmenter leur visibilité et renforcer leur positionnement en tant que rebelles ou hors-système, bravant les normes établies et défiant l'ordre dominant.

[608] https://www.valeursactuelles.com/societe/papacito-nous-faisons-un-contre-canal-culturel-fun-patriote-et-reactionnaire
[609] https://www.youtube.com/watch?v=UAlZ3njnMLc
[610] https://www.youtube.com/watch?v=bu_b2yGLRQ8

Au-delà de la simple provocation, la tonalité de leurs messages tend souvent vers la transgression et le catastrophisme. Valek, par exemple, ne se contente pas de simples critiques mais s'oriente vers des propos délibérément alarmistes. En évoquant des thèmes tels que l'effondrement imminent de la civilisation ou des dangers potentiels qui guettent la société, il cherche à insuffler un sentiment d'urgence parmi ses auditeurs, les poussant à la transgression, et, à croire en une nécessaire préparation face à une guerre civilisationnelle inévitable. Dans cette optique, certains vidéastes comme Kroc Blanc vont plus loin, exhortant leur audience à prendre des mesures concrètes. Il encourage ses abonnés à s'initier aux arts martiaux ou aux techniques de combat. D'autres, à l'instar de Piero San Giorgio, vont jusqu'à conseiller l'armement légal comme moyen de préparation face à un hypothétique effondrement social ou économique[611]. Cette rhétorique, bien qu'elle soit polarisante et volontairement provocante, exprime une inquiétude profonde et cherche à mobiliser leurs auditoires autour de scénarios futurs potentiellement chaotiques.

(5) L'argument d'autorité est la cinquième des techniques rhétoriques que nous avons identifiée. Il occupe une place centrale dans l'arsenal de ces vidéastes et se révèle d'une efficacité redoutable lorsqu'il est bien manié. Les youtubeurs que nous avons sélectionnés pour notre étude sont devenus maîtres dans l'art de mobiliser des arguments qui semblent factuels et légitimes, cherchant à la fois à intellectualiser leur discours et à renforcer la crédibilité de leurs déclarations. Prenons l'exemple de Daniel Conversano.

[611] https://www.youtube.com/watch?v=_q6bKWoq2I4

En citant des auteurs comme Charles Baudelaire[612] ou Fedor Dostoïevski[613], il ne fait pas qu'évoquer des figures littéraires : il convoque des pans de la culture académique, allant des universitaires aux figures historiques emblématiques, pour appuyer ses propos. Un autre exemple notable est celui de Valek[614], qui, en se referrant à une publication scientifique sur le *« gender equity paradox »*[615], ne se contente pas d'une simple citation mais justifie subtilement sa misogynie. Il adopte ainsi des techniques comme le biais de confirmation ou le *« cherry picking »*[616], pour renforcer son argumentation. Ces youtubeurs sélectionnent et présentent alors des statistiques, des études scientifiques souvent anglo-saxonnes (en prenant soin de fournir les liens dans la description de leurs vidéos), des recherches anthropologiques et des ouvrages qui vont dans le sens de leurs affirmations. Par l'appui de ces sources qui font parfois autorité, ils occultent habilement les données contradictoires, créant ainsi une apparente scientifisation de leurs propos ainsi qu'une impression d'argumentation solide, bien documentée et inattaquable.

[612] https://www.youtube.com/watch?v=f55EVM2j6zg

[613]https://danielconversano.com/livre-audio-le-reve-dun-homme-ridicule-court-recit-de-fedor-dostoievski-en-ecoute-integrale/

[614] https ://www.youtube.com/watch?v=nWHDyL94s8Q

[615] La théorie du « paradoxe de l'équité entre les genres » est une approche qui cherche à comprendre pourquoi, malgré les efforts pour promouvoir l'égalité des genres, des disparités persistent. Cependant, cette théorie peut faire l'objet de critiques. Une critique souvent soulevée est que le terme lui-même, « paradoxe de l'équité entre les genres », peut être trompeur. Il suggère que les inégalités persistent malgré les mesures en faveur de l'égalité, alors qu'en réalité, les progrès ont été réalisés dans de nombreux domaines. La théorie peut minimiser ou occulter ces avancées et donner l'impression que les efforts pour l'égalité des genres sont inutiles ou contre-productifs.

[616] Expression utilisée pour décrire la pratique qui consiste à sélectionner et présenter de manière sélective des informations, des données ou des arguments qui soutiennent une position ou un point de vue, tout en ignorant ou en écartant les éléments qui vont à l'encontre de cette position ou qui contredisent l'argument. Le « cherry picking » est généralement perçu comme une méthode d'argumentation trompeuse et peu rigoureuse, car elle donne une image partielle et biaisée des faits ou des preuves disponibles.

Un exemple frappant de l'utilisation de ce type d'argument d'autorité *« pseudo-scientifique »*, utilisé dans de nombreux contenus de ces youtubeurs, est la célèbre *« Carte mondiale du QI*[617] *»*[618]. Cette dernière n'est pas simplement une carte ; c'est un outil pour ces vidéastes afin d'affirmer, par la science, une prétendue supériorité cognitive sur les immigrés et les Africains. Dans le même but, certains youtubeurs n'hésitent pas à explorer des terrains académiques plus controversés, telle la *« psychologie évolutionniste »*[619] (Jonas, 2010)[620], pour asseoir leur position. Par ailleurs, il est notable que cette stratégie d'argumentation est souvent accompagnée d'une vision *« populicultrice »*, d'une incitation à l'auto-formation. Ces youtubeurs politiques encouragent ainsi leur public à plonger dans la littérature classique ou scientifique, à rechercher activement différentes sources d'information, et à enrichir continuellement leur capital culturel et intellectuel. D'autres vidéastes, soucieux de leur légitimité, ne se contentent pas de références externes et mettent aussi en avant leurs propres qualifications comme des titres académiques, des expériences professionnelles ou des parcours militants. Stéphane Edouard, par exemple, souligne, avec une pointe de critique, son rôle en tant que sociologue à la télévision et de chroniqueur dans les médias. Il évoque aussi son passage à Science Po Paris et dans son école d'ingénieur, et adopte un ton résolument didactique, le tout agrémenté d'une posture élégamment sophistiquée. Son capital culturel est manifeste.

[617] Acronyme de Quotient Intellectuel

[618] La carte mondiale du QI illustre les scores moyens de quotient intellectuel (QI) dans différents pays et régions du monde. Elle provient de l'ouvrage « Le QI et la richesse des nations », publié en 2002 par le psychologue Richard Lynn et le politologue Tatu Vanhanen. Ces auteurs avancent que les différences de revenus entre les pays sont corrélées au QI moyen. Bien que cette carte soit largement critiquée par la communauté scientifique en raison de sa méthodologie, elle est fréquemment utilisée par l'extrême droite pour prôner la supériorité de l'homme blanc.

[619] La psychologie évolutionniste est une approche interdisciplinaire qui étudie la manière dont les processus évolutifs influencent les comportements humains. Cette approche repose sur l'idée que le cerveau est le produit de l'évolution, et, qu'il est donc adapté aux défis rencontrés par nos ancêtres dans leur environnement. La psychologie évolutionniste est parfois critiquée pour ses hypothèses simplificatrices, son déterminisme biologique et sa tendance à justifier les inégalités sociales en les attribuant à des différences biologiques.

[620] Jonas, I. (2010). Psychologie évolutionniste, mixité et sexisme bienveillant. Travail, genre et sociétés, 23, 205-211.

Il affirme même l'avoir acquis dans le but de s'intégrer aux classes supérieures et pour contrer les *« gauchistes »*. Il utilise un lexique riche et sème son discours de références littéraires, se vantant même que pour le suivre, un dictionnaire est souvent indispensable. Mais l'exemple le plus emblématique de cette tendance à brandir ses qualifications est peut-être Idriss Aberkane[621]. Ce vidéaste, classé dans notre groupe *« Les Souverainistes »*, n'hésite pas à rappeler, à chaque occasion, ses trois doctorats et ses publications académiques. Une telle insistance lui a d'ailleurs valu une enquête de la part de l'école Polytechnique, établissement dont il revendique le diplôme.

Comme le démontre notre analyse des groupes de youtubeurs, politiques (cf. I.2), ces vidéastes d'extrême droite ont également une tendance marquée à structurer leur rhétorique autour ***(6) d'une dichotomie fondamentale***. Ils établissent ainsi une distinction nette entre un *« nous »* (les défenseurs des valeurs traditionnelles et de l'identité nationale) et un *« eux »*, qui, selon les thématiques abordées, peut englober les immigrants, les élites, les Arabes, les musulmans, les juifs, la communauté LGBT, les gauchistes, et même parfois, à l'instar de Valek[622], la droite et l'extrême droite qu'il désigne comme *« l'opposition contrôlée »*[623]. Cette rhétorique binaire vise ainsi à déshumaniser, catégorisant ces *« eux »* comme inférieurs, renforçant ainsi leur sentiment de supériorité morale.

[621] Idriss Aberkane est un conférencier et vidéaste français. Il est connu pour ses conférences de développement personnel et son livre à succès « Libérez votre cerveau ! ». Cependant, il a été critiqué pour avoir gonflé son CV et pour ses déclarations sur des sujets scientifiques sans compétence avérée. Plus récemment, il est devenu une figure du mouvement antivax en diffusant des thèses complotistes et de fausses informations sur la pandémie de COVID-19.

[622] https://www.youtube.com/watch?v=Bg1zCbBgKB4

[623] Le terme « opposition contrôlée », souvent utilisé par des vidéastes d'extrême droite sur YouTube, fait référence à l'idée que certains groupes ou individus (de droite ou d'extrême droite) prétendant s'opposer au système en place sont en réalité manipulés par celui-ci pour neutraliser la véritable opposition. Cette notion s'inscrit fréquemment dans des théories du complot, suggérant une fausse opposition pour donner l'illusion d'un débat démocratique.

Bien que cette dichotomie soit courante dans la formation de tout groupe social, elle est utilisée de manière particulièrement intense par ces vidéastes. Cette stratégie de division n'est pas simplement un hasard ou une mode passagère. Elle trouve des échos dans les travaux académiques antérieures, notamment ceux de Catherine Froio (2017). Dans ses recherches, cette dernière a souligné que les militants identitaires sur Internet adoptent systématiquement *« une vision manichéenne du monde »* (Froio, 2007, p.46). Dans le monde binaire de ces youtubeurs, les acteurs sont strictement classés comme étant soit *« bons »*, soit *« méchants »*. Ce manichéisme se traduit notamment par une caractérisation ironique, où *« les vilains fachos »* (le *« nous »*) sont mis en opposition avec *« le camp du bien »* (le *« eux »*). Cette opposition relève alors d'une *« dialectique schmittienne »* (Froio, 2007, p.47), où la diabolisation des *« eux »* sert surtout à renforcer la position victimaire des *« nous »*. Ce statut de victime est stratégique pour ces vidéastes. En se présentant comme telle, ostracisés et persécutés par l'ordre dominant, ils cherchent ainsi à gagner la sympathie de leur auditoire, tout en légitimant leurs critiques contre ce qu'ils perçoivent comme des injustices. Cette rhétorique du *« bouc émissaire »*, similaire à celle théorisée par René Girard[624], omniprésente dans leurs discours, permet alors de canaliser la frustration, la colère, voire la haine, vers des cibles désignées, renforçant ainsi une forme de cohésion identitaire..

[624] René Girard, penseur français renommé du XXe siècle, a largement théorisé le concept du « bouc émissaire ». Dans ses travaux, il a exploré l'idée selon laquelle les sociétés tendent à canaliser leurs tensions et violences internes en désignant un individu ou un groupe comme responsable de leurs maux. Cette désignation permet à la communauté de rétablir une certaine harmonie en se déchargeant de ses tensions sur la victime choisie.

Enfin, le dernier élément récurrent identifié dans leur rhétorique est ***(7) le conspirationnisme***. En effet, ces vidéastes ont tendance à parsemer et ponctuer régulièrement leurs propos et leurs thématiques de théories du complot. Plusieurs études universitaires ont déjà abordé ce sujet (Padis, 2015 ; Boullier et al., 2021 ; Renard, 2015) mais celles de Julien Giry (2017), nous ont particulièrement éclairés durant la rédaction de cette thèse. Selon ses travaux, ces théories élaborent souvent des scénarios imaginaires où des acteurs clés comme les lobbies, les partis politiques, les élites ou les *« autres »*, orchestreraient en secret l'agenda politique. Ces conspirations courantes, souvent ancrées dans d'anciens stéréotypes, sont parfois héritées des idéologies nazies et fascistes, comme l'idée d'un complot ourdi par une élite juive mondialisée. A ce titre, nous pouvons notamment citer *« un réchauffement climatique imaginaire »*, ou encore le *« marxisme culturel »*, déjà évoqué à plusieurs reprises dans ce document. Nous pouvons également mentionner les récits autour de personnalités comme George Soros ou Jacques Attali (abordés en tout début de l'introduction générale). Comme nous l'avions précisé dans la section sur l'Alt-Right (cf. III.2), ils adaptent également des complots américains à la réalité française, tout en en créant de nouveaux. Par exemple, la mention récurrente d'un *« Jean Michel »* (*« […] je suis qu'un moustique qui dérange très peu […] sinon ça ferait belle lurette que je me serais noyé à 600 km de chez moi parce que j'aurais commencé à enquêter sur Jean-Michel […] » Valek*[625]) fait référence à la prétendue transsexualité et véritable identité de Brigitte Macron, qui s'appellerait *« Jean Michel Trogneux »*. Il est également à noter que cette tendance conspirationniste s'est renforcée avec la crise du Covid-19.

[625] https://www.youtube.com/watch?v=Bg1zCbBgKB4

Face aux événements et aux mesures restrictives prises pendant la pandémie, nombre de ces youtubeurs de droite radicale ont construit une rhétorique complotiste alimentant leurs discours alarmistes (Giry, 2022)[626], suggérant notamment que la population serait bientôt contrainte de consommer des insectes (*« […] Des gens bien intentionnés ont d'autres projets pour vous le discours est toujours le même […] si vous voulez sauver la planète ne mangez pas de viande […] mangez des graines ou des insectes » Valek*[627]) ou qu'elle serait assujettie à un système de crédit social et de contrôle généralisé. Cette rhétorique *« conspi »* ne fait cependant pas l'unanimité parmi ces youtubeurs. Daniel Conversano, par exemple, pense qu'il dessert l'extrême droite en la discréditant. D'autres, comme Kroc Blanc[628], sont plus mesurés, reconnaissant que certains complots, comme celui de l'adrénochrome[629], sont tout à fait farfelus. TeddyBoy RSA, lui, assume ironiquement et avec amusement son penchant pour le conspirationnisme, admettant qu'il s'agit davantage d'une démarche stylistique amusante, mystique et ludique.

[626] Giry, J. (2022). Fake news et théories du complot en période (s) pandémique (s). Quaderni, 43-64.

[627] https://www.youtube.com/watch?v=awszvDaqAv0

[628] https://www.youtube.com/watch?v=ba2RGoBiKEw

[629] L' « adrénochrome », une substance produite par l'oxydation de l'adrénaline, est au cœur d'une théorie du complot suggérant qu'elle est extraite du sang d'enfants sacrifiés pour ses prétendues vertus psychotropes et régénératrices. Cette croyance, amplifiée par certains influenceurs d'extrême droite pendant la pandémie de COVID-19, trouve ses origines dans des mythes antisémites anciens associant les Juifs à des crimes rituels. L'historien Joël Kotek évoque la longévité de ces accusations, remontant à plus de 800 ans.

Technique rhétorique	Description détaillée
(1) Anecdotes personnelles & témoignages individuels	Cette technique implique de révéler des fragments de la vie personnelle, qu'ils soient joyeux, tragiques ou anecdotiques. En partageant ces détails, les vidéastes cherchent à établir une proximité avec leur audience, favorisant ainsi une résonance émotionnelle et une perception d'authenticité.
(2) Sophisme ou généralisation	Il s'agit d'une simplification excessive des arguments, souvent pour rendre un sujet complexe facilement compréhensible. En se concentrant sur des exemples spécifiques ou des cas isolés, les vidéastes peuvent présenter une perspective ou un phénomène comme étant plus répandu ou pertinent qu'il ne l'est en réalité.
(3) Usage de l'humour, second degré & ironie	En incorporant l'humour et le sarcasme dans leurs discours, les vidéastes cherchent à attirer et retenir l'attention de leur audience. Cette approche permet également de nuancer ou de camoufler des opinions potentiellement controversées, rendant le message à la fois divertissant et accessible.
(4) Provocation & transgression	Les vidéastes utilisent un langage et des thématiques qui peuvent choquer ou surprendre délibérément. Cette approche vise à capter l'attention, à susciter des réactions et à se positionner comme des figures rebelles ou anti-establishment.
(5) Argument d'autorité	L'objectif ici est d'ancrer les déclarations dans un contexte de crédibilité et d'expertise. Les vidéastes cherchent à intellectualiser leur discours en se référant à des sources reconnues, des figures d'autorité ou des études pour renforcer leurs arguments.
(6) Dichotomie fondamentale	Cette technique repose sur la création d'une division claire et nette entre deux groupes (« eux » et « nous ») ou idéologies. En établissant cette séparation, les vidéastes peuvent renforcer leur propre identité et position tout en dévalorisant ou critiquant les autres.
(7) Conspirationnisme	Cette approche implique de suggérer ou de proposer des théories du complot comme explications à divers événements ou situations. Les vidéastes utilisent cette technique pour susciter la curiosité, la méfiance ou l'indignation envers certaines institutions, individus ou groupes.

Tableau 11 – Eléments rhétoriques des vidéastes de droite radicale

Conclusion

Pour conclure notre analyse de la rhétorique de ces vidéastes de droite et d'extrême droite, nous avons identifié plusieurs mécanismes qui structurent leur discours. Au cœur de cette dynamique se trouve l'établissement d'une proximité émotionnelle avec l'auditoire. En intégrant des anecdotes personnelles et des témoignages de leur quotidien, nous avons pu constater que ces youtubeurs construisent une narrativité qui aspire à une forme de sincérité ainsi qu'un certain *« […] décloisonnement des sphères intime et privée et l'élargissement des public […] »* (Granjon & Denouel, 2010). Cette stratégie est complétée par l'usage de sophismes et de généralisations, rendant le discours plus facilement assimilable. Leur posture provocante les positionne aussi comme des figures contestataires, s'opposant aux normes dominantes.

Une transgression et des provocations qui renforcent ainsi leur image d' *« outsiders »* politiques (Neihouser, 2023). Nous avons également relevé qu'ils se réfèrent fréquemment à des travaux académiques, à des citations d'experts, ou mettent en avant leurs propres qualifications. Cela vise à légitimer leurs prises de position et à renforcer la crédibilité de leur discours. Nous avons aussi constaté que leur rhétorique s'appuie sur une dichotomie qu'ils instaurent entre un *« nous »* encensé et un *« eux »* diabolisé. Un clivage manichéen qui s'avère particulièrement efficace en jouant sur des émotions telles que la peur ou l'indignation. De surcroît, l'intégration de théories conspirationnistes à leur rhétorique accentue également une approche alarmiste, parfois teintée de paranoïa.

Enfin, l'humour et le second degré sont peut-être les artifices rhétoriques les plus significatifs, et, jouent un rôle prédominant dans le discours de ces youtubeurs. Nous avons pu voir qu'ils leur permettent de reformuler et de dissimuler les idéologies qui seraient inacceptables et indésirables dans les espaces numériques sous leur forme brute. La frontière entre le sérieux et la satire devient alors floue, leur permettant de tenir des propos souvent racistes, sexistes ou xénophobes, tout en offrant une sortie rapide lorsqu'ils sont critiqués. Ce véritable pilier rhétorique de ces vidéastes rend ainsi leur contenu à la fois divertissant et instructif et facilite l'assimilation de messages controversés en minimisant les risques de rejet frontal de la part du grand public. En d'autres termes, une attitude en apparence divertissante qui se révèle être le véhicule parfait pour une forme de radicalité, d'identitarisme ou de racisme ironiques.

Finalement, en faisant le bilan de notre analyse sur la rhétorique politique de ces youtubeurs, nous confirmons ce que nous avions suggéré précédemment, à savoir qu'ils ont toutes les caractéristiques des populistes d'extrême droite. Sans nous attarder sur les aspects purement numériques, leur discours et leur rhétorique se présentent comme une version numérisée de ce type de populisme. Ce dernier se distinguerait particulièrement de sa version originelle par son utilisation habile et quasi systématique de l'humour et de la satire pour propager des idéologies, y compris celles qui sont controversées ou extrémistes, aidés, il faut l'admettre, par les facilités esthétiques et virales des médias sociaux. À travers leurs rhétoriques, ils cultivent une image de proximité, d'authenticité et de crédibilité, se présentant ainsi comme des voix alternatives offrant une perspective *« non filtrée »* et *« authentique »* aux éditorialistes, journalistes et polémistes. Cette stratégie est sensiblement similaire à celle observée par Rebecca Lewis (2018) dans son étude sur leurs homologues d'extrême droite américains. L'universitaire montre d'ailleurs que ces individus, à l'instar des youtubeurs français étudiés dans cette thèse, construisent leur crédibilité en se positionnant à l'opposé des médias traditionnels, qu'ils perçoivent comme biaisés ou corrompus. En conclusion, la rhétorique politique de ces youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite s'inscrit dans une tradition populiste qui a été transformée et modernisée par l'ère numérique.

III.5 Conclusion du chapitre :

Modernisation du discours d'extrême droite

Dans ce chapitre consacré à l'aspect *« politique »*, et plus précisément aux origines, influences et discours des youtubeurs de droite radicale, nous avons tout d'abord répondu à notre questionnement relatif aux inspirations de ces youtubeurs (*« Quelles sont les racines et les inspirations de ces youtubeurs ? »*). En effet, nous avons constaté l'impact indéniable de La Nouvelle Droite sur ces vidéastes (cf. III.1). Ils adoptent fréquemment des concepts emblématiques de cette mouvance identitaire, tels que *« l'ethnopluralisme »*, ainsi que la critique du progressisme et du capitalisme mondialisé. Ils empruntent également sa terminologie gramsciste, évoquant de manière récurrente dans leurs propos *« la bataille culturelle »* et *« la métapolitique »*. Ils diversifient également leur production culturelle appliquant scrupuleusement l'aspect opérationnel de ce *« gramscisme de droite »*. Cette réappropriation nationaliste des idées de gauche (spécialement celles de Gramsci) révèle alors une volonté de contrer une prétendue hégémonie culturelle des *« gauchistes »* en promouvant une idéologie conservatrice et identitaire.

Dans la suite du chapitre, nous avons pu démontrer que L'Alt-Right constitue également un véritable modèle pour les youtubeurs étudiés (cf.III.2). Ils s'inspirent des méthodes de ce mouvement américain, tout en les adaptant au contexte français. Cette adaptation s'inscrit dans une dynamique plus large de mimétisme et de *« transnationalisation »* de l'extrême droite sur Internet.

Ce phénomène est particulièrement amplifié par la globalisation des espaces politiques numériques et la polarisation des échanges en ligne. A ce titre, il est d'ailleurs intéressant de rappeler que certains internautes et vidéastes d'extrême droite français oscillent entre plateformes anglophones et francophones, renforçant ainsi les ressemblances.

En outre, la comparaison entre les youtubeurs de notre sélection et leurs homologues de l'Alt-Right nous a permis de répondre à une autre de nos questions : *« Appartiennent-ils ou ont-ils appartenu à des partis politiques ou des institutions ? »*. Contrairement à certains membres de la mouvance américaine, les vidéastes d'extrême droite français maintiennent des relations très distantes avec les structures partisanes de droite et d'extrême droite. Ces dernières, à l'image du Parti Républicain aux USA, essaient de se départir et de ne pas être associées à l'image controversée ou trop radicale de la plupart de ces youtubeurs politiques. Certains de ces vidéastes ont même quitté volontairement des engagements ou des fonctions importantes dans des partis à la suite de divergences, de conflits, mais surtout pour adopter une posture de *« dissident »* indépendant et assurer pleinement leur statut de youtubeurs politiques. D'autres ont aussi éprouvé une profonde aversion en raison de mauvaises expériences dans ces milieux identitaires et militants.

Ensuite, en répondant à nos dernières questions de recherche relatives à cet aspect *« politique »* (*« Quels sont leurs discours politiques ? Quels sujets et thématiques abordent-ils et sous quel angle ? »*), nous avons constaté, tout d'abord, que les discours de ces youtubeurs confirment ces inspirations et influences de l'Alt-Right et de La Nouvelle Droite. Ces vidéastes abordent des thématiques clivantes, notamment l'immigration, l'insécurité et les valeurs traditionnelles et mettent souvent en lumière les supposés dangers venant des étrangers (cf. III.3). Ils ont de la défiance envers les médias, les institutions et les élites, certains allant même jusqu'à vouloir un retour de la monarchie absolue. Malgré des différences notables, une trame commune se dessine : une vision conservatrice de la nation, et parfois de la race, avec des élites jugées corrompues. Ceci illustre une tendance actuelle vers une forme de populisme de droite, voire d'extrême droite, ou comme nous avons pu le voir avec Taguieff (2012), un *« national-populisme »*. Bien que leurs postures paraissent plus discursives que profondément idéologiques, leurs succès témoignent de l'efficacité de cette combinaison discursive et thématique. Enfin, leurs artifices rhétoriques (cf.III.4), souvent émotionnels et cherchant à instaurer une connexion sincère avec les abonnés, sont un autre aspect majeur. Jouant aussi sur une dichotomie (*« nous »* contre *« eux »*), ils usent d'humour et de second degré, incarnant ainsi une version numérique, moderne et séduisante de l'extrême droite, et se présentant comme des alternatives authentiques aux médias traditionnels.

Finalement, ces youtubeurs sont des figures *« métapolitiques »* adaptées à l'ère numérique, combinant habilement rhétorique traditionnelle et tactiques modernes pour influencer l'opinion sur les plateformes sociales. Ils sont ce que le chercheur néerlandais Icon Mely (2019) appelle des *« métapoliticiens 2.0 »*. Leur progression et leur installation dans le paysage numérique témoignent de plusieurs choses. Tout d'abord, ils sont sortis de leur niche d'audience, et ont progressé considérablement en abonnés et notoriété depuis le début de l'écriture de cette thèse. Ils semblent même avoir attiré de nombreux internautes habituellement éloignés des cercles militants d'extrême droite, tels que des sympathisants des Gilets Jaunes, des ruraux ou des ouvriers. Le terme *« redpillé »* que nous avons évoqué dans ce chapitre résume ce processus (cf. III.2). Celui où un internaute, en prenant métaphoriquement la pilule rouge, est soudainement éveillé. Bien qu'il puisse paraître instantané, ce processus de conversion, et parfois de radicalisation est plutôt progressif. Il s'infuse à travers diverses thématiques, souvent débarrassées de termes repoussoirs et, comme nous l'avons montré, abordées avec une touche ludique et ironique par ces vidéastes.

Notre immersion empirique dans ces sphères numériques politisées nous a également permis d'observer que ces youtubeurs politiques se livrent à une surenchère communautaire, voire raciale, face à d'autres catégories de vidéastes identitaires francophones tels que les indigénistes, islamistes, panafricanistes, panarabes, afrocentristes et *« queers »*. Ces derniers utilisent des techniques, rhétoriques et attitudes souvent similaires pour influencer l'opinion publique, créant ainsi une boucle rétroactive avec leurs homologues d'extrême droite.

Ce phénomène d'antagonismes identitaires ou communautaires en ligne, intensifié par les algorithmes, est notamment exacerbé par la présence de fondamentalistes musulmans sur les plateformes, l'importation du conflit israélo-palestinien, et parfois, la propagation numérique d'un discours nationaliste des autorités russes, algériennes, turques ou marocaines, qui influence significativement de nombreux jeunes internautes et influenceurs français originaires de ces pays. Ceci pourrait ainsi jouer un rôle dans l'explication partielle du succès de ces vidéastes d'extrême droite et de droite radicale étudiés de nos travaux. Nous pourrions aussi émettre d'hypothétiques raisons plus macro politiques ; les effets de la mondialisation économique, la disparition des grandes idéologies post-guerre froide, les crises économiques, une offre politique avec des lignes partisanes moins claires, la surabondance d'informations véhiculées par les médias traditionnels et numériques, ainsi que la méfiance croissante envers les leaders et institutions forment un contexte général où les internautes, se sentant ébranlées, aspirent à renforcer leur identité et leur sentiment d'appartenance. Dans une telle situation, les discours de ces youtubeurs de droite radicale semblent offrir un abri médiatique alternatif, un véritable défouloir idéologique et numérique.

CHAPITRE IV - DES ENTREPRENEURS DU NUMERIQUE

Ce chapitre explore l'aspect « métier » des youtubeurs d'extrême droite en posant plusieurs questions clés : Quelle est la stratégie numérique de ces youtubeurs d'extrême droite ? Sont-ils des youtubeurs comme les autres ? Qu'est-ce qui les différencie des autres youtubeurs ? Quelles sont leurs activités entrepreneuriales ? Comment génèrent-ils des modèles économiques à partir de leur activité en ligne ? Quels sont leurs parcours de professionnalisation ? Quel est leur environnement économique et médiatique ?. Nous supposons que leur stratégie se distingue en raison de leurs affiliations et de la nécessité de naviguer dans un environnement souvent restrictif et contesté. Ces youtubeurs pourraient avoir développé des activités entrepreneuriales innovantes pour vivre de leur activité tout en promouvant leur idéologie. Leur parcours de professionnalisation semble adapter stratégiquement aux défis de leur positionnement idéologique. Enfin, leur environnement économique et médiatique, influencé par leur orientation idéologique, façonne leur évolution dans le paysage médiatique. Ces questions et hypothèses guideront ainsi notre analyse pour comprendre comment ils conjuguent idéologie et métier à travers leurs stratégies numériques et entrepreneuriales.

IV.1 Des stratégies numériques d'« influenceurs »

La structuration du discours radical des vidéastes français de droite radicale et d'extrême droite, que nous avons analysée dans le chapitre précédent, révèle l'influence marquante de La Nouvelle Droite et de l'Alt-Right. Nous avons également pu résumer les thématiques idéologiques (logos) ainsi que la rhétorique (pathos). Néanmoins, nous n'avons pas encore approfondi en détails l'aspect *« ethos »* de ces vidéastes politiques ainsi que de leurs véritables stratégies numériques.

Description du cadre d'analyse

En fait, comme nous l'avons constaté dans l'introduction générale, les réseaux sociaux tels que YouTube, à l'instar de la télévision, modèlent des comportements politiques spécifiques par leur logique technico-culturelle. Cela a entrainé notamment l'émergence de ces youtubeurs, amenant un ensemble de pratiques et d'usages liés à ces nouveaux métiers. Sur ce point Anaïs Theviot, utilise la métaphore de *« nouvelle grammaire »* (Theviot, 2019). Dans ses travaux sur la campagne de Jean-Luc Mélenchon, elle explique notamment comment il s'est largement appuyé sur cette *« grammaire »* des youtubeurs populaires afin de modeler sa propre chaîne YouTube et la rendre plus virale. En 2017, lors de nos recherches portant également sur le leader de la France Insoumise, nous avions tiré des conclusions similaires.

Nous avions développé un cadre d'analyse (cf. tableau 12), s'inspirant de la science de gestion et de travaux sur la communication politique en ligne (Karpf, 2012 ; Greffet, Wojcik & Blanchard, 2014), qui correspondait aux usages et à la stratégie du politique sur les médias sociaux, représentés par un tautogramme (5C) : ***Canaux***, ***Contenu***, ***Codes***, ***Communauté*** et ***Contrôle***.

Dans notre modèle, ***« Canaux »*** fait référence aux différentes plateformes de médias sociaux utilisées pour la communication politique. Cela implique pour le politique de choisir les canaux appropriés en fonction du public, et, d'adapter sa posture communicationnelle en conséquence. ***« Contenu »*** représente les messages et les contenus partagés sur les médias sociaux. Pour un personnage politique, il est crucial de définir des types de contenus pertinents avec ses objectifs ou positionnements idéologiques, et, d'utiliser des formats attrayants pour capter l'attention de son électorat. ***« Codes »*** se réfère aux normes, codes et usages culturels ainsi qu'aux attentes du public sur chaque plateforme. Effectivement, il est important d'adapter le discours du politique aux techniques et spécificités des médias sociaux afin d'obtenir une meilleure résonance auprès du public. ***« Communauté »*** englobe les abonnés et les utilisateurs qui interagissent avec les contenus politiques. Il est essentiel de gérer cette communauté en créant un sentiment d'appartenance, en encourageant les interrelations. Enfin, ***« Contrôle »***, concerne la surveillance, la veille, la gestion des comportements indésirables et la protection de la réputation en ligne. Pour le politique, il est crucial de surveiller les discussions, d'intervenir lorsque des comportements indésirables se produisent et de répondre efficacement aux situations de crise.

5C	Description	Importance pour le Politique
Canaux	- Stratégie de Plateformes. - Adapter sa communication politique en fonction des caractéristiques de chaque plateforme. - Choisir les canaux appropriés en fonction du public.	- Sélectionner les bonnes plateformes pour toucher l'audience cible. - Adapter la communication à chaque canal pour maximiser l'efficacité. - Adapter sa posture communicationnelle en conséquence.
Contenu	- Définir des types de contenus et créer des formats. - Planifier la fréquence de publication. - Création de contenus de qualité et cohérents avec les objectifs politiques. - Représente les messages et les contenus partagés sur les médias sociaux.	Proposer des contenus pertinents et attrayants pour engager l'auditoire. - Assurer une cohérence avec le positionnement politique. - Utiliser des formats attrayants pour capter l'attention de l'électorat.
Codes	- Adapter son discours politique aux techniques et pratiques spécifiques des médias sociaux. - Adopter les normes, usages culturels et les attentes du public de chaque plateforme. - Réseautage avec d'autres influenceurs politiques et leaders d'opinions.	- Respecter et comprendre les codes de chaque plateforme pour une meilleure résonance avec l'audience. - Collaborer avec d'autres influenceurs et leaders. - Adapter le discours du politicien aux techniques et spécificités des médias sociaux.
Communauté	- Gestion de la communauté d'abonnés. - Création d'un sentiment d'appartenance. - Designer des modérateurs ou ambassadeurs communautaires. - Englobe les abonnés et les utilisateurs qui interagissent avec les contenus politiques.	- Cultiver une relation solide avec la communauté. - Favoriser l'interaction, le partage, et créer un sentiment d'appartenance pour renforcer l'engagement. - Gérer cette communauté en créant un sentiment d'appartenance, en encourageant les interrelations.
Contrôle	- Contrôler les interactions et gérer les comportements indésirables. - Surveiller la réputation en ligne et analyser les données. - Gestion de crise et modération. - Veille stratégique de l'actualité politique et des réseaux sociaux.	- Protéger et gérer la réputation en ligne. - Intervenir en cas de comportements indésirables ou de crises. - Assurer une veille constante pour anticiper les enjeux. - Surveiller les discussions, intervenir lorsque des comportements indésirables se produisent et répondre efficacement aux situations de crise.

Tableau 12 – 5C : Stratégie du politique sur les médias sociaux

Notre modèle constitue un cadre synthétique afin de saisir en détail l'ethos et les usages des vidéastes de droite radicale et d'extrême droite sur les médias sociaux. Cependant, il est important de souligner que leurs objectifs diffèrent de ceux de politiques comme Jean Luc Mélenchon. En effet, ils ne cherchent pas à séduire des électeurs ou des adhérents potentiels. Ils ne briguent pas de mandat électif (du moins pour l'instant), ne sont pas membres de partis politiques, et, n'ont pas les mêmes aspirations.

Leur principal objectif est de diffuser leurs opinions et de se construire une notoriété qui leur permettra d'être potentiellement monétisables sur les réseaux sociaux. Néanmoins, son application aux vidéastes que nous avons étudiés nous a permis, de manière rigoureuse, de déceler les différents aspects de la stratégie de ces youtubeurs sur les médias sociaux.

Canaux

Le premier élément de notre cadre d'analyse concerne donc les « *Canaux* » Sur ce point, les vidéastes de notre sélection utilisent majoritairement YouTube comme canal de communication dans la diffusion de leur contenu. Comme notre qualificatif de *« youtubeur politique »* le laisse entendre, cela a été même, pour la majorité d'entre eux, leur vitrine ainsi que le point de départ (avec, pour les plus anciens Dailymotion) dans leurs parcours de notoriété. Cependant, le contexte foisonnant du marché des réseaux sociaux a modifié, et, a fait évoluer leurs pratiques communicationnelles. En effet, nous l'avons mentionné dans notre méthodologie, notre observation s'est élargie à d'autres médias sociaux car nous ne pouvions pas ignorer les pratiques *« transplateformes »* de ces youtubeurs. Mélanie Milette définit ces pratiques comme *« un usage d'Internet où les contributions se déclinent sur diverses plateformes Web, où le contributeur partage un contenu dans un site, puis dans un ou plusieurs autres, par des manipulations logicielles automatisées ou non »* (Millette, 2013)[630]. Cette *« transplateformisation »* ne consiste pas en de simples duplications mais en de véritables déclinaisons de leurs images de youtubeurs sur d'autres médias sociaux.

[630] Millette, M. (2013). Pratiques transplateformes et convergence dans les usages des médias sociaux. Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle, (43), 47-58.

Par conséquent, les vidéastes de droite radicale s'inscrivent dans une véritable stratégie de plateforme. Dans notre sélection, ils sont, pour la plupart, présents simultanément sur les médias sociaux grand public tels que X, Instagram, Snapchat[631], Facebook, Twitch ou TikTok. Qualifiés ironiquement de *« réseaux sociaux et asociaux »* par Stéphane Édouard, ces derniers se voient attribues des rôles particuliers dans leur quotidien. Considéré comme *« dernier espace de liberté »* par Papacito depuis son rachat par Elon Musk[632], X, par exemple, sert à la fois de sources d'informations, de carrefour d'opinions, de *« ring de combat »* avec leurs opposants politiques, et, de tribune éditoriale. Leurs abonnés peuvent ainsi prendre connaissance de l'activité récente de ces youtubeurs. En outre, sur ce réseau social, leurs communautés observent et prennent part aux conflits, aux *« buzz »*[633] voire aux harcèlements que produisent leurs vidéastes politiques préférés. Des *« buzz »* perçus comme étant divertissants pour des internautes en quête d'identité contestataire, et, dont les tenants et aboutissants constituent pour Kroc Blanc, un moyen de se faire connaitre ainsi qu'une part importante de sa ligne éditoriale. Sur Instagram, la posture est différente. En effet, ce dernier est utilisé par les youtubeurs de notre sélection comme journal intime et vitrine promotionnelle, ou pour faire des directs éphémères ou spontanés.

[631] Snapchat est une application de partage de photos et de vidéos qui permet aux utilisateurs d'envoyer des photos ou vidéos à leurs amis qui disparaissent après quelques secondes. Snapchat est devenu populaire, en particulier parmi les jeunes, pour ses filtres amusants et ses histoires éphémères. Bien qu'il soit utilisé principalement pour le divertissement et la communication personnelle, il peut aussi servir de plateforme pour le partage d'actualités

[632] Elon Musk est un entrepreneur d'origine sud-africaine, actuellement basé aux États-Unis. Il est le fondateur et dirigeant de plusieurs entreprises notables, dont SpaceX, Tesla, et Neuralink

[633] Le terme « buzz » est dérivé du bruit que fait un bourdon (en anglais « buzzing »). Il est utilisé métaphoriquement pour décrire l'effervescence ou le bruit médiatique autour d'un sujet ou d'une idée. Avec l'ascension des médias sociaux, le « buzz » est devenu une stratégie cruciale pour atteindre un large public en peu de temps.

Nous l'avons mentionné précédemment avec Papacito, ils utilisent particulièrement cette plateforme afin de partager des instants courts de leurs quotidiens, pour partager des liens commerciaux, faire la promotion de leurs activités, ou pour exprimer leurs opinions personnelles du moment. En ce qui concerne Facebook, étant pour la plupart trentenaire ou jeune quadragénaire, ils ont délaissé en grande partie ce réseau social, le considérant comme un site principalement utilisé par les *« boomeurs »*[634]. Néanmoins, nous notons que Stéphane Edouard a continué à y être actif jusqu'en 2022[635], et, que certains utilisateurs de ce réseau social, partagent des extraits de leurs vidéos, maintenant indirectement leur présence en dépit de cette inactivité. Sur le réseau social chinois TikTok, les avis sont partagés. Certains comme Valek[636], Stéphane Edouard[637] ou Daniel Conversano[638], séduits par la dynamique et une politique algorithmique attractive, l'utilisent pour faire des courts directs spontanés ou, tout simplement, comme un moyen d'attirer de nouveaux abonnés. D'autres, comme Papacito ou Kroc Blanc, expriment leur réticence à utiliser cette plateforme en formulant une critique similaire à celle de nombreux vidéastes politiques à l'égard de Snapchat, soulignant son aspect juvénile. D'ailleurs, la plupart de ces vidéastes considèrent encore cette plateforme chinoise comme le repère des *« frenchdreamers »*[639].

[634] Le terme « boomeur » est un idiome péjoratif qui désigne les personnes âgées et les « soixante-huitards », associés à des idées dépassées et rétrogrades. L'usage de ce terme alimente une opposition entre les générations sur le web, certains accusant les « boomeurs » d'être responsables de problèmes écologiques, sociaux et économiques actuels.

[635] https://www.facebook.com/stephane.edouard.public/?locale=fr_FR

[636] https://www.tiktok.com/@valeknorage?lang=fr

[637] https://www.tiktok.com/@stephane_edouard?lang=fr

[638] https://www.tiktok.com/@superdannyshorts?lang=fr

[639] TikTok s'est distingué par la mise en avant du quotidien des classes populaires à travers des vidéos courtes et souvent maladroites. Ces vidéos suscitent une réaction ambivalente chez les spectateurs, entre malaise et curiosité malsaine, phénomène appelé « cringe ». Les chaînes YouTube et TikTok nommées « French Dream » proposent souvent un zapping de ces vidéos, rappelant l'émission belge « Strip-tease », mais avec une touche moqueuse. L'idée est de juxtaposer ironiquement le quotidien du Français moyen, le « frenchdreamer » à l « American Dream », en soulignant des clichés souvent négatifs.

Un terme largement usité dans ce milieu qui fait référence à des nombreux comptes nommés *« FrenchDream »*[640]. Ces derniers publient des vidéos virales, particulièrement moqueuses, compilant les contenus les plus excentriques postés par des Français, généralement issus des classes populaires, sur TikTok. Quant à notre opinion sur ce média social, nos observations nous permettent de suggérer qu'il se distingue nettement de YouTube. En effet, tandis que ce dernier oriente parfois les utilisateurs vers des contenus issus de médias traditionnels ou plus modérés, TikTok semble être doté d'un algorithme particulièrement efficace pour proposer à ses utilisateurs des vidéos de plus en plus radicales. Cette particularité semble favoriser particulièrement la visibilité de certains youtubeurs de notre sélection par la création d'un évident *« rabbit hole »*[641] (O'Callaghan et al.,2013) idéologique. Malgré cet avantage qui leur est bénéfique, cela contribue également à l'émergence de nouveaux concurrents sérieux : les TikTokeurs de droite radicale (exemple : Le Droitard[642]). Quant à la plateforme de streaming Twitch, elle est utilisée pour la diffusion de leurs émissions en direct. Il convient de noter que ce site, ainsi qu'une partie de ses streameurs, leur sont particulièrement hostiles. Comme évoqué dans notre section relative au *« YouTube game politique »* (cf. I.2), le site est perçu comme étant *« full gauchiste »* par ces vidéastes de droite radicale qui sont fréquemment signalés par leurs opposants et suspendus. En dépit de ces désagréments et des audiences inférieures, ils y voient néanmoins un potentiel de visibilité supplémentaire et des gains supérieurs au dispositif de diffusion en direct de YouTube.

[640] https://www.tiktok.com/discover/French-Dream-TV

[641] Pour rappel : l'expression « rabbit hole » fait référence à une situation ou un sujet extrêmement captivant et chronophage sur internet. Dans le contexte de l'extrême droite, cela peut signifier qu'une personne commence à explorer un sujet ou une idée modérée et se retrouve progressivement exposée à des contenus de plus en plus extrêmes.

[642] https://www.tiktok.com/@ledroitard_

A cet égard, ils pratiquent ce que l'on appelle le *« multistreaming »*[643], en dupliquant simultanément leur diffusion sur Twitch, X, Instagram, YouTube ou Kick[644] à l'aide de solution technique comme Restream ou StreamYard[645].

Malgré l'apparente similarité de ces usages avec leurs homologues d'extrême gauche et de gauche radicale, il est intéressant de remarquer que leurs stratégies de canaux différent quelques peu. En effet, leurs statuts et leurs discours leur valent d'être plus soumis aux modérations et aux restrictions algorithmiques des médias sociaux. Aux Etats-Unis, ce phénomène s'appelle le *« deplatforming »* (Rauchfleisch & Kaiser, 2021), et, désigne précisément l'action de retirer ou de restreindre l'accès aux plateformes grand public à des individus ou des groupes, généralement de l'Alt-Right, qui propagent des idées extrêmes, haineuses ou discriminatoires. Nous l'avons déjà mentionné dans notre partie méthodologique, nous avons pu assister au début de ces politiques mises en œuvre par les plateformes. Dieudonné et Alain Soral, par exemple, ont disparu définitivement de notre dispositif de veille suite à une radiation par YouTube. Par la suite, d'autres youtubeurs politiques de droite radicale ont également subi ce type de décisions par vagues successives durant nos recherches. Ce fut notamment le cas pour Papacito dont la chaîne YouTube fut fermée par la plateforme durant le mois de juin 2023.

[643] Le « multistreaming » est une pratique qui consiste à diffuser en direct simultanément sur plusieurs plateformes de streaming. Cela permet aux streamers d'atteindre un public plus large et de maximiser leur visibilité en diffusant sur plusieurs canaux en même temps. Le » multistreaming » peut également favoriser l'interactivité avec les spectateurs, car ces derniers peuvent choisir la plateforme qu'ils préfèrent pour regarder le « stream ».

[644] Kick est un concurrent de Twitch fondé par Tyler Niknam, soutenu par quelques streamers populaires comme Adin Ross. Cette plateforme vise à être plus intéressante financièrement pour les créateurs de contenu, et, a suscité un vif intérêt des streamers depuis son annonce. Étant donné que Kick est encore une plateforme relativement nouvelle, il est probable que le nombre de streamers augmente à mesure que la plateforme gagne en attraction auprès des créateurs de contenu ainsi que des spectateurs.

[645] Restream et StreamYard sont des dispositifs de multistreaming qui permettent aux utilisateurs de diffuser leur contenu en direct sur plusieurs plateformes de streaming simultanément. Ils agissent comme un pont entre les différentes plateformes, permettant aux streamers de diffuser leurs vidéos en direct sur des sites tels que Twitch, YouTube, Facebook Live, et bien d'autres, en une seule session de streaming.

A ce sujet, le youtubeur Greg Toussaint de notre bloc *« Les Réactionnaires »,* lui aussi exclu de YouTube, déclara[646] : *« […] Moi, je crois qu'il y'a une volonté de purger. Il y'a vraiment une volonté de tous nous dégager de ces plateforme-là, de toutes ces plateformes aussi visibles. On fait beaucoup de vues. Papacito, particulièrement, fait énormément de vues quand il fait quelque chose, quand il mène une action. Derrière, il est dangereux, automatiquement […] Il est solide sur ses positions […] ».*

Dans les faits, ces mesures n'ont finalement pas les effets escomptés, et, entrainent des pratiques de contournements de ces canaux chez ces vidéastes. Il y'a tout d'abord, telle une hydre à laquelle on couperait une tête, l'apparition de comptes sur les réseaux et de chaînes YouTube secondaires dits *« de secours »* ou sous d'autres alias, comme Daniel Conversano et sa chaîne intitulée *« Danny Hebdo »*[647]. A titre d'exemple, Papacito, a alterné au gré de ses censures avec plusieurs comptes sur les médias sociaux aux différents intitulés : « *Ugo Gil Jimenes* », « *Papacito1er* », « *RoiPapacito* ». Nous observons également l'utilisation de canaux plus anciens tel l'email qui échappe à toutes censures et contrôles de la part des plateformes. Comme Valek[648] ou El Rayhan[649], les vidéastes peuvent ainsi mettre en place des lettres d'informations et des *« newsletters »*[650], où ils commentent l'actualité économique et politique en s'exprimant sans filtres. A vrai dire, ces newsletters sont surtout utilisées afin de constituer des bases de données et pour promouvoir leurs produits ou services.

[646] https://www.tiktok.com/@greg_toussaint/video/7247438787129789723

[647] https://www.youtube.com/channel/UCAOF3OJiU8rLJwFveYvZ-Qw

[648] https://www.valek.fr/

[649] https://elrayhan.systeme.io/c5ac5e64-a2a271f6-53c2d497

[650] Une « newsletter » est un bulletin périodique envoyé par courrier électronique à une liste d'abonnés qui ont choisi de recevoir des mises à jour, des nouvelles ou des informations d'une organisation ou d'une personne. Elle sert généralement à informer les abonnés des dernières actualités, promotions, événements ou tout autre sujet pertinent à l'expéditeur

Nous avons pu assister aussi à l'émergence et l'usage de plateformes et de réseaux alternatifs, souvent associés au mouvement *« Alt-Tech »*[651], comme RuTube[652], BitChute[653], Odysee[654], Rumble[655], Signal[656], Gettr, Gab[657], Kick, Mastodon[658], Telegram ou encore Patreon. Ce dernier, par exemple, est utilisé par ces youtubeurs car il leur permet de recevoir des contributions financières régulières de quelques abonnés actifs en échange de contenus et d'avantages exclusifs. Cette plateforme hybride entre média social et financement participatif est surtout usitée par ces youtubeurs dans le but de cultiver un entre-soi et pour éviter la censure grâce à une politique de modération humaine moins stricte. Cette plateforme devient de plus en plus populaire chez les vidéastes de droite radicale français comme TeddyBoy RSA[659] ou Baptiste Marchais[660], et suscite déjà de nombreuses polémiques aux Etats-Unis en étant accusée d'accueillir, sans restriction, leurs homologues de l'Alt-Right.

[651] Le mouvement « Alt-Tech » désigne un ensemble de plateformes de médias sociaux et de fournisseurs de services Internet créés en réaction à ce que certains considèrent comme une censure ou une modération trop stricte sur des plateformes majeures telles que Facebook, Twitter et YouTube. Ces nouvelles plateformes se positionnent comme des champions de la liberté d'expression et attirent notamment des groupes d'extrême droite (l'Alt-Right), ainsi que d'autres défenseurs de points de vue marginaux ou extrémistes. Le nom « Alt-Tech » fusionne « Alt-Right » et « Big Tech ». Bien qu'elles se revendiquent garantes des libertés individuelles, ces plateformes sont souvent pointées du doigt pour leur tolérance vis-à-vis des discours haineux, de l'antisémitisme, des théories du complot et, dans certains cas, du terrorisme.

[652] RuTube est une plateforme vidéo russe populaire. Elle est axée principalement sur les contenus locaux et les utilisateurs russophones, et, demeure similaire à YouTube en termes de fonctionnalités.

[653] BitChute est une plateforme de partage de vidéos en ligne basée sur la technologie peer-to-peer, créée en 2017. Elle attire principalement les créateurs de contenu et les utilisateurs qui cherchent à éviter la censure et les restrictions sur d'autres plateformes. BitChute a été critiqué pour héberger des contenus extrémistes, conspirationnistes et haineux en raison de sa politique de modération moins stricte.

[654] Odysee est un site de partage vidéo décentralisé basé sur la blockchain. Il est censé protéger la vie privée, et, éviter la censure. Il s'appuie notamment sur le protocole LBRY pour la distribution de contenu.

[655] Rumble : Plateforme vidéo canadienne axée sur la liberté d'expression. Elle facilite la monétisation pour les créateurs de contenu, et, offre des fonctionnalités similaires à YouTube mais avec moins de restrictions.

[656] Signal est une messagerie chiffrée de bout en bout, protégeant la confidentialité des utilisateurs. Elle permet d'envoyer des messages, des appels et des fichiers. Étant open source, son code est public, renforçant la confiance en sa sécurité. Elle est recommandée pour sa robustesse en matière de protection des données.

[657] Gab est une plateforme de médias sociaux se présentant comme une alternative aux grands réseaux, favorisant la liberté d'expression. Toutefois, elle a été critiquée pour sa modération laxiste, attirant des contenus extrémistes. Malgré des défis avec certains fournisseurs de services, Gab persiste en valorisant la libre expression.

[658] Mastodon est une plateforme de médias sociaux décentralisée avec des serveurs indépendants. Inspirée de Twitter, elle valorise la vie privée et offre une alternative aux réseaux centralisés, permettant à chaque instance de définir ses propres règles.

[659] https://www.patreon.com/teddyboy2D6

[660] https://www.patreon.com/user?u=92403451

En ce qui concerne Telegram, particulièrement complet dans ses fonctionnalités (diffusions en direct, partages de vidéos et photos, messagerie cryptée), il est l'un des réseaux alternatifs le plus présent dans les stratégies de plateformes des youtubeurs de droite radicale. Dans notre sélection, par exemple, Kroc Blanc incite ses homologues influenceurs à s'y lancer, et, pousse ses abonnés à le suivre sur ce réseau par une bannière dans ses vidéos : *« une seule façon d'esquiver le shadowban*[661] *: Telegram »*[662]. Il utilise son compte Telegram[663] comme un moyen de maintenir le lien avec ses abonnés malgré les bannissements et les censures qu'il rencontre régulièrement. Pour Daniel Conversano[664], Telegram est utilisé pour diffuser des directs et des messages dont le discours est plus radical. Par exemple, il initie habilement sa diffusion en direct sur YouTube puis convie ses spectateurs à le rejoindre sur cette plateforme, promettant une atmosphère plus débridée et intime. Odysee est lui aussi très prisé. Cette alternative à YouTube, célèbre pour sa modération peu rigoureuse et pour avoir massivement hébergé des contenus conspirationnistes ou des influenceurs politiques exclus des plateformes grand public, sert de banque d'archives et de refuge pour les vidéos controversées de ces youtubeurs (*« […] Pourquoi avoir choisi Odyssée ? […] tout simplement pour pas se faire striker […] on se fait striker sur YouTube […] » TeddyBoy RSA*[665]). Malgré leur engouement évident dans ce milieu des vidéastes de droite radicale, ces alternatives ne tiennent pas leurs promesses d'indépendance.

[661] Le « shadow ban » est une méthode employée par les plateformes pour restreindre la visibilité d'un utilisateur ou de son contenu sans le notifier. Au lieu d'exclure un utilisateur ou d'éliminer son contenu, cette approche masque ou réduit la diffusion de ses publications, commentaires ou interactions avec autrui. Les utilisateurs touchés par cette mesure peuvent continuer à publier et à interagir, mais leur visibilité est amoindrie, ce qui peut nuire à leur capacité de gagner de nouveaux abonnés ou d'interagir avec d'autres membres de la communauté.

[662] https://odysee.com/@krocblanc:3/KBG_Stream_Dim_23-04_-_El_dramatos_des_doigts:4

[663] https://t.me/s/Krocblanc/1128

[664] https://t.me/s/danielconversano/607

[665] https://www.youtube.com/watch?v=IIt8vcPbuLM

Les autorités ont finalement accès à ces réseaux dissidents, l'audience y est plus restreinte et la migration des abonnés n'a jamais eu lieu (Donovan et al., 2019)[666]. Stéphane Edouard y voit même un mauvais présage, un déclin, une invisibilisation et une marginalisation peu attrayante. Comme nous le verrons plus tard, ils demeurent sur les grandes plateformes, quitte à se dissimuler astucieusement sous d'autres comptes ou à modifier leur discours tout en respectant les conditions d'utilisation.

Hormis ces réseaux alternatifs, une autre pratique a émergé à la suite ces restrictions imposées par les médias sociaux : l'auto-hébergement de ses propres vidéos. En effet, certains vidéastes ont tenté de rediriger leurs abonnés vers des contenus hébergés sur des sites web personnels et des serveurs à l'étranger afin de s'affranchir des politiques de modération, mais sans jamais connaître le succès escompté. Dans notre sélection, ces sites web personnels, utiles pour leur référencement Google, servent davantage de vitrine commerciale, de blog, de tribune ou de présentation que de plateforme d'hébergement de contenus vidéos. Pour le moment, seuls Dieudonné (Dieudosphère[667]) et Alain Soral semblent avoir réussi cette transition vers les médias sociaux alternatifs et l'hébergement de contenus sur leurs propres sites web, tout en ayant perdu une grande partie de leur audience. A ce sujet ce dernier, déclarera dans un entretien donné à une chaîne YouTube[668] :

:

[666] Donovan, J., Lewis, B., & Friedberg, B. (2018). Parallel Ports. Sociotechnical Change from the Alt-Right to Alt-Tech. In Post-Digital Cultures of the Far Right.

[667] Dieudosphere (dieudosphere.com) est une plateforme web gérée par l'humoriste français controversé Dieudonné M'bala M'bala, proposant des spectacles, des interviews et autres contenus liés à l'artiste. Connue pour son association avec les discours polémiques de Dieudonné, notamment sur l'antisémitisme et le négationnisme, la « Dieudosphere » sert d'espace d'expression pour lui en dehors des médias traditionnels.

[668] https://www.youtube.com/watch?v=U3__cYZadr8

« […] YouTube c'est le diffuseur majeur […] les gens sont paresseux alors quand on disparaît de YouTube, ça veut dire d'ailleurs qu'on a fait le boulot efficacement […] les gens ont l'impression qu'on vous voit moins. Mais en réalité, moi je fais toujours le même travail avec Egalité et Réconciliation, à part que maintenant, mes vidéos sont sur Odysee. Evidemment, ce qui réduit l'audience mais je continue le boulot je n'ai jamais arrêté […] »

Canal	Utilisation	Observations
YouTube	Canal de communication principal pour la diffusion de contenu.	Point de départ de la notoriété pour la plupart. Certains vidéastes ont été bannis ou censurés.
X	Source d'informations, carrefour d'opinions, « ring de combat », tribune éditoriale.	Permet aux abonnés de suivre l'activité récente des youtubeurs. Perçu comme le « dernier espace de liberté » par certains vidéastes depuis son rachat.
Instagram	Journal intime et vitrine promotionnelle.	Usité pour partager des moments du quotidien, des liens commerciaux, des promotions et des opinions.
Facebook	Moins utilisé par cette génération de youtubeurs politiques	Considéré comme un site pour les « boomeurs » Certains continuent d'y être actifs ou y sont présents par le biais de partages d'extraits de vidéos.
TikTok	Certains l'utilisent pour attirer de nouveaux abonnés.	Avis partagés : certains critiquent son aspect juvénile. L'algorithme favorise des contenus de plus en plus radicaux.
Twitch	Diffusion d'émissions en direct.	Certains vidéastes y sont hostiles en raison de la modération et des audiences inférieures.
RuTube, BitChute, Odysee, Rumble, Signal, Gettr, Gab, Kick, Mastodon, Telegram, Patreon	Plateformes et réseaux alternatifs émergeant en réponse à la censure sur les plateformes principales.	Utilisés pour diverses raisons : éviter la censure, maintenir le lien avec les abonnés, diffuser des contenus plus radicaux, recevoir des contributions financières, etc…
Newsletters	Communication directe avec les abonnés.	Utilisées pour promouvoir des produits ou services.
Auto-hébergement & site personnel	Liberté totale en termes de contenu et de gestion de la plateforme.	Offre une alternative à la censure et aux restrictions des plateformes principales.

Tableau 13 – Récapitulatifs des différents canaux utilisés par les youtubeurs de notre séléction

En définitive, la manière dont ces youtubeurs politiques de droite radicale gèrent leurs stratégies de *« Canaux »* est assez proche de celles des autres créateurs de contenu ou influenceurs dits *« classiques »*, malgré certaines spécificités liées à leurs discours politique. En effet, confrontés à la censure, ils ont été contraints, comme nous l'avons expliqué, de chercher des solutions d'hébergement propres et d'établir une présence parallèle sur de nouveaux réseaux et plateformes alternatives. Ces tactiques d'évitement et ces *« bricolages »* assurent leur présence en ligne, bien que les audiences obtenues par ces alternatives soient souvent moindres que celles des médias sociaux grand public. Ainsi, ces stratégies de canaux mettent en exergue la dépendance marquée de ces vidéastes vis-à-vis des plateformes grand public, de même que l'efficacité relativement limitée des mesures de modération et des contraintes algorithmiques qui leur sont appliquées une fois qu'un certain niveau de notoriété est atteint. Nous observons même parfois une complicité sournoise des plateformes vis-à-vis de ces influenceurs de droite radicale puisque certains comme Valek, Stéphane Edouard ou Raptor jouissent du statut privilégié de *« certifié »* ou *« validé »*[669]. Nous pouvons également ajouter que la non-coordination des restrictions par les médias sociaux, le large éventail de ces derniers assurent à ces vidéastes des solutions de replis systématiques et une subsistance numérique.

[669] Le statut « certifié » ou « vérifié » sur YouTube est une distinction accordée aux créateurs de contenu et aux personnalités publiques de renom. Il s'agit d'un badge bleu avec une coche blanche qui apparaît à côté du nom de la chaîne. La certification indique que la chaîne est authentique, officielle et qu'elle appartient bien à la personne ou à l'entité revendiquée.

Quelques instants après son exclusion de YouTube, Papacito résumera notre constat dans une *« story »* éphémère[670] : *« […] De toute façon, comme vous le savez, la survie dépend de l'adaptation. Nous allons nous adapter. Il existe de nombreuses plateformes où la censure ne peut pas avoir lieu. Chaque fois que je serai chassé d'une plateforme, je trouverai une autre où aller […] Lorsque j'ai été banni de Twitter, nous nous sommes retrouvés sur Gettr. Mon travail de subversion, avec l'ensemble des plateformes qui existent, trouvera toujours une place, et même si je suis définitivement chassé de toutes les plateformes, ce qui sera compliqué voire irréalisable, je créerai mon propre site […] ».* En d'autres termes, un *« jeu du chat et de la souris »* qui semble interminable et qui suggère d'autres solutions plus efficientes que la simple censure ou exclusion.

Contenu

Sur le plan du « *Contenu »*, il est essentiel, tout d'abord, de nous concentrer sur l'essence même du youtubeur : la vidéo. Sur ce point, pour maintenir leur pertinence et visibilité, nous observons, tout d'abord, une stratégie que nous pourrions qualifier d'*« entrée progressive »*[671]. En effet, avec cette arrière-pensée gramsciste caractéristique, ces youtubeurs peuvent commencer par des vidéos divertissantes, du *« gaming »*[672], du jeu de rôle filmé comme TeddyBoy RSA[673], ou de la critique humoristique pour attirer des spectateurs, puis progressivement conduire ces derniers vers du contenu plus politisé et idéologisé.

[670] https://www.tiktok.com/@papacit01er/video/7243040164862315803

[671] La stratégie de « l'entrée progressive » est une tactique utilisée par certains mouvements politiques ou idéologiques d'extrême droite pour étendre leur influence et normaliser leurs idées. Elle consiste à présenter des discours et des contenus plus modérés ou moins explicites au départ, afin d'attirer un public plus large et de gagner en crédibilité. Une fois ce public établi, ces mouvements peuvent progressivement introduire des idées plus radicales et extrêmes. L'objectif final est de légitimer et de normaliser des idées qui autrement seraient largement rejetées par la société. Cette stratégie est souvent critiquée pour son potentiel de manipulation et de propagation de discours haineux.

[672] Le gaming fait référence à l'activité de jouer à des jeux vidéo, que ce soit sur des consoles, des ordinateurs ou des appareils mobiles.

[673] https://www.youtube.com/watch?v=CmjjaRQwDig&list=PL9jCZn7aVAdD0W8AYpqo6nianKcxidlpB

En outre, nous pouvons distinguer également deux grands types de vidéos : celles montées (ou parfois spontanées) et celles diffusées en direct. Au-delà de ces deux grands types de vidéos, ces dernières peuvent être surtout catégorisées en plusieurs formats. Nous en avons identifié sept principaux chez les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite durant nos travaux :

Débats en direct et radios libres filmées : ces formats de vidéos comprennent des discussions approfondies, souvent face caméra, traitant de divers sujets politiques et sociaux. Ils se déroulent généralement en présence d'invités, d'autres youtubeurs, d'influenceurs ou d'abonnés partageant des idées similaires, et parfois d'adversaires pour des débats plus animés. Grâce à l'émergence de Twitch et des diffusions en direct sur YouTube, ce format a conquis de nombreux youtubeurs politiques issus de différents horizons. S'inspirant des radios libres des années 90, les vidéastes créent alors des contenus en direct de plusieurs heures, où ils s'expriment librement et interagissent avec des personnalités ou leur audience. En l'absence d'un programme prédéterminé, les youtubeurs, à l'instar des animateurs radio, commentent et réagissent à l'actualité politique, aux tweets ou aux contenus suggérés par leurs abonnés. Ces derniers peuvent participer en direct en sollicitant une intervention via un serveur Discord ou un numéro de téléphone dédié, à l'image d'un standard radio. Ce type de contenu est extrêmement populaire car, contrairement aux autres, les diffusions en direct ne nécessitent ni post-production, ni moyens techniques importants, ni montage chronophage, ce qui réduit les besoins en ressources financières et humaines.

Au sein de notre sélection, Kroc Blanc, Daniel Conversano et Teddy Boy RSA sont ceux qui pratiquent le plus ce format. TeddyBoy RSA a même été l'un des précurseurs et une référence dans les milieux de droite radicale avec son émission en direct hebdomadaire intitulée *« Vendredi tu t'es permis ! »*[674].

Vidéos de critiques : dans ce format monté et post-produit, les youtubeurs politiques réagissent et critiquent les créations d'autres vidéastes, les actualités, les faits divers, les personnalités médiatiques ou les politiques publiques. Ces vidéos éditorialisées, généralement courtes et d'une durée de cinq à dix minutes, sont parfois appelées *« React »*[675] dans le jargon des médias sociaux. Favorisant une certaine forme d'indignation partisane, ce format de contenu vidéo réinterprète l'actualité et exprime souvent les points de vue des vidéastes en déconstruisant les arguments contraires et en renforçant leurs propres positions. Les sujets de ce type de vidéos sont toujours directement ou indirectement liés aux thématiques décrites dans la partie précédente, et les cibles sont régulièrement des militants de gauche ou des activistes LGBT.

[674] https://www.youtube.com/playlist?list=PLRj-xLQuQSHGgGBS3W73Ft7H9U4LdPLV9

[675] Dans le domaine des vidéos en ligne, le terme « react » désigne un genre de contenu où les auteurs expriment en direct leurs réactions, commentaires ou analyses à des vidéos préexistantes, souvent populaires ou virales.

Les créateurs de ces vidéos peuvent également s'appuyer sur les contenus d'autres influenceurs ou entités partageant leur orientation politique, tels que Damien Rieu, le *« twittos »* Bouli[676] ou le blog FdeSouche, ainsi que sur des vidéos provenant de comptes comme Cpasdeslol[677] ou Truc2Fou[678], qui mettent en scène leurs ennemis désignés notamment les jeunes de banlieue ou les individus issus de minorités ethniques. Des youtubeurs tels que Stéphane Edouard avec ses *« vidéoscopies »*[679] ou Kroc Blanc avec sa chaîne *« Fdenews »* produisent de manière prolifique des vidéos critiques s'appuyant en partie sur ces contenus. En dehors des profils étudiés dans notre sélection, nous pouvons également mentionner Consul Pazen[680][681], Kentra Actu[682] ou Nicolas Faure[683], qui sont des habitués de ce format.

Documentaires et reportages : s'inspirant du travail de journalistes ou de reporters de guerre, les youtubeurs de droite radicale peuvent également réaliser des documentaires pour présenter des faits, des situations, des statistiques et des témoignages qui soutiennent leurs idéologies. Ces vidéos, en direct ou non, offrent une approche plus rigoureuse, journalistique et structurée pour traiter des sujets spécifiques. Cela peut inclure la couverture de manifestations, la réalisation de micros-trottoirs ou la production de reportages.

[676] https://twitter.com/bouliboulibouli?lang=fr

[677] Le compte Cpasdeslol publie des vidéos amateurs principalement axées sur les jeunes de quartiers, diffusées sur diverses plateformes comme Telegram, Snapchat et TikTok. Ces publications, attirant une audience massive, suscitent de vives réactions et sont parfois instrumentalisées par des politiciens de droite et d'extrême droite. Malgré un manque de vérification de leur authenticité, elles sont souvent employées à des fins de communication politique.

[678] https://www.tiktok.com/discover/Telegram-truc2fou?lang=fr

[679] https://www.youtube.com/playlist?list=PLt6tGJ5ZQ9O3IYL6hOi9Re8jE681CPgKs

[680] Consul Pazen est un créateur de contenu vidéo et un animateur de streaming, spécialisé dans les sujets politiques, qui opère de manière anonyme sur les plateformes YouTube et Twitch. Il traite de diverses questions sociétales, y compris la démocratie, l'économie et l'immigration. Néanmoins, ses points de vue sur des sujets tels que le féminisme, le masculinisme et l'identité de genre ont suscité des critiques.

[681] https://www.youtube.com/channel/UCZ76zMq4s2bouX3W0KmxFNw

[682] https://www.youtube.com/channel/UCU1dyNS5gn4VQfsIx1SFaiQ

[683] https://www.youtube.com/channel/UCbS7FYP8BvnvASQfm4WHg1g

Dans notre sélection, nous pouvons citer l'exemple de Papacito, qui a réalisé un reportage sur un conflit entre un paysan et sa municipalité[684]. Dans notre groupe de vidéastes *« Réactionnaires »*, nous pouvons également évoquer El Rayhan avec ses *« Micro-connards »*[685], ainsi que Vincent Lapierre[686] avec ses reportages sur le terrain[687] ou sa couverture régulière des mouvements sociaux comme ceux des gilets jaunes.

Vidéos personnelles : dans ce format de vidéos, les créateurs partagent leurs opinions et expériences à travers des séquences intimistes illustrant leur vie quotidienne, leurs vacances et autres activités. Parlant directement à la caméra, ils proposent des récits personnels liés à leurs convictions politiques. Ce format spontané et d'apparence volontairement amateur est issu de la culture de la webcam et du Vlog ainsi que des *« stories »* Instagram. Parmi les exemples, nous pouvons citer TeddyBoy RSA qui s'est fait connaitre, dans un premier temps, avec ses Vlogs[688], Valek qui a posté une vidéo sur sa visite du Mont Saint-Michel avec ses amis[689], ou encore, Papacito qui se filme lors de ses randonnées en terre ibérique.

[684] https://www.youtube.com/watch?v=W9GnfTAUiFM

[685] https://www.youtube.com/watch?v=lS738nlpWwI

[686] Vincent Lapierre, figure emblématique du paysage médiatique alternatif français, est un youtubeur dont la notoriété s'est construite sur son engagement dans des mouvements politiques d'extrême droite. Sa carrière a débuté au sein d'Égalité et Réconciliation, une organisation dirigée par Alain Soral, où il a acquis une certaine expérience avant de s'en séparer en raison de divergences internes. Suite à cette rupture, il a créé Le Média Pour Tous, une plateforme médiatique alternative où il occupe le rôle principal d'animateur. Ses idéologies politiques, souvent associées à l'extrême droite, ont suscité de nombreuses critiques, notamment en raison de ses commentaires controversés lors de la couverture des manifestations des Gilets jaunes.

[687] https://www.youtube.com/watch?v=BsC-N-jPXl8

[688] https://www.youtube.com/watch?v=f3TVhGkVhDQ&list=PL9jCZn7aVAdBq3b1wWs84dYzV0iiB54DO

[689] https://www.droite.tv/el-rayhan/2021/09/05/le-mont-saint-michel-avec-valek-et-bruno-le-sale/

Vidéos humoristiques : ce type de vidéos peut comprendre des satires, des sketchs, des parodies, des remix ou des animations pour attirer l'attention du public. Cependant, ce format n'est pas très courant parmi les youtubeurs de notre sélection. Nous pouvons néanmoins citer Papacito qui inclut de nombreux traits humoristiques, parodies et caricatures dans ses contenus, comme dans une vidéo intitulée *« Le gauchisme est-il pare-balles »*[690] qui a fait beaucoup parler d'elle, et, a entraîné des poursuites judiciaires de la part de Jean Luc Mélenchon. Au sein du groupe *« Les Réactionnaires »*, il y a les vidéastes tels que Caljbeut[691], qui crée des animations satiriques, ou encore Psykosauce[692] qui publie des vidéos humoristiques au ton acerbe. Nous pouvons également mentionner le renommé Mozinor[693] qui, dernièrement, a révélé publiquement son orientation politique en faveur de la droite radicale, orientant ses célèbres montages vers une tonalité nettement plus réactionnaire.

Analyses, vulgarisation et essais vidéo : ce format consiste en une analyse approfondie d'un sujet ou d'un événement spécifique, en utilisant des sources et des données pour étayer les arguments. Les youtubeurs peuvent également présenter du contenu de vulgarisation sur des théories politiques, des figures historiques ou des aspects culturels en accord avec leur point de vue, et, comme nous l'avons stipulé dans notre partie sur leur rhétorique, en usant principalement d'arguments d'autorité.

[690] https://www.youtube.com/watch?v=NbGUNqmCJxg

[691] https://www.youtube.com/user/caljbeut

[692] https://www.youtube.com/@PsykoSauce2

[693] Mozinor, un vidéaste web français connu pour ses détournements de vidéos, s'est distingué par des parodies souvent en lien avec l'actualité et la politique depuis 2004. Malgré un anonymat préservé, ses œuvres ont capturé l'attention du public et des médias, mélangeant humour, critique sociale et exploration de sujets parfois polémiques.

Lors de notre observation méroïtique, nous avons constaté que Valek et Daniel Conversano sont les vidéastes qui utilisent le plus ce format. Nous pouvons également mentionner Julien Rochedy[694] qui publie des vidéos axées principalement sur la théorie politique, Maudin Malin[695] ainsi que Christopher Lannes[696] qui s'est spécialisé dans la vulgarisation de l'histoire.

Tutoriels et conseils : dans ces vidéos, les youtubeurs partagent des conseils pratiques pour soutenir les causes de la droite radicale, par exemple, comment participer à des manifestations, se protéger en ligne ou s'engager dans des discussions politiques. Ils cherchent également à véhiculer une posture politique et une volonté de renouer avec un certain *« enracinement »*, par le biais de certains tutoriels *« lifestyle »*. Par exemple, Papacito, à ses débuts, a publié une série de tutoriels vidéo intitulée *« Être un mac »*[697] où il donne des conseils vestimentaires, gastronomiques ainsi que des références littéraires afin d'être un véritable homme, en ses propres termes : un *« mac »*[698].

Interviews, entretiens : les youtubeurs peuvent organiser des débats ou des interviews avec des personnalités politiques, des experts, d'autres youtubeurs ou des influenceurs partageant des idées similaires ou différentes, afin de discuter de divers sujets politiques et sociaux.

[694] https://www.youtube.com/channel/UCipyNJTrWAdyT0YMb3PkiMA

[695] https://www.youtube.com/c/MaudinMalin

[696] https://www.youtube.com/c/ChristopherLannes

[697] https://www.youtube.com/watch?v=mvlHLKNOlP4

[698] Papacito utilise le terme « Mac » dans un contexte particulier. Bien que ce mot, d'origine anglaise, désigne traditionnellement un proxénète, Papacito lui attribue une signification différente, l'associant à une image d'homme dominant, confiant et viril, qui incarne ses valeurs personnelles. Cette interprétation est en adéquation avec son idéologie propre, souvent marquée par des notions de masculinité affirmée. Certains analystes suggèrent également que « Mac » pourrait être l'acronyme de « Mâle Alpha Chef », renforçant ainsi l'idée d'un homme puissant et leader.

Les vidéastes peuvent également organiser des tables rondes en direct ou des débats avec des détracteurs et des opposants politiques, à la manière d'émissions télévisées telles que *« Ce soir ou jamais »*[699]. Les invités de ces interviews sont souvent des personnalités issues de la droite *« hors les murs »*[700], d'anciennes figures médiatiques et politiques controversées, ou des acteurs connus pour leurs opinions marginales sur Internet.

Type de Vidéo	Description
Débats en direct et radios libres filmées	Discussions approfondies en face caméra sur divers sujets politiques et sociaux. Les contenus peuvent durer plusieurs heures, en direct, avec la participation d'invités et d'abonnés.
Vidéos de critiques	Réactions et critiques des actualités, personnalités médiatiques ou politiques publiques. Ces vidéos sont courtes et souvent appelées « React ».
Documentaires et reportages	Présentation de faits, situations, statistiques et témoignages qui soutiennent leurs idéologies. Ces vidéos peuvent être des couvertures de manifestations ou des micros-trottoirs.
Vidéos personnelles	Séquences intimistes montrant la vie quotidienne des vidéastes, associées à leurs convictions politiques.
Vidéos humoristiques	Satires, sketchs, parodies, remix ou animations visant à captiver le public.
Analyses, vulgarisation et essais vidéo	Analyse détaillée d'un sujet ou événement spécifique avec des sources et des données pour étayer les arguments.
Tutoriels et conseils	Conseils pratiques pour soutenir les causes de la droite radicale et tutoriels « lifestyle » reflétant une certaine posture politique.
Interviews, entretiens	Débats ou interviews avec des personnalités politiques, experts, autres youtubeurs pour discuter de divers sujets politiques et sociaux.

Tableau 14 –Récapitulatif des différents formats vidéo des youtubeurs de droit radicale et d'extrême droite

[699] L'émission télévisée française « Ce soir ou jamais », animée par Frédéric Taddeï, a été diffusée de 2006 à 2016. Elle a commencé sur France 3 avant de rejoindre France 2. Caractérisée par des débats approfondis sur divers sujets d'actualité, elle invitait des personnalités de tous horizons. Cependant, cette diversité a parfois conduit à des polémiques, notamment en raison du choix de certains invités et de la liberté d'expression offerte. Ces controverses soulignent la tension entre le pluralisme des opinions et la responsabilité éditoriale.

[700] La « Droite hors les murs » est une frange de l'extrême droite française qui promeut l'union des droites visant à abolir les frontières entre la droite et l'extrême droite. Elle est conservatrice, identitaire et libérale sur le plan économique. Née dans les années 2000, elle rassemble des personnalités diverses comme Patrick Buisson, Philippe de Villiers ou Robert Ménard. Son idéologie est plutôt libérale sur le plan économique et souhaite créer une « passerelle » entre la « droite classique et la droite extrême ». Elle a des relais médiatiques comme Boulevard Voltaire ou Valeurs actuelles.

Au-delà de la typologie de ces formats de contenu vidéo, il est intéressant de relever une tendance de fond impulsée par le marché des médias sociaux. Il s'agit de la réduction des durées et de la verticalisation des vidéos. En effet, influencés par le succès des *« réels »*[701] d'Instagram et par l'engouement autour de TikTok, YouTube, Instagram, Facebook et même X proposent et promeuvent à leur tour ce type de contenu court auprès des vidéastes. Ces vidéos de moins de trois minutes favorisent cette *« économie de l'attention »*[702] qui, sous un effet de dopamine et de *« swipe »*[703], influence la manière dont les créateurs produisent de la vidéo. Cette tendance de fond cannibalise l'audience des vidéos politiques sur YouTube et contribue, selon plusieurs études[704], à un délaissement progressif de cette plateforme. Dans notre sélection de vidéastes, nous avons constaté une latence dans l'adoption de cette tendance. Ils ont continué à se démarquer des autres créateurs en proposant des vidéos d'une durée supérieure à la moyenne, témoignant ainsi de leur résistance à ce type de vidéos courtes. Cette caractéristique, propre à ces vidéastes, s'explique en partie par l'objet, la politique, qui nécessite beaucoup de développement, de discussions et de débats. Ainsi, dans l'univers des youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite, l'usage de ces formats courts est loin d'être systématique.

[701] Les « réels » sur Instagram sont de courtes vidéos créatives de maximum 60 secondes, offrant aux utilisateurs des outils d'édition et d'effets spéciaux pour partager du contenu engageant dans un flux dédié.

[702] Pour rappel, l'économie de l'attention décrit la compétition entre entreprises en ligne pour retenir l'attention des utilisateurs, en élaborant du contenu et des stratégies qui encouragent un engagement continu, créant ainsi des influences sur les comportements et les revenus générés.

[703] Sur des plateformes comme TikTok et Instagram, le « swipe » est une action courante où les utilisateurs font défiler rapidement le contenu en glissant leur doigt sur l'écran. Cette action peut déclencher l' « effet dopamine », libérant ce neurotransmetteur lié au plaisir, lorsque les utilisateurs reçoivent des likes, des commentaires ou des interactions positives, ce qui peut les inciter à continuer à explorer le contenu de manière répétée.

[704] https://www.pewresearch.org/internet/2023/12/11/teens-social-media-and-technology-2023/

Comme nous l'avons suggéré dans notre section sur les *« Canaux »*, l'image dévalorisante longtemps associée aux formats de type TikTok a souvent rebuté ces youtubeurs politiques. Aujourd'hui, certains les utilisent principalement pour créer des *« teasers »*[705], des extraits percutants ou des *« best of »*[706] de leurs vidéos plus longues et de leurs *« streams »*. Ce type de changement soudain des modes de consommations de contenus illustre surtout le fait que ces youtubeurs d'extrême droite doivent rapidement adopter de nouveaux formats. À cet égard, ils explorent également d'autres types de contenu, tels que l'audio. Ils produisent ainsi de nombreux podcasts (souvent de simples extractions sonores de leurs vidéos) et les diffusent sur des plateformes de streaming musical comme Deezer, Google Podcast, Spotify ou iTunes. A titre d'exemple, le podcast du Raptor, *« 10 000 pas »*[707], a longtemps figuré parmi les plus écoutés sur Spotify. Baptiste Marchais rencontre lui aussi un succès d'audience avec *« Radio Dixie »*[708]. Dans ce podcast filmé, il s'évertue hebdomadairement, avec son associé, à comparer sa vie texane d'expatrié avec les actualités françaises. Dans notre sélection, Stéphane Edouard avait déjà commencé avec ce format il y a quelques années et continue de publier des études de cas de ses clients[709].TeddyBoy RSA en produit de nombreux mis à disposition sur son Patreon[710]. De son côté, Papacito a également lancé le sien, *« Burger Ring »* [711], un podcast où il expose sa pensée politique en digressant autour de la culture populaire américaine des années 90.

[705] Un « teaser » est une courte présentation ou annonce conçue pour susciter l'intérêt et la curiosité du public à propos d'un produit, d'un événement ou d'une œuvre à venir. Il offre un aperçu intrigant sans révéler tous les détails, incitant ainsi le public à en savoir plus ou à rester à l'écoute pour la révélation complète.

[706] Un « best of » est une compilation des meilleurs moments, œuvres ou réalisations d'un artiste, d'une émission, d'un événement ou d'une période donnée. Il s'agit d'une sélection des éléments les plus populaires ou les plus marquants, regroupés en un seul ensemble pour le plaisir des fans ou du public.

[707] https://open.spotify.com/show/1CQhOKrG1aJCDqfVHEVKCH?si=1b99a18b8ef6439e
https://www.youtube.com/playlist?list=PLCURjnQ9TIUNL35x-4yzBSLPorEt-zPCD

[709] https://open.spotify.com/show/1peSs71qi74a9gysTonCj5?si=5d8d9ef2c4b049c7

[710] https://www.patreon.com/posts/72369257

[711] https://open.spotify.com/show/2GqvZ6GYEHV60r9q4B00ul?si=185c12a4faa9473e

Pour synthétiser l'aspect *« Contenu »* de notre cadre d'analyse, nous avons pu constater que les youtubeurs d'extrême droite et de droite radicale utilisent un panorama de vidéos qui, à l'image du paysage médiatique politique de YouTube étudié dans cette thèse, adoptent des formats hybrides. Ces derniers combinent notamment des éléments imitant les grandes émissions politiques (jingles, visuels, mise en scène, direction artistique, ton journalistique) avec un certain amateurisme soigneusement cultivé pour renforcer un sentiment d'authenticité. En d'autres termes, une manière efficace, pour ces vidéastes, de se distinguer en maintenant une forme de semi-amateurisme malgré leur apparente volonté de mimer les médias traditionnels. Il est également important de noter que, là aussi, le contenu proposé par ces vidéastes politiques d'extrême droite dépend fortement des exigences des plateformes de réseaux sociaux ainsi que de la demande de leurs utilisateurs. En effet, outre le suivi des tendances tels que les vidéos courtes ou les podcasts que nous venons de mentionner, ces vidéastes sont implicitement contraints par ces plateformes à des fréquences de production élevées afin de préserver leur visibilité algorithmique. Sur ce point, nous pouvons notamment citer Kroc Banc et Daniel Conversano qui s'attèlent à faire des *« streams »* quotidiens six soirs par semaine, ainsi que Stéphane Edouard et Daniel Conversano (*« un p'tit café avec Danny »*[712]) qui structure systématiquement ses vidéos sous forme d'émissions ou de concepts hebdomadaires.

[712] https://www.youtube.com/watch?v=KdQiGqoY2_8

Finalement, au fil du temps, l'augmentation des exigences et des standards esthétiques ou techniques (son, qualité d'image, montage) ainsi que le développement d'outils et d'intelligences artificielles facilitant la création de contenus, a renforcé la similitude entre les productions vidéo proposées par ces youtubeurs et celles des émissions politiques d'antan ou des médias comme la radio ou la télévision. Ce processus confirme le phénomène d'hybridation de l'espace médiatique évoqué dans notre contextualisation (cf. Chapitre 1) et illustre surtout une certaine institutionnalisation des médias sociaux, en particulier de YouTube, qui semble se transformer en un espace médiatique incontournable dans le domaine de l'information politique. En conséquence, il devient de plus en plus difficile pour de nouveaux youtubeurs de se démarquer dans le paysage politique de YouTube avec un contenu vidéo purement amateur, sans compétences, moyens ou prérequis techniques réels.

Codes

En tant que créateurs de contenu, les youtubeurs déploient un assortiment de codes pour instaurer une communication sophistiquée avec leur public. Ces codes, principalement constitués de symboles, de langage spécifique, de références culturelles et de comportements particuliers, servent à stimuler une interaction avec les spectateurs. Ils sont finement ajustés en fonction de l'audience visée et des normes implicites et explicites propres à chaque média social (Burgess et Green, 2018). Dans ce contexte, les vidéastes de droite radicale et d'extrême droite adoptent les codes et pratiques couramment mis en œuvre sur YouTube ou sur les réseaux sociaux en général.

Comme la majorité des youtubeurs, ceux de notre sélection adaptent avec astuce leur conduite aux spécificités et aux algorithmes de la plateforme. Les *« ingrédients »* de ces derniers étant tenus secrets, ils recourent ainsi, par déductions à des techniques, des usages et des postures communs à de nombreux créateurs comme par exemple Kroc Blanc qui use d'un langage familier, d'un ton informel et du tutoiement, ou encore, Valek qui utilise systématiquement des montages dynamiques proches de ceux du Raptor, ou, ce que certains nomment le *« cut et zoom »*[713], éléments essentiels de *« la culture de remix »*[714] (Jenkins, 2006, p.256) pratiquée sur YouTube. Dans cette optique, ils peuvent aussi adopter une approche *« putaclick »*, accompagnant notamment une posture polémique avec des visuels vidéo attractifs qui mettent en scène de manière récurrente et parodique leurs opposants politiques de façon risible ou ridicule (cf. figure 23). En utilisant une stratégie semblable au SEO[715], ils sélectionnent aussi des *« tags »*, des mots-clés et des titres optimisés pour les algorithmes, utilisant occasionnellement le vocabulaire de leurs adversaires pour apparaître dans les résultats de recherche du camp opposé. Par exemple, Stéphane Edouard et Kroc Blanc emploient des termes tels que *« racisme »*, *« féministe »*, *« racisé »*, *« enrichi »* ou *« diversité »* (cf. figure 8), ainsi que des plus précis comme *« wakanda »* dans leurs titres.

[713] Le « cut et zoom » est un usage populaire dans les vidéos sur YouTube. « Cut » fait référence à une coupure rapide d'une scène à une autre pour garder l'attention du spectateur et accélérer le rythme de la vidéo. « Zoom » est un effet d'agrandissement ou de réduction de l'image, souvent utilisé pour souligner une émotion ou une réaction particulière du créateur de contenu. Ensemble, ces techniques contribuent à rendre le contenu plus engageant et dynamique.

[714] « La culture du remix », popularisé par le chercheur Henry Jenkins, sur YouTube fait référence à la pratique consistant à prendre du contenu existant et à le réorganiser, le rééditer ou le combiner avec d'autres contenus pour créer quelque chose de nouveau. Cette pratique est courante sur YouTube, où les utilisateurs ont la possibilité de télécharger, de partager et de remixer du contenu à partir d'une variété de sources. La culture du remix est étroitement liée à la notion de culture participative, qui est une caractéristique clé de nombreuses plateformes de médias sociaux, y compris YouTube. Dans une culture participative, les utilisateurs sont encouragés à contribuer activement en créant et en partageant du contenu, plutôt que de se contenter de consommer passivement du contenu créé par d'autres.

[715] Acronyme de Search Engine Optimization (SEO), il désigne l'art d'optimiser un site web, un profil numérique ou une page pour les moteurs de recherche. C'est un ensemble de techniques marketing visant à renforcer la visibilité d'un site sur le web en le positionnant en haut des résultats, notamment sur Google. Ces méthodes englobent l'optimisation des contenus, la construction de liens entrants (backlinks), la structuration du site et l'amélioration de l'expérience utilisateur.

Dans un même but algorithmique, ils incitent leur public, dans une forme d'habitus, à s'abonner, à *« liker »*, à partager et à commenter afin de stimuler l'interaction et l'engagement. Cette démarche spécifique, nommée *« call to action »*[716] dans l'univers du marketing numérique, est un facteur crucial pour leur visibilité. D'ailleurs, Clément Mabi, dans ses travaux, a pu confirmer que l'accroissement de cette dernière n'est pas *« spontané »* mais dépend surtout *« […] de la capacité des forces politiques en concurrence à jouer du fonctionnement des algorithmes […] »* (Mabi, 2021, p. 65).. À ce sujet, lors d'une diffusion en direct, Kroc Blanc interpelle audacieusement ses spectateurs en déclarant : *« Comment ça ! On est 1500, et je n'ai que 300 likes ? Mettez des likes, bordel, ou j'arrête le live »*. De même, Stéphane Edouard, Valek et Daniel Conversano encouragent régulièrement leurs spectateurs à *« activer la cloche »*[717] en signe de soutien et de reconnaissance de leur travail.



Figure 8 – Exemples de visuels et titres « putaclick »,

source : chaînes YouTube Stéphane Édouard et Kroc Blanc

[716] Un « call to action » est une demande ou une incitation à agir spécifique adressée à un public dans un contexte de web marketing. Il vise à encourager les spectateurs, les utilisateurs ou les consommateurs à effectuer une action précise, comme s'abonner, acheter, cliquer, remplir un formulaire, etc

[717] La « cloche » de YouTube est un bouton permettant aux utilisateurs de recevoir des notifications lorsque de nouvelles vidéos sont publiées sur une chaîne. En activant la cloche, les abonnés restent informés et les créateurs de contenu peuvent ainsi augmenter l'engagement de leur audience. La fonctionnalité de la cloche est essentielle pour les youtubeurs afin de fidéliser leur public en les tenant au courant des dernières vidéos.

La collaboration est aussi une de ces codes courant sur YouTube. Surnommée ironiquement dans ce milieu *« feats and fun »*[718], elle s'inscrit dans ces usages inévitables pour des créateurs. Les vidéastes collaborent entre eux, travaillent ensemble sur des vidéos en faisant des apparitions (des *« feats »*) dans leurs chaînes respectives afin de créer du contenu conjoint. Ce qui présente de nombreux avantages. Effectivement, cette pratique élargit leur audience en attirant de nouveaux spectateurs et de potentiels nouveaux abonnés. Le sociologue Pierre-Michel Menger (2018, p.77) la surnomme *« l'appariement assortif »*, suggérant même qu'il s'agit d'une des *« technologies sociales »* les plus employées par ces créateurs de contenus vidéos qui s'associent ainsi à d'autres *« talents »* pour multiplier les chances de réussite. Dans notre sélection, la plupart d'entre eux ont collaboré au moins une fois. Par exemple, Kroc Blanc était un chroniqueur occasionnel sur l'émission le *« rendez-vous dissident »*[719] du Raptor, et, reste un intervenant régulier dans les contenus de Teddy Boy RSA[720]. Il a d'ailleurs profité d'une migration d'auditeurs pendant la pause de ce dernier durant le confinement. De son côté, Valek a réalisé de nombreuses vidéos conjointes avec Papacito et Bruno le Salé[721], allant jusqu'à créer une chaîne commune intitulée *« 2 heures de colle »*[722]. Concernant Stéphane Edouard, il invite des influenceurs dans ses vidéos comme Thaïs d'Escufon[723], et, apparait parfois sur d'autres chaînes politiques comme celles de Pierre Yves Rougeyron[724] ou de TeddyBoy RSA[725].

[718] Popularisée par le youtubeur Joueur du Grenier, l'expression « feats and fun » sur YouTube est utilisée pour mettre en avant une collaboration entre plusieurs créateurs de contenu dans le but de créer un contenu divertissant et amusant.

[719] https://www.youtube.com/watch?v=3FGerSEVex0

[720] https://www.youtube.com/watch?v=dELBKD4lwnY

[721] https://odysee.com/$/embed/2H-DE-COLLE-1_--Rediff-720p/34add1668ba024043d72e117460fe86830ecba97

[722] https://www.youtube.com/channel/UCwv78XMrja8up7csKYdotIQ/featured/featured

[723] https://www.youtube.com/watch?v=76N6RmFXmVA

[724] Pierre-Yves Rougeyron est un intellectuel se revendiquant du gaullisme souverainiste. Il est connu pour ses affiliations avec des figures telles que Jacques Sapir et Paul-Marie Couteaux, ainsi que pour ses liens avec certains segments de la droite radicale française. Fondateur du Cercle Aristote, il anime également une chaîne YouTube depuis 2008. Bien qu'il se

En outre, la collaboration entre vidéastes permet également de partager des expertises et des talents complémentaires. Kroc Blanc a d'ailleurs admis que côtoyer TeddyBoy RSA lui a permis d'apprendre beaucoup de choses (matériel, techniques, dispositif) concernant la mise en place d'un direct quotidien (*« […] C'est lui qui m'a montré comment faire…je lui dois ça à mon petit Teddy […] » Kroc Blanc)* offrant ainsi à son public une qualité de contenu grâce à la combinaison de leurs compétences respectives. La collaboration peut aussi se manifester sous la forme de promotions, autre aspect important dans l'univers des youtubeurs. En effet, les vidéastes de notre sélection se mentionnent mutuellement dans leurs vidéos, font des *« raids »*[726], insèrent des liens vers les chaînes d'autres youtubeurs dans leurs descriptions, et, encouragent leurs spectateurs à découvrir le contenu de nouveaux créateurs. Cette pratique permet de créer des liens entre les différentes communautés et d'inciter les abonnés à découvrir de nouveaux contenus. Sur ce point, nous avons abordé brièvement cette dynamique avec Alain Soral, qui dans un premier temps, en tant que *« dénicheur de talents »*, avait joué un rôle important en relayant sur son site Egalité et Réconciliation certains des youtubeurs de notre sélection avant de les critiquer frontalement. Dans un certain sens, une forme de structure hiérarchique et de rapport de force implicite, où les plus établis utilisent leur notoriété et leur audience pour aider les débutants ou proches à se faire amplement connaitre sur les médias sociaux.

positionne comme un rassembleur de la mouvance souverainiste, il fait l'objet de critiques en raison de ses déclarations à tendance nationaliste et de ses affiliations avec des groupes d'extrême droite.

[725] https://www.youtube.com/watch?v=nRLRlHBrAbo

[726] Le concept de « raid » réfère à l'action d'un vidéaste qui, à la fin de son direct, envoie ses spectateurs vers le « live » d'un autre vidéaste. Ainsi, les spectateurs sont redirigés vers la vidéo du vidéaste ciblé, entraînant une augmentation subite de vues, de commentaires et d'interactions pour ce dernier. Cela favorise sa visibilité et sa croissance sur la plateforme. De plus, les raids permettent de renforcer les relations entre youtubeurs, de promouvoir des collaborations et d'aider les créateurs émergents à atteindre un nouveau public.

Dans notre sélection, par exemple, Kroc Blanc a expliqué qu'il a découvert, soutenu et promu d'autres vidéastes tels que El Rayhan, Infame[727] ou Psykosauce[728]. TeddyBoy RSA, lui, a régulièrement consacré un moment de ses directs pour recevoir et promouvoir de jeunes youtubeurs prometteurs de son camp. Il a notamment contribué à lancer un vidéaste qu'il invitait régulièrement dans ses vidéos et qu'il a promu à de nombreuses reprises : Mandril[729][730]. En ce qui concerne Papacito, en tant que nouvelle *« tête d'affiche »* de cette sphère de droite radicale sur Internet, il assure régulièrement la promotion des contenus d'autres youtubeurs tels que le Raptor ou Georges Matharan. De plus, il a joué un rôle crucial dans les démarrages réussis de nouveaux influenceurs qui possèdent désormais d'importantes communautés, comme Estelle RedPill[731] ou Baptiste Marchais. Ce dernier, qu'il a activement promu, a bénéficié de son soutien, notamment en apparaissant dans l'une de ses premières vidéos intitulée *« Repas du Seigneur »*[732].

Cependant, malgré ces relations en apparence cordiales entre les créateurs, des frictions et des rivalités peuvent surgir. En d'autres termes, la jalousie et les conflits d'ego prennent souvent le pas sur ces hypothétiques comportements solidaires.

[727] https://www.youtube.com/@infatigableeee

[728] https://www.youtube.com/@PsykoSauce2

[729] https://www.youtube.com/@marcmandril

[730] Marc Ferrario, plus largement reconnu sous son pseudonyme "Mandril", est un youtubeur talentueux, enseignant d'art et dessinateur, dont les affiliations le rapprochent de l'extrême droite francophone. Doté d'une solide formation académique en philosophie et en histoire de l'art, son expertise se reflète dans son travail artistique. Son style graphique distinctif est marqué par un trait minutieux et riche en détails, donnant vie à des mondes imaginaires où se croisent éléments de science-fiction et de fantastique. Par le passé, Marc a partagé son savoir-faire en tant qu'enseignant dans une prestigieuse école d'art en Suisse. Cependant, ses prises de position politiques tranchées ont conduit à son éviction de cet établissement. Parmi ses influences intellectuelles, on retrouve des figures telles que René Guénon et Julius Evola. De plus, il entretient des liens étroits avec d'autres personnalités médiatiques, notamment Frédéric Delavier et TeddyBoy RSA.

[731] https://www.youtube.com/channel/UCE3_s2VLgxjgifwJkXVUNIg

[732] https://www.youtube.com/watch?v=65W_ly5X0nU

A ce sujet, Kroc Blanc et Daniel Conversano expriment fréquemment leurs déceptions quant à l'aspect contre-productif de *« leur camp »*, où les acteurs se montrent plus vindicatifs envers leurs propres pairs qu'envers leurs opposants *« gauchistes »*. Kroc Blanc souligne d'ailleurs à maintes reprises qu'il n'a pas reçu de reconnaissance en retour de la part de vidéastes qu'il a soutenu et qui ont acquis, à l'instar de El Rayhan[733], une plus grande notoriété que lui. Lors d'un *« stream »*, il a également évoqué un ancien désir de former une société de production de vidéastes de droite radicale, similaire à Studio Bagel[734] ou à ZawaProd[735](structure de son homologue de gauche radicale Dany Caligula), avec Raptor, Papacito, El Rayhan, Valek et d'autres youtubeurs. Ce projet n'aboutira pas en raison de désaccords et de querelles intestines. Dans un même constat, Daniel Conversano s'est exprimé longuement sur le fait que Papacito, profitant de son influence et de ses réseaux, l'ait fait *« blacklister »* de toutes les chaînes YouTube d'extrême droite notamment en raison de désaccords sur sa ligne politique radicalement identitaire[736] et de son racisme revendiqué (*« […] On n'était pas d'accord sur le racisme mais on votait Zemmour c'était l'essentiel […] Personnellement, je suis raciste et quand tu (Papacito) expliques dans un livre que les femmes noires valent mieux que les femmes blanches personnellement ça me choque […] »* [737]).

[733] https://www.youtube.com/watch?v=kdAcHZJx7Fo

[734] Studio Bagel est un collectif français de créateurs de contenus humoristiques fondé en 2012 par Lorenzo Benedetti. Il s'est fait connaître grâce à ses productions YouTube, incluant des sketches, des parodies et des vidéos humoristiques. Studio Bagel a rapidement acquis une grande popularité en France, rassemblant une communauté de fans fidèles.

[735] https://fr.linkedin.com/company/zawa-prod-sas

[736] https://www.youtube.com/watch?v=VKfND-MiEOQ

[737] https://www.youtube.com/watch?v=N1kl2nlyyf8&t=1066s

Papacito ira même jusqu'à affirmer qu'il ne collaborerait plus avec les chaînes qui l'inviteraient : *« J'ai demandé à Kroc Blanc de me donner ton numéro. Bon, je ne t'aime pas et tu ne m'aimes pas. Je suis foncièrement contre ta ligne. Oui, j'ai téléphoné à Livre Noir, mais non, je n'ai pas demandé à ce qu'ils ne te reçoivent pas. […] J'ai demandé que si jamais ils te recevaient, ils retirent mes vidéos de leurs chaînes […] car je ne veux pas être présent sur une chaîne où tu es […] Je ne veux pas être sur un média qui invite Daniel Conversano »*[738]. Conversano lui répondra alors dans une vidéo : *« […] Tu ne perçois même pas la perfidie de ton intention. Comme tu as plus de followers que moi, évidemment ça va pencher dans la balance et tu le sais très bien. Ils vont se dire qu'il vaut mieux se fâcher avec Conversano qu'avec Papacito. […] Tu me considères comme un ennemi idéologique […]. Pour moi, on faisait partie d'une grande famille de droite et on n'était pas d'accord sur la définition du français en tant que race blanche. […] En fait, tu prônes l'union des droites, alors qu'en réalité ta vision de la droite est parcellaire et elle exclut des gens comme moi ». […] Ça va beaucoup trop loin […] »*[739]. Ce conflit entre Papacito et Conversano est représentatif des innombrables *« dramas »*[740] courants au sein de cette sphère des youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite.

[738] Ibid.

[739] Ibid.

[740] Les « dramas » entre youtubeurs désignent les conflits, disputes ou controverses qui éclatent publiquement entre les créateurs de contenu sur YouTube. Ils peuvent se manifester sous différentes formes, comme des altercations sur les réseaux sociaux, des vidéos accusatrices ou des échanges de reproches. Ces tensions peuvent naître de désaccords personnels, de rivalités, de malentendus ou d'allégations de non-respect des normes éthiques. Souvent, ces situations sont exacerbées par la communauté en ligne qui choisit de soutenir l'un ou l'autre des protagonistes.

Des *« dramas »* qui témoignent, comme pour beaucoup de réseaux politiques organisés, d'une forte concurrence entre les différents acteurs, de rapports de forces, de dissensus sur des positions idéologiques (exemple : Poutinolâtres contre Atlantistes), mais aussi dans le contexte de ces vidéastes, d'un enjeu autour du temps de visionnage des internautes qui n'est pas extensible face à la multiplication de nouveaux entrants potentiels. Ces conflits réels, joués ou parfois provoqués volontairement peuvent également les opposer à des vidéastes du camp idéologique adverse notamment certains de notre groupe *« Les Progressistes »*. Ils rythment aussi leur quotidien en contribuant à leur exposition, et, en bousculant les hiérarchies de pouvoirs au sein de ce réseau de youtubeurs. Ils demeurent surtout, eux aussi (comme la collaboration et la promotion), un code et un usage significatif de cet univers, constituant même une sorte de fonds de commerce pour certains comme Kroc Blanc[741] ou Psyhodelik[742] qui feuilletonnent ces *« clashs »* interposés dans de nombreuses vidéos, rappelant ainsi la presse *« people »* ou *« gossip »*[743]. ZioClo[744], vidéastes de notre groupe *« Les Souverainistes »* qui couvrent régulièrement les conflits internes entre youtubeurs d'extrême droite et d'extrême gauche, avouera même que ce sont les vidéos sur ces *« dramas »* qui ont le plus d'audience sur sa chaîne, admettant que ses abonnés préfèrent *« le sang »* aux réflexions politiques.

[741] https://www.youtube.com/watch?v=9Y5lc4gC8vc

[742] Dalibor Stanisavljevic, connu sous le nom de Psyhodelik, est un vidéaste et streamer dont le contenu est centré autour de la revue d'actualités. Il traite de sujets de société tels que le racisme, la cancel culture, les problématiques de genre, la grossophobie, etc. Il se présente comme apolitique, mais critique souvent les positions de la gauche et des progressistes.

[743] La presse « gossip » ou « people » est un genre de presse spécialisé dans la couverture de la vie privée des célébrités, des potins et des rumeurs. Elle se concentre sur les aspects plus personnels, et, les scandales entourant les stars du divertissement. Ce type de presse suscite souvent une fascination auprès du public, tout en provoquant parfois la controverse en raison de son invasion de la vie privée des personnes célèbres.

[744] https://www.youtube.com/watch?v=85_QmdkhI18

Hormis ces exemples de codes liés aux logiques algorithmiques et au statut de youtubeur, les vidéastes de notre sélection recourent également à des normes propres à la *« dissidence française »*[745]. Nous l'avons développé précédemment, ces codes culturels ont été en partie inspirés par l'Alt Right, les pionniers du milieu tels qu'Alain Soral ou Le Raptor ainsi que par les membres du forum 18-25 de jeuxvideo.com. Nous rappelons qu'ils se traduisent par l'usage de memes significatifs (exemples : Risitas, Pepe the Frog, Maître Yoda), de techniques (désinformations, troll), et, d'un champs lexical particulier inspiré à la fois de l'extrême droite américaine (cf. III.2) et du contexte politique numérique francophone (exemples : *« el famoso »*[746]*, « quoicoubehkistan »*[747]*, « khey »*[748]*, « golem », « grand remplaced »*[749]*, « issou »)*, mettant en évidence *« l'importance de normes locales »* et créant une sphère d'opinions identifiable par les internautes combinant lexicographie spécifique, conspiration, sarcasme, second degré, *« antisémitisme soft »*, humour noir, subversion et ambiguïté discursive (Gauducheau & Marcoccia, 2023).. Ils constituent également une partie du socle culturel d'une jeune génération de militants des partis de droite et d'extrême droite, et parfois de gauche, qui s'est en partie politisée sur le web.

[745] Sur Internet, la « dissidence française » désigne un courant qui commence à la fin des années 2000, et, qui regroupe des mouvements et des individus en France se positionnant en marge du système dominant, que ce soit sur le plan politique, médiatique ou culturel. Ces acteurs partagent une méfiance envers les institutions et les médias traditionnels et utilisent fréquemment les plateformes numériques pour diffuser leurs idées. Ils sont souvent associés à des théories du complot, à un rejet du multiculturalisme et à une critique de la mondialisation. Leur influence s'étend grâce à une série de codes culturels, créant ainsi une sous-culture reconnaissable et influente sur le web français.

[746] Expression tirée du meme Risitas, issue du forum jeuxvideo.com, utilisé pour signifier à la fois un côté blasé et une réflexion sarcastique.

[747] Le terme « Quoicoubehkistan » est une combinaison créative du mot « quoicoubeh » et du suffixe « kistan ». À l'origine, « quoicoubeh » est un piège verbal utilisé par les jeunes, en particulier sur TikTok, pour confondre leur interlocuteur. Comme pour « Wokistan », le terme « Quoicoubehkistan » a été détourné par certains vidéastes d'extrême droite pour se moquer des jeunes, en particulier ceux issus de l'immigration, qui utilisent fréquemment ce mot sur les réseaux sociaux. En ajoutant le suffixe « kistan », ils insinuent une origine étrangère, renforçant ainsi des stéréotypes et des préjugés sur ces jeunes.

[748] « Khey » vient du darija « frère ». Ce terme désigne un « membre » dans le vocabulaire politique du forum jeuxvideo.com.

[749] Ce terme est un néologisme anglais qui mélange le terme « Grand Remplacement » et le suffixe anglais « -ed ». En d'autres termes, il sert à désigner, pour la droite radicale sur le web, une personne, un endroit ou un pays qui « subit » la diversité. Il est souvent associé à des discours xénophobes et nationalistes.

Associé à ces codes de *« dissident »*, ces youtubeurs y intègrent aussi des références générationnels, artistiques et esthétiques (parfois vestimentaires) qui font écho à plusieurs éléments de la culture (bourgeoise, web et populaire) contemporaine partagée ou reconnue par le grand public. Ils font notamment de nombreuses allusions à des romans de la littérature classique, des pièces de théâtres, des sports de combat, des jeux de rôles, des aspects culturels de l'Internet, des films ou encore des séries Netflix. A l'instar de Georges Matharan qui revendique sa culture *« streatwear »*[750], de Kroc Blanc qui cultive un esprit *« rap »* ou de Papacito qui arbore un look de *« pimp »*[751], ils adoptent ainsi un ethos que l'on pourrait définir familièrement et conceptuellement dans le cas de ces youtubeurs politiques comme *« droite décontractée »*. Une posture qui les rapproche, comme Stéphane Edouard et son ambiance *« dandy sartorial »*[752], de certains de leurs homologues américains qui arborent volontairement un style *« preppy »*[753] ou des codes de *« boys next door »*[754]. Cette image soigneusement cultivée par une forme de direction artistique travaillée se reflète également dans leurs mises en scène, montages et habillages visuels. L'un des éléments les plus évocateurs de l'emprunt de ces codes est, par exemple, les décors et les arrière-plans de leurs vidéos, parfois appelés *« Setups »*.

[750] Le style streetwear est un mélange décontracté et urbain qui tire son inspiration de la culture populaire de la rue. Il se caractérise par des vêtements amples, tels que des t-shirts graphiques, des sweat-shirts à capuche et des jeans délavés. Les sneakers sont souvent des éléments essentiels de ce style, accompagnés de casquettes, de sacs à dos et d'accessoires tendance.

[751] Le terme « pimp » fait référence à un personnage associé à la culture du gangsta rap. Dans son usage originel, le mot « pimp » (proxénète) est utilisé pour décrire une personne qui exploite les travailleurs du sexe. Cependant, dans le cadre du gangsta rap, le terme est souvent utilisé de manière plus métaphorique pour désigner quelqu'un qui se présente comme étant très influent, puissant ou qui affiche un comportement extravagant, notamment en matière de mode ou de style de vie en arborant bijoux coûteux, tatouages et vêtements classieux.

[752] Le style dandy sartorial est un mélange raffiné de mode et d'élégance intemporelle. Il met l'accent sur des vêtements sur-mesure et parfaitement ajustés. Les costumes sont essentiels dans ce style, avec des vestes structurées, des pantalons bien coupés et des chemises habillées.

[753] Le style preppy est un style arboré par de nombreux vidéastes américains de l'Alt-Right. C'est un style qui mélange chic et décontracté, inspiré des codes vestimentaires des universités américaine. Il se caractérise par des vêtements classiques et soignés, comme les polos, les chemises Oxford, les cardigans en laine et les pantalons chino. Les couleurs sont souvent vives et éclatantes, avec des motifs tels que les rayures et les motifs écossais.

[754] L'expression « Boys Next Door » est souvent utilisée pour décrire un groupe de jeunes hommes qui vivent, consomment ou se comportent de manière conventionnelle et ordinaire. Ils sont souvent considérés comme étant respectueux, polis, bien élevés, et, suivant les normes et codes sociaux partagés par tous.

Bien qu'ils puissent sembler futiles, ces derniers sont en réalité une norme et un moyen de communication utilisé par ces youtubeurs. Par exemple, Kroc Blanc a créé un décor composé de références au roman éponyme de Jack London, avec une forêt sombre en arrière-plan et un loup-garou dessiné en néon. Stéphane Edouard incarne un aspect bohème chic, mettant en avant une platine vinyle vintage et une bibliothèque bien garnie d'ouvrages, d'encyclopédies et de disques de jazz noir américain. Valek, quant à lui, opte souvent pour un bureau qui rappelle les chambres typiques des adolescents youtubeurs. En ce qui concerne Daniel Conversano, il cultive une image de romancier ou d'intellectuel dévoué en se filmant dans un bureau sobre, sans fioritures ni éléments distinctifs. Papacito, de son côté, renforce son image provinciale en se filmant devant des champs, dans son village, dans sa chambre avec des posters de *« blockbusters »*[755] des années 90 ou dans sa maison traditionnelle espagnole. Des décors qui démontrent qu'ils mélangent habilement théories et discours politiques classiques d'extrême droite avec des codes, une esthétique et des allusions à un socle culturel contemporain. Ils font notamment de nombreuses références à la pop culture. Una attitude qui semble être le fruit, comme beaucoup d'hommes de leur génération, d'une exposition durant leur jeunesse à l'univers des jeux vidéo ainsi qu'au *« soft-power »*[756] soit américain (pour les plus âgés) ou soit japonais.

[755] Un blockbuster des années 90 désigne un film à gros budget, souvent de genre action, qui a connu un immense succès commercial et a attiré un large public. Ces films se caractérisent par des effets spéciaux spectaculaires, des scènes d'action intenses et une forte présence médiatique.

[756] Le soft power américain se manifeste à travers sa culture populaire dominante, incluant Hollywood, la musique, la mode, l'éducation et les innovations technologiques, qui ont une influence mondiale. Il est renforcé par des institutions telles que les universités prestigieuses et les entreprises technologiques de renommée mondiale. D'autre part, le soft power nippon (japonais) est incarné par sa culture unique, allant des mangas, animes et jeux vidéo à la cuisine traditionnelle, en passant par les arts et traditions ancestrales. Des phénomènes tels que les J-dramas, la J-pop, et les festivals culturels contribuent également à l'attrait international du Japon

Cela se ressent, par exemple, avec de nombreuses allusions à des éléments de cette culture populaire comme Naruto[757], Pokémon[758], Dragon Ball Z (Valek, Kroc Blanc), Denis Rodman[759], Le Cosby Show[760](Stéphane Edouard), League of Legends[761] ou encore les films d'action d'Arnold Schwarzenegger[762] (Papacito).

Pour conclure sur cet aspect *« Codes »* de notre analyse, nous avons pu constater que les youtubeurs de droite radicale parviennent à fusionner de manière subtile des usages spécifiques aux youtubeurs, des codes propres à la plateforme et à la *« dissidence française »*, des références à la culture populaire avec un discours politique extrême. Ce subtil mélange leur permet de se rapprocher du *« monsieur tout le monde »*, d'un youtubeur lambda, d'un internaute ordinaire de leur génération, en s'éloignant ainsi des stéréotypes traditionnels et de l'imaginaire collectif associés aux militants radicaux d'extrême droite, tels que le *« crâne rasé et bomber »*[763], ou l'intellectuel dogmatique et marginal. Cette utilisation adroite de codes agit également comme un puissant catalyseur, permettant de communiquer de manière ludique des idées radicales et de former une culture dissidente partagée avec leur public.

[757] Naruto est une série de manga et d'anime japonaise créée par Masashi Kishimoto. L'histoire suit un jeune ninja nommé Naruto Uzumaki dans sa formation pour devenir plus fort et protéger son village contre diverses menaces.

[758] Pokémon, créé par Satoshi Tajiri et Ken Sugimori, est une franchise japonaise englobant jeux vidéo, série animée, films et cartes à collectionner. Centrée sur des créatures que les dresseurs capturent et entraînent pour combattre, elle a marqué la culture populaire depuis les années 1990.

[759] Dennis Rodman est un ancien joueur de basketball américain connu pour ses talents défensifs et ses coiffures extravagantes. Il a joué dans plusieurs équipes de la NBA, remportant cinq championnats avec les Pistons de Detroit et les Bulls de Chicago.

[760] Le Cosby Show était une sitcom américaine qui a été diffusée de 1984 à 1992. Elle mettait en vedette Bill Cosby dans le rôle de Cliff Huxtable, un père de famille et obstétricien, et suivait les aventures de sa famille dans la ville de New York. La série a été largement saluée pour son rôle de pionnier dans la représentation des Afro-Américains à la télévision.

[761] « League of Legends » (LoL) est un jeu vidéo en ligne multijoueur de type arène de bataille en ligne (MOBA) développé et publié par Riot Games. Dans ce jeu, les joueurs incarnent des "champions" dotés de compétences uniques et s'affrontent en équipes, généralement composées de cinq membres, dans le but de détruire la base adverse, appelée le Nexus.

[762] Arnold Schwarzenegger est un acteur, réalisateur, homme d'affaires et ancien gouverneur de Californie. Il est également connu pour ses exploits en tant que culturiste, ayant remporté plusieurs titres de Mr. Olympia.

[763] « crâne rasé et bomber » est un stéréotype remontant au phénomène skinhead des années 80, souvent utilisé pour décrire visuellement les membres ou les partisans de l'extrême droite. Cette image est associée à des symboles tels que les croix celtiques, les runes ou les drapeaux nationalistes.

Ces usages deviennent ainsi des signes de reconnaissance et de ralliement pour leurs spectateurs, créant un marqueur d'identification amplifié par ces codes, et participant significativement à l'attrait de ces youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite.

Communauté

Durant notre revue de la littérature, lors de l'introduction générale de cette thèse, nous avons constaté que l'émergence des youtubeurs avait entraîné un bouleversement majeur dans le domaine médiatique. Le public est passé d'une simple audience de spectateurs à une communauté d'abonnés engagés. Ces communautés rassemblent de fervents partisans et des abonnés qui jouent un rôle essentiel dans l'activité des influenceurs politiques, nécessitant ainsi une attention soutenue de leur part. Dans cette optique, les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite ont développé de véritables écosystèmes numériques complets pour accueillir ces communautés. Cet ensemble d'espaces est organisé et codifié, avec des références, des visuels, l'esthétique correspondant aux univers propres des vidéastes. Ils peuvent être des sites web dédiés, des pages Patreon, des serveurs Discord comme *« l'Ordre des Schlagues »*[764] pour TeddyBoy RSA, des groupes Telegram comme celui de Kroc Blanc[765] ou de Daniel Convesano[766], et, des forums où les abonnés peuvent interagir et partager du contenu en lien avec les activités de ces youtubeurs. Grâce à ces écosystèmes, les vidéastes créent de véritables Tiers-Lieux virtuels et communautaires, rassemblant des individus partageant des convictions similaires.

[764] https://discordservers.com/server/248198683722514442
[765] https://t.me/s/Krocblanc
[766] https://t.me/s/DanielConversano

Privés ou publics, ces espaces leur permettent notamment d'adhérer aux idéologies politiques de leurs youtubeurs préférés, et, de se concerter lors de controverses ou de confrontations avec des voix dissidentes. Au sein de ces écosystèmes, moyennant parfois une entrée sélective, financière ou une simple validation, les membres se considèrent comme faisant partie d'un mouvement, d'un clan, unis par un fort sentiment d'appartenance à *« une famille ».* En d'autres termes*, c*omme le déclare régulièrement TeddyBoy RSA : *« le cercle », « La communautés des meilleurs »*[767]. Ce sentiment est renforcé au sein de ces communautés aux idées radicales par une atmosphère romancée de clandestinité et de résistance au *« politiquement correct »*, ainsi que par un anonymat désinhibant à travers des pseudonymes aux références internes, reconnus par les autres membres et le youtubeur lui-même (exemple : des abonnés célèbres de Kroc Blanc ont des alias comme *TapasdeChance*[768], *Rémi Grassion*[769] ou *Génération Prostate & Mezouza*[770]). Ce sentiment filial est entretenu par ces vidéastes qui, attribuant à leurs abonnés un certain pouvoir et une écoute attentive, les consultent volontiers via des *« mini-sondages »*[771], des votes ou pour des suggestions, n'hésitant pas ainsi à répondre à leurs désirs et plébiscites en ajustant leurs contenus en conséquence.

[767] https://www.patreon.com/teddyboy2D6

[768] Pseudonyme associant les tapas, l'entrée espagnole, et, le slogan « l'immigration est une chance pour la France ».

[769] Alias faisant référence à la théorie de la « Rémigration ».

[770] Pseudonyme satirique désignant de manière imagée deux des cibles désignées par la communauté de Kroc Blanc : les LGBT (Prostate) et les Juifs (Mezouza) qui veulent diriger le monde.

[771] Les « mini-sondages » sont un moyen pour les créateurs de contenu de recueillir des informations sur les préférences de leur public Sur YouTube, les youtubeurs peuvent utiliser cette fonctionnalité dans le fil de leur page de communauté et dans les directs. Cela peut porter sur le type de contenu que les abonnés souhaitent voir, leurs opinions sur un sujet spécifique, ou tout autre sujet pertinent pour la chaîne. Sur X, les créateurs peuvent publier des sondages qui permettent de voter sur une question spécifique. Ces sondages peuvent durer jusqu'à sept jours. Instagram offre également une fonctionnalité de sondage dans les stories. Les utilisateurs peuvent poser une question et offrir deux options de réponse. Les abonnés peuvent alors voter, et les résultats sont affichés en temps réel. En somme, les « mini-sondages » permettent non seulement d'engager le public de manière interactive, mais aussi de recueillir des informations qui peuvent aider à orienter le contenu futur, à mieux comprendre le public, et à répondre plus efficacement à ses désirs et attentes.

Ils leur arrivent même souvent de saluer, remercier ou demander publiquement, à la manière d'un cousin, d'un grand frère ou d'un proche, des nouvelles des membres les plus emblématiques de leurs communautés. Parfois, ils autorisent certains d'entre eux à intervenir de manière récurrente dans leurs diffusions en direct. A ce titre, nous pouvons notamment mentionner Elfo, un abonné autiste de Kroc Blanc, qui, sous l'unanimité de l'ensemble de la communauté, intervient régulièrement, telle une véritable mascotte, dans les radios libres du youtubeur[772]. Dans un même objectif, les vidéastes peuvent également attribuer des surnoms affectueux à l'ensemble des membres de leurs communautés. Par exemple, Kroc Blanc les appelle *« les croquettes »* ou *« les copains »*, Stéphane Edouard les surnomme *« les chatons et les chatonnes »*[773], et Greg Toussaint, vidéaste du groupe *« Les Réactionnaires »*, les désigne comme *« l'armée des médailles »*[774]. Ces surnoms, associés à une iconographie et une lexicographie propres, servent également de marqueurs d'identification numérique en dehors de ces écosystèmes communautaires*,* dans des *« zones mixtes numériques politisées »*[775]. Ces surnoms créent surtout une intimité ainsi qu'un lien émotionnel entre les vidéastes et leurs abonnés, favorisant alors l'engagement et une forme de solidarité.

[772] https://www.youtube.com/watch?v=MKAqhvQfGAw

[773] https://www.facebook.com/hommesdinfluence/posts/il-nous-manque-40-chatons-pour-quon-soit-5000-sur-X-vous-me-faites-ce-cade/2517840278264856/

[774] « L'armée des médailles » est une communauté virtuelle de fervents supporters gravitant autour de l'influenceur Greg Toussaint sur diverses plateformes de médias sociaux. En réaction à un programme gouvernemental de récompenses qu'il trouvait risible, Greg Toussaint a lancé, avec une pointe d'ironie, une campagne incitant ses abonnés à le nommer « Prodige de la République ». Suite à l'échec de cette démarche humoristique, une nouvelle stratégie a vu le jour : celle de décerner des « médailles » fictives, symbolisées par l'emoji « médaille », à des personnalités ou des mouvements qu'ils jugent ridicules ou désapprouvent. Ces « médailles » sont alors massivement postées en commentaires sur les comptes ciblés, traduisant une forme de moquerie collective. Si « L'armée des médailles » n'a pas de structure formelle, ses actions, oscillant entre satire et potacherie, peuvent parfois frôler le cyberharcèlement, en fonction de l'intensité et du ton des commentaires déposés.

[775] Les « zones mixtes numériques politisées » sont des espaces en ligne où l'échange et la confrontation d'idées politiques se déroulent. Ces terrains de guerres virtuels, notamment les sections commentaires des réseaux sociaux, X et divers forums, offrent une occasion de transcender les bulles de filtre créées par les algorithmes, permettant l'exposition à un éventail d'opinions divergentes. En lieu et place d'une consommation d'information idéologiquement uniforme, ces zones encouragent ainsi des interactions directes entre des camps politiques variés et opposés. Qu'il s'agisse de pages de médias, de comptes de politiciens ou de profils d'influenceurs, ces espaces sont utilisés pour un débat politique houleux et diversifié.

Cette solidarité se manifeste notamment par des interactions quotidiennes et souvent autonomes dans ces espaces numériques, mais également par des rencontres en personne ou des événements physiques. À titre d'exemple, Papacito organise souvent des dédicaces en lien avec sa revue Furia[776]. De même, Kroc Blanc a invité sa communauté à un évènement similaire pour son dernier album « *Héritage II* »[777] à La Librairie Française. De son coté, Stéphane Edouard a tenu de nombreux séminaires et conférences à travers plusieurs villes françaises avec ses abonnés. Certains youtubeurs encouragent même activement leur communauté à créer des liens hors ligne en leur absence, renforçant ainsi la cohésion et l'entraide. C'est particulièrement le cas de Kroc Blanc, lui-même vantant les avantages de sa communautarisation[778] à l'ECP[779], dont les abonnés, sous ses encouragements, ont créé plusieurs antennes régionales de leur propre initiative, avec leurs groupes Telegram distincts[780](que nous avons infiltrés), se rencontrant parfois lors d'événements spéciaux hors ligne. De son côté, Valek a créé un serveur Discord avec Bruno Le Salé ayant pour thème l'expatriation en Andorre, dans lequel il invite ses membres à créer un réseau professionnel autour d'une communauté partageant ses valeurs. Dans une démarche similaire évoquée précédemment, Daniel Conversano, avec son entité *« Suavelos »*, a instauré des groupes d'abonnés français des pays de l'Est, organisant des rencontres et des séminaires pour renforcer la cohésion de sa communauté.

[776] https://editionsmagnus.fr/evenement/

[777] https://www.krocblanc.fr/produit/heritage-2-formule-cdmp3/

[778] https://www.instagram.com/p/B9OxTbHq1vK/

[779] Acronyme de Équipe Communautaire Paris. Il s'agit d'un groupe français d'extrême droite, ancré dans la mouvance séparatiste, satellite du mouvement « Suavelos » de Daniel Conversano. Son ambition est de bâtir des communautés identitaires, majoritairement constituées de nationalistes blancs et chrétiens. Basé en région parisienne, l'ECP rassemble des individus aux convictions radicales, favorisant des activités et rassemblements locaux. Ils orchestrent des événements sociaux et des entraînements, stimulant les interactions entre membres pour renforcer la solidarité et tisser des liens communautaires. Leur aspiration ultime est de s'isoler de la société dominante, en créant une enclave identitaire, rejetant la diversité culturelle, religieuse et idéologique. Bien que l'ECP ne se définisse pas explicitement comme un mouvement sécessionniste, il prône un repli identitaire radical, avec une forte composante communautaire. Il met l'accent sur le natalisme, visant à préserver leur identité et leur vision de la société par la promotion de la natalité blanche.

[780] https://t.me/s/croquetted

Des relations qui vont donc au-delà de simples échanges virtuels, et, qui peuvent également se traduire par des incitations à des actions concrètes. Ces actions peuvent inclure des appels à manifester, à soutenir le youtubeur lui-même ou des vidéastes amis, à participer aux diverses cagnottes, à s'engager dans des mouvements et pour des causes, ou encore, à voter pour des candidats spécifiques. Sur ce dernier point, nous pouvons citer à nouveau Éric Zemmour, *« le Gargamel de droite »*[781] selon Papacito, qui a bénéficié d'un soutien quasi-unanime de la part d'une grande majorité de ces vidéastes de droite radicale durant la campagne présidentielle de 2022. Même si la plupart de ces youtubeurs prétendent que leurs abonnés et leurs communautés agissent de manière autonome et indépendante, leur pouvoir et leur influence transforment ces appels à l'action en de puissants leviers de mobilisation dont les conséquences peuvent échapper à leur intention. Un constat qui fait l'objet de nombreuses inquiétudes pour les autorités entrainant notamment un dispositif législatif très critiqué par ces youtubeurs : la loi Schiappa[782]. Le vidéaste Greg Tabibian de notre groupe *« Les Souverainistes »* formalise chez son homologue ZioClo[783] un discours très répandu dans ces sphères des youtubeurs politiques vis-à-vis de ce texte de loi :

[781]https://www.tiktok.com/@papacito_reupload/video/7052306963929042182?lang=fr&q=papacito%20zemmour&t=1690053319845

[782] La loi Schiappa, officiellement intitulée « loi renforçant la lutte contre les violences sexuelles et sexistes », a été promulguée en France en 2018. Elle a pour objectif de lutter contre les violences sexuelles et sexistes, y compris celles perpétrées en ligne. Cette législation a renforcé les sanctions contre le « harcèlement en meute » sur les réseaux sociaux. Les influenceurs, notamment les youtubeurs, ont une responsabilité accrue face à cette problématique. De par leur grande influence, un youtubeur qui incite, même de manière indirecte, au harcèlement ou à la violence, peut être tenu responsable, en particulier si ces comportements sont orchestrés collectivement par sa communauté. Ils sont par ailleurs incités à instaurer des mesures pour modérer et superviser les interactions sur leurs plateformes. En définitive, la loi Schiappa constitue une avancée majeure dans la prise de conscience, par le gouvernement français, des risques liés au cyberharcèlement et de l'impératif de protéger les citoyens dans le monde numérique.

[783] https://www.youtube.com/watch?v=GqP3N0UrCiU

« […] C'est la vision d'Internet de Marlène Schiappa où on est responsable de ce que fait notre « comu », et on peut être puni par la loi pour ça […] Moi, je suis trop libéral pour ça […] on est des individus individualisés avec leur conscience […] Je n'ai pas de responsabilité là-dedans […] Il y a une loi qui s'appelle la loi Schiappa, contre laquelle je me suis considérablement révolté, et qui stipule qu'aujourd'hui, un harcèlement de masse de ta communauté sur une personne, sans que tu l'aies initié et sans que tu sois au courant, peut te rendre responsable sans acte participatif parce que ta notoriété génère une possibilité de harcèlement en ligne. Je trouve que c'est une folie […] ». En effet, nous avons observé durant notre terrain, une multiplication des cas de harcèlement en ligne, d'agressions et d'opérations militantes qui ont mal tourné, attribuables en partie à l'exposition aux contenus de ces vidéastes. Bien que nous n'ayons pas encore connu en France d'incidents aussi graves que la prise du Capitole ou les émeutes de Charlottesville[784] aux États-Unis, et que les services de renseignements français aient réussi à intercepter de telles initiatives à temps, il y a eu néanmoins quelques cas emblématiques, comme celui de l'hashtag « *#MonteUneÉquipe* »[785] de Papacito et du Raptor ou du harcèlement de Marion Seclin[786], résultantes d'une évidente perte de contrôle sur des abonnés extrémistes.

[784] En août 2017, la ville de Charlottesville aux États-Unis a été le théâtre d'émeutes impliquant des factions suprémacistes blanches et néonazies, protestant contre l'enlèvement d'une statue confédérée. Cette situation a été exploitée par certains youtubeurs affiliés à l'Alt-Right, qui ont utilisé la plateforme YouTube pour propager des idéologies nationalistes et xénophobes. Cela a soulevé des questions controversées concernant la régulation de contenus haineux sur la plateforme.

[785] « Vengeance Patriote », précédemment appelée « #MonteUneÉquipe », est une entité d'extrême droite française fondée en 2018 par les vidéastes Le Raptor et Papacito. En 2019, Lucas Sztandarowski, ex-membre de l'Action française, a repris les rênes de l'organisation, se consacrant à la formation de militants en techniques de combat et maniement d'armes, dans l'optique d'un « effondrement » de la République. L'organisation, qui compte environ 400 membres majoritairement en France, compte parmi ses affiliés des individus se réclamant du nazisme. En 2021, Sztandarowski a fait face à des accusations diverses, notamment liées au terrorisme et à la détention illégale d'armes à feu. Le Raptor et Papacito ont quitté l'organisation en 2018, débordés par l'arrivée massive de jeunes nationalistes. Plus tard, en octobre de la même année, Daniel Conversano a tenté de fusionner #MonteUneÉquipe avec son groupe « Suavelos », adoptant une ligne plus radicale et renforçant son antenne parisienne.

[786] Marion Séclin, une actrice, vidéaste web et militante féministe française, s'est impliquée dans divers projets créatifs au cours de sa carrière. Elle a rejoint le « Studio Bagel », où elle écrivait et jouait, ainsi que le webzine féminin madmoiZelle.com, où elle a produit des tutoriels humoristiques et des vidéos féministes pendant quatre ans. Cependant, son engagement militant a été l'objet de controverses lorsque Le Raptor et Teddy Boy RSA ont publié des vidéos critiques à son encontre, l'accusant de faire des généralisations dans ses propos sur le harcèlement de rue. Cette situation a déclenché

Nous pouvons également mentionner la gifle reçue par Emmanuel Macron durant un de ses déplacement dans la Drôme. Ce geste fut revendiqué par Damien Tarel[787], un adepte avéré des vidéos de ces youtubeurs de droite radicale. Ce dernier, défendu par Juan Branco lors de son procès, fut reçu en héros dans les directs de Kroc Blanc[788] et de Teddy Boy RSA[789], où sous un ton de camaraderie généralisée, il débriefa son geste, son expérience en prison, et, les coulisses de ses apparitions médiatiques dans l'émission *« Touche Pas à Mon Poste »*. Ces incidents ont poussé ces vidéastes à être plus prudents dans leurs appels à l'action, voire à ne plus en faire du tout, conscients des responsabilités qui en découlent. Cela a été spécialement le cas pour Papacito, souvent convoqué par la BRDP[790], qui lors des récentes émeutes liées à *« l'affaire Nahel »*[791][792], a appelé sa communauté à ne pas agir, et, s'est distancié pour éviter toute implication directe dans les événements[793] (*« […] ne faites pas l'erreur de participer à quelque chose qui ne vous concerne pas […] L'avenir de la France vous concerne, l'avenir de la République ne vous concerne pas […]*

une campagne de harcèlement en ligne à l'encontre de Marion Séclin, qui a été victime de plus de 40 000 messages contenant des insultes sexistes, ainsi que des menaces de mort et de viol.

[787] Damien Tarel a acquis une notoriété soudaine sur internet après avoir infligé une gifle au président français Emmanuel Macron lors d'une visite publique à Tain-l'Hermitage, dans la Drôme, en juin 2021. La vidéo de l'incident, largement diffusée sur les réseaux sociaux, a suscité un débat national sur la sécurité des figures politiques et le respect dû aux dirigeants d'État. Suite à cet acte, Tarel a été rapidement arrêté et condamné à une peine de prison pour violences envers une personne dépositaire de l'autorité publique. Cet acte a été largement réprouvé par la classe politique et la population, soulignant l'importance du respect des institutions et des charges publiques, indépendamment des différences d'opinions politiques.

[788] https://www.youtube.com/watch?v=RxY87IED5SY

[789] https://www.youtube.com/watch?v=-tzxQ5G3I7s

[790] Acronyme de Brigade de Répression de la Délinquance contre la Personne

[791] L'affaire Nahel est marquée par les émeutes qui ont éclaté en juin 2023 à Nanterre, en France, suite à la mort tragique de Nahel Merzouk, un adolescent franco-algérien de 17 ans. Nahel a été tué par balle par un policier lors d'un contrôle routier, une version rapidement remise en cause par des vidéos et des témoignages des passagers présents. Les émeutes se sont rapidement propagées dans d'autres villes françaises, en Belgique et en Suisse, suscitant des débats intenses sur leur légitimité et leurs causes. Les manifestations ont été plus courtes mais plus intenses que celles de 2005 liées aux décès de Zyed Benna et Bouna Traoré. L'affaire a ravivé les discussions sur les violences policières, le racisme institutionnel et la question de l'immigration en France. Les émeutes ont entraîné un grand nombre d'arrestations, des peines de prison ferme et des dégradations importantes de biens matériels. Malgré la répression, l'affaire Nahel a suscité une prise de conscience collective et une remise en question profonde de la société française. Les débats sur la légitimité des émeutes, la responsabilité des forces de l'ordre et les problèmes de justice sociale ont été largement débattus. Des personnalités politiques, sportives, artistiques et religieuses ont exprimé leur solidarité et leur soutien aux manifestations réclamant justice pour Nahel. Les événements ont également été le théâtre d'une montée des tensions et des violences de militants d'extrême droite envers les manifestants. Les suites judiciaires et politiques de cette affaire sont scrutées de près, reflétant une société française en quête de réponses face aux défis de l'identité, l'injustice et de la violence.

[792] https://www.tiktok.com/@visionocturne1/video/7256867323355663643?lang=fr

[793] https://youtu.be/qJK0nIgaKKk

les images des émeutes tournent très largement sur les réseaux sociaux chinois puisqu'un bus de touristes chinois a été attaqué à Marseille. […]il y a déjà un débat national en Espagne pour éviter de d'aller à la catastrophe comme la France […] » Papacito). Des situations délicates qui ont commencé à se multiplier, et, qui témoignent, pour certains membres des communautés de ces vidéastes, de comportements assimilables parfois à de l'emprise ou des dérives sectaires. Ces attitudes et événements ont suscité une évidente prise de conscience chez ces youtubeurs politiques quant à l'impact de leurs discours, les poussant alors à une plus grande prudence dans leurs interactions avec leur audience.

Hormis les principaux traits caractéristiques de ces communautés que nous venons de décrire, nous avons également constaté que leurs membres ne se comportent pas tous de la même manière. Dans les faits, notre immersion empirique nous a permis d'identifier plusieurs types de membres ou d'abonnés avec différents niveaux de participation et d'engagement au sein de ces espaces numériques liés aux youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite. Nous en dressons leurs portraits robots. Le premier type d'abonnés ou de membres, que nous appelons *« le sympathisant passif »*, concerne la majorité d'entre eux. Pour certains vidéastes de notre sélection comme Papacito, Stéphane Edouard ou Valek, le nombre de ce type d'abonnés se chiffre désormais en plusieurs centaines de milliers. Cette majorité d'abonnés est principalement constituée de *« lurkers »* ou *« rodeurs »*, ce qui signifie, dans le contexte des médias sociaux, qu'ils ne sont que de simples abonnés passifs.

Selon les travaux de Guosong Shao (2009) mentionnés dans notre introduction générale, ils correspondraient à 90% des utilisateurs des réseaux sociaux. Ce type d'abonnés se contente de *« consommer »*[794] le contenu, suivant les interactions des vidéastes et de leur communauté sans y participer activement, en ayant conscience, pour certains, qu'il vaut mieux garder secrète ce genre d'activité en ligne, ainsi que ce type de consommation de vidéos radicales. À cet égard, nous avons observé à maintes reprises que Stéphane Edouard se plaignait régulièrement, statistiques à l'appui, du différentiel important entre les chiffres de ses audiences, et, ceux de ses interactions sur sa chaîne YouTube. Le deuxième type, que nous nommons *« l'adepte actif »*, regroupe plusieurs dizaines de milliers d'abonnés plus actifs que le type précédent. Ce type de membres exprime notamment son soutien envers ces youtubeurs à travers des actions de *« slacktivism »*[795], comme faire des dons, commenter, partager ou *« liker »* les contenus. Ces actions illustrent une forme de *« participation politique consumériste »* (Papacharissi, 2010), et rappellent à nouveau les travaux de Franck Babeau (2014) sur la *« dimension discursive et politique »* du *« like »*, montrant ainsi par la même occasion une évidente prise de conscience des algorithmes chez ces internautes. Cette mobilisation militante *« peu coûteuse »*, ces actes de *« clicktivism »*, contribuent alors, indirectement, au succès du vidéaste.

[794] Pour rappel, Guosong Shao a identifié trois comportements chez les utilisateurs des réseaux sociaux : la consommation, la participation et la production. La consommation se résume à regarder du contenu et lire les commentaires, la participation englobe des actions telles que commenter, partager, s'abonner et liker ou disliker, tandis que la production consiste à créer et publier du contenu. Ces comportements reflètent différentes formes d'engagement des utilisateurs sur les plateformes en ligne, allant de la simple observation à une implication plus active dans la création et la diffusion de contenu.

[795] Nous rappelons que le « slacktivism » (ou « clicktivism ») est un terme utilisé pour décrire une forme d'activisme en ligne caractérisée par des actions faciles et rapides, telles que cliquer sur un bouton « J'aime » où partager un message sur les réseaux sociaux, sans réel engagement ou impact significatif. Bien que ces actions puissent permettre de sensibiliser rapidement un large public à des problèmes sociaux ou politiques, elles sont souvent critiquées pour leur manque d'efficacité réelle dans le changement social.

Leur comportement peut parfois revêtir également un caractère prosélyte ou prescriptif au sein de leurs sphères privées numériques, notamment sur leurs profils personnels et dans leurs messageries privées instantanées. Ils peuvent alors y partager les vidéos de ces youtubeurs avec des proches ou des personnes de confiance, dans le but, comme nous l'avons déjà expliqué en partie, de les jauger sur une opinion politique de droite radicale, de les *« redpiller »*, ou encore de les *« dématrixer »*[796] du *« gauchisme »*. Fréquentant les écosystèmes communautaires des vidéastes, certains vont même jusqu'à souscrire aux abonnements de contenus exclusifs mis en place par ces youtubeurs politiques. Le troisième type, que nous avons appelé *« l'activiste propagateur »*, concerne généralement plusieurs centaines d'abonnés au sein des communautés des plus importants influenceurs de droite radicale. En plus des pratiques des individus du type précédent, ils adoptent une véritable attitude de fan envers leur star et n'hésitent pas à s'impliquer directement sur les espaces publics numériques. Par ailleurs, comme nous avons pu le constater avec le cas des *« neurchis »*[797], ce type de membre dévoué prend l'initiative de propager activement les idées du vidéaste en créant du contenu dérivé comme des montages, des memes, des *« fan-arts »*[798], ou en publiant lui-même des vidéos qui mettent en avant le youtubeur en question.

[796] Comme nous l'avons vu précédemment dans la section sur l'influence de l'Alt-Right, le terme « dématrixer » est une référence au film Matrix, et, à la légende autour de la « Redpill ». Dans ces communautés, « dématrixer » ou « redpiller » signifie essentiellement éveiller une personne à la réalité en la détournant de ce que leurs membres considèrent comme un « gauchisme ambiant ». Cela implique ouvrir les yeux de l'individu sur ce qu'ils perçoivent comme leur véritable réalité.

[797] Pour rappel, le terme « neurchi » désigne généralement un groupe de discussions privées où les membres partagent des contenus humoristiques, des mèmes et des discussions autour d'un influenceur ou d'un sujet en particulier. Les « neurchis » sont souvent caractérisés par un langage spécifique, des références internes et un ton sarcastique.

[798] Un fan art est une création artistique inspirée par un youtubeur spécifique, réalisée par un fan pour exprimer son admiration. Les fan arts prennent différentes formes, telles que des dessins, peintures, illustrations numériques, sculptures, montages ou animations. Ils mettent souvent en scène le youtubeur, ses personnages ou ses citations, et, sont partagés sur les réseaux sociaux, forums ou directement sur sa chaîne pour montrer l'engagement et l'affection de la communauté.

À titre d'exemple, nous pouvons mentionner l'avatar de Kroc Blanc qui est un emprunt à une illustration réalisée par un fan, ou encore, les différents *« neurchis »* de Stéphane Edouard[799], de Valek[800] et de Papacito[801], qui regorgent d'allusions d'initiés, de memes, de montages et de visuels élaborés par leurs propres abonnés. Cette posture dynamique renforce ainsi la portée des messages du youtubeur. Ils peuvent également intervenir dans les directs de leurs concurrents, prendre publiquement leur parti et faire activement leur promotion quotidiennement autour d'eux en recrutant de nouveaux membres. De plus, ces abonnés sont prêts à sauvegarder et republier, sur leurs propres comptes de médias sociaux, des vidéos censurées ou des extraits afin de maintenir la présence de leurs youtubeurs favoris, en cas d'exclusion des plateformes grand public. Nous pouvons remarquer toutefois que cela peut être également motivé par le désir d'obtenir une certaine visibilité et de potentiels gains pécuniers en s'appuyant notamment sur la notoriété du youtubeur politique, et, en dupliquant de manière malveillante son contenu. Un exemple concret serait celui de Soldat Keups[802], un fidèle abonné de Kroc Blanc, qui se distingue en partageant régulièrement sur sa chaîne YouTube des compilations de ses meilleurs moments en direct[803]. Agissant comme une véritable banque d'archives, il met également à disposition les moments censurés ou les extraits disparus du youtubeur.

[799] https://www.facebook.com/groups/1541315249395002/

[800] https://www.facebook.com/groups/1475585319262239/members/

[801] https://www.youtube.com/channel/UCTdc0YcLQRo9Fof9qmVKk4g

[802] https://www.youtube.com/@Soldat-Keups

[803] https://www.youtube.com/watch?v=VrGohf8U3cs&list=PLtClqw3VCG0U5ubF7IFVGIUSSz0ZvuWsB

Cette attitude dénote une certaine détermination militante, étant donné qu'exposer aussi ouvertement un attachement à des youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite devant ses proches sur les réseaux sociaux peut causer des désagréments et entraîner un rejet de la part de son cercle intime ou de son milieu professionnel.. Le dernier type, auquel certains membres du niveau précédent aspirent, correspond aux modérateurs ou *« modos »* selon le jargon spécifique à cet univers. Ces individus jouent un rôle de véritable gardien, animant et modérant la communauté des abonnés en coulisses dans les espaces dédiés du vidéaste (*« chat »*[804], forums, Discord, groupes Telegram). Ces modérateurs, désignés et parfois rétribués (financièrement ou symboliquement) par les youtubeurs, obéissent aux consignes de ces derniers. Ils sont notamment chargés de réaliser une veille de l'actualité pour le vidéaste, de gérer les discussions, de maintenir l'ordre et de faire respecter les conditions d'utilisation des espaces communautaires des vidéastes. Ils disposent également d'un pouvoir d'exclusion et de censure à l'égard des abonnés qui ne respecteraient pas les règles de la communauté définies et imposées par le youtubeur politique. En tant qu'ambassadeurs de confiance et autonomes, ils entretiennent des relations privées, privilégiées, et, parfois *« IRL »*[805] avec ces youtubeurs. Enfin, nous avons pu également relever la présence d'observateurs qui peuvent être des journalistes, des chercheurs ou des opposants, notamment de gauche radicale.

[804] « Chat » désigne une fonction intégrée à de nombreuses plateformes de diffusion en direct telles que Twitch, YouTube Live ou Facebook Live. Cette fonctionnalité offre aux spectateurs la possibilité de communiquer en temps réel entre eux et avec le diffuseur via une fenêtre de discussion. Les utilisateurs peuvent ainsi échanger des messages, poser des questions, réagir aux événements du direct, discuter avec d'autres spectateurs et interagir avec le diffuseur. Le « chat » est un outil populaire pour stimuler l'engagement de la communauté et favoriser une interaction directe entre le diffuseur et son public.

[805] Acronyme de « In Real Life », qui se traduit littéralement par « dans la vraie vie ». C'est une expression couramment utilisée pour faire référence à des interactions, événements ou relations qui se déroulent en dehors de l'environnement en ligne.

Bien que minoritaires, ils s'abonnent et s'infiltrent volontairement pour étudier la communauté, ou à l'instar des opposants, pour exprimer des opinions divergentes et émettre des critiques ou des commentaires négatifs. Cependant, leur présence est rapidement détectée en raison de la modération sélective et de l'esprit de corps crée par ces youtubeurs. Nous avons personnellement expérimenté cette habileté à détecter les intrusions inopinées dans ces communautés, suscitant de nombreux soupçons parmi les *« modos »*, les membres et les youtubeurs, par notre présence. Ces situations ont entraîné des exclusions et des interrogations quant à notre hypothétique identité de journaliste ou d'enquêteur. Ainsi, nous avons dû réitérer notre démarche d'observation immersive distante en intégrant et en imitant certains codes propres à ces communautés afin de ne plus subir cette modération.

Type de membre/abonné	Caractéristiques	Engagement
Le sympathisant passif	- Principalement des « lurkers » qui ne participent pas activement. - Consomment le contenu sans interaction. - Discrétion quant à leur activité en ligne.	
L'adepte actif	- Soutient les youtubeurs par des actions de « slacktivism ». - Commentent, partagent, « likent » les vidéos. - Prise de conscience de l'impact des algorithmes. - Attitude prosélyte dans leurs sphères numériques.	
L'activiste propagateur	Comportements de l'*« adepte actif »* et : - Attitude de fan envers un gourou - Défend activement les vidéastes politiques préférés. - Confrontent les détracteurs sur les espaces publics numériques. - Créent du contenu dérivé pour promouvoir le youtubeur.	
Le modérateur ("modo")	- Sélectionnés parmi les abonnés les plus loyaux. - Animent et modèrent activement la communauté. - Appliquent les consignes du youtubeur. - Ont le pouvoir d'exclure et de censurer les abonnés. - Entretiennent des relations privilégiées avec le youtubeur (parfois « IRL »).	
L'opposant ou l'observateur	- Constitue une extrême minorité parmi les abonnés - S'abonnent et s'infiltrent dans le but d'enquêter ou d'exprimer des opinions opposées - Leur présence est rapidement détectée en raison de la modération	

Tableau 15 – Récapitulatif des types d'abonnés et de membres des communautés de youtubeurs de droite radicale

Au-delà de cette typologie de membres et d'abonnés des youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite, il est essentiel de noter que leurs communautés ne sont pas hermétiques, et, peuvent se chevaucher ou communiquer entre elles. Bien que ce sujet ne soit pas au centre de nos travaux, nous avons noté que, en dépit des rivalités apparentes entre vidéastes, soulignées notamment par les *« dramas »* que nous avons mentionnés précédemment, il est fréquent que des internautes suivent simultanément plusieurs youtubeurs politiques d'extrême droite. Cette observation, que nous pouvons aisément faire en observant certains commentaires, certaines interactions et la récurrence évidente de pseudonymes, suggère que de nombreux abonnés sont actifs dans plusieurs communautés à la fois. Effectivement, sous l'influence notable des collaborations et promotions entre youtubeurs, il est inhabituel qu'un abonné se consacre à un seul vidéaste ; en général, il suit plusieurs d'entre eux, y compris des médias alternatifs partageant cette orientation politique. En outre, certains de ces abonnés naviguent ou font des allers-retours régulièrement entre les espaces communautaires de ces youtubeurs, renforçant ainsi l'idée d'un univers idéologique homogène et cohérent de la droite sur Internet.

En conclusion de notre analyse sur l'aspect « *Communauté »*, les youtubeurs politiques que nous avons étudiés déploient une véritable stratégie de *« community management »*[806] pour fidéliser leur audience. Ils construisent ainsi des écosystèmes numériques élaborés afin d'accueillir leurs abonnés les plus actifs et leurs communautés.

[806] La gestion communautaire, également connue sous le nom de « community management », est un terme issu du « digital marketing » qui désigne l'art de créer et de maintenir, une présence numérique pour une marque, une organisation ou une personnalité publique. Cela implique la création, l'animation et l'engagement d'une communauté en ligne autour d'une marque ou d'une cause. Un « community management » efficace doit incarner la voix de la marque tout en établissant des relations authentiques et de confiance avec les membres de la communauté.

Au sein de ces espaces virtuels, sont souvent actifs des internautes ayant un sentiment de marginalisation qui peuvent ainsi avoir une interaction constante avec leurs alter-ego idéologiques, cultivant une proximité et un sentiment d'appartenance. Cela favorise un fort niveau d'engagement autour d'une idéologie partagée. Ces échanges ne se limitent pas au monde virtuel, et, peuvent prendre la forme de rencontres en personne ou de réelles communautarisations, renforçant ainsi l'identification à un mouvement, à *« une seconde famille »*. Cette apparente solidarité se manifeste également par des mobilisations et des appels à l'action variés. Néanmoins, nous avons constaté que cette stratégie n'est pas dénuée de risques. Ces appels à l'action et à la mobilisation peuvent déraper, et ont conduit certains de ces vidéastes à adopter une approche plus prudente et détachée, mesurant plus attentivement l'impact de leurs discours et leur influence. Par ailleurs, nous avons pu identifier aussi plusieurs types de membres au sein de ces communautés, présentant des niveaux variés de participation et d'engagement. Du *« sympathisant passif »* à *« l'activiste propagateur »* en passant par les *« modos »*, chaque profil type communautaire contribue ainsi à sa manière, telle une petite abeille ouvrière dans une ruche, à la dynamique du youtubeur. Nous avons également observé que les communautés de ces vidéastes ne sont pas cloisonnées et se chevauchent, ajoutant une couche supplémentaire de complexité à ce type d'audiences. Finalement, la gestion des communautés de ces youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite nécessite une stratégie fine et délicate. Les youtubeurs doivent équilibrer l'engagement et la fidélité de leurs abonnés avec de potentielles répercussions associées à leurs discours.

Malgré ces défis, nous pouvons admettre, avec empirisme, qu'ils réussissent à créer des écosystèmes numériques ancrés depuis plusieurs années qui cultivent l'engagement, l'altérité, l'identité, la solidarité et la mobilisation autour de leurs idéologies.

Contrôle

Pour le dernier volet de notre cadre d'analyse de l'ethos et de la stratégie de ces youtubeurs, nous aborderons l'aspect *« Contrôle »*. Celui-ci englobe l'ensemble des actions, comportements et attitudes visant à maintenir et pérenniser leur présence sur les médias sociaux. Cette dimension de notre modèle englobe plusieurs enjeux. Le premier est la nécessité d'effectuer une veille que nous qualifierons de stratégique. Effectivement, l'univers des plateformes est en constante évolution, reflétant en quelques sortes une complexité évidente du monde numérique. Nous l'avons illustré précédemment avec l'engouement pour les podcasts, ou la tendance au raccourcissement et à la verticalisation des contenus vidéo, les changements sont rapides et le public volatile. Dans ce contexte, les youtubeurs, tout comme l'ensemble des créateurs de contenu, sont confrontés à un défi majeur : demeurer pertinents dans ces espaces numériques. En effet, YouTube et les médias sociaux sont inondés quotidiennement de contenus variés, influencés par l'opinion publique, les événements mondiaux, et les innovations technologiques. Pour les youtubeurs de notre sélection, cette réalité prend une dimension supplémentaire. Leur orientation idéologique les contraint à une double vigilance : suivre les tendances générales tout en restant attentifs aux évolutions propres à leur sphère numérique et milieu idéologique.

Ce fut notamment le cas de nombreux vidéastes politiques comme TeddyBoy RSA et Daniel Conversano qui, aux alentours de l'année 2018, se sont orientés massivement vers le direct, exploitant ces nouvelles possibilités des plateformes et investissant dans des dispositifs techniques adéquats. L'un des exemples récents les plus significatifs de ces adaptations contextuelles est Kroc Blanc. Ce dernier a délaissé progressivement les directs pour privilégier principalement le commentaire d'actualité court type *« react »* (que nous avons abordé avant), tendanciel dans cette sphère de droite. Nous pouvons mentionner aussi le cas de Valek qui, désenchanté par la politique, a abandonné les sujets liés au contexte politique français pour se concentrer sur des théories conspirationnistes globales et plus virales ainsi que sur le développement personnel (*« […] dans un système comme le nôtre […] tout est verrouillé, les pays sont interconnectés et tenus en laisse par l'Union Européenne et les lobbies […] c'est pour cela que j'ai pris ce virage dans ma chaîne »*[807]). Nous pouvons rappeler également l'attitude récente de Stéphane Edouard, qui s'est mis à créer en parallèle de son contenu traditionnel, des vidéos dédiées au format court, plus communément surnommés *« shorts »* dans cet univers. Par ces ajustements, en étant à l'avant-garde de ces pratiques, et, en s'appuyant particulièrement sur l'analyse démographique et comportementale des tableaux de bord statistiques mis à disposition par les plateformes, ces youtubeurs peuvent alors proposer du contenu en adéquation avec les attentes de leur audience. Cela renforce ainsi, par la même occasion, leur positionnement et leur assure une visibilité constante.

[807] https://www.youtube.com/watch?v=Bg1zCbBgKB4

Des anticipations qui leur permettent également d'éviter l'obsolescence et la *« ringardisation »*, assurant la subsistance de leur discours sur des plateformes où le risque d'être cantonné à un format, une posture ou à un type de contenu, voire d'être oublié, est omniprésent. En outre, comme nous avons pu le relever à de nombreuses reprises dans nos observations, leur activité est profondément ancrée, par essence, dans le débat politique. Par conséquent, les mutations, l'agenda médiatique, les faits divers et controverses de la scène politico-médiatique, particulièrement ceux en vogue sur les médias sociaux, influencent directement leur travail. Leur veille stratégique ne se limite donc pas aux nouvelles tendances des usages des plateformes, mais s'étend également à l'actualité politique sur les réseaux numériques, aux espaces de débats et d'échanges ainsi qu'aux activités de leurs homologues, qu'ils soient du même camp idéologique ou opposé. A ce titre, ils n'hésitent pas, d'ailleurs, à rebondir de manière réactive dans leurs contenus sur les moindres incidents, affaires, contradictions ou mises en cause des youtubeurs du camp adverse, leur permettant par la même occasion, de mettre en avant une prétendue rectitude morale de leur camp idéologique sur le web. Cette surveillance cruciale leur offre un baromètre précieux des préoccupations et des opinions de leurs publics. Cette veille de l'actualité leur permet d'ajuster le ton, de se positionner rapidement sur les sujets importants du moment et de répondre aux critiques. Cette veille est effectuée quotidiennement par les youtubeurs, mais elle est également appuyée, comme évoqué dans notre analyse de leurs communautés, par des abonnés actifs. Ces derniers, agissant en véritables sentinelles, n'hésitent pas à partager des informations et des liens, à effectuer des sortes de revues de presse ou à proposer des sujets directement à leurs vidéastes préférés.

Une attitude particulièrement visible sur le canal Telegram de Kroc Blanc, ainsi que parmi les abonnés de Stéphane Edouard, qui lui suggèrent fréquemment, que ce soit en message privé ou en le mentionnant directement sur des contenus d'actualité, des sujets à analyser, notamment via l'hashtag *« #videoscopie »* (cf. figure 9).



Figure 9 – Exemples de veilles effectuées par les abonnés de Stéphane Edouard, source : X

En parallèle de cette veille stratégique, certains de ces youtubeurs semblent garder un œil sur ce que font leurs confrères, dans une optique d'adaptation et d'innovation. Kroc Blanc, par exemple, a avoué ouvertement s'être inspiré, voire copié, le format d'autres youtubeurs politiques comme Psyhodelik, afin de lancer de nouveaux contenus. Dans les faits, comprendre les stratégies de leurs homologues, relever leurs réussites ou échecs leur permettent d'affiner leur propre stratégie tout en offrant des opportunités de collaborer, de débattre, et parfois de se démarquer en proposant une approche nouvelle.

Une autre facette de l'aspect *« Contrôle »* de notre analyse est la réputation en ligne. En effet, cette dernière est devenue un enjeu majeur, particulièrement pour des youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite. Dans des espaces numériques où chaque tweet, vidéo ou commentaire peut être instantanément partagé, analysé et critiqué, la nécessité d'une gestion proactive de cette réputation est plus impérative que jamais. Ces youtubeurs politiques, en tant que créateurs de contenu, sont fréquemment sous les feux des projecteurs. Ils sont à la fois l'objet de l'adulation de leurs abonnés et de nombreuses critiques émanant de leurs détracteurs, qu'il s'agisse d'autres influenceurs, de chercheurs, de médias, de militants politiques de gauche ou même des autorités gouvernementales À cet égard, comme en témoignent de nombreux articles de presse, *« dramas »*, enquêtes journalistiques, pages Wikipédia ou vidéos de youtubeurs à charge sur Papacito, Valek (« *[…] Moi, par exemple, j'ai tout eu, des passages à la télé, des dizaines et des dizaines d'articles, et quand tu tapes mon blaze en première page Google, tu as un article diffamatoire qui explique que je suis le précurseur de la fashosphère […] » Valek*[808]) ou Daniel Conversano, ils se retrouvent fréquemment au cœur de controverses médiatiques. Ainsi, des informations les concernant, qu'elles soient diffamatoires ou exactes, peuvent se propager à grande vitesse, et une simple déclaration ou vidéo polémique peut rapidement devenir virale. Dans ce contexte, les droits de réponse à la presse peuvent figurer comme intéressants pour ces créateurs mais il est rare qu'ils l'utilisent de par le refus des médias, de leur aversion profonde envers ces derniers, ou tout simplement, pour maintenir astucieusement et volontairement leur posture de victime du système.

[808] https://www.youtube.com/watch?v=Bg1zCbBgKB4

Dans de telles situations où des informations circulent à leur sujet, au lieu de permettre à des rumeurs ou accusations de se répandre, ils restent silencieux ou prennent souvent l'initiative d'y répondre directement dans des médias alternatifs, des chaînes de youtubeurs amis, ou, en utilisant leurs propres comptes de réseaux sociaux, que ce soit à travers une vidéo contre-argumentative, une réponse intégrée à leur contenu habituel, un direct, un thread[809] dédié ou même un tweet. Ils peuvent également, à l'instar de Kroc Blanc et Dany Caligula[810], organiser des débats en direct avec leurs détracteurs qui acceptent la confrontation. A ce titre, nous pouvons observer qu'ils utilisent souvent ces réponses et ces confrontations pour réfuter avec ironie les qualificatifs comme *« facho »*, *« faf »* ou *« extrême droite »* (*« c'est nous l'esstreme drouate ! »*[811]), aidés, il faut le reconnaitre par l'attribution de la part de leurs détracteurs d'adjectifs et de psittacismes provocateurs comme *« nazis »* ou *« hitlériens »*. Ils cherchent ainsi à présenter par un narratif victimaire leur version des faits, à clarifier leur position et à partager leur point de vue sur des controverses les touchant de près. Cette tendance à répondre activement s'est manifestée de manière notable lors d'une enquête de Mediapart qui a examiné plusieurs youtubeurs que nous avions étudiés dans ce travail. Suite à cette enquête et une émission associée, auxquelles nous avons été consultés pour partager nos recherches[812], une vague de réactions a émergé de la part des vidéastes concernés (cf. figure 10) et de leurs communautés, donnant lieu à une multitude de réponses et de commentaires.

[809] Sur X, un « thread » est une série de tweets connectés qu'un utilisateur publie pour aborder un sujet en profondeur. Il commence par un tweet initial et est suivi de réponses successives de l'auteur, formant une narration ou une explication continue au-delà de la limite de 280 caractères d'un tweet individuel.

[810] https://www.youtube.com/watch?v=HsLM5tzDe-4

[811] L'expression « esstreme drouate », intentionnellement mal orthographiée, est employée de manière sarcastique par ces vidéastes afin de discréditer ou de caricaturer les opinions de ceux qui utilisent cette catégorisation pour les désigner. Il s'agit d'une tactique qui peut être utilisée pour infantiliser ou réduire à néant les arguments de l'adversaire.

[812] Mediapart. (2021, 25 novembre). Les startupeurs de la haine. https://www.mediapart.fr/journal/france/251121/les-startupeurs-de-la-haine

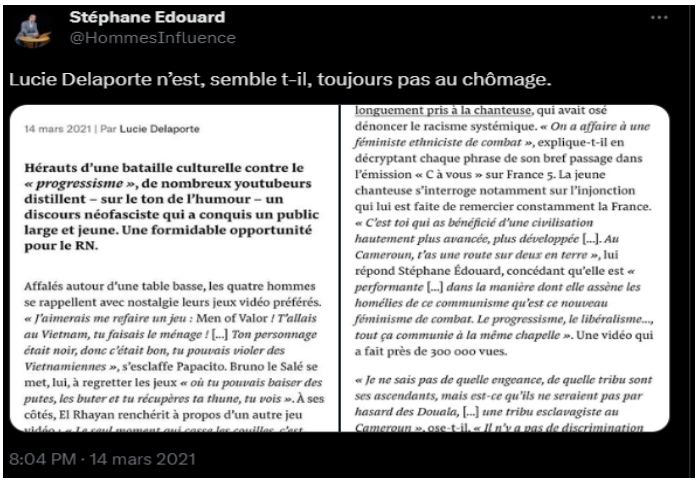

Figure 10[813] *– Réponse en tweet de Stéphane Edouard à un article de Mediapart le concernant, source : X, Stéphane Edouard*

Parmi ces réactions, une vidéo intitulée *« On met les journalistes en PLS »*[814], mise en ligne sur la chaîne de Baptiste Marchais, se démarque particulièrement (*« [...]Aujourd'hui, je vous réunis une équipe de choc, la fine équipe [...] Pourquoi ? Alors tout simplement, il se trouve qu'il y a une émission dont on ne vous dira pas le nom... qui parle de nous quatre [...] ces gens adorent parler de nous mais dès qu'on parle d'eux tout de suite on tombe dans le juridique on ne citera pas leurs noms [...] »)*. Dans cette production, Papacito, Julien Rochedy et Georges Matharan, avec leur sarcasme caractéristique, ont répondu notamment aux allégations de cette enquête et des médias en général . Un autre exemple significatif de ce type de réponse ou de réaction, essentiel pour maintenir leur réputation en ligne, est celui de Kroc Blanc lors de la Pixel War[815].

[813] Dans ce tweet, Stéphane Édouard invective une journaliste de Mediapart, Lucie Delaporte, en faisant une référence très populaire dans le milieu de l'extrême droite sur internet, celle d'Alain Soral et de sa fameuse déclaration : « Un journaliste, c'est soit une pute, soit il est au chômage ».

[814] https://www.youtube.com/watch?v=ku7RBdxvXyk

[815] La « Pixel War » (ou « Guerre des Pixels ») fait référence à un phénomène en ligne où des utilisateurs collaborent pour créer ou modifier des images pixel par pixel, souvent sur des tableaux virtuels partagés. L'exemple le plus célèbre est « r/place », un projet sur Reddit lancé en avril 2017, où les utilisateurs pouvaient placer un pixel toutes les cinq minutes sur une grille. Cela a conduit à des batailles pour le contrôle de l'espace, des alliances entre communautés pour créer des œuvres d'art, et des tentatives de sabotage par d'autres.

En effet, durant l'édition 2023 de cet événement du site Reddit, très fréquenté par les streamers du monde entier ainsi que leurs communautés, le youtubeur a, lors d'un de ses directs, encouragé ses abonnés à créer une fresque pixélisée en hommage à Lola. Son intention était manifestement de masquer une autre commémoration dédiée à Nahel. Une action qui a déclenché une opposition presque idéologique entre différentes communautés, et, qui s'est muée en une véritable *« guerre de tranchées »* virtuelle. Il s'en est suivi de nombreuses polémiques, notamment autour de la transformation inappropriée de cette jeune fille cruellement assassinée en un symbole suprémaciste et nazi par certains streameurs internationaux, peu informés contextuellement. La situation a été d'autant plus exacerbée par une récupération politique de cet hommage numérique et de cet événement par des identitaires et nationalistes français, résultante en partie des appels à l'action de Kroc Blanc. Reconnaissant l'impact potentiellement négatif sur son image de l'exploitation d'un fait divers aussi tragique, ce dernier s'est rapidement distancé de cette initiative par le biais de tweets *(« J'ai été obligé de me désengager afin de laisser l'équipe réaliser un hommage à #Lola […] pour ne pas que les gauchistes aillent nous balancer aux allemands […] »*[816]*)* et de vidéos explicatives[817], par respect pour la victime, mais aussi pour une évidente préservation de sa réputation auprès de la sphère d'extrême droite, de sa communauté et de potentiels futurs abonnés.

[816] https://twitter.com/KbgStream/status/1683931470505680896?s=09

[817] https://www.youtube.com/watch?v=Er_OzrWKjZ8

De surcroît, nous venons de l'observer avec cet exemple de la Pixel War, les youtubeurs d'extrême droite, en raison de leur activité et des contenus fréquemment sujets à controverse qu'ils proposent, attirent une audience fortement engagée. Cette ferveur, bien que pouvant se traduire par un soutien indéfectible, peut également, comme nous l'avons aussi évoqué dans la section *« Communauté »*, conduire à des réactions démesurées, enfreignant parfois la loi. Face à de tels agissements et des potentielles répercussions sur leur image, il est crucial pour ces youtubeurs d'instaurer un contrôle rigoureux et une modération assidue de leurs communautés, en s'appuyant particulièrement sur les *« modos »*. Cette modération, loin d'être uniquement une démarche morale, est aussi une exigence pour respecter les directives strictes des plateformes, et, pour se maintenir sur ces dernières. Comme nous l'avons relevé à plusieurs occasions dans cette thèse, elles n'hésitent pas à prendre des mesures, allant jusqu'à la suppression ou le bannissement, contre les contenus ou utilisateurs dérogeant à leurs règles. Par conséquent, en voulant sauvegarder leur réputation et leur chaîne, Ils s'assurent au maximum qu'aucuns incidents ou dérapages langagiers ne puissent se produire dans leurs interactions communautaires, et, éveiller ainsi les soupçons des médias sociaux. Cela entraine notamment une forme d'autocensure ainsi qu'une sémantique subtile chez leurs abonnés. Ces derniers emploient avec l'incitation implicite du youtubeur, des *« private jokes »* compréhensibles uniquement par des initiés de ces sphères.

Nous observons, par exemple, l'emploi d'expressions connotées (*« La communauté dont on ne peut pas dire le nom »*, *« Mezouzed »*[818] en référence aux juifs), et de termes de substitution comme *« noix »* qui désignent les personnes aux couleurs de peau noires ou encore *« arbres »*, *« anglais »*[819], ²*« huns »*[820], *« scandinaves »*, *« suédois »*, *« boudhistes »*[821] pour désigner les individus d'ethnies arabes. En définitive, la modération se révèle être un instrument capital pour ces youtubeurs, leur offrant la possibilité de se mouvoir dans le tumulte des réseaux sociaux tout en gardant leur image militante et leur réputation en ligne.

Un autre volet essentiel du *« Contrôle »* est la réglementation et la loi. Ces vidéastes doivent impérativement veiller à ne pas les enfreindre, ou tout du moins à jouer habilement avec leurs angles morts. Cette préoccupation a une double dimension : adhérer aux politiques légales des plateformes tout en respectant la législation française, en particulier sur la liberté d'expression. Sur le plan pénal, nous l'avons déjà mentionné, ces youtubeurs rejettent la loi Schiappa.

[818] Le terme « Mezouzed » ou l'utilisation du mot « mezouza » dans certaines communautés fait référence à une vidéo virale de Pierre-Jean Chalençon. Accusé d'antisémitisme en raison de ses fréquentations, le célèbre collectionneur d'objets napoléoniens a déclaré en larmes : « Je ne suis pas antisémite, j'ai une mezouza à la maison ! ». Cette vidéo est perçue par les communautés d'extrême droite sur Internet comme un exemple de soumission aux Juifs et est souvent moquée.

[819] Les communautés suivant certains youtubeurs emploient le terme « les Anglais » pour désigner les populations immigrées d'Afrique. Cette expression fait écho aux déclarations du ministre de l'Intérieur, Gérald Darmanin, qui a accusé les supporters anglais de Liverpool d'avoir causé des incidents lors de la finale de la Ligue des Champions au Stade de France en mai 2022. Selon certains observateurs, supporters et journalistes étrangers, ce seraient plutôt des perturbateurs d'origine africaine qui seraient responsables.

[820] https://www.youtube.com/watch?v=qJK0nIgaKKk

[821] Les termes « suédois », « scandinaves », « huns » et « bouddhistes » sont parfois employés comme euphémismes pour désigner les Arabes, Maghrébins ou Musulmans. Il s'agit d'une technique rhétorique sarcastique visant à nommer un groupe d'individus par un autre, diamétralement opposé sur le plan religieux ou ethnique.

Ils critiquent également majoritairement les lois Gayssot, Pleven et Avia[822], les percevant comme des outils injustement brandis pour les museler[823](*« […] vos lois de parisiens, de mecs du Jeu de Paume avec des perruques […] je m'en bats les couilles […] ici c'est rester le moyen-âge […] moi je suis trop loin, je n'ai pas suivi […] Je suis resté sur les vieux standards […] » Papacito*[824]). De par leur expérience, et pour certains, leurs nombreuses inculpations judiciaires, ils s'efforcent de plus en plus de se conformer au cadre légal, modulant leur discours et prenant parfois le soin, comme Stéphane Edouard au sujet du droit de courte citation, de citer, critiquer et disséquer la loi dans certains de leurs contenus. En se pliant partiellement à ces normes légales, ils peuvent non seulement esquiver des sanctions judiciaires, mais aussi consolider leur crédibilité. Certains, comme Papacito et Baptiste Marchais (*« […] Moi j'ai été plein de fois sur écoute. Papacito, aussi. On a la chance d'avoir des contacts à la DGSI*[825] *[…] J'ai la chance d'avoir un contact là-bas […] qui m'aide à savoir s'il y'a des choses qui trainent sur moi […] » Baptiste Marchais*[826]), évoquent subtilement avoir reçu des conseils d'avocats et de membres des forces de l'ordre acquis à leur cause, les guidant sur d'éventuelles vidéos polémiques, et, les rassurant sur la légalité de leurs propos.

[822] Les lois Gayssot, Pleven et Avia sont des textes législatifs français visant à combattre la discrimination et la haine. La loi Gayssot (1990) sanctionne la négation des crimes contre l'humanité, en particulier la Shoah. La loi Pleven (1972) pénalise la provocation à la haine basée sur l'origine, la race ou la religion. La loi Avia (2020) impose aux plateformes en ligne de retirer rapidement les contenus haineux manifestement illicites. Ces lois illustrent la volonté française de lutter contre le racisme, l'antisémitisme et la haine sur Internet.

[823]

[824] https://www.tiktok.com/@papacit01er/video/7255293418979495195

[825] Acronyme de Direction Générale de la Sécurité Intérieure. La DGSI est le service de renseignement intérieur français, chargé de la lutte contre les menaces à la sécurité nationale, comme le terrorisme et l'espionnage. Elle dépend du Ministère de l'Intérieur.

[826] https://www.tiktok.com/@radio_dixie/video/7259140021377043718?lang=fr

Néanmoins, malgré cette posture juridique informée, si un youtubeur d'extrême droite se voit confronté à des poursuites judiciaires ou même à des peines d'emprisonnement comme Alain Soral, ces situations renforcent leur statut de *« martyr »* et semblent même contribuer à les rendre plus populaires.

En ce qui concerne les politiques des plateformes, à l'instar des autres influenceurs, ils sont également tenus de respecter les droits d'auteurs, leurs conditions et leurs règles de publications de contenus. Comme pour la loi, ils s'informent sur les pratiques, les sujets et termes autorisés, exploitant souvent les zones grises, les flous des conditions générales et contractuelles des médias sociaux. Dans ce but, ils optent souvent pour des tactiques particulières, telles que le remplacement volontaire de mots sensibles par des *« bips »*, l'utilisation d'extraits et de memes pour suggérer des propos polémiques, ainsi qu'une évidente euphémisation et adoucissement de leurs discours. Stéphane Edouard, par exemple, modère son langage, et, utilise de manière notable des métaphores (*« les barbares »*) ou sous-entendus ironiques (*« tirez-en les conclusions qui s'imposent », « je ne vise aucune communauté, ne me faites pas dire ce que je ne veux pas dire »*). Une autre attitude très répandue est de faire des directs, et, de les supprimer peu après leurs diffusions afin de ne laisser aucune trace de dérapages litigieux, et, de ne pas être inquiété par les autorités régulatrices. Nous pouvons néanmoins observer que malgré ces pratiques, la plupart des youtubeurs de notre sélection sont, de manière récurrente, menacés par des réclamations ou par de nouvelles règles éditoriales des plateformes grand public.

Cela est d'autant plus accentué par les différents signalements d'utilisateurs et des médias, par les travaux de structures comme Conspiracy Watch[827], les boycotts lancés par des opposants tels que les SleepyGiants[828], ou encore par le déploiement récent de robots (*« bots »*[829]) et d'intelligences artificielles chargés d'identifier les contenus litigieux et offensants. Ces initiatives font l'objet d'offensives militantes et d'opérations de communication menées par des adeptes de ces youtubeurs de droite radicale, tels que Les Corsaires de France[830]. Un groupe d'activistes a été créé pour contrer ces signalements et sollicite les entreprises ainsi que les plateformes pour qu'elles ne cèdent pas à ce qu'ils qualifient de *« piraterie woke »*.

Pour conclure sur cet aspect *« Contrôle »*, il est manifeste qu'il est un aspect important de la stratégie des youtubeurs. Dans ce monde des médias sociaux en perpétuelle mutation, ils s'attellent à rester pertinents, s'adaptant aux tendances du moment et à l'actualité politique. Ils veillent aussi scrupuleusement à leur réputation en ligne en effectuant une modération réactive et attentive de leurs communautés. Face aux critiques, nous avons constaté qu'ils n'hésitent pas également à prendre l'initiative de clarifier publiquement leurs positions.

[827] Conspiracy Watch est un site web français dédié à l'analyse et à la réfutation des théories du complot. Fondé en 2007 par Rudy Reichstadt, il vise à informer le public sur la nature, les origines et la propagation de ces théories, tout en offrant des analyses critiques basées sur des faits et des recherches approfondies. Le site sert de ressource pour éduquer le public, les journalistes et les éducateurs sur les dangers de la désinformation liée aux théories conspirationnistes.

[828] Le collectif « Les Sleeping Giants » se mobilise pour combattre le soutien publicitaire à ce qu'ils perçoivent comme des messages haineux, que ce soit sur des sites web ou à la télévision. Ils ciblent activement les annonceurs via Twitter, les encourageant à retirer leurs publicités de contenus qui ne sont pas en accord avec leurs valeurs. De cette manière, les Sleeping Giants ont successivement informé certaines entreprises que leurs publicités soutenaient des youtubeurs d'extrême droite ou encore des médias ayant été condamnés pour incitation à la haine raciale comme Rivarol et Valeurs actuelles.

[829] YouTube a annoncé en 2022 un plan pour lutter contre les contenus abusifs dans les commentaires et les diffusions en direct. À partir de maintenant, des bots auront le pouvoir de supprimer les commentaires jugés abusifs et d'imposer des délais aux utilisateurs, allant jusqu'à une interdiction de 24 heures. Cette initiative vise à améliorer l'expérience des commentaires pour les utilisateurs et les créateurs. Bien que la modération automatisée ait eu des antécédents mitigés, YouTube voit les bots comme un moyen efficace de gérer le problème.

[830] https://corsairesdefrance.com/

Sur le plan juridique, leur parcours est sinueux : ils essaient de respecter majoritairement les lois pénales et règles des plateformes, mais n'hésitent pas à en repousser les limites, s'exposant parfois à des bannissements et des poursuites judiciaires. Ces mêmes incidents qui peuvent, de manière paradoxale, renforcer leur image et accroitre leur popularité. En résumant de manière succincte, l'aspect *« Contrôle »* pour ces vidéastes dépasse la simple gestion de présence médiatique. Il s'apparente davantage à ce que l'on qualifierait, en communication politique, de gestion de crise. Autrement dit, une gestion rigoureuse et contrôlée de leur image, où leur habileté à anticiper, s'adapter, innover et surmonter les défis est essentielle pour leur pérennité.

Synthèse de l'analyse des 5C

Nous allons maintenant synthétiser cette partie dédiée à l'analyse des stratégies numériques et de l'ethos de ces youtubeurs. Pour résumer, nous avons utilisé notre modèle 5C (*« Canaux, Contenu, Codes, Communauté, Contrôle »*) pour approfondir notre compréhension de leurs activités. D'abord, nous avons pu constater que ces individus adoptent bel et bien des pratiques *« transplateformes »* (Millette, 2013) analogues à celles de nombreux autres youtubeurs, les inscrivant résolument dans la catégorie des *« influenceurs »* des médias sociaux (Scolari & Fraticelli, 2019). Toutefois, leur discours et leurs opinions, par leurs natures radicales, ainsi que la censure et les risques de bannissements qui en découlent (*« deplatforming »*, Rauchfleisch & Kaiser, 2021), les poussent à s'orienter vers des canaux alternatifs. Ils élargissent alors leur présence en investissant dans des plateformes moins contraignantes et en créant leurs propres sites web, s'affranchissant ainsi des mesures restrictives.

Nous avons observé que ces solutions alternatives ne rivalisent pas, en termes d'audience, avec les médias sociaux grand public. Dans les faits, elles offrent néanmoins une sorte de garantie de pérennité à ces vidéastes de droite radicale dans le paysage numérique, lorsqu'ils atteignent un certain niveau de popularité.

En matière de contenu, notre analyse a révélé que ces youtubeurs ne se contentent pas d'un format unique. Ils combinent habilement les éléments et le style des médias traditionnels avec une touche d'authenticité, un amateurisme soigneusement entretenu et une proximité propre à un certain esprit des réseaux sociaux. Ces productions hybrides, en constante évolution, tendent à se rapprocher des émissions politiques traditionnelles, confirmant ainsi le rôle prépondérant de YouTube comme source majeure d'information politique. Malgré la popularité croissante des formats courts, à l'image de ceux proposés sur TikTok ou Instagram, nous avons également remarqué qu'une grande partie d'entre eux privilégie encore des contenus plus longs et approfondis. Certains ont néanmoins su s'adapter en utilisant ces vidéos courtes pour augmenter leurs gains et leur visibilité, les utilisant notamment comme teasers pour leur contenu principal. Par ailleurs, la volatilité des tendances de consommation des réseaux sociaux les pousse également à explorer ou à relancer d'autres formats, tels que les podcasts.

Sur le plan des codes, ces youtubeurs font preuve d'une grande habileté. Ils fusionnent les usages intrinsèques liés au statut de youtubeur, des références culturelles populaires et des codes de la *« dissidence française »* avec un discours politique radicale, évitant ainsi de tomber dans les clichés repoussants associés habituellement aux militants d'extrême droite. Ces codes, soigneusement intégrés, deviennent ainsi des repères pour leur audience, renforçant leur attrait et leur identité unique.

Concernant l'aspect communautaire, nous avons observé que les youtubeurs politiques étudiés utilisent de véritables stratégies sophistiquées de *« community management »* pour engager et fidéliser leur audience. Ils créent des écosystèmes numériques, véritables refuges pour leurs communautés où leurs abonnés, se sentant en marge, renforcent leur désir d'altérité. En côtoyant ces espaces, nous avons identifié une variété de membres dans ces communautés, du simple spectateur aux militants actifs, chacun jouant un rôle spécifique dans la dynamique globale. Ces communautés de vidéastes peuvent également se chevaucher et offrent avant tout un espace pour interagir avec des personnes politisées partageant les mêmes idées, allant jusqu'à mener parfois plusieurs actions politiques notables en ligne. Cet engagement et cet activisme ne se cantonnent pas au monde virtuel mais peuvent également se prolonger dans la vraie vie en participant à des événements réels ou en se communautarisant. Toutefois, ces youtubeurs politiques doivent naviguer prudemment, car leurs appels à l'action disposent d'un pouvoir important et peuvent avoir des conséquences indésirables. La gestion de ces communautés présente donc de nombreux défis.

Nos travaux ont toutefois démontré qu'ils ont su les surmonter et ont réussi à établir des écosystèmes numériques robustes favorisant l'engagement autour de leurs idéologies.

Enfin, en ce qui concerne l'aspect contrôle, nous avons démontré que ces youtubeurs font preuve d'une vigilance constante dans la gestion de leur image et de leur contenu. Ils modèrent activement leurs communautés et sont à l'affût des tendances, de l'actualité politique, des évolutions sectorielles, mais aussi des potentiels écueils liés à leur réputation en ligne. Tout en cherchant à respecter la loi et les règles des plateformes, ils n'hésitent pas à en tester les limites, s'exposant parfois à des sanctions, des poursuites judiciaires ou des litiges. Ironiquement, ces incidents, loin de les affaiblir, peuvent parfois renforcer leur discours victimaire, galvanisant ainsi leur base d'abonnés. Cet aspect de contrôle s'apparente à une gestion de crise où anticipation, adaptation et innovation sont des facteurs clés de subsistance dans l'univers des médias sociaux.

5C	Description
Canaux	- Présents sur la plupart des plateformes grand public. - Ils adoptent des pratiques « transplateformes » comme la majorité des autres youtubeurs. - S'orientent vers des réseaux alternatifs pour échapper à la censure et au « deplatforming ». - Créent leurs propres sites web et des newsletters. - Les mesures de bannissements ne sont pas efficientes sur les plus populaires.
Contenu	- Utilisent parfois des stratégies d' « entrée progressive ». - Démocratisation des lives et des radios libres filmées. - Produisent une variété de contenus qui se rapprochent des émissions politiques traditionnelles. - Hybridité : ils combinent les éléments des médias avec une touche d'authenticité et d'amateurisme. - Privilégient des contenus longs tout en explorant d'autres formats comme les podcasts.
Codes	- Usages classiques des youtubeurs : ton, tutoiement, familiarité, « putaclick », « feats and fun », « remix », « cut & zoom », montages rapides, « dramas ». - Utilisation de références de la culture contemporaine, bourgeoise et populaire. - Fusionnent les usages de youtubeur, des références culturelles et des codes de la « dissidence française » avec un discours politique radical. - Ces codes deviennent des repères pour leur audience.
Communauté	- Utilisent des stratégies de « community management » pour engager leur audience. - Créent des écosystèmes numériques à forte identification pour leurs communautés. - Différents membres : sympathisant passif, adepte actif, activiste propagateur, modo - Communautarisation de certains de leurs abonnés. - Ces communautés peuvent se chevaucher et mener des actions politiques en ligne et hors ligne. - Des pertes de contrôle sur certains abonnés extrémistes (harcèlements, actions politiques etc…)
Contrôle	- Vigilants dans la gestion de leur image, de leur réputation en ligne et de leur contenu. - Modèrent activement leurs communautés. - Répondent aux accusations et rumeurs. - Veille sur l'actualité politique. - Sont à l'affût des tendances et des pratiques numériques. - Euphémisation et adoucissement de leurs discours pour rester sur les grands médias sociaux. - S'informent et sont accompagnés sur le plan légal. - Testent les limites des lois et des réglementations des plateformes.

Tableau 16 – Récapitulatif de notre analyse des stratégies numériques

des youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite.

Conclusion

Finalement, après avoir analysé en détails ces stratégies numériques, il est manifeste que ces vidéastes se positionnent comme les emblèmes, les prototypes de ces nouveaux métiers véritablement ancrés dans le espaces numériques. Ils incarnent cette profession, le *« youtubeur politique »*, désormais solidement établie dans le paysage politico-médiatique, s'appuyant sur les fonctionnalités, les usages, les caractéristiques et les dimensions sociotechniques des plateformes pour s'épanouir indépendamment d'un parti politique ou d'un média régulé.

En utilisant ce que la science de gestion appelle le *« marketing d'influence »*[831], nous avons pu constater dans cette partie que leurs contenus et leurs postures, taillés pour les algorithmes et les réseaux sociaux, offrent une hybridation singulière entre divertissement, théorie politique et rhétorique idéologique. Contrairement aux politiciens traditionnels, ils ne présentent pas un programme, mais plutôt un art de vivre dont ils se posent comme modèles stylisés. Une attitude que Michel Foucault (1984) aurait pu qualifier d'*« esthétique de l'existence »*, où ces youtubeurs politiques semblent envisager leur vie comme un projet artistique, travaillant sur eux-mêmes avec la même créativité qu'un artiste consacre à une œuvre d'art. Cette approche, profondément ancrée dans la culture des plateformes comme YouTube, les incite alors subtilement à forger, à l'instar d'une grande entreprise, une image de marque stylisée et un *« storytelling »* autour de leur *« persona »*. Ils confirment ainsi, par notre analyse, ce procédé d'*« énonciation subjective »* (Mathy & Fanouillère, 2019) et les attributs clés de leur statut de *« micro-célébrités »* (Marwick, 2010) que nous avions identifiés dans notre introduction générale : *« [...] authenticité, communauté, intimité, légitimité et célébrité [...] »* (Gomez-Mejia, Nicey, & Stalder, 2019, p. 18). L'authenticité et l'intimité se manifestent à travers leur ton, leurs contenus et leur style que nous avons détaillés dans cette section ; la légitimité, par la reconnaissance de leurs pairs ; la célébrité, par leur notoriété acquise grâce à leur audience ; et la communauté, par leur capacité à créer une loyauté profonde chez leurs abonnés, qui deviennent pour certains bien plus que de simples spectateurs à l'instar des *« activistes propagateurs »*.

[831] Le marketing d'influence, tel que défini par la science de gestion, fait référence à l'utilisation stratégique d'individus influents pour promouvoir et soutenir une marque ou un message auprès d'un public cible sur les réseaux sociaux. Dans cette démarche, les contenus et postures des influenceurs sont soigneusement adaptés pour répondre aux exigences des algorithmes des plateformes numériques.

En outre, nos travaux nous ont également permis d'observer que ces vidéastes semblent tirer leur succès de leur charisme, de leur éloquence et de leur capacité à évoluer dans le monde numérique avec talent, technicité, professionnalisme, et en exerçant une influence notable. Comme nous l'évoquions brièvement au début de cette thèse, ces caractéristiques importantes de ces youtubeurs politiques d'extrême droite nous rappelle le *« leader d'opinion »* de la *« théorie de la communication à deux étages »* de Paul Lazarsfeld et Elihu Katz (1944). Certains chercheurs comme Stéphanie Lukasik (2022) évoquent même l'hypothèse de recherche d'un *« substitut naturel 2.0 du leader d'opinion »* ou d'un *« leader d'opinion 2.0 »* concernant ces créateurs de contenu. Rappelons que, selon cette théorie (Lazarsfeld & Katz, 1944), l'influence s'exerce en deux étapes successives : d'abord verticale (des médias vers les leaders d'opinion), puis horizontale (des leaders d'opinion vers leur entourage). Néanmoins, bien que ces vidéastes semblent endosser des rôles similaires en influençant les opinions et les comportements de leurs abonnés, au vu du succès et du degré de notoriété que certains d'entre eux ont acquis durant notre observation empirique du terrain, ils semblent s'éloigner du caractère *« ordinaire »*, *« au-dessus de la masse »* (Lukasik, 2022, p.153), quotidien et éphémère typique du *« leader d'opinion »* décrit par Lazarsfeld et Katz. Contrairement à ce dernier, qui est souvent respecté de son cercle social immédiat, les youtubeurs politiques que nous avons analysés, à l'instar des *« twittos »* politiques étudiés par Julien Boyadjian (2014), se distinguent par leur visibilité accrue et leur capacité à atteindre un large public, bien au-delà de leur intimité.

Cette distinction est importante car elle souligne une évolution et des différences dans la manière dont l'influence est exercée et perçue dans les sciences sociales et dans l'univers du markéting numérique. En effet, tandis que le leader d'opinion *« lazarsfeldien »* (Lukasik, 2022) exerçait son influence principalement au niveau local et personnel, les youtubeurs politiques diffusent leurs messages à une échelle beaucoup plus large et avec une fréquence bien plus élevée. Leur posture de *« micro-célébrité »* (Marwick, 2010) leur confère ainsi une autorité et une crédibilité accrues auprès de nombreux internautes, avec qui ils entretiennent, pour la plupart, une relation de *« promiscuité factice* » (Despontin Lefèvre, 2019), similaire à celle qu'un quidam pourrait avoir avec une célébrité, les considérant même parfois comme des figures de référence dans le domaine politique. Autrement dit, les youtubeurs dont nous avons étudié l'ethos ne sont pas tout à fait des leaders d'opinion, mais incarnent bel et bien la version politisée du statut d'*« influenceur »* tel qu'il est admis aujourd'hui dans l'univers des médias sociaux et dans la littérature qui lui est consacrée : une personnalité avec une forte audience sur les réseaux sociaux, avide *« […] de tirer profit marchand d'une importante reconnaissance […] »* (Jauffret & Landaverde-Kastberg, 2018, p.91).

En définitive, notre décryptage empirique de leurs stratégies numériques nous a révélé que la *« métapolitique »* (cf. III.1) de ces vidéastes transcende les niches idéologiques et les cercles politiques confidentiels pour s'implanter fermement dans les espaces numériques contemporains. Cette droite radicale ne s'est pas seulement technologisée ; elle a également intégré, par l'intermédiaire de ces youtubeurs, sa *« bataille culturelle »* (cf. III.1) au cœur de la culture numérique grand public.

Dans un paysage où l'information politique est omniprésente et où le scepticisme envers les médias traditionnels domine, ces vidéastes politiques de droite radicale émergent comme une nouvelle forme d' *« influenceurs »* idéologiques (Scolari & Fraticelli, 2019). Ils sont capables de rassembler une audience en quête d'une *« alternative »* à la vérité *« dominante »* et de mobiliser des communautés autour de discours qui contestent les récits établis. En conclusion, la montée en puissance de ces *« micro-célébrités »* (Marwick, 2010) d'extrême droite, désormais loin d'être *« micro »*, constitue un exemple emblématique de la manière dont les technologies numériques redéfinissent les frontières de l'engagement, de l'entreprenariat et de l'influence idéologique au sein de l'espace public contemporain.

IV.2 Une marchandisation et un commerce du discours politique

Nous avons observé dans la section précédente que le développement des plateformes comme YouTube a entraîné la formation de nouvelles pratiques chez ces youtubeurs politiques, les propulsant dans une activité à plein temps, autrement dit : un véritable métier d'*« influenceur »* politique. Un nouveau type de professions ou d'entrepreneurs émerge, entraînant indirectement de nouvelles façons de gagner sa vie, car ils créent de multiples modèles économiques et ouvrent de potentielles sources de revenus.

Une monétisation des plateformes fragile

L'expression *« monétisation »*, associé à ces nouveaux métiers, fait référence à un processus permettant de générer des revenus publicitaires à partir d'un contenu initialement non lucratif sur les plateformes numériques. Il convient de souligner que, généralement, à l'instar de certains youtubeurs de notre sélection tels que Stéphane Edouard ou Valek, ceux ayant un grand nombre d'abonnés et une activité soutenue bénéficient du plus grand nombre d'opportunités financières. Ces vidéastes appartiennent, en quelque sorte, à une élite de créateurs, au sein d'un *« avatar numérique du star-system »* (Allard, 2019, p.73). Ce classement implicite est un *« mercato des talents »* (Allard, 2019, p. 74) où les créateurs se partagent les revenus publicitaires de YouTube via un programme de partenariat, essentiel pour de nombreux vidéastes. Ce statut de partenaire offre alors l'accès à une vaste gamme d'outils de création, et, permet surtout de *« monétiser »* son contenu en autorisant l'affichage de publicités fournies par la plateforme.

Ce dispositif est accessible aux youtubeurs ayant cumulé 1000 abonnés et 4000 heures de visionnage annuel (Programme Partenaire YouTube[832]). Les publicités de ce programme peuvent être présentées, selon les préférences et les attentes de rentabilité du vidéaste, sous forme de vidéos (avant, pendant et/ou après la vidéo principale) ou bien sous forme de textes intégrés au contenu. Les revenus générés par ces publicités sont estimés au *« Coût par clic »*, avec un gain calculé en fonction du nombre de clics sur une publicité, ou également au *« Coût par vue »* si la publicité est visionnée pendant au moins 30 secondes. Il est difficile d'obtenir des chiffres précis mais *« le coût pour 1000 vues »* (CPM[833]) est officieusement usité dans le domaine pour estimer les revenus d'un youtubeur bénéficiant de ce programme partenaire. En moyenne, ce CPM fluctue en fonction de plusieurs facteurs tels que le lieu de visionnage de la vidéo, le public visé, le pays ou encore le type d'annonceurs intéressés par la vidéo. Sa valeur est également saisonnière, tendant à être plus basse en début d'année et augmentant vers la fin. En France, d'après diverses sources, il oscille entre 0,5 et 5 dollars américains. Pour les vidéastes que nous avons étudiés, les spectateurs sont bien conscients de ce mode de rémunération. En effet, il est fréquent que les abonnés les plus fidèles visionnent délibérément les publicités intégrées par YouTube (sans les passer) pour augmenter les revenus du youtubeur. Ce *« micro-acte »* d'engagement concerne les internautes qui souhaitent soutenir financièrement ces vidéastes d'extrême droite en se soumettant, presque par militantisme, au visionnage des publicités.

[832]https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=fr#:~:text=Le%20Programme%20Partenaire%20YouTube%20permet,annonces%20diffus%C3%A9es%20sur%20vos%20contenus.

[833] Acronyme de Coût pour 1000 vues

Néanmoins nombre de ces youtubeurs politiques ne bénéficient pas pleinement de ce dispositif car souvent ils ne remplissent pas les exigences contractuelles de l'adhésion au programme, notamment parce que le contenu produit par ces derniers n'est pas éligible aux canons de la plateforme. Nous l'avons déjà évoqué à plusieurs reprises dans cette thèse, YouTube sous pression de ses annonceurs et des autorités, qualifie souvent de sensible, violent, dangereux ou enfreignant la politique juridique du site, les vidéos de ces youtubeurs politisés. La plateforme agit souvent irrévocablement en démonétisant leurs vidéos. Comme nous avons pu le relever précédemment avec le *« deplatforming »* (Rauchfleisch & Kaiser, 2021), cela produit une forme d'autocensure, une sémantique subtile chez ses abonnés, et, pousse parfois le vidéaste à créer des chaînes secondaires. Ces dernières permettent de diluer ces risques et, selon les propres dires de Kroc Blanc, peuvent rapporter des revenus non-négligeables (*« […] en huit minutes c'est deux fois plus de sous, ça rapporte beaucoup d'argent, je vise à gagner les 10 000 euros par mois […] »*). Stéphane Edouard et Papacito, de leurs côtés, ont longtemps refusé de bénéficier de ce programme de monétisation, par conviction (*« […] Je veux que mes vidéos soient en accès libre pour qu'elle continue à convertir des gens […] Je ne mets pas de monétisation […] le seul moyen de me soutenir c'est d'acheter mes livres […] » Papacito*), et, pour ne pas être tributaire de la plateforme. Face à un succès d'audience et des gains potentiels conséquents, Stéphane Edouard a finalement décidé de monétiser l'ensemble de ses vidéos. Cependant, nous observons que, en dépit de ces quelques stratégies d'évitement, de nombreux youtubeurs de notre sélection demeurent fréquemment soumis à de nouvelles consignes éditoriales, rendant leurs vidéos continuellement incompatibles avec le programme de monétisation de YouTube.

Nous pouvons souligner également que YouTube n'est pas la seule plateforme proposant de tels dispositifs de monétisation. Twitch, TikTok, Instagram et désormais X mettent en place des stratégies similaires, créant de ce fait d'autres sources potentielles de revenus pour ces vidéastes. Cependant, les défis demeurent identiques, et nombre d'entre eux se voient fréquemment écartés de ces programmes suite à divers signalements. Pour contourner cette instabilité économique et échapper à cette *« épée de Damoclès »*, ces youtubeurs politiques ont mis en place différents modèles économiques et sources de revenus que nous allons explorer ci-après.

Des sources de revenus variées

L'affiliation

Le youtubeur s'associe à une marque ou un site marchand en faisant la promotion de leurs produits et services à travers ce que l'on appelle un lien d'affiliation ou un code promotionnel. Le créateur partage ce lien afin que les spectateurs puissent, en cliquant dessus, accéder au site du partenaire d'affiliation où ils bénéficieront d'une réduction s'ils effectuent un achat et finalisent le paiement. S'il s'agit d'un code promotionnel, ils peuvent l'utiliser (généralement le nom du youtubeur suivi d'un pourcentage) pour obtenir une remise. Le vidéaste perçoit alors des revenus, selon les termes du contrat, à chaque fois qu'un lien est activé ou qu'un code est utilisé. Concernant cette source de revenus, citons TeddyBoy RSA, grand adepte du développement personnel.

Il intègre des liens d'affiliation Amazon[834] dans la description de ses vidéos pour des ouvrages tels que *« Comment se faire des amis à l'ère numérique »* de Dale Carnegie[835], *« Pouvoir illimité »* d'Anthony Robbins[836], *« The game: Les secrets d'un virtuose de la drague »* de Neil Strauss[837] ou encore *« L'éveil des consciences ou comment devenir un homme libre »* de Frédéric Delavier. Kroc Blanc, quant à lui, propose un lien d'affiliation pour un jeu mobile. Lors de ses diffusions en direct, il encourage sa communauté à s'inscrire via ce lien et à jouer pour accumuler plusieurs centaines d'euros. De son côté, Valek a essuyé de vives critiques concernant ses liens d'affiliation dans ses publications sur les réseaux sociaux. Il s'agissait de liens dirigeant vers un appareil d'entraînement de mâchoire ou des plieurs de vêtements. Ces articles, quelque peu atypiques, sont proposés par des sites marchands suspectés de pratiquer le *« dropshipping »*[838], une méthode de vente en ligne fortement controversée. Il a d'ailleurs été moqué par d'autres youtubeurs de son cercle, tels que Le Raptor. Valek a également été réprimandé par certains de ses abonnés, remettant en question son éthique et la sincérité de son engagement politique. Ces affiliations ont également suscité de nombreux débats sur X et sur Jeuxvidéo.com, ainsi qu'une vidéo critique réalisée par un membre influent de ce forum, l'œil de l'Elite[839].

[834] Amazon, fondée par Jeff Bezos en 1994, est une multinationale basée à Seattle spécialisée dans l'e-commerce et le cloud computing via AWS. De librairie en ligne à géant mondial, elle offre une vaste gamme de produits et est reconnue pour son programme Prime

[835] Dale Carnegie (1888-1955) était un écrivain et conférencier américain spécialisé en développement personnel et en communication interpersonnelle.

[836] Anthony Robbins (né en 1960) est un auteur, conférencier et coach américain en développement personnel. Il a collaboré avec des figures majeures de divers secteurs, tels que des hommes d'affaires, des sportifs et des figures politiques.

[837] Neil Strauss (né en 1969) est un écrivain et journaliste américain. Il a écrit "The Game: Penetrating the Secret Society of Pickup Artists", un best-seller international relatant son immersion dans la communauté des "pick-up artists". En plus de ses ouvrages sur le développement personnel, Strauss a contribué en tant que journaliste pour Rolling Stone, The New York Times et Esquire.

[838] Le dropshipping est une méthode commerciale où le détaillant ne détient pas de stock de produits. Il transmet les commandes et les détails d'expédition à un fournisseur externe, qui expédie directement au consommateur. Ainsi, le détaillant agit en tant qu'intermédiaire sans manipuler les produits.

[839] https://www.youtube.com/watch?v=MuZIGz7zzLE

Sponsoring

Certaines marques ou entreprises sollicitent les youtubeurs en leur proposant des projets de sponsoring, familièrement appelés *« opé-spé »* dans le milieu YouTube. Ces sponsorings se manifestent par du contenu publirédactionnel ou des publicités discrètement intégrées aux vidéos, souvent en lien avec les programmes d'affiliation mentionnés précédemment. En échange, les youtubeurs peuvent percevoir des sommes conséquentes pour ces publicités visant clairement à inciter les abonnés à acheter ces produits ou à promouvoir une marque. Avec la prolifération de telles publicités, il devient difficile de distinguer les vidéos purement informatives des vidéos sponsorisées. Ces annonces échappent également au contrôle de la plateforme car, contrairement au programme partenaire de YouTube, elles sont directement intégrées au contenu par le créateur. Néanmoins, certains youtubeurs transparents indiquent clairement lorsqu'une vidéo est sponsorisée. Face à cette tendance croissante, les autorités françaises ont introduit des mentions obligatoires pour les youtubeurs, plateformes et réseaux sociaux, via une législation spécifique. Cette dernière stipule notamment que le youtubeur et la plateforme doivent clairement signaler ces collaborations sous la forme d'un libellé *« en partenariat avec »* ou *« sponsorisé par »* sur chaque vidéo concernée. Sur YouTube, l'efficacité et la portée de cette forme de publicité la rendent particulièrement rentable pour les entreprises, permettant d'atteindre un large public pour un coût modeste, selon les youtubeurs approchés.

Pour les vidéastes que nous avons étudiés, comme pour la plupart des youtubeurs, cette pratique est courante. Ce qui les distingue est le type d'entreprises et les montants associés à ces campagnes publicitaires. En raison de la nature de leurs discours, de leur positionnement politique et de leur réputation, peu d'entreprises de renom souhaitent s'associer à ces vidéastes, même si certaines audiences de leurs vidéos, à l'image de Stéphane Edouard ou Valek, sont parfois comparables à celle des *« gros »* youtubeurs de divertissements. Alors que ces derniers comme Lena Situation[840] (avec Chanel) ou InoxTag[841] (avec Nike) concluent des partenariats s'élevant à plusieurs centaines de milliers, voire millions d'euros, avec des marques prestigieuses et des institutions, les youtubeurs de notre sélection collaborent plutôt avec de petites entités ou des PME locales. Les dirigeants de ces petites et moyennes structures, en soutenant ces youtubeurs de droite radicale, assument souvent et ouvertement leur choix d'associer leurs produits ou services à une telle ligne politique. Ces marques, alignées idéologiquement, offrent ainsi à ces youtubeurs une alternative à cette monétisation aléatoire de YouTube, leur assurant une certaine stabilité financière. L'une des plus emblématiques de ces entreprises, Terre de France[842] se distingue particulièrement en sponsorisant un nombre important de chaînes YouTube de notre groupe *« Les Réactionnaires »* ainsi que la plupart de celles de notre sélection de vidéastes, Papacito en tête. Cette structure, dont les fondateurs assument un certain patriotisme identitaire, commercialise notamment des objets d'un collectif d'artisans *« made in France »*

[840] Léna Situations (de son vrai nom Léna Mahfouf) est une youtubeuse, créatrice de contenu et autrice française. Elle possède 4 millions d'abonnés sur YouTube.

[841] Inoxtag (Inès Benazzouz) est un youtubeur et streamer français né en 2002. Il s'est fait connaître avec ses vidéos de gaming, notamment sur Fortnite. Avec plus de 8 millions d'abonnés sur YouTube, il est l'une des figures montantes du divertissement en ligne en France.

[842] https://terredefrance.fr/

Nous pouvons citer également Brennos[843], une PME française spécialisée dans la nutrition sportive, qui a été régulièrement mise en avant dans plusieurs vidéos promotionnelles par Papacito, Baptiste Marchais ou encore, Le Raptor[844]. Ce type de sponsoring en partenariat avec de petites entreprises françaises s'insère dans une tendance plus large, que nous pouvons lier à la stratégie gramsciste de ces youtubeurs, mentionnée dans le chapitre précédent. Il vise notamment à s'investir au-delà des médias sociaux, en produisant ou en achetant des produits et services alignés sur les idéaux d'extrême droite. En d'autres termes, il s'agit d'un réseau économique militant qui renforce un entre-soi idéologique par une consommation ciblée.

Par ailleurs, d'autres entreprises ou marques plus internationales, telles que des applications, des jeux mobiles ou des VPN, souvent localisées en Europe de l'Est ou en Russie, paraissent également indifférentes à l'orientation politique de ces youtubeurs radicaux français, et, s'engagent également dans ce genre de sponsoring. À ce titre, des entités comme CyberGhostVPN[845] ou encore les jeux vidéo World Of Tanks[846] et Lords Mobile[847] se distinguent. A ce sujet, parmi ces youtubeurs, Stéphane Edouard, bien qu'il affirme être sollicité quotidiennement pour ce genre de partenariats, décline systématiquement ces offres, préférant mettre en avant ses propres services. Il confie : *« Ma boite mail est pleine tous les jours pour faire de la pub sponsorisée pour des applications et autres VPN […] ».*

[843] https://www.eatbrennos.com/
[844] https://www.youtube.com/watch?v=smmI43LPR5k
[845] https://www.cyberghostvpn.com/
[846] https://worldoftanks.eu/fr/
[847] http://lordsmobile.igg.com/

Valek, lui, est coutumier des partenariats avec des jeux mobiles. De son côté, Kroc Blanc, malgré son image très radicale qui semble limiter les offres attrayantes, soutient certaines petites marques françaises comme Hyperion[848] et déclare : *« […] je suis prêt à faire de la pub pour n'importe qui, même pour 1000 euros ! […] »*. Quant à Daniel Conversano, il choisit de concentrer ses efforts promotionnels sur les livres qu'il publie.

Relation Presse

À l'instar des relations commerciales traditionnelles entretenues avec des journalistes, certaines entreprises envoient gratuitement leurs produits aux youtubeurs dans l'espoir qu'ils les testent dans leurs vidéos. En l'absence de contrat ou de rémunération directe pour ces youtubeurs, cela se traduit par un avantage indirect pour les marques qui bénéficient ainsi d'une publicité sans frais. Cette forme de promotion, en apparence plus crédible, laisse supposer que le youtubeur, n'étant pas lié par un contrat, exprimera une opinion sincère sur les produits reçus. De telles méthodes, relevant des relations publiques ou de la presse, sont courantes notamment parmi les influenceurs beauté, pour lesquels les marques sont souvent enclines à envoyer des produits en anticipant une promotion gratuite en retour.

[848] https://www.instagram.com/hyperionfrance_/

Pour les youtubeurs de notre étude, la promotion de certains établissements, producteurs ou artisans est courante. Ils n'hésitent pas à les mettre en avant, surtout lorsque ces derniers partagent des valeurs communes. Par exemple, Papacito ou Baptiste Marchais, lors de dégustations de pièces de viande ou de liqueurs, citent volontiers les artisans et producteurs de leur région[849]. De la même manière, Daniel Conversano recommande des livres[850] qui lui ont été offerts en signe d'amitié. TeddyBoy RSA, quant à lui, offre un créneau de temps à certains de ses abonnés entrepreneurs pour parler de leurs activités lors de ses *« radios libres »*. Cette entraide entre vidéastes se manifeste également par des échanges de biens ou de services. Ils bénéficient gratuitement des productions de leurs pairs pour ensuite en parler et les recommander à leur communauté. Cette pratique, que l'on pourrait qualifier de *« renvoi d'ascenseur »*, témoigne d'une certaine solidarité au sein de cette communauté de vidéastes d'extrême droite, même si, nous avons eu l'occasion de l'observer précédemment avec les *« dramas »* (cf. IV.1), les rivalités ne sont jamais lointaines.

Dons, Abonnements

Les vidéastes font appels à la générosité de leurs abonnés qui peuvent donner de l'argent directement aux créateurs par le biais de dispositifs tiers échappant à la modération de YouTube. Aux États-Unis, Patreon, société dédiée à ces méthodes, est le leader. Cette dernière, nous avons eu l'occasions de le voir (cf. IV.1), commence néanmoins à être utilisé aussi par certains youtubeurs français comme TeddyBoy RSA ou Baptiste Marchais.

[849] https://www.tiktok.com/@ragnar.le.huskysiberien/video/7139907315557256453

[850] https://danielconversano.com/conseils-de-lecture-la-conjuration-des-imbeciles-un-roman-culte-de-john-kennedy-toole/

En France, plusieurs sites permettent aux youtubeurs, moyennent commissions, de mettre en place ce type de micro financements. Il y a Tipeee[851], leader français, Utreon[852], ou encore UTip[853]. Ce dernier, dont la fermeture a eu lieu en mai 2023, permettait les dons directs ainsi qu'indirects via le visionnage forcé d'une publicité. Ces dispositifs assurent un revenu stable aux youtubeurs puisque les contributions se présentent fréquemment sous forme de dons mensuels. En contrepartie de ces contributions régulières, les donateurs reçoivent souvent des contenus exclusifs ou d'autres avantages pour récompenser leur soutien constant.

Avec l'émergence des *« streams »*, ces formes de dons ont connu une augmentation notable au sein de cette sphères de vidéaste de droite radicale. C'est particulièrement le cas pour Kroc Blanc[854], qui estime recevoir en moyenne 300 euros de dons par jour, et TeddyBoy RSA[855], qui tire la majorité de ses revenus de cette source de financement. Lors de leurs *« streams »*, leurs abonnés peuvent faire des dons en échange de la lecture de leurs interrogations ou de l'exploration de liens proposés. Toutefois, la question des dons est aussi une source de débats idéologiques parmi ces youtubeurs. À l'image de Stéphane Edouard, certains émettent des réserves d'ordre moral, qualifiant ces pratiques de mendicité ou, plus crûment, de prostitution. Ils expriment une préférence pour une rémunération directe pour leur travail, souhaitant ne pas reposer sur la générosité de leurs abonnés.

[851] https://fr.tipeee.com/
[852] https://utreon.com/
[853] https://utip.io
[854] https://fr.tipeee.com/kroc-blanc
[855] https://fr.tipeee.com/teddyboyrsa/

Kroc Blanc, pour sa part, défend cette approche en évoquant les risques sociaux qu'il a encourus. Il y voit également une manière d'épargner à ses abonnés des publicités intempestives. Cependant, malgré leur autonomie apparente, ces mécanismes de dons ne sont pas immunisés contre des pressions extérieures. A titre d'exemple, Valek[856] et Daniel Conversano[857] ont été expulsés de la plateforme Tipeee en raison de contenus jugés haineux. Suite à cela, ce dernier a mis en place une page de dons directe sur son propre site, éliminant ainsi les intermédiaires.

Financement Participatif

Une approche de financement qui est reliée à la méthode précédemment mentionnée. De nombreux créateurs de contenu se tournent vers des plateformes de financement participatif, telles qu'Ulule ou Leetchi, pour soutenir leurs projets entrepreneuriaux ou artistiques. Ils invitent leurs abonnés à contribuer financièrement, et en retour, ces derniers peuvent recevoir des contreparties en fonction de leur niveau de participation. Comme nous l'avons observé dans certains de leurs portraits (cf II.1), ces plateformes de financement participatif sont occasionnellement mobilisées par certains des vidéastes de notre sélection. Nous rappelons, par exemple, que TeddyBoy RSA a fait appel à cette méthode pour financer ses nombreux projets de bandes dessinées et de jeux de rôles[858].

[856] https://X.com/Valek_Noraj/status/1395619760226897920
[857] https://www.bitchute.com/video/cRVOZCnrbuE/
[858] https://www.kickstarter.com/projects/1895905214/2d6-la-cite-des-anges/rewards?lang=fr

Une démarche similaire a été aussi entreprise par Papacito sur Leetchi pour rassembler des fonds pour son 4x4 personnel[859]. Il justifiera cette initiative quelque peu osée en déclarant[860] : *« [...] dans quel contexte j'ai fait cette cagnotte [...] j'aimerais que vous compreniez que ce n'est pas totalement saugrenu. Il faut savoir que là, par exemple, ce mois-ci, j'ai été convoqué trois fois [...] Ce que je veux que vous compreniez, c'est qu'en fait, s'exposer comme je le fais, ça vous amène une vie de merde [...] je prends la parole pour défendre les miens, [...] et du coup je suis convoqué [...] effectivement, de temps en temps, j'ai envie d'avoir du kif et j'ai envie d'avoir des petits privilèges dus à ma position. Et effectivement, voilà, demander à ma commu de me payer un de 4x4 [...] concrètement, je sacrifie mon avenir et ma vie, pour pouvoir dire certaines vérités que beaucoup de gens pensent tout bas et qui n'osent pas dire [...] »*. Suite à cette campagne, il amassera près de 37 000 euros et documentera l'achat et les modifications de son véhicule à travers une série de vidéos[861]. Par la suite, Papacito initiera une nouvelle campagne de financement dans le but d'apporter son soutien à un ami, éleveur de porcs, confronté à des conflits avec sa municipalité. Cette cagnotte témoigne d'un certain pouvoir mobilisateur du youtubeur puisqu'elle a atteint rapidement les 200 000 euros[862]. Si à première vue, cette démarche semble être guidée par un esprit philanthropique, il est important de souligner qu'elle a surtout des intentions communicationnelles et politiques. En effet, au-delà de l'aide financière, cette initiative permet à Papacito de mettre en lumière certaines problématiques locales, tout en renforçant son image auprès de sa communauté et en prenant position sur des enjeux sociaux et politiques.

[859] https://www.youtube.com/watch?v=M4LtmETieUA

[860] https://www.youtube.com/watch?v=9uN69rTb-AQ

[861] https://www.youtube.com/watch?v=EdNVbj2u9ks

[862] https://www.leetchi.com/fr/c/sauvons-la-ferme-des-cochons-laineux-5gyez9z2?utm_source=copylink&utm_medium=social_sharing

Vente de biens ou services

Nous pouvons relier cette méthode, en quelque sorte, à leur modus operandi gramsciste sur la diversification culturelle que nous avions évoqué avec l'influence de La Nouvelle Droite (cf. III.1). Les vidéastes, en effet, peuvent exploiter leur base d'abonnés et leur audience afin de lancer et promouvoir leurs propres marques, produits ou services. Ces services peuvent inclure du merchandising comme des t-shirts, mugs ou badges. Il peut également s'agir de productions dans plusieurs champs culturels telles que des livres, bandes dessinées, jeux de société, films ou court-métrages. Certains vidéastes offrent aussi des services tels que du réseautage, des formations, du coaching, des séminaires ou du suivi personnalisé.

Les youtubeurs de notre sélection adoptent majoritairement cette stratégie de diversification. Cette activité de vente directe est même, pour beaucoup d'entre eux, l'une de leurs principales sources de revenus. Ils utilisent leur chaîne YouTube et l'image qu'ils ont construite comme un moyen de promotion commerciale. C'est notamment le cas pour Stéphane Edouard qui propose, soit individuellement soit via un abonnement à un club privé[863], des formations, séminaires et coachings sur les relations hommes/femmes, et, sur les carrières professionnelles. En examinant les bilans financiers de ses trois entreprises[864], nous constatons qu'il réalise un chiffre d'affaires approchant les 700 000 euros grâce à cette activité.

[863] https://www.hommesdinfluence.com/vip

[864]https://www.pappers.fr/recherchebeneficiaires?q=STEPHANE+GERARD+ANDRE+CHARLES+EDOUARD&date_de_naissance_beneficiaire_min=01-04-1978&date_de_naissance_beneficiaire_max=30-04-1978

Kroc Blanc, nous en avions déjà parlé (cf. II.1), vend ses propres albums de rap[865] sur sa boutique en ligne (*« [...] la sortie d'un album me rapporte environ 50 000 euros [...] »*). Il offre également ses services à d'autres entités, affirmant : *« [...]Aujourd'hui, j'ai plusieurs casquettes tout en gardant ma liberté de parole : superviseur, producteur, rappeur, graphiste, vidéaste pour des clients de droite dont des clips de campagnes électorales[...] »*. En 2021, il s'est également aventuré dans le monde de la cryptomonnaie, cherchant à créer sa propre devise numérique. Cependant, ce *« shit coin »*[866] s'est avéré être un échec, causant des pertes financières à certains de ses abonnés. TeddyBoy RSA et Papacito, de leur côté, vendent leurs livres[867], jeux de rôles[868] et bandes dessinées sur diverses plateformes, dont Amazon. Ce dernier offre notamment la possibilité d'autoédition, permettant aux auteurs de commercialiser leurs ouvrages sans passer par les filtres des maisons d'édition traditionnelles. Papacito déclare même fréquemment qu'il vit presque exclusivement de cette activité. Valek, quant à lui, propose des formations en montage vidéo pour 99 euros. Enfin, Daniel Conversano, outre son activité d'éditeur[869], offre un abonnement mensuel[870], allant de 15 à 45 euros, donnant accès à du contenu vidéo exclusif.

.

[865] https://www.krocblanc.fr/boutique/

[866] « Shitcoin » est un terme communément utilisé dans le monde de la crypto-monnaie pour décrire une crypto-monnaie considérée comme sans valeur ou de très faible valeur. Il est souvent utilisé pour désigner des crypto-monnaies qui manquent d'un cas d'utilisation solide, n'ont pas d'adoption réelle dans le monde réel, sont une arnaque, ou sont simplement créées à des fins spéculatives.

[867] https://www.amazon.fr/Livres-Papacito/

[868] https://www.amazon.fr/dp/B0BZF9QZCD?ref_=cm_sw_r_cp_ud_dp_T8WVD1P0K5YY71G43N0N

[869] https://danielconversano.com/boutique/

[870] https://superdannylive.com/choisir-un-abonnement/

Subventions, aides

De nombreux vidéastes, dans leur quête de financement et de soutien pour leurs projets, se tournent vers des aides issues d'organismes publics. Parmi ces organismes, le CNC[871] occupe une place de choix. Grâce à un dispositif spécial nommé CNC Talent[872], les créateurs de contenu peuvent obtenir des financements significatifs pour concrétiser leurs idées en contenus originaux. Par ailleurs, certains youtubeurs, souhaitant allier passion et profession, adoptent le statut d'intermittent du spectacle, ce qui leur offre une certaine sécurité financière tout en leur permettant de poursuivre leur activité artistique. De plus, pour encourager l'entrepreneuriat, diverses collectivités proposent des dispositifs d'aides aux entrepreneurs. Ces aides peuvent être sous forme de subventions pécuniaires, mais aussi d'apports matériels ou de conseils. ZioClo[873], un des vidéastes politiques émergents, a ouvertement reconnu être bénéficiaire de l'ACRE[874] (aide à la création d'une entreprise du Pôle Emploi). Ambitieux, il s'est fixé une période d'un an pour se faire une place sur la plateforme YouTube. Cependant, il est à noter que parmi les youtubeurs que nous avons analysés, aucun ne semble bénéficier de tels dispositifs, probablement en raison de leurs orientations politiques affirmées. Pour eux, ne pas recourir à ces aides est presque une question d'éthique. Ils utilisent cet argument pour souligner leur prétendue moralité et leur position *« antisystème »*, en contraste avec certains youtubeurs de gauche qui, à leur avis, profitent de ces aides avec une complicité des pouvoirs publics. Kroc Blanc,

[871] Acronyme de Centre National de la Cinématographie

[872] https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/creation-numerique/

[873] https://www.youtube.com/watch?v=mgyykxzTU80

[874] Acronyme d'aide à la création d'une entreprise du Pôle Emploi

toujours prompt à exprimer son opinion à ce sujet, n'a pas manqué de critiquer un youtubeur de gauche nommé Dany Caligula lors d'un débat sur sa chaîne[875].

Il lui a reproché d'avoir bénéficié d'une subvention *« énorme »* du CNC pour une vidéo qu'il jugeait moyenne. Stéphane Edouard, quant à lui, s'est penché sur cette question et y a consacré une vidéo entière[876]., soulignant les disparités et les enjeux liés à ces subventions.

A l'issu de cette énumération des différentes sources de revenus, il est possible de les synthétiser, et, de les regrouper en cinq catégories distinctes. La première catégorie englobe les ***(1) revenus issus des plateformes***. Ces revenus sont essentiellement issus des mécanismes intégrés aux plateformes elles-mêmes, ce que l'on désigne généralement sous le terme de *« monétisation »*. Il s'agit, par exemple, des recettes publicitaires partagées entre la plateforme et le créateur de contenu. Ensuite, nous avons les ***(2) revenus provenant de tiers***. Ces revenus sont le fruit de collaborations avec des entreprises et des institutions qui rémunèrent ou offrent des avantages en nature aux youtubeurs. En contrepartie, ces derniers créent du contenu spécifique ou font de la publicité pour ces tiers. Les partenariats, les sponsorings, l'affiliation et les relations presse en sont des exemples typiques. La troisième catégorie concerne les ***(3) revenus provenant des abonnés***. Elle englobe toutes les formes de contributions financières des fans, que ce soit à travers des dons ponctuels, des abonnements mensuels ou des campagnes de financement participatif. La quatrième catégorie se concentre sur le ***(4) commerce direct***. Forts de leur notoriété acquise sur YouTube, certains vidéastes mettent en avant et vendent leurs propres produits ou services.

[875] https://www.youtube.com/watch?v=SeMw4NZENIs

[876] https://www.youtube.com/watch?v=FosUv0gUjV4

Que ce soit des marchandises à l'effigie de leur chaîne, des livres, des formations ou d'autres créations, ils utilisent leur image et leur influence pour toucher un large public. Enfin, la cinquième et dernière catégorie est celle des ***(5) subventions et aides***. Comme nous l'avons souligné précédemment, cette source de financement semble absente chez les vidéastes que nous avons examinés. Bien que certaines institutions offrent des aides et subventions, les youtubeurs de notre panel ne semblent pas y avoir recours, que ce soit par choix ou par incompatibilité avec leurs orientations.

Catégorie	Sous-Catégorie	Description	Spécificités des youtubeurs d'extrême droite
1 Revenus issus des plateformes	Monétisation intégrée	Revenus obtenus directement de la plateforme via notamment les publicités.	Ces revenus peuvent être plus difficiles à obtenir pour les youtubeurs d'extrême droite en raison de la nature controversée de leur contenu.
2 Revenus provenant de tiers	Affiliation	Les youtubeurs s'associent à des marques ou des marchands et gagnent des revenus lorsque leurs abonnés cliquent sur un lien d'affiliation ou utilisent un code promotionnel.	Les partenaires d'affiliation peuvent être limités en fonction du contenu controversé de ces youtubeurs.
	Sponsoring	Les marques paient les youtubeurs pour intégrer leur produit ou service dans une vidéo.	Le sponsoring est moins courant pour ces youtubeurs car de nombreuses marques évitent de s'associer à du contenu controversé.
	Relations Presse	Les entreprises envoient des produits gratuits aux youtubeurs dans l'espoir qu'ils les mentionnent dans leurs contenus.	Ces youtubeurs peuvent promouvoir des produits ou des marques qui partagent des valeurs similaires ou qui ne sont pas préoccupés par la controverse.
3 Revenus provenant des abonnés	Dons	Les abonnés donnent directement de l'argent aux créateurs.	Certains youtubeurs d'extrême droite dépendent fortement de cette source de revenus, tandis que d'autres s'y opposent sur des bases morales.
	Abonnements	Les abonnés paient un montant récurrent pour accéder à du contenu exclusif ou pour soutenir le youtubeur.	C'est une méthode courante pour ces youtubeurs d'offrir du contenu exclusif à leurs abonnés fidèles.
	Financement Participatif	Les youtubeurs lancent des campagnes pour financer des projets spécifiques, souvent en échange de récompenses pour les donateurs.	Ces youtubeurs peuvent solliciter leur base d'abonnés pour financer des projets spécifiques ou des causes.
4 Commerce direct	Vente de produits	Les youtubeurs vendent des marchandises, des livres, des jeux et d'autres biens à leurs abonnés.	Ces youtubeurs peuvent commercialiser des produits qui reflètent leurs idéologies ou qui sont en accord avec leurs valeurs.
	Vente de services	Ils offrent des services tels que des formations, des séminaires, des coachings, etc.	Certains youtubeurs d'extrême droite peuvent offrir des services liés à leurs domaines d'expertise ou à leurs croyances.
5 Subventions & aides	Subventions publiques	Les youtubeurs peuvent recevoir des subventions d'organismes gouvernementaux pour soutenir leur création de contenu.	Ces aides sont souvent inaccessibles aux youtubeurs d'extrême droite en raison de la nature controversée de leur contenu.
	Aides et dispositifs spéciaux	Certains dispositifs publics (ex : Pole Emploi) offrent un soutien matériel, des formations ou des conseils aux youtubeurs.	Alors que certains youtubeurs peuvent bénéficier de ces dispositifs, les youtubeurs d'extrême droite sont souvent exclus en raison de leurs contenus.

Tableau 17 –Récapitulatif des sources de revenus des youtubeurs d'extrême droite

De l'idéologie au commerce

En faisant le bilan de cette énumération détaillée des diverses sources de revenus de ces vidéastes, nous pouvons avant tout constater leur hétérogénéité et leur diversité. Elles se perçoivent non seulement comme des mécanismes financiers, mais aussi comme des leviers puissants qui façonnent ou orientent le travail et les contenus de ces vidéastes politiques. Il est également intéressant de souligner une distinction nette : alors que certains youtubeurs de gauche bénéficient de subventions ou d'autres formes d'aides, ceux que nous avons sélectionnés semblent en être privés.

De surcroît, *la « monétisation »* instaurée par YouTube, tout en étant une source potentielle de revenus, s'accompagne d'effets secondaires non négligeables tels que l'autocensure, poussant ainsi ces vidéastes, comme nous avons pu notamment le voir avec leur rhétorique, à user de périphrases, d'allusions subtiles et d'humour décalé, afin de naviguer habilement entre les écueils des politiques de la plateforme. A ce sujet, YouTube impose d'ailleurs des restrictions sur les publicités, en évitant leur association à des vidéos contenant des mots-clés sensibles, tels que *« Covid-19 »*, *« vaccin »*. Cette démarche modératrice et algorithmique tend également à minimiser la visibilité de certains vidéastes que nous avons identifiés comme problématiques, et, par conséquent leur pérennité économique. Face à ces contraintes, une adaptation s'est révélée nécessaire. Nous avons ainsi constaté que nos vidéastes ont été poussés à innover, à chercher des alternatives pour diversifier leurs sources de revenus et à repenser leurs modèles économiques.

Des modèles économiques alternatifs aux simples revenus issus de la *« monétisation »*, qui ont gagné en popularité, et, offrent un certain échappatoire face aux injonctions éditoriales, statistiques et technologiques des plateformes. Par exemple, les abonnements, comme ceux proposés par Daniel Conversano, permettent aux vidéastes d'établir un lien économique direct et presque intime avec une fraction de leur communauté. Même si cette fraction peut être très restreinte par rapport au nombre total de vues et d'abonnés, elle est souvent profondément attachée à leurs idéologies et prête à soutenir financièrement leurs vidéastes favoris. Un autre exemple notable est celui de Kroc Blanc. Bien qu'il n'ait vendu qu'une quantité modeste d'albums de rap, à savoir quelques milliers, il parvient néanmoins à générer un revenu substantiel (au-delà de 2000 euros mensuels, selon ses dires) grâce à ses vidéos. Cette apparente subsistance économique s'explique en partie par une base fidèle composée de seulement quelques dizaines de donateurs réguliers. De manière similaire, Stéphane Édouard, malgré ses 300 000 abonnés sur YouTube, réalise l'essentiel de son chiffre d'affaires (environ 700 000 euros par an) grâce à seulement 470 personnes abonnées à son offre *« VIP »*. Ces modèles économiques que nous pourrions aisément qualifier de niche suggèrent une tendance répandue au sein de cette sphère de youtubeurs : face aux potentielles multiples démonétisations et aux contraintes imposées par les plateformes, la présence et les contenus de ces vidéastes sur les médias sociaux semblent de moins en moins servir de simples relais d'information ou d' expressions idéologiques. Au contraire, pour bon nombre d'entre eux, ces plateformes deviennent principalement des vitrines communicationnelles soigneusement conçues.

Elles mettent ainsi en avant une image de militant politique, non pas tant pour diffuser des idées, mais davantage pour promouvoir et vendre leurs propres produits et services. Ces offres, bien que présentées sous le couvert de l'activisme, s'écartent souvent des préoccupations idéologiques centrales qui caractérisent ces youtubeurs.

Enfin, nous avons pu relever une autre tendance notable dans cette analyse des modèles économiques et sources de revenus : l'émergence d'un milieu économique identitaire. Cette évolution est perceptible à travers les productions culturelles produites par ces vidéastes, mais surtout, par les sponsorings. En effet, plusieurs marques et entreprises, dont l'affiliation idéologique avec l'extrême droite est sans équivoque, adoptent une démarche stratégique distincte. Comme nous avons pu l'observer, notamment avec notre exemple Terre de France, elles établissent des partenariats directs avec ces vidéastes en échange d'un soutien financier. Mais cette dynamique ne se limite pas à la nature transactionnelle de ces sponsorings. Pour le vidéaste, cette alliance offre plus qu'une simple source de revenus, elle solidifie le lien avec sa communauté d'abonnés. Une communauté pour qui, chaque achat de produit ou service promu par ces youtubeurs, dépasse le simple acte consumériste. Il s'agit plutôt d'une véritable affirmation de leur identité et de leurs convictions.

À l'image de certains travaux qui ont pu démontrer un lien entre consommation et militantisme numérique (De Zúñiga, Copeland & Bimber, 2014), ces abonnés-consommateurs perçoivent ainsi leurs achats et soutiens comme une manière d'affirmer leur engagement envers *« la cause »* et de renforcer leur appartenance à une communauté unie autour du vidéaste par des idéaux partagés. Ainsi, ce militantisme, manifesté à travers des décisions économiques et consuméristes, transforme chaque transaction en un acte politique à part entière.

Conclusion

Pour synthétiser cette analyse des différentes sources de revenus et des modèles économiques, nous avons pu démontrer que cette diversification, chez les youtubeurs politiques, est non seulement courante, mais qu'elle est particulièrement prononcée chez ceux de la droite radicale et de l'extrême droite. Contrairement à leurs débuts, où la majorité dépendait principalement des revenus publicitaires générés par YouTube, nous avons pu relever que ces six vidéastes ont progressivement transformé leurs chaînes en plateformes promotionnelles. Dans cette mutation, le positionnement politique extrémiste sert doublement : il est à la fois un outil de militantisme et un élément distinctif de leur image de marque. Dès lors, une fois qu'ils ont acquis une base conséquente d'abonnés, ces youtubeurs de droite radicale semblent développer une certaine résilience financière face aux modérations et démonétisation. Leur base d'abonnés, solidement établie, devient ainsi un *« capital immatériel »* précieux, une niche commerciale qu'ils cherchent à exploiter au maximum.

Et comme évoqué dans la section précédente, malgré les bannissements, ils continuent d'entretenir ce lien étroit avec leur communauté à travers d'autres canaux tels que Telegram, Odysee ou Instagram.

Des plateformes où ils offrent et promeuvent une variété de produits, d'abonnements et de services qui, dans bien des cas, deviennent une source majeure de revenus, ainsi que leur principal modèle économique. Une attitude qui les rapproche des influenceurs classiques (beauté, fitness, *« lifestyle »*, etc…), et, qui leur valent notamment les surnoms péjoratifs de *« gourous mercantiles »* ou de *« boutiquiers de la droite »*[877]. Ces termes sont employés par des opposants ainsi que par certains membres de leurs propres communautés qui manifestent régulièrement des doutes quant à leur sincérité militante et à leur réel engagement politique. Selon plusieurs universitaires qui se sont consacrés à ce domaine (Cormerais & Gilbert, 2020), ce type de critiques remettant en question leur authenticité est l'une des plus fréquentes émises par les communautés en ligne vis-à-vis de leurs youtubeurs. Il est donc peu surprenant que nous ayons aussi observé cela chez les youtubeurs politiques de notre sélection. Cela corrobore une conclusion à laquelle est parvenue Christel Abidin (2016) lors de ses travaux sur les influenceurs de tout domaine : *« […]Les youtubeurs […] doivent souvent négocier […] entre la promotion de leur authenticité et la participation à des pratiques commerciales, telles que les partenariats de marque et la monétisation de leur contenu […] ».*

[877] https://www.youtube.com/watch?v=z_hTiY40Ofg

Finalement, pour conclure cette section de manière plus concise, nombreux sont les youtubeurs de droite radicale que nous avons étudiés qui ne se limitent pas uniquement au discours militant ou au cyber-militantisme. Notre analyse montre surtout qu'ils s'inscrivent dans un *« schéma capitaliste »* (Millette, 2013, p.54), des *« logiques marchandes »* (Allard, 2019, p.63), exploitant les potentialités des médias sociaux pour monétiser leurs contenus, et pour en vivre, comme n'importe quel entrepreneur du numérique contemporain.

IV.3 De véritables itinéraires professionnalisants

Dans les sections antérieures du présent chapitre II, nous avons exploré les façons par lesquelles ces youtubeurs ont élaboré et mis en œuvre des stratégies numériques, façonné des modèles économiques viables et généré des revenus, témoignant ainsi de leur indéniable professionnalisme. Toutefois, il est crucial de mettre en exergue que l'acquisition de ce statut ne s'est pas faite de manière instantanée. L'analyse de leur trajectoire sur plusieurs années met en lumière une carrière soigneusement élaborée dans un environnement médiatique et économique particulier qui leur semble être favorable.

De l'anonymat à la micro-célébrité

Initialement, notre observation, sur plusieurs années, révèle que la majorité des vidéastes sélectionnés pour notre thèse ont amorcé leur aventure sur YouTube au milieu des années 2010, marchant, comme nous avons pu déjà l'évoquer précédemment, sur les traces de figures pionnières dans ce milieu comme Alain Soral, Tepa et Usul. Il convient de rappeler également, dans ce contexte, que Le Raptor, Papacito et Valek se sont illustrés comme les précurseurs d'une nouvelle vague de vidéastes (cf. II) marquée vers la critique politique (*« […] A trois, il faut le dire, on a lancé le game […] et se sont engouffrés plein de gens ensuite avec plus ou moins de talent […] » Papacito*[878]).

[878] https://rss.com/podcasts/burgerring/1149260/

En effet, à ce moment-là, les youtubeurs qui dominaient la plateforme vidéo et qui figuraient parmi les premiers à tirer des revenus de cette activité, se consacraient plutôt au divertissement, à l'humour ou encore au gaming, limitant ainsi l'espace disponible pour de nouveaux entrants. À ce sujet, nous avons pu trouver, durant notre immersion, des vidéos[879] dans lesquelles Valek, lors de ses premières incursions dans l'univers de YouTube, avait tenté d'intégrer un collectif de youtubeurs orientés vers le divertissement. Ce collectif comprenait des vidéastes d'une certaine notoriété tels qu'Avner Peres[880], Dr Nozman[881] ou Aziatomik[882], avec la visée explicite de *« percer »* dans cet univers. Ainsi, à cette période, les idées politiques, et plus spécifiquement celles alignées avec la droite, constituaient une niche encore largement inexplorée parmi les créateurs de contenu sur la plateforme. De façon significative, les youtubeurs de notre sélection ont alors investi ce créneau à un moment où la saturation était loin d'être atteinte dans ce domaine précis. Les acteurs produisant du contenu politique étaient en nombre si restreint qu'ils pouvaient être facilement dénombrés, et *« Les Progressistes »* comme Usul, Osons Causer ou Bonjour Tristesse, semblaient jouir d'un monopole sur ce domaine en particulier. Par conséquent, les six youtubeurs de nos travaux de recherche semblent avoir délibérément choisi ce créneau, non pas uniquement comme un passe-temps amateur ou en raison d'une affinité personnelle, mais aussi pour son potentiel intrinsèque et les opportunités qu'il présentait, en dépit des risques sociaux associés.

[879] https://www.youtube.com/watch?v=nzzx14dEHvA

[880] Avner Peres est un vidéaste, acteur, réalisateur, scénariste et pianiste classique français. Il est plus connu sous le pseudo Avner & Vous, et est affilié à la Why Tea Fam. Avner se distingue par ses défis en caméras cachées qu'il partage sur YouTube, en plus d'avoir notamment créer une websérie nommée « Derrière Youtube » où il a partagé des aspects de sa vie de YouTubeur

[881] Dr Nozman, alias Germain O'Livry, est un vidéaste français connu pour ses vlogs scientifiques. Il a une grande communauté sur YouTube, appréciant ses explorations d'objets étonnants

[882] Aziatomik, ou Bastian Demeusy, est aussi un youtubeur français, membre du collectif Why Tea Fam. Il est célèbre pour ses podcasts humoristiques et a plus de 1,6 million d'abonnés sur YouTube. Il collabore parfois avec le Raptor.

Au commencement de l'essor de ces vidéastes, au sein de cette niche spécifique de la droite radicale, un choix stratégique s'est fréquemment imposé : celui de l'anonymat, adopté notamment sous diverses formes et pour diverses raisons. Le Raptor et Valek, pour ne citer qu'eux, ont habilement géré leurs débuts sur YouTube en dissimulant leur identité. Valek, en particulier, avait choisi de dissimuler soigneusement son visage et sa voix, en optant pour l'utilisation de reproductions vocales synthétiques. Cette approche ne s'est pas seulement révélée être un signe distinctif original, mais était également devenue sa marque de fabrique. Ce modus operandi n'a pas manqué d'inspirer d'autres acteurs du même univers, tels que Pavalek[883], Lapin Du Futur et Psychosauce. Papacito, de son côté, avait également préservé son anonymat sur son blog, *« FDP de la Mode »*. Cela était, notamment, une nécessité afin d'éviter toute reconnaissance au sein de son université, où ses activités numériques auraient pu compromettre sa situation sociale. Kroc Blanc, quant à lui, avait choisi de cacher son identité via un masque vénitien, se créant ainsi un puissant marqueur identitaire. Ces exemples d'anonymisation, sous diverses incarnations, ne servaient pas uniquement de bouclier, mais permettaient également de maintenir une vie civile, de poursuivre des études pour certains, et d'assurer une porte de sortie potentielle, tant que leur notoriété et leur activité sur YouTube ne leur permettaient pas d'en vivre. D'autre part, l'anonymat n'a pas toujours fait l'unanimité parmi nos six youtubeurs étudiés, et les cas de Stéphane Édouard, Daniel Conversano et Teddyboy RSA introduisent une nuance pertinente. Stéphane Édouard, plus spécifiquement, incarne une approche distincte.

[883] https://www.youtube.com/c/pavaleknorajovitch+

Sa présence sur YouTube, semblable à celle de blogueurs politiques notoires ou d'individus tels qu'Alain Soral et Idriss Aberkane, pourrait être moins une démarche initiale qu'un repli ou une reconversion professionnelle après une tentative infructueuse d'entrée ou un rejet par les médias grand public. En effet, avant d'être exclu de ces derniers et de s'établir en tant que youtubeur reconnu, nous avons pu voir qu'il avait tenté d'endosser le rôle de chroniqueur sur RMC et avait participé à une émission sur M6 (cf. II.1), cherchant ainsi, en première intention, à naviguer au sein d'un paysage médiatique déjà établi. Teddyboy RSA, pour sa part, a adopté, dans les premières étapes de son parcours vidéographique, un personnage fictif, sans cacher son visage, comme stratégie de présentation et de communication. Une démarche qui, bien qu'elle ait pu paraître dissimulatrice, constituait en réalité un moyen d'explorer les possibilités narratives et communicatives offertes par la plateforme, tout en préservant, dans une certaine mesure, une distance entre son personnage et sa réelle personnalité. Quant à Daniel Conversano, il a entamé son parcours d'une manière alternative, en s'immisçant d'abord dans l'entourage et les coulisses de personnalités controversées telles que Dieudonné et Alain Soral. Cette immersion au cœur de figures déjà établies et reconnues dans ce domaine lui a probablement permis de comprendre les rouages et les dynamiques de cet univers, et ainsi de façonner sa propre trajectoire.

Par l'intermédiaire de manœuvres médiatiques et influencés par les collaborations, adoubements et *« appariements assortifs »*[884] (Menger, 2018, p.77) préalablement abordés (cf. IV.1), la plupart de ces youtubeurs ont progressivement acquis une certaine notoriété et, pour ceux restés anonymes, levé le voile sur leur identité. Cette étape est devenue indispensable une fois la reconnaissance atteinte, surtout lorsqu'il s'agit de générer un contenu fortement ancré dans une image personnelle, leur charisme et leur personnalité *(« […] Avec Valek, Raptor, on s'est dit qu'on allait arrêter de se cacher ça a tout changé ! […] » Kroc Blanc*). En effet, ce *« personal branding »* ou *« edited self »*[885] (Marwick, 2010), pour utiliser des termes anglo-saxons, s'est avéré être l'une des premières étapes vers leur professionnalisation. Ce *« […] caractère volontaire […] de l'individu qui décide de s'exposer […] »* (Granjon et Denouel, 2010), cet acte d'incarner un véritable personnage médiatique, a non seulement humanisé leur contenu, mais a également établi une connexion plus profonde avec leur audience, élevant ainsi leur marque personnelle à un nouveau niveau de professionnalisme et de reconnaissance dans l'univers de YouTube. Nous observons que, pour certains vidéastes tels que Papacito, ce processus a également été le fruit d'un accompagnement par des structures établies, telles que des maisons d'édition ou des médias alternatifs, leur permettant de jeter les fondations de leur carrière sur YouTube.

[884] Pour rappel, l' « appariement assortif », selon Pierre-Michel Menger (2018), désigne la tendance des créateurs de contenu à s'associer à d'autres talents de stature similaire pour augmenter leurs chances de succès, exploitant ainsi des « technologies sociales » qui maximisent la visibilité et la réussite commune.

[885] Le « personal branding » et le concept de « edited self » concernent la gestion de l'image personnelle sur les plateformes numériques. Le personal branding est une pratique stratégique visant à définir et exprimer sa valeur pour influencer la perception publique, créant ainsi une image authentique et distincte qui attire des opportunités et renforce la crédibilité professionnelle (Harvard Business School Online, Wikipedia). Le « edited self » implique la construction délibérée d'une image en ligne filtrée et contrôlée, souvent motivée par la transparence et l'authenticité, pour plaire à un public futur, notamment des employeurs potentiels

Ascension : le pari de la professionnalisation

Ce processus, que nous avons dénommé *« micro-célébritisation »* au cours de cette thèse, se manifeste non seulement en tant que mécanisme de reconnaissance pour ces vidéastes, mais aussi comme une sorte de pari orienté vers l'avenir. En effet, les phases initiales de l'ascension de ces youtubeurs politiques révèlent une stratégie de réinvestissement rigoureux, où les premières recettes, découlant d'une monétisation peu regardante durant cette période qualifiée parfois d'*« âge d'or de la dissidence »*, sont scrupuleusement allouées à l'acquisition de matériel sophistiqué ainsi qu'à la production de contenus d'une qualité supérieure. Une démarche qui les a précipités dans une compétition au sein de laquelle la majorité, notamment ceux qui ont été grisés par les premiers gains ou dépourvus de notoriété tangible, se voyaient par la suite contraints à l'abandon. Sur ce point, Laurence Allard (2019) évoque cette compétition comme une véritable *« topocratie »*[886] qui suppose une forme de classement implicite entre ces youtubeurs, basée notamment sur leur longévité, leur audience et leur nombre d'abonnés. À ce sujet, Papacito partage d'ailleurs que les youtubeurs de son rang, tels que Valek, El Rayhan ou Le Raptor, avant d'atteindre ce sommet de notoriété et de bénéficier de la situation matérielle relativement confortable dont ils jouissent actuellement, ont été contraints d'effectuer de nombreux sacrifices et de s'astreindre à une certaine discipline de travail (*« […] Internet n'a pas de mémoire, et on oublie, qu' à la base il y'a eu de l'audace, des prises de risques […] » Papacito*[887]).

[886] Cette « topocratie », selon Laurence Allard, désigne un modèle de pouvoir basé sur la visibilité et le classement (ou « top ») dans les plateformes numériques, en particulier sur des sites comme YouTube. Les youtubeurs les plus influents obtiennent leur autorité non par des structures hiérarchiques traditionnelles, mais par leur capacité à dominer les classements et à attirer l'attention.

[887] https://rss.com/podcasts/burgerring/1149260/

Il romance notamment son propre parcours, lequel, marqué par une vie frugale, englobait des dépenses souvent non rentables et des petits investissements, tels que des billets de train, des prestations gratuites et des invitations, dans le but de réaliser ses vidéos et de construire son personnage. Il évoque que ce type de pari s'est également traduit par une mise à distance d'une partie de sa famille et de son cercle amical, ainsi que, plus anecdotiquement, par des nuits passées sur les canapés de connaissances[888].

De ces trajectoires, qui peuvent rappeler celles de jeunes artistes ou écrivains en herbe, émane un perfectionnement notable en matière de compétences techniques, politiques, médiatiques et, conformément à ce que Pierre Bourdieu a mis en évidence à propos de la télévision (Fabiant et al., 1997), oratoires. Effectivement, leurs parcours sont fréquemment jalonnés par une éducation autodidacte et une expérience acquise sur le terrain, notamment dans des domaines tels que le montage vidéo et le marketing numérique. Une montée en compétence et une évolution évidente de leur *« capital numérique »*[889] (Granjon, 2022) qui deviennent d'autant plus tangibles lorsque la comparaison est établie entre leurs premières vidéos et leurs productions contemporaines, révélant ainsi une progression non seulement dans la maîtrise technique, mais également, comme nous avons pu le relever précédemment, dans la sophistication du contenu produit.

888 https://rss.com/podcasts/10000pas/1139690/

[889] Le capital numérique, selon Fabien Granjon, désigne les compétences et savoirs nécessaires pour utiliser efficacement les technologies numériques. Ces compétences, inégalement réparties, créent des disparités dans l'accès aux bénéfices du numérique. Granjon souligne l'importance de l'accompagnement et de la formation pour surmonter l'illectronisme, c'est-à-dire l'incapacité à utiliser les outils numériques en raison d'un manque de connaissances ou de compétences.

Ainsi, ce processus de *« talentification »* (Allard, 2020) et de professionnalisation se révèle être intrinsèquement lié à une démarche proactive, où l'investissement, tant sur le plan financier qu'émotionnel et social, joue un rôle pivot. Cette dynamique, bien qu'elle demeure souvent précaire et incertaine à ses débuts, manifeste une complexité et une détermination évidentes dans cet univers des youtubeurs politiques.

Parvenus à ce niveau de notoriété qui semble, en surface, solidement établi, les vidéastes naviguent néanmoins dans des eaux loin d'être exemptes de turbulences en matière de pérennité professionnelle, s'engageant ainsi dans une quête incessante de renouvellement avec pour but de contrer l'obsolescence, les bannissements et les démonétisations. Comme préalablement mentionné dans ce chapitre (cf. IV.1), ces créateurs ont entrepris une exploration de l'ensemble des options à leur disposition, déployant avec astuce leur présence sur l'intégralité des plateformes envisageables et diversifiant avec stratégie leurs activités ainsi que leurs modèles économiques. L'audience, dont la trajectoire demeure résolument ascendante, a généré pour ces créateurs de contenu des bénéfices financiers d'une ampleur croissante. En conséquence, ils se sont retrouvés face aux mêmes enjeux administratifs et entrepreneuriaux que ceux auxquels les entreprises traditionnelles sont confrontées. À ce sujet, certains vidéastes ont d'ailleurs fait l'objet de contrôles fiscaux, une réalité qui les a incités à légitimer leur activité par divers moyens, notamment par la création de structures juridiques, l'enregistrement de sociétés, ou encore l'adoption du statut d'auto-entrepreneur.

Cette officialisation de leur profession s'est également traduite par une attitude souvent poujadiste et l'adoption d'un discours critique envers les charges sociales et l'URSSAF[890], coutumière chez de nombreux entrepreneurs et chefs d'entreprise. Cette aversion s'est aussi matérialisée, par exemple, par des montages juridiques chez Stéphane Edouard, ou même un exil pour Valek (*« [….] Moi qui subventionne des médias qui me pissent dessus, tout en me faisant massacrer par les impôts [….] concrètement ma conception de la vie ce n'est pas d'avoir une relation pute/mac avec un état corrompu [….] »*[891]). Ainsi, à mesure que leur activité devenait plus chronophage et exigeait un professionnalisme accru, la plupart d'entre eux ont opté pour la sous-traitance, faisant appel ou recrutant divers professionnels tels que monteurs, ingénieurs du son, caméramans, comptables, graphistes et même avocats. Pour citer un exemple, Stéphane Edouard n'hésite pas à publier régulièrement des annonces afin de recruter des assistants, qu'il surnomme, non sans ironie, *« Aurora »*, ou des *« pools »* de monteurs, qui participent parfois à ses contenus[892]. Daniel Conversano, pour sa part, affirme s'être entouré de spécialistes en SEO afin d'optimiser son référencement et a embauché un assistant, Robin, pour le filmer et interagir avec lui lors de ses foires aux questions. Nous pouvons également mentionner le cas de Tilou Martin[893], vidéaste politique qui, après avoir délaissé son activité sur YouTube quelque peu moribonde (chaîne *« Pourquoi ça craint »*[894]), s'est spécialisé dans ces métiers satellites, en créant une entreprise de production et de post-production dédiée à ses pairs youtubeurs.

[890] Acronyme de Union de Recouvrement des cotisations de Sécurité Sociale et d'Allocations Familiales
[891] https://www.youtube.com/watch?v=Bg1zCbBgKB4
[892] https://www.youtube.com/watch?v=BwpSkbHf-jc
[893] https://fr.linkedin.com/in/tilou-martin-a22b86239
[894] https://www.youtube.com/channel/UCw-oF-pEF9PCZTus9TT7RaA

Il se positionne ainsi en tant que technicien, cadreur et monteur pour plusieurs vidéastes de nos groupes *« Les Réactionnaires »* et *« Les Souverainistes »*, tels que Greg Tabibian, Mandril et Vincent Lapierre, mais également pour des médias identitaires, comme L'Incorrect[895].

Un espace alternatif à la fois économique, médiatique et politique

Ainsi, un véritable cercle d'acteurs et de métiers s'est progressivement formé autour de ces vidéastes de droite radicale, initiant un processus où des professionnels ont non seulement commencé à se fréquenter, mais aussi à collaborer et à mener des projets communs. Durant nos travaux de recherche, nous avons alors assisté à l'émergence d'un *« petit cercle »* qui, dans la pratique, représente un maillon d'une sphère bien plus élargie, s'étendant de manière générale aux domaines numérique, politique, médiatique et économique.

Effectivement, ces vidéastes ne sont pas des entités isolées ; ils constituent plutôt des rouages importants opérant au sein d'un certain type d'espace dissident. Bien que nous ayons précédemment utilisé le terme usuel de *« fachosphère »* pour le qualifier au cours de cette thèse, nous reconnaissons que ce terme peut parfois sembler quelque peu réducteur, et ne reflète qu'en partie les dynamiques idéologiques, économiques et relationnelles de ce milieu plus variées qu'il n'y paraît. De même, il nous semble inapproprié de définir cette sphère uniquement par les espaces tels que YouTube ou X où elle se manifeste. De notre avis, il s'agit plutôt d'un véritable réseau politique et informationnel alternatif.

[895] L'Incorrect est un magazine mensuel français situé idéologiquement entre la « droite de la droite » et l'extrême droite, créé par Jacques de Guillebon, Laurent Meeschaert, Benoit Dumoulin, et Arthur de WatrigantLancé en septembre 2017, il prolonge la ligne « conservatrice » et « identitaire » de Marion Maréchal Le Pen, « et milite pour une union des droites.

Ce réseau fonctionnel complet, en opposition ou en coexistence avec l'espace médiatique grand public, rassemble divers acteurs et opère sur plusieurs domaines. Il intègre notamment des influenceurs politiques dont les vidéastes de deux de nos blocs du *« YouTube Game politique »* : *« Les Réactionnaires »* et *« Les Souverainistes »*, ainsi que leurs *« petites mains »* évoquées précédemment, en sont des membres à part entière. Dans ce réseau, nous recensons alors plusieurs types de parties prenantes, que nous classifions ainsi par catégorie.

Hormis les youtubeurs et influenceurs susmentionnés, qui incarnent la première catégorie d'acteurs, la seconde se compose des médias alternatifs. Parmi eux, nous pouvons notamment citer TVLibertés ou Frontières, déjà maintes fois évoqués dans cette thèse. Comme nous l'avons souligné dans notre chapitre consacré au panorama politique sur YouTube (cf. I.2), ces entités, qu'il s'agisse de structures médiatiques ou d'associations de vidéastes et d'anciens journalistes, adoptent les méthodes journalistiques, opérationnelles et esthétiques, propres aux médias traditionnels. Fortes de financements conséquents, elles aspirent à une présence pérenne dans les espaces numériques. Se démarquant du modèle *« mainstream »* qu'elles contestent, ces structures cherchent à *« réinformer »*, voire à *« désinformer »*, offrant des points de vue divergents des récits dominants, tout en flirtant parfois avec le conspirationnisme et les *« fake news »*. Elles se définissent alors par la mise en exergue de thématiques délaissées, contestées ou volontairement écartées par les médias conventionnels, tout en défendant l'idée d'une liberté d'expression qu'elles considèrent souvent absente du débat public.

Ces particularités structurelles et positionnelles suscitent un vif intérêt parmi les youtubeurs de notre étude, qui cherchent ainsi d'autres espaces pour exprimer leurs visions ou opinions. Ces entités se transforment alors en véritables hubs médiatiques, devenant des étapes cruciales pour la reconnaissance en ligne et l'évolution de la carrière de ces vidéastes politiques. Parmi eux, les apparitions fréquentes et particulièrement nombreuses de Papacito[896], Daniel Conversano[897] ou Stéphane Edouard[898], dans ces médias alternatifs sont récurrentes. À l'instar des artistes en pleine campagne promotionnelle, ces vidéastes y sont d'ailleurs conviés afin de mettre en avant leurs démarches politiques et initiatives entrepreneuriales. La collaboration entre ces entités et ces youtubeurs crée alors une dynamique à la fois économique et communicationnelle mutuellement bénéfique. D'un côté, elle offre une tribune à ces vidéastes politiques, issus de la droite radicale et de l'extrême droite, permettant ainsi la mise en avant de leurs initiatives commerciales et culturelles. De l'autre, elle enrichit le contenu des médias alternatifs tout en augmentant leur audience.

La troisième catégorie (*(3) Personnalités dissidentes et invités divers*) encapsule un spectre hétérogène d'intellectuels, d'experts, de politiques, d'anciennes figures médiatiques et politiques, de blogueurs, d'universitaires, d'écrivains, de sportifs ou encore de journalistes, fréquemment sollicités ou invités par des youtubeurs politiques (notamment dans leurs contenus *« entretiens » (*cf. VI.1) et des médias alternatifs pour promouvoir leurs activités, partager leurs analyses ou collaborer.

[896] https://www.youtube.com/watch?v=WxCKy9nsacw
[897] https://www.youtube.com/watch?v=u7P-xfX84NQ
[898] https://www.youtube.com/watch?v=SERkTNvhsEI

Ils se singularisent par leur position périphérique ou exclue du champ politico-médiatique traditionnel, souvent due à leurs postures iconoclastes ou, dans le cas des universitaires, opposées au consensus académique. A ce titre, Raymond Boudon (Valade, 2019) aurait pu qualifier certains d'entre eux d'intellectuels dissidents de *« second et troisième marché »*[899], des esprits qui, bien qu'écartés par leurs pairs, trouvent un écho ailleurs. Nous pouvons également inclure dans cette catégorie certains politiques *« souverainistes »*, des *« seconds couteaux »* de LR, du RN ou de Reconquête, ou encore, des personnages issus de la droite *« hors les murs »*. La liste des invités des interviews[900] de la chaîne intitulée Géopolitique Profonde[901] est un exemple presque pleinement exhaustif et représentatif des personnages de cette catégorie. A titre d'exemple, nous pouvons notamment citer Bernard Lugan, africaniste, ancien universitaire à Lyon 3 et figure de La Nouvelle Droite ; Youssef Hindi, historien et essayiste proche d'Alain Soral, connu pour ses développements autour d'un complot sioniste ; Xavier Moreau, ancien officier et blogueur en géopolitique, connu pour son analyse critique *« pro-Kremlin »* des politiques occidentales ; ou encore Pierre Hillard, essayiste, proche de Civitas[902], exprimant un antisémitisme autour de critiques sur la mondialisation et ses

[899] Les travaux de Raymond Boudon évoquent un « marché triple » pour les intellectuels-producteurs, avec chaque marché incarnant un niveau distinct de reconnaissance et de diffusion des œuvres intellectuelles. Le « marché de type 1 » se focalise sur le domaine académique, où l'aval des pairs dans la discipline respective est vital pour la diffusion des œuvres. Le "marché de type 2" englobe des œuvres qui, bien qu'étant destinées aux spécialistes, captent aussi l'attention d'un public élargi grâce à leur thématique, suscitant des réactions publiques, et où les journalistes participent à l'évaluation. Le « marché de type 3 », qualifié de « diffus », accueille des œuvres grand public telles que les romans. Selon cette typologie, les intellectuels peuvent naviguer entre les marchés selon l'évolution des dynamiques institutionnelles et sociétales, et des tendances comme la crise du système universitaire ou l'émergence d'une épistémologie plus ouverte. Ainsi, des intellectuels comme Louis Althusser ou Gilles Deleuze, qui opéraient initialement sur le « marché de type 1 », se sont redirigés vers le « marché de type 2 », tandis que Bernard-Henri Lévy s'est directement positionné sur le « marché de type 3 ».

[900] https://geopolitique-profonde.com/videos

[901] Géopolitique Profonde est un portail francophone offrant des réflexions sur des thèmes allant de l'économie à la surveillance de masse. Originellement axé sur l'économie, il a progressivement adopté une orientation conspirationniste, abordant des théories telles que le Great Reset. Situé en Bulgarie, il diffuse du contenu inédit tout en reprenant des publications d'autres sources alternatives. Parmi les collaborateurs du site, Mike Borowski se distingue comme une figure prépondérante. Le portail a aussi bénéficié de la contribution de personnalités telles que Juan Branco. Même si l'audience de son site web reste modeste, sa chaîne YouTube cumule plus de 100 000 abonnés, avec près de 15 millions de vues.

[902] Le parti Civitas est une formation politique française d'inspiration traditionaliste catholique, ayant émergé initialement comme une association avant de se muer en parti. Il prône le retour à des valeurs chrétiennes traditionnelles dans la gouvernance publique et se positionne clairement contre la laïcisation de la société, mettant en avant des politiques sociales et économiques influencées par la doctrine sociale de l'Église.

répercussions politiques et économiques. D'autres figures, telles qu'Alain Juillet, ancien directeur de la DGSE[903] et expert en intelligence économique aux positions parfois jugées provocatrices ; Caroline Galactéros, experte en géopolitique aux opinions souvent débattues ; ou Philippe Murer, économiste proche du RN et critique du système économique actuel, méritent également d'être soulignées. Nous pouvons noter aussi que certains de ces individus se sont transformés eux aussi, en quelque sorte, en youtubeurs politiques. Par exemple, l'économiste libéral Charles Gave, autrefois proche d'Éric Zemmour, anime sa chaîne *« Institut des Libertés »*[904], où il discute d'économie avec sa fille Emmanuelle Gave[905] et a invité notamment des vidéastes politiques tels que Papacito[906] ou Julien Rochedy[907]. De même, Olivier Delamarche, ex-journaliste de BFM Business, anime désormais ses propres contenus vidéos et directs[908] sur YouTube, discutant de sujets économiques et politiques avec Sylvain Tiger, fondateur d'un blog sur la bourse.

La quatrième catégorie (*(4) Mouvement, structures et entités associées*) englobe une variété de mouvements, syndicats et entités, notamment des think tanks, des micro-partis politiques émergents ou des instituts de formation majoritairement orientés vers la droite, l'extrême droite ou les courants souverainistes.

[903] Acronyme de Direction Générale de la Sécurité Extérieure

[904] https://institutdeslibertes.org/

[905] Emmanuelle Gave, une avocate et figure politique, est la fille de Charles Gave. Elle était sur la liste du parti de Nicolas Dupont-Aignan, Debout La France, pour les élections européennes, mais sa candidature a été écartée en raison de tweets qui ne correspondaient pas à la philosophie du part

[906] https://www.youtube.com/watch?v=7wF3WIOm44E

[907] https://www.youtube.com/watch?v=EixKkOI7CaM

[908] https://www.youtube.com/watch?v=9VF-kaEh794

Par exemple, on peut citer les établissements d'enseignement supérieur tels que l'ISSEP[909], fondé par Marion Maréchal[910], ou encore l'IFP[911], où interviennent régulièrement des personnalités notables de la catégorie mentionnée précédemment ainsi que des youtubeurs comme Julien Rochedy[912] ou Georges Matharan. Ces écoles ont d'ailleurs joué un rôle déterminant dans la formation de journalistes et vidéastes engagés de ce réseau comme Erik Tegner[913]. D'autres entités comme le collectif Nemesis, l'ex-Génération Identitaire, ou le Parti de la France illustrent également cette catégorie. Il est également pertinent de mentionner le syndicat La Cocarde Étudiante[914], qui a participé à plusieurs émissions en direct de youtubeurs sélectionnés tels que TeddyBoy RSA[915] ou Kroc Blanc[916]. En outre, Le Cercle Aristote[917] de Pierre Yves Rougeyron, Les Patriotes[918] de Florian Philippot, ou encore, République Souveraine[919] de Georges

[909] Acronyme de Institut de Sciences Sociales, Économiques et Politiques

[910] L'ISSEP propose des formations dans les domaines du management, des relations internationales, de la communication et des sciences politiques, et vise à préparer ses étudiants à des carrières dans le secteur public ou privé, tout en promouvant une vision conservatrice de la société et de la politique. L'ISSEP a été créé en réponse à ce que Marion Maréchal et ses associés perçoivent comme une domination des idées progressistes et de gauche dans l'éducation supérieure française.

[911] Institut de Formation Politique (IFP) est un organisme de formation libéral-conservateur créé en 2004 par Alexandre Pesey, Jean Martinez, et Thomas Millon. Il offre des formations dans divers domaines de la vie politique et, en 2021, il a indiqué avoir formé 1 800 auditeurs lors de ses séminaires

[912] https://fr.linkedin.com/posts/ifp-france_ifp-julienrochedy-conf%C3%A9rence-activity-7110619064837791744-OtTV

[913] Erik Tegnér s'est fait connaître en tant que candidat à la présidence des Jeunes Républicains, prônant l'union des droites. Cependant, son approche lui a valu l'exclusion des Républicains. Erik a élargi son influence en fondant et en dirigeant le média Frontieres, bien qu'il ait quitté la rédaction en octobre 2022. Il a également été associé à Marion Maréchal et est actif sur les réseaux sociaux5. En 2022, certains investisseurs et employés de Frontières se sont retirés en raison de divergences sur la ligne éditoriale du média, et il a été critiqué pour sa couverture pro-russe des événements en Ukraine

[914] La Cocarde Étudiante, fondée en 2015, vise à rassembler des courants souverainistes parmi les étudiants et s'oppose aux blocages universitaires. Malgré son indépendance revendiquée, l'organisation a des affiliations avec l'extrême droite, illustrées par des invitations politiques et des actions contestées. Elle a remporté des sièges lors d'élections universitaires et s'est étendue avec la création de la Cocarde Lycée en 2021, continuant ainsi à militer contre le « gauchisme » dans l'éducation.

[915] https://m.facebook.com/cocardeetudiante/posts/1339097456281604/

[916] https://www.youtube.com/watch?v=qexMViFz7P0

[917] Le Cercle Aristote est un groupe de réflexion souverainiste français créé en 2011 par Pierre Yves Rougeyron, cherchant à nourrir et participer au débat intellectuel et public, et à avancer la question souverainiste et nationaliste. Il publie des livres, organise des conférences sur divers sujets, et se veut un lieu de débat ouvert à la diversité des opinions.

[918] Les Patriotes est un parti politique français fondé en septembre 2017 par Florian Philippot, ancien membre du Front National. Ce parti est généralement classé de la droite à l'extrême droite sur l'échiquier politique français et se positionne comme eurosceptique.

[919] République Souveraine est un mouvement politique français fondé le 23 mars 2019, à la suite d'une scission avec La France insoumise (LFI), avec Georges Kuzmanovic comme président.

Kuzmanovic[920] trouvent aussi leur place dans cette catégorie, ayant établi des relations privilégiées avec certains youtubeurs politiques et la plupart des médias alternatifs affiliés à cette sphère.

La cinquième catégorie (*(5) Entités médiatiques diverses*) intègre diverses entités de niches du domaine médiatique : maisons d'édition, sites d'information, titres de presse et journaux. Ces entités ont un rôle primordial dans la propagation et la légitimation des idées ainsi que des contenus élaborés par les différents intervenants de cette sphère. Parmi les maisons d'édition, nous pouvons citer Ring et Magnus[921]. Cette dernière est notamment l'éditeur de la revue *« Furia »* et d'ouvrages dans lesquelles contribuent Papacito et Stéphane Edouard. D'autres exemples notables de cette catégories incluent les sites, les blogs et les titres de presse identitaires tels que Boulevard Voltaire[922], L'Incorrect, Fdesouche et Stratpol[923], qui se distinguent par leur orientation éditoriale radicale. Nous pouvons également mentionner la fameuse lettre d'information Faits et Documents[924], dirigée par Xavier Poussard, qui a joué un rôle dans la diffusion de théories du complot empruntées par les youtubeurs de notre sélection, comme celle concernant la prétendue transsexualité de Brigitte Macron (cf. II.2.2).

[920] Georges Kuzmanovic est un homme politique français, ancien combattant et officier de réserve. Il a intégré le Parti de gauche dès sa création et a été membre de son bureau national. Kuzmanovic est aussi un analyste géopolitique et a été un conseiller de Jean-Luc Mélenchon pendant la campagne de 2017.

[921] https://editionsmagnus.fr/

[922] Boulevard Voltaire est un site d'actualité politique et générale créé en 2012 par les journalistes Robert Ménard et Dominique Jamet, ouvert à toutes les sensibilités de la droite conservatrice.

[923] https://stratpol.com/

[924] Faits et Documents est une lettre confidentielle mensuelle d'extrême droite fondée par Emmanuel Ratier et actuellement rédigée par Xavier Poussard. Elle couvre l'actualité politique et culturelle française et internationale, souvent sous l'angle des réseaux de pouvoirs et des lobbies

Il est également pertinent de citer, dans cette catégorie, les titres Rivarol, Causeur ou encore le *« nouveau »* France Soir[925]. Ces entités plus renommées, en plus de couvrir occasionnellement les activités ou d'inviter certains vidéastes *« Souverainistes »* ou *« Réactionnaires »* comme Kroc Blanc (interviewé par Riposte Laïque[926]), Pierre Yves Rougeyron (intervenant sur Front Populaire[927]), ou Valek (relayé[928] par BreizInfo[929]), servent de sources d'information pour ces derniers, qui n'hésitent pas à s'appuyer sur, relayer ou partager leurs articles.

La sixième catégorie (*(6) Acteurs opérationnels*) englobe l'ensemble des acteurs opérationnels, souvent désignés comme les *« petites mains »*. Cette catégorie inclut les directeurs artistiques, graphistes, monteurs, photographes, techniciens, et autres professionnels du secteur. Bien que leur présence soit moins mise en avant, leur contribution est cruciale pour la production et la diffusion du contenu. Ils sont les piliers qui assurent le fonctionnement harmonieux et la pérennité des créateurs de contenu sur YouTube, notamment ceux engagés politiquement, ainsi que d'autres intervenants de cette sphère médiatique. Leur expertise technique et créative enrichit considérablement l'impact et la portée des messages véhiculés, en conférant une qualité professionnelle aux productions.

[925] France Soir, un temps quotidien généraliste avec un grand tirage, est devenu un site controversé, notamment depuis sa transformation en site web en 2019. Le site a été accusé de publier régulièrement de fausses informations et de reprendre des thèses complotistes, ce qui a engendré des polémiques et des condamnations juridiques.

[926] Riposte Laïque est un site web français d'extrême droite, lancé en 2007, qui se revendique du mouvement laïc. Il est connu pour ses positions controversées, notamment son rapprochement avec l'extrême droite et le Bloc identitaire, ainsi que pour sa critique ouverte de l'Islam. Le site a été impliqué dans plusieurs controverses, et, a été critiqué pour la diffusion d'informations fausses ou de théories du complot. Malgré ces controverses, Riposte Laïque a réussi à attirer une audience significative, se classant parmi les 10 sites conspirationnistes francophones les plus consultés en 2022 selon Conspiracy Watch. Le directeur actuel de la rédaction, Guy Sebag, est basé en Israël.

[927] https://frontpopulaire.fr/auteurs/pierre-yves-rougeyron_au535743

[928] https://www.breizh-info.com/2023/07/10/222363/valek-explique-pourquoi-il-a-quitte-la-france-pour-andorre/

[929] Breizhinfo est un site web d'information généraliste couvrant l'actualité en Bretagne et ailleurs, avec des articles sur divers sujets comme la politique, la santé, la culture, et le sport. Il se définit comme un média indépendant de réinformation traitant de l'actualité bretonne et internationale. Cependant, il est aussi décrit comme un site d'extrême droite identitaire qui diffuse régulièrement de fausses informations

Par leur travail minutieux, ils permettent l'élaboration de contenus engageants et attrayants qui captent l'attention du public et favorisent une large diffusion. Ils sont donc des acteurs indispensables qui, bien que dans l'ombre, façonnent l'identité visuelle et le succès des chaînes YouTube politiques et des autres plateformes d'expression au sein de cet écosystème médiatico-politique.

En dernier lieu, la septième et ultime catégorie (*(7) Acteurs économiques*) englobe, comme observé dans la section précédente, divers acteurs économiques tels que les entrepreneurs, les artisans, les libraires ainsi que les petites et moyennes entreprises. Ces entités se dédient à la production de services et de biens, en adéquation avec des idéologies souverainistes, identitaires ou d'extrême droite. Leur activité est intrinsèquement liée à ces courants idéologiques, reflétant ainsi un engagement qui transcende la simple logique mercantile. Ils incarnent une dimension pragmatique du mouvement, contribuant activement à la matérialisation des idées dans un écosystème où l'économique et l'idéologique sont ainsi étroitement imbriqués. A l'instar de Terre de France ou de Brennos (cf. IV.2), ces acteurs, en fournissant des biens et services *« engagés »*, participent à la consolidation de ce marché spécifique, répondant aux attentes d'un public adhérant aux mêmes idéologies. Ils constituent ainsi une composante cruciale de cette sphère, leur action entrepreneuriale contribuant à la fois à la diffusion et à la légitimation de certaines opinions radicales. Par le biais de leurs initiatives commerciales, ils contribuent également à l'ancrage territorial de ces idéologies, tissant un lien entre l'échelle locale, où se manifeste la production et la consommation, et l'échelle plus large de ces mouvements idéologiques de droite radicale et d'extrême droite que certains soutiennent.

Catégorie	Description	Exemples notables	Relations avec les vidéastes de nos travaux
1: Vidéastes et influenceurs	Youtubeurs (notamment « Les Souverainistes » et « Les Réactionnaires ») et influenceurs politiques. Ils sont les visages et les voix majeures de cette écosystème. Ces acteurs opèrent comme des rouages fondamentaux au sein de cet espace dissident, politique, informationnel et alternatif.	Papacito Conversano Stéphane Edouard Valek TeddyBoy RSA Greg Tabibian	Collaborations fréquentes avec des médias alternatifs et figures politiques pour promouvoir leurs démarches et initiatives entrepreneuriales.
2: Médias alternatifs	Entités médiatiques qui adoptent les méthodes journalistiques traditionnelles mais offrent des points de vue alternatifs, parfois flirtant avec le conspirationnisme. Adoptent des méthodes journalistiques traditionnelles tout en offrant des perspectives divergentes. Recherchent la présence numérique durable et offrent une tribune pour les vidéastes.	TVLibertés Frontières Le Fil D'Actu Géopolitique Profonde	Ils jouent un rôle crucial pour la reconnaissance en ligne de ces youtubeurs. Collaboration mutuellement bénéfique entre médias et vidéastes.
3: Personnalités dissidentes et invités divers	Intellectuels, experts, politiciens, figures médiatiques et politiques, blogueurs, universitaires, écrivains, sportifs, journalistes sollicités pour partager leurs analyses ou promouvoir leurs activités. Souvent marginalisés des médias traditionnels.	Bernard Lugan Xavier Moreau Olivier Delamache	Collaborations fréquentes et échanges d'idées. Certains deviennent eux-mêmes des youtubeurs.
4: Mouvement, structures et entités associées	Think tanks, micro-partis politiques, établissements d'enseignement supérieur, syndicats orientés vers la droite radicale ou l'extrême droite. Groupes souvent orientés vers la droite l'extrême droite ou le souverainisme.	ISSEP IFP La Cocarde Étudiante Les Patriotes Cercle Aristote	Ces écoles et entités ont joué un rôle dans la formation politique de ces vidéastes et des acteurs engagés de ce réseau. Collaboration étroite avec certains youtubeurs.
5: Entités médiatiques diverses	Maisons d'édition, sites d'information, titres de presse et journaux qui jouent un rôle dans la propagation des idées. Crucial pour la diffusion et la légitimation des idées.	Ring Magnus Furia L'Incorrect Boulevard Voltaire	Collaboration fréquente avec les youtubeurs, les invitant ou relayant leurs contenus. Ils servent également de sources d'information pour les vidéastes.
6: Acteurs opérationnels	Directeurs artistiques, graphistes, monteurs, techniciens, et autres professionnels du secteur qui assurent la production et la diffusion du contenu de haute qualité.	Directeurs artistiques, graphistes, monteurs, photographes, techniciens, et autres professionnels	Supports, sous-traitants, employés de ces vidéastes.
7: Acteurs économiques	Entrepreneurs, artisans, PME qui produisent des biens et services en adéquation avec les idéologies de droite radicale ou d'extrême droite. Fournissent des biens et services alignés avec certaines idéologies.	Terre de France Brennos	Partenariats financiers et économiques pour la publicité ou la commercialisation de produits ou services.

Tableau 18 – Synthèse des acteurs du réseau alternatif où évolue les vidéastes politiques de droite radicale et d'extrême droite.

Un réseau d'opportunités de carrière

Les youtubeurs que nous avons pris pour objet d'étude, ainsi que les autres acteurs que nous venons d'identifier dans les catégories précédentes, occupent ainsi une position déterminante dans le renforcement et la pérennisation de ce réseau *« parallèle »* à la fois économique, médiatique et politique. Ce dernier, malgré l'existence de discordes, d'affrontements, de *« guerres de chapelles »* récurrentes entre sous-clans idéologiques (exemples : identitaires contre souverainistes) ou a contrario, de partenariats et d'alliances en son sein, offre à ces vidéastes et influenceurs politiques un horizon élargi et une trajectoire professionnelle qui deviennent non seulement envisageables, mais qui demeurent aussi souvent fructueuses. Dans ce contexte, il est fréquent d'observer une évolution de leur carrière, les conduisant à diversifier leurs activités, à s'associer ou à collaborer avec d'autres entités influentes au sein de ce même réseau. Pour illustrer ce propos, prenons l'exemple du vidéaste Georges Matharan. Ancien stagiaire de Valeurs Actuelles, il a notamment embrassé, en parallèle de son activité de youtubeur, la fonction de responsable éditorial au sein de Frontières. Parallèlement, il s'est également engagé dans des initiatives entrepreneuriales, comme la commercialisation de t-shirts en partenariat avec l'entreprise Terre de France[930]. De même, Greg Tabibian, issu de notre groupe *« Les Souverainistes »*, ou encore Mike Borrowski, ont su aussi tirer parti de cette dynamique de réseau. Ils sont ainsi devenus des *« sociétaires »* rémunérés au sein de l'émission Bistro Libertés diffusée sur TVLibertés. Des trajectoires qui illustrent l'entrelacement des activités économiques ou médiatiques et des rôles au sein de cet univers alternatif.

[930] https://terredefrance.fr/pages/georges

Ce phénomène de réseau *« parallèle »*, que nous observons, trouve l'un de ses catalyseurs majeurs dans les perspectives de visibilité et les récompenses financières offertes par les médias sociaux. En raison de sa croissance fulgurante et de l'engouement qu'il suscite auprès d'un public de plus en plus large, cet univers a naturellement attiré l'attention d'investisseurs et de nouveaux acteurs. Parmi eux, nous retrouvons des personnalités médiatiques, des politiciens et des médias traditionnellement reconnus dans le paysage médiatique grand public, ou *« mainstream »,* selon les mots des vidéastes. Ces acteurs ont adopté différentes stratégies : certains ont cherché à maintenir une présence à la fois dans cet univers alternatif et dans l'espace médiatique traditionnel, d'autres ont établi des collaborations avec des figures influentes de cet univers, tandis que certains se sont pleinement immergés à la suite d'une reconversion et d'une exclusion du champ médiatique grand public. Parmi les précurseurs de cette tendance, il convient de mentionner Cyril Hanouna et André Bercoff[931]. En effet, ils ont été parmi les premiers à inviter, respectivement sur D8 et Sud Radio, des youtubeurs politiques ainsi que des intellectuels et figures controversées issus de cet espace, leur offrant ainsi une nouvelle visibilité dans le paysage médiatique traditionnel.

[931] André Bercoff est un journaliste et écrivain français. Il a eu une longue et diversifiée carrière dans le journalisme et l'écriture, ayant travaillé pour des grands journaux et magazines français tels que Le Figaro, Le Point et L'Express. Bien qu'il ait été proche de la gauche pendant longtemps, depuis les années 2010, Bercoff s'inscrit dans une mouvance complotiste et identitaire, et a collaboré avec plusieurs revues de droite, voire très à droite comme Valeurs Actuelles. Il est également connu pour ses prises de position polémiques et ses analyses pointues de l'actualité, souvent présentées dans son émission « Bercoff dans tous ses états » sur Sud Radio.

André Bercoff, par ailleurs, a pris part activement à la création de contenus sur des médias alternatifs et, en collaboration avec Regis Le Sommier[932], ancien reporter de guerre pour Paris Match[933], a lancé son propre média alternatif YouTube *« Omerta »*[934] où des acteurs de cet univers sont régulièrement invités. Nous pouvons également évoquer le cas de Clémence Houdiakova, ancienne animatrice de Sud Radio et de Radio Courtoisie, qui a lancé sa structure *« Tocsin »*[935], ainsi que celui d'Éric Morillot, ancien d'i-Télé et licencié de Sud Radio, qui a créé sa propre chaîne, *« Les Incorrectibles »*[936] en parallèle de sa nouvelle activité sur TVLibertés. Ce dernier avait, durant son passé d'animateur radio, déjà ouvert son antenne à des youtubeurs politiques polémiques et a poursuivi sa transition de carrière dans ce réseau alternatif. D'autres figures, telles que l'essayiste Laurent Alexandre[937], Jean Lasalle, Karl Zero[938], l'avocat Pierre Gentillet[939], Jean Messiha, Éric Naulleau[940], Florian Philippot, Guillaume Bigot[941], ou encore, le sociologue Michel Maffesoli[942], oscillent parfois entre ces *« deux mondes »*.

[932] Régis Le Sommier, journaliste spécialisé en actualité internationale, est directeur adjoint de Paris Match et a couvert des événements majeurs comme la guerre en Syrie.

[933] Paris Match est un magazine hebdomadaire français connu pour son journalisme de grand reportage, ses photographies et ses couvertures célèbres.

[934] https://www.omertamedia.fr/

[935] https://www.tocsin-media.fr/

[936] https://www.youtube.com/@LesIncorrectibles

[937] Laurent Alexandre est un essayiste et entrepreneur français, connu pour ses prises de position sur l'intelligence artificielle et la biotechnologie. Chirurgien de formation, il est aussi un fervent défenseur de l'innovation et du transhumanisme et intervient régulièrement dans les médias pour discuter des implications sociétales des avancées technologiques.

[938] Karl Zéro est un animateur et réalisateur français, célèbre pour son ton satirique et son approche décalée de l'information. Il s'est fait connaître par ses émissions de télévision où il mêle humour et critique sociale, et par ses documentaires qui abordent souvent des sujets polémiques.

[939] Pierre Gentillet est un avocat et écrivain français, connu pour ses engagements en faveur de la droite conservatrice. Il est également actif dans le débat public, où il défend ses positions sur le droit, l'économie et la politique française.

[940] Éric Naulleau est un éditeur, critique littéraire et animateur de télévision français. Connu pour son franc-parler et ses jugements tranchés sur les œuvres littéraires.

[941] Guillaume Bigot est un essayiste. Et, ancien conseiller de figures politiques comme Charles Pasqua et Jean-Pierre Chevènement, il a participé activement à la campagne présidentielle de ce dernier en 2002. Directeur général de l'IPAG Business School jusqu'en 2022, il est connu pour sa présence régulière dans les médias en tant qu'éditorialiste et chroniqueur où il aborde des sujets souvent au cœur des polémiques. Son engagement dans le souverainisme s'est concrétisé par son élection à la tête de France Souveraine en 2021, soulignant son influence et son ambition de rassembler les forces souverainistes en France.

[942] Michel Maffesoli est un sociologue français, spécialiste de la sociologie de la quotidienneté et des phénomènes collectifs. Il est reconnu pour ses travaux sur le tribalisme postmoderne et la dynamique des groupes sociaux, et il intervient souvent dans le débat public pour analyser les évolutions culturelles contemporaines

Ils sont régulièrement sollicités, que ce soit par des youtubeurs et médias alternatifs ou par des structures médiatiques plus traditionnels, et participent activement à des productions audiovisuelles dans cet espace. Michel Onfray, avec sa revue Front Populaire[943] et ses contenus YouTube, ou encore, Valeurs Actuelles et sa chaîne VA+, illustrent également cette dualité entre cet espace alternatif et grand public. Enfin, il est à noter que des médias historiques, tels que CNews, Europe 1[944] et bien évidemment Sud Radio, ont récemment opéré un virage éditorial plus conservateur, invitant, et parfois même embauchant à leur tour des figures emblématiques de ce réseau. Éric Morillot affirme notamment que certains journalistes, pigistes ou techniciens de CNews et Europe 1 sont passés par TVLibertés, et vice-versa.

Il est intéressant de constater que ce phénomène de réseautage médiatico-économique et politique ainsi que ses dynamiques, dont les mécanismes ont été évoqués précédemment, se manifestent également à gauche de l'échiquier politique, de manière presque identique, notamment avec les youtubeurs de notre groupe *« Les Progressistes »*. À titre d'exemple, nous pouvons évoquer Cemil Şanlı[945] et Usul, anciennement youtubeurs politiques, qui ont respectivement rejoint les équipes du média alternatifs Le Média[946] et de Mediapart.

[943] La Revue Front Populaire est une publication souverainiste lancée en 2020 par le philosophe Michel Onfray et le journaliste-producteur Stéphane Simon. Elle est décrite comme antilibérale, populiste et souverainiste, mais non affiliée à des mouvements identitaires.

[944] Depuis sa création en 1955, Europe 1 s'est établie comme une station de radio majeure en France, offrant une programmation riche mêlant information et divertissement. Influencée récemment par le Groupe Bolloré, son actionnaire principal, la station a effectué un virage vers une ligne éditoriale plus conservatrice, reflétant un changement significatif dans la teneur de ses programmes et la sélection de ses animateurs.

[945] https://www.lemediatv.fr/auteurs/cemil-sanli-wnC-IJCWQoicCbEhHQMy4w/emissions

[946] Le Média est un site d'actualité français qui se présente comme indépendant et gratuit, financé uniquement par des contributions citoyennes. Sa ligne éditoriale s'oriente vers la gauche, représentant des perspectives progressistes et parfois radicales. Depuis juin 2021, il fonctionne comme une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC).

Il est également pertinent de mentionner l'économiste Thomas Porcher, dont les interventions se font autant dans les médias alternatifs que traditionnels. En outre, Blast!, un média alternatif initié par Denis Robert[947], a, à l'instar de Front Populaire, entamé une démarche d'institutionnalisation en bénéficiant de financements ainsi que de subventions pour la presse et s'est ainsi éloigné de son créneau alternatif initial. Parmi ses journalistes, Salomé Saqué collabore notamment avec des programmes diffusés sur LCP ou France Télévisions.

Désenchantement et évolutions professionnelles

Au-delà de l'aspect réseaux économique et médiatique que nous venons d'examiner, il est impératif de rappeler la nécessité pour ces youtubeurs de s'adapter continuellement et de pérenniser leur activité dans un contexte médiatique et politique en constante mutation (cf. IV.1). Nous avons constaté que les élections présidentielles de 2022 ainsi que la courte victoire du Nouveau Front Populaire lors des élections législatives anticipées de 2024 ont été des tournants décisifs pour de nombreux vidéastes et influenceurs affiliés à la droite radicale et à l'extrême droite. Plus spécifiquement, le score relativement faible d'Éric Zemmour et le fait que Jordan Bardella ne soit finalement pas devenu Premier Ministre ont entraîné un désenchantement notable. Ces vidéastes, confrontés à leur propre endogamie idéologique et enfermés dans leur bulle filtrante, étaient enthousiastes durant les campagnes électorales, stimulés par des sondages favorables et le succès des stratégies numériques des candidats des partis d'extrême droite.

[947] Denis Robert est un écrivain et journaliste d'investigation français. Il est notamment connu pour avoir enquêté sur l'affaire. Il est également l'auteur de plusieurs enquêtes sur les paradis fiscaux et la finance international.

Cette désillusion d'une lutte perdue, manifeste dans leurs contenus, a notamment entraîné une forme d'expatriation désabusée de certains vidéastes, comme Valek, TeddyBoy RSA et, en marge de notre sélection, Baptiste Marchais. Ce désenchantement a entraîné des réorientations dans leurs discours et positions, influençant leur trajectoire entrepreneuriale et leur relation avec le milieu politique. Papacito illustre particulièrement ce phénomène en exprimant un ressentiment partagé par de nombreux *« collègues »*[948] : *« [...] Les amis, vous me demandez pourquoi j'ai fait cette story avec les petits singes qui doivent danser au milieu du cirque, à propos d'un mail de Jordan Bardella que j'ai reçu [...] En fait, il faut comprendre que je ne vous fais pas la leçon, car moi aussi, j'ai été naïf malgré moi [...] j'ai porté des espoirs là où c'était idiot de les porter. Les espoirs doivent être portés pour vous-même et pour ceux sur qui vous avez une marge d'action directe, c'est-à-dire votre entourage, votre famille, la protection de votre famille, vos valeurs personnelles, vos biens, votre spiritualité, vos enfants, votre entourage, votre clan, à la limite. Mais ce que je veux dire, c'est que la démocratie implique des échelles qui ne sont pas à notre portée. On se bat contre des moulins à vent, et il faut arrêter avec ça [...] »*. Papacito, tout comme Daniel Conversano ou encore Kroc Blanc, semble ainsi douter plus que jamais de la capacité des politiques de son courant, ou parfois de celles qu'il a soutenues auparavant, à impacter le paysage actuel. Exclu de YouTube, il s'est recentré sur un rôle d'agitateur d'idées, à la manière de Daniel Conversano ou de Julien Rochedy, orientant ses activités professionnelles vers l'analyse critique, la production d'ouvrages et l'écriture.

[948] https://www.tiktok.com/@fmatttt7/video/7280570476915625248

Parallèlement, Valek et Stéphane Edouard, désillusionnés par les milieux politiques, se redirigent vers des activités entrepreneuriales moins militantes et plus lucratives. Cela inclut des domaines tels que la formation aux métiers du numérique, le coaching ou encore les conseils en entrepreneuriat, en utilisant stratégiquement des vidéos et contenus politisés ou axés sur l'actualité pour captiver leur audience, et surtout, de potentiels clients. Dorénavant, Valek, tout comme Bruno le Salé, aborde principalement des sujets controversés détachés de la sphère politique française contemporaine.

Cette orientation s'inscrit dans une tendance plus large sur les réseaux sociaux, où la glorification du cyber-entrepreneuriat, de l'esprit *« business »*, du *« nomadisme digital »*[949] et de l'indépendance financière, tous promus comme des chemins vers une hypothétique fortune libératrice, ont envahi les médias sociaux depuis la crise sanitaire, reflétant une certaine appétence pour ces postures au sein d'une fraction des internautes. Après avoir étudié les plateformes pendant plusieurs années dans le cadre de ces recherches, il semble qu'une partie de ces derniers accordent désormais davantage de crédit et de valeur à ces modèles de réussite économique individuelle associés aux réseaux sociaux qu'aux luttes ou militantismes. En d'autres termes, une posture de *« self-made man »* séduisante pour un nombre croissant d'internautes qui n'est pas nécessairement marquée par un engagement politique.

[949] Le nomadisme digital désigne un mode de vie moderne où les professionnels utilisent la technologie pour travailler à distance, souvent en voyageant. Ce concept repose sur l'utilisation d'Internet et d'outils numériques pour exercer des activités professionnelles indépendamment d'un lieu fixe, permettant ainsi une grande flexibilité et mobilité. Cette approche attire particulièrement les freelances, les entrepreneurs et les créatifs, qui privilégient la liberté de choisir leur environnement de travail et aspirent à une meilleure qualité de vie, tout en restant connectés et productifs.

Cette attitude a ainsi encouragé, surtout par son potentiel économique, certains de ces vidéastes à lisser leurs discours et à se concentrer davantage sur des thématiques individualistes ou le développement personnel plutôt que sur de l'action politique. Une attitude qui emboîte le pas de celle du Raptor, lequel, avec ses initiatives en matière de coaching sportif et de e-commerce, s'est plutôt mué en symbole de réussite personnelle ultralibérale, se détachant petit à petit de son étiquette de figure purement politique : *« […] Le changement ne passera pas par autre chose que par vous-même. Vous pouvez changer de président […] Ce qui changera votre vie, c'est le développement de votre physique, de votre mental, de votre aisance financière, de votre capacité à travailler plus que les autres, ainsi que votre paradigme […] pour cela, vous allez fournir les efforts nécessaires […] si vous m'écoutez […] si vous prenez vos responsabilités, vous n'avez pas idée du pouvoir politique réel qu'on aura […] »*[950].

Malgré ces réorientations entrepreneuriales et cette désillusion concernant les perspectives ou la promotion de leur vision politique au sein des instances gouvernantes, l'activité de ces vidéastes demeure florissante. Leur audience semble même connaître une croissance notable, contrastant avec les nombreuses plaintes concernant la baisse d'audience, notamment sur YouTube, de vidéastes et influenceurs du divertissement ou de certains vulgarisateurs. Cette vitalité se manifeste par un regain d'intérêt grandissant pour leurs activités, opinions et positions.

[950] https://www.tiktok.com/@sensum_logikos/video/7303233914422775072

Cet intérêt est stimulé, en partie, par les *« activistes propagateurs »* (cf VI.1) et certains internautes, qui déversent en abondance des contenus, souvent sous forme de montages ou d'extraits issus d'anciennes ou de nouvelles vidéos de ces vidéastes de droite radicale. Ces contenus sont partagés sur des plateformes comme TikTok, YouTube et Instagram, ce qui leur permet de maintenir une certaine renommée dans le monde numérique et, de ce fait, augmente leur potentiel de notoriété et de viabilité économique à long terme. Un regain d'intérêt d'autant plus significatif qu'il coïncide, à première vue, avec un sentiment croissant de *« droitisation de la demande politique »* en France (Bernard & Chevalier, 2023), auquel l'offre de contenus de ces youtubeurs semble répondre. De son coté, Vincent Tiberj (2024) évoque plutôt un *« conservatisme d'atmosphère »* résultant d'une droitisation *« par le haut »*, avec des voix qui, en s'appuyant sur des supposés *« bon sens »* et *« ancrage »*, se dressent contre des élites perçues comme déconnectées. Ce conservatisme ambiant, selon Tiberj, trouverait alors ses relais médiatiques, certains présents depuis longtemps, tandis que d'autres, à l'instar des six vidéastes de notre sélection, se sont imposés plus récemment. En d'autres termes, les youtubeurs d'extrême droite et de droite radicale seraient l'une des conséquences, mais surtout les pendants numériques et alternatifs de ce *« bruit de fond conservateur »*

Conclusion

Cette partie nous a permis d'observer, tout d'abord, que ces vidéastes ont émergé sur YouTube vers le milieu des années 2010. Avec l'augmentation de leur notoriété, ils ont progressivement révélé leur identité, tout en renforçant leur professionnalisme et leur connexion avec l'audience.

Confrontés à des défis tels que l'obsolescence et la réglementation, ils ont diversifié leurs activités et légitimé leur statut par la création d'entreprises, illustrant ainsi leur évolution et détermination dans l'univers des médias sociaux.

Par la suite, nous avons observé la formation d'un réseau alternatif francophone dont de nombreux vidéastes de droite radicale français font partie, semblable à celui identifié par Rebecca Lewis (2018) avec les youtubeurs d'extrême droite américains *(« Alternative Influence Network »*[951]). Ce réseau s'est développé dans un écosystème étendu intégrant une variété de professionnels. Au-delà des médias alternatifs, qui offrent une plateforme aux thématiques souvent négligées par les médias traditionnels, ce réseau comprend également des intellectuels, des experts, et des mouvements orientés vers la droite radicale, ainsi que les courants souverainistes de gauche et de droite. Des *« petites mains »*, telles que des graphistes et des monteurs, jouent également un rôle crucial dans la production de contenu, tandis que divers acteurs économiques alignés idéologiquement contribuent à ce paysage complexe. Ce réseau dépasse la simple création de contenu sur les plateformes, formant ainsi un véritable espace dissident aux multiples facettes.

[951] L'« Alternative Influence Network » (AIN), conceptualisé par Rebecca Lewis, désigne un réseau de créateurs de contenu et d'influenceurs politiques sur YouTube qui utilisent des techniques de marketing et de branding pour promouvoir des idéologies politiques réactionnaires et d'extrême droite, spécifiquement en Amérique. Ce réseau englobe des intellectuels, des experts et des personnalités médiatiques qui collaborent pour produire et diffuser du contenu visant à radicaliser progressivement leur audience. L'AIN transforme YouTube en une plateforme clé de diffusion de propagande, employant des stratégies de production professionnelle et des interactions sociales pour augmenter la crédibilité et l'attrait de leurs messages, facilitant ainsi l'exposition des spectateurs à des idées de plus en plus extrémistes tout en générant des revenus significatifs pour les créateurs impliqués. Cette dynamique est particulièrement préoccupante aux États-Unis, où elle alimente la montée de l'alt-right et influence significativement le débat politique contemporain.

Les youtubeurs que nous avons étudiés, ainsi que de nombreux autres acteurs, occupent alors une place importante dans le développement et la consolidation de ce réseau parallèle, englobant les sphères économique, médiatique et politique. Ce réseau, caractérisé par des conflits internes, des alliances et des collaborations, offre alors des trajectoires professionnelles viables et souvent lucratives. Les vidéastes et influenceurs politiques y trouvent ainsi des possibilités d'élargir leurs activités, en s'associant ou en collaborant avec d'autres entités influentes au sein de ce même réseau. Il illustre notamment une tendance croissante à la collaboration entre les univers médiatiques alternatifs et traditionnels, reflétant une convergence, de nouvelles collusions entre ces deux espaces médiatico-politiques, et confirmant à nouveau, par la même occasion, l'hybridation (Chadwick, 2017) que nous avions observée dans notre contextualisation du paysage politique de YouTube (cf. Chapitre 1).

Après les élections présidentielles de 2022, nous avons pu voir qu'une certaine désillusion les a amenés à réorienter leurs discours et positions, influençant leur trajectoire entrepreneuriale. Certains ont opté pour l'expatriation, tandis que d'autres ont exprimé un scepticisme sur les réelles capacités et volontés des politiques de leur courant idéologiques. Ce phénomène a incité plusieurs de ces influenceurs politiques à se concentrer sur des activités moins politiques et à utiliser leurs contenus simplement pour attirer des clients potentiels. Enfin, un intérêt croissant de la part de la plupart de ces youtubeurs pour le cyber-entrepreneuriat reflète un changement de valeurs chez une partie de leur audience.

Malgré ces réorientations, l'activité de ces vidéastes reste florissante, avec un regain d'intérêt pour leurs opinions, stimulé par un contexte d'une demande politique favorable à leurs positions.

Finalement, en faisant un bilan de cette analyse des parcours de professionnalisation de ces vidéastes, on découvre des similitudes avec les trajectoires de jeunes militants politiques. Cette comparaison met en lumière des formes de *« coûts et rétributions liée au militantisme »* (Gaxie, 1977), bien que la configuration ici diverge des définitions académiques traditionnelles. En effet, dans ce contexte, la structure sous-jacente des coûts et rétributions de ces influenceurs est distincte : à contrario des militants politiques, au lieu d'avoir des visées électives, des ambitions de pouvoir, ou d'opérer au sein de partis, d'associations et d'institutions formelles, ils évoluent principalement, comme mentionné précédemment, dans un réseau multi-acteurs influent, essentiellement dans un espace alternatif sur les médias sociaux. Notre analyse peut néanmoins être mise en parallèle avec les travaux de référence de Daniel Gaxie (1977 ; 2003), notamment dans son étude de l'engagement politique où il montre que ce dernier est influencé par des investissements et des récompenses tant matérielles qu'immatérielles. Dans le cas des vidéastes de notre sélection, nous avons pu observer qu'au début de leur activité, ils effectuent un certain nombre d'investissements humains et matériels, en consacrant notamment une part significative de leur temps et de leur énergie à la production de contenu, à l'interaction avec leur audience et à la participation à des événements dans une volonté de se hisser en haut de cette *« topocratie »* de youtubeurs (Allard, 2019). Ils ont réinvesti aussi leurs premiers gains financiers associés à ces activités.

Nous avons également pu observer, à travers l'anonymat utilisé au début de leur activité par certains de ces youtubeurs, mais aussi par notre analyse de la partie *« Contrôle »* de leur stratégie numérique (cf. III.1), que leur activité et leurs discours les ont exposés à un certain nombre de risques sociaux, légaux ou professionnels en raison de leurs prises de position. À ce titre, le principal *« coût »* semble être pour ces youtubeurs politiques radicaux l'impression qu'à un certain degré de notoriété, ils ne puissent plus faire marche arrière et se retrouvent symboliquement condamnés à une forme de *« non-retour à la vie civile »* (*« […] on connait nos têtes maintenant, vous voyez Valek travailler à l'usine ? […] » Kroc Blanc*). En revanche, les *« rétributions »* de cette forme de cyber-militantisme sont bien entendu d'abord matérielles, à travers notamment les sources de revenus que nous avons énumérées dans la section précédente (cf. IV.2). Les *« rétributions immatérielles »*, quant à elles, sont principalement constituées par l'audience et la notoriété, résultant, comme nous l'avons évoqué, de leur statut de *« micro-célébrité »* (Marwick, 2010). Cette notoriété apparaît ainsi comme une forme de rétribution symbolique individuelle. Ces abonnés et *« followers »* sont alors perçus comme une validation de leur travail, renforçant leur engagement dans leur activité et convainquant ces vidéastes de faire des sacrifices, comme nous avons pu l'observer, par exemple, avec leurs risques judiciaires. Michel Offerlé, dans *« Les Partis politiques »* (2018), souligne d'ailleurs l'importance de cette reconnaissance et du sentiment d'estime de soi dans l'engagement.

Ces rétributions indirectes et immatérielles, semblables à celles observées chez les militants des partis, font ainsi entrer ces vidéastes politiques dans une dynamique similaire, où la reconnaissance et la visibilité acquises peuvent se transformer en opportunités de carrière, entrepreneuriales ou politiques au sein du réseau *« parallèle »* dont nous avons mis en lumière les différentes parties prenantes précédemment. Cette situation crée une sorte de cercle vertueux, dans lequel une économie symbolique se développe, où le capital médiatique acquis renforce la position de l'individu dans son champ social et professionnel. Ces rétributions symboliques deviennent alors un moteur d'engagement continu, contribuant à la construction de leur identité publique et à leur succès. Ainsi, dans cette perspective, les succès financiers ou matériels et l'audience de ces youtubeurs politiques deviennent des indicateurs de réussite, contribuant à leur tour, dans une forme de boucle rétroactive, à accroître leur notoriété et pérenniser leur image publique.

En somme, l'étude des trajectoires professionnelles de ces *« youyubeurs politiques »* issus de la droite radicale et de l'extrême droite révèle une complexité et une diversité des formes de couts et rétributions dans le militantisme numérique contemporain. Ces acteurs sont motivés à la fois par des perspectives d'enrichissement personnel, à l'instar des modèles économiques et des sources de revenus de ces vidéastes (cf. IV.2) mais aussi par une quête de pouvoir au sein d'un réseau.

IV.4 Conclusion du chapitre :

De la « Métapolitique » à l'entreprenariat

Dans ce chapitre consacré à l'aspect *« métier »* des youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite, nous avons pu répondre, dans un premier temps, avec notre cadre d'analyse, à nos premières interrogations concernant cet aspect (*Quelle est la stratégie numérique de ces youtubeurs ? Sont-ils comme les autres créateurs de contenu ? Qu'est-ce qui les différencie des autres ?*). Tout d'abord, nous avons observé qu'ils incarnent une catégorie de professionnels du numérique en qualité de *« micro-célébrités »* politiques, ou plus précisément d'*« influenceurs politiques »*, désormais bien établis dans le paysage politico-médiatique. Utilisant efficacement les plateformes numériques grand public, ils offrent une combinaison unique de divertissement, de théorie politique et de rhétorique, se distinguant des politiques ou des militants traditionnels. Grâce à leur *« énonciation subjective »* (Mathy & Fanouillère, 2019), leur charisme, leur *« capital numérique »* (Granjon, 2022) et leur habileté dans les espaces publics socionumériques, ces influenceurs parviennent à forger une communauté fortement loyale, se positionnant en dehors des cadres institutionnels. Leur approche, intégrant leur *« bataille culturelle »* (cf. III.1*)* dans la culture numérique grand public, les transforme en de véritables entrepreneurs idéologiques influents, attirant une audience en quête d'alternatives. Cette posture et ce type de stratégie sont comparables à celles des youtubeurs d'autres domaines comme la beauté ou le cinéma.

Cependant, nous avons pu observer qu'ils se distinguent par une audience généralement plus restreinte (cf. Chapitre 1) et des sujets qui les exposent à des bannissements, des censures et des attaques d'opposants idéologiques (cf. IV.1). Cette spécificité les oblige parfois à employer des tactiques de contournement (euphémisation, sous-entendu, multiplication des profils), à se tourner vers des plateformes plus confidentielles ou à trouver des moyens alternatifs de subsistance. Cela entraîne également des opportunités financières moins importantes que celles de leurs homologues dans le divertissement.

Sur cet aspect financier en particulier, nous avons pu répondre à nos deux interrogations relatives aux questions économiques de ces vidéastes : *Quelles sont leurs activités entrepreneuriales ? Comment génèrent-ils des modèles économiques à partir de leur activité en ligne ?*. Nous avons alors observé que leurs modèles économiques révèlent une diversification significative de leurs sources de revenus. En effet, initialement dépendants des revenus publicitaires des médias sociaux, ces youtubeurs ont transformé leurs chaînes en vitrines de promotion et de communication. Leur positionnement politique sert ainsi à la fois de levier économique et d'élément distinctif de leur image. En développant une base solide d'abonnés, ils acquièrent une résilience financière face aux restrictions de la plateforme, transformant cette communauté en une niche commerciale. Plus concrètement, ces youtubeurs politiques proposent une gamme de produits et de services, dans un modèle économique comparable à celui d'autres influenceurs.

Toutefois, nous avons remarqué que cette approche suscite des doutes sur leur sincérité, soulignant une tension entre leur authenticité et leurs activités commerciales, typique de nombreux influenceurs contemporains, et révélant surtout leur intégration dans un *« schéma capitaliste »* où la monétisation prime sur le militantisme pur.

En se penchant sur leur parcours de professionnalisation depuis leur apparition sur YouTube, nous avons également relevé que ces vidéastes ont évolué de l'anonymat vers une évidente notoriété croissante, révélant progressivement leur identité et professionnalisant leurs approches. En investissant dans des équipements et en développant des compétences techniques, ils ont transformé leur rôle d'amateurs en celui de professionnels. Autour d'eux s'est formé un réseau alternatif intégrant des professionnels, intellectuelles et figures politiques de divers domaines, créant ainsi un écosystème. Malgré des défis comme l'obsolescence technologique et la réglementation, ces vidéastes ont diversifié leurs activités et légitimé leur statut par la création d'entreprises. Bien qu'un certain désenchantement ait incité certains à réorienter et adoucir leurs discours, ils continuent d'exploiter leur influence pour attirer des *« clients »* potentiels et conservent néanmoins, une audience en expansion

Leurs parcours professionnels révèlent aussi des parallèles surprenants avec les trajectoires d'écrivains et de jeunes militants politiques rappelant ainsi le paradigme des *« coûts et rétributions du militantisme »* (Gaxie, 1977 ; 2003). En effet, ces vidéastes se distinguent par leur évolution dans un réseau multi-acteurs sur les médias sociaux, s'écartant des voies traditionnelles de l'engagement politique. Leur succès repose sur des rétributions symboliques comme l'audience et la notoriété, qui renforcent leur engagement et les incitent à des sacrifices personnels pour développer leur carrière. Ces dynamiques montrent comment ces influenceurs politiques transforment leur visibilité en opportunités entrepreneuriales et politiques, créant une économie symbolique où le capital social renforce leur position dans l'espace public et professionnel. En somme, ces vidéastes illustrent la complexité et la diversité des formes d'expression politique *« numérique »* contemporaine, combinant de manière singulière l'entrepreneuriat, l'enrichissement personnel, le débat politique et la quête de pouvoir dans un espace public numérique interconnecté.

CONCLUSION GENERALE

Pour conclure définitivement ces travaux, ce dernier chapitre propose d'abord une synthèse générale. Cette dernière fusionne les multiples facettes examinées durant notre recherche, fournissant ainsi une vision unifiée et structurée des résultats acquis. Notre objectif est de fournir une analyse qui connecte les différentes observations, afin de dresser un tableau global des dynamiques présentes chez les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite. Ensuite, nous présenterons nos conclusions finales, offrant une réflexion et une réponse à la question de recherche principale. Enfin, nous évoquerons les limites identifiées de notre étude.

Synthèse

Dans un premier temps, nous avons observé, dans notre introduction générale, que YouTube est passé d'une plateforme neutre à un média incontournable, en partie grâce à un modèle *« multiface »* (Tirole & Rochet, 2004) qui a estompé, par ses logiques *« sociotechniques »* (Monnoyer-Smith & Wojcik, 2014), les frontières entre amateurs et professionnels, en particulier, par la monétisation des espaces publicitaires. Nous avons également constaté que l'influence des plateformes comme YouTube dans le domaine politique se manifeste notamment, à travers des contenus militants provenant de simples internautes ou d'activistes. De plus, leurs algorithmes peuvent créer des bulles filtrantes et contribuer à la radicalisation.

Ce phénomène remet en question, à sa manière, le modèle traditionnel de la sphère publique habermassienne en favorisant une prolifération de communautés numériques atomisées, aux opinions diverses Cette évolution a favorisé la professionnalisation de certains utilisateurs de ces plateformes, donnant lieu à l'émergence de youtubeurs et influenceurs. Ces derniers se sont en quelque sorte transformés en *« « substitut naturel 2.0 du leader d'opinion »* (Lukasik, 2022) dans de nombreux domaines, y compris en politique. Au vu de ces constats et de notre expérience individuelle, nous nous sommes alors questionnés, dans le cadre de cette thèse, sur les rôles, les fonctions et surtout les activités de ces derniers, spécialement ceux qui occupent indubitablement une place importante dans les débats politiques sur les plateformes, à savoir les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite

Ensuite, après avoir formulé notre question de recherche centrale (*pour rappel si ces youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite constituent de nouveaux professionnels de la politique ?*), nous avons choisi, dans ce doctorat, de diviser nos travaux et leurs restitutions en deux aspects principaux (*« politique »* et *« métier »*) Le premier aspect concerne l'analyse des idéologies et des discours politiques des vidéastes, en examinant leurs genèses, inspirations et croyances. Le second aspect s'intéresse à leur approche professionnelle, en particulier leurs stratégies numériques, leur environnement économique et médiatique, ainsi que la manière dont ils monétisent leur activité

Afin de répondre à notre question principale et d'analyser les deux aspects précédemment mentionnées, nous avons choisi une approche qualitative, se distinguant nettement des méthodes quantitatives habituellement employées dans ce domaine. Notre étude sur ces youtubeurs politiques s'est donc appuyée sur une *« observation empirique distante »*, (cf. Chapitre Méthodologique) combinant observations externes autour de six vidéastes. Cette démarche a initialement nécessité une exploration minutieuse du *« YouTube politique »* pour contextualiser notre sujet et, surtout, pour identifier et sélectionner ces six youtubeurs politiques pertinents pour cette recherche. Cette contextualisation, décrite dans notre Chapitre I, présente une analyse détaillée du paysage politique sur YouTube. Elle révèle notamment l'existence de huit catégories distinctes de chaînes politiques, allant des médias institutionnels aux *« youtubeurs politiques »*, en passant par les médias alternatifs (cf. I.1). Cette diversité appuie notamment la théorie de Chadwick (2017) sur un *« système médiatique hybride »*, où médias sociaux et traditionnels coexistent et interagissent dans un écosystème dynamique, impliquant des acteurs variés comme la presse, les politiques, les journalistes, les citoyens et les youtubeurs politiques. Ce travail préalable a également permis de dégager trois grandes mouvances parmi les *« youtubeurs politiques »* (cf. I.2) : *« les Progressistes »*, avec des idées de gauche radicale et multiculturelle ; *« les Souverainistes »*, représentant une gauche souverainiste et un populisme de droite non conventionnel ; et *« les Réactionnaires »*, aux idées nationalistes et identitaires, étudiés dans ce doctorat. Ces groupes, bien que souvent en opposition, réussissent à dialoguer et à débattre sur différentes plateformes. Notre analyse du *« YouTube politique »* souligne aussi l'importance du *« système de recommandation »* dans la promotion des contenus politiques.

Cet algorithme semble offrir une égalité de surface entre les youtubeurs amateurs et les médias traditionnels (cf. I.1). Cependant, notre enquête de terrain, notamment par les chiffres d'audience, confirme certains travaux anglo-saxons montrant une nette préférence algorithmique pour les contenus produits par les médias institutionnels, malgré la prédominance en nombre des médias alternatifs et des youtubeurs politiques. Ces derniers tirent néanmoins avantage d'une méfiance croissante envers les médias qu'ils désignent eux-mêmes souvent comme *« mainstream »*, ouvrant ainsi la voie à une sphère médiatique alternative. Dans cet espace, ces youtubeurs politiques, en particulier ceux de droite radicale et d'extrême droite, semblent offrir des lieux de socialisation et de débats, catalysés notamment par la facilité et l'accessibilité de la création de contenu. En fin de compte, grâce à ce travail préliminaire, nous avons pu conclure que les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite, évoluant dans un environnement à la fois hybride, dense et compétitif, ont réussi à tisser des liens influents et à impacter le discours politique sur la plateforme.

Le chapitre suivant (cf. II) fournit les portraits des six youtubeurs sélectionnés parmi *« Les Réactionnaires »* pour notre étude. Ces différents portraits nous ont ainsi révélé une mosaïque d'itinéraires divers et interconnectés, contredisant l'idée journalistique et séduisante d'une véritable homogénéité sociologique ou idéologique de ces youtubeurs. Leur politisation s'est souvent opérée en dehors des voies conventionnelles, grâce notamment à l'influence de figures clés de la politique sur le web.

Nous avons alors pu distinguer trois phases majeures caractérisant ce mouvement de vidéastes : d'abord, les fondateurs comme Alain Soral, qui ont jeté les bases et attiré les premiers spectateurs ; ensuite, les innovateurs tels que Papacito ou Raptor, qui ont renouvelé le genre avec des formats originaux et séduit un public plus jeune ; enfin, les disciples, majoritairement influencés par ces derniers. Nos analyses de ces portraits ont pu ainsi mettre en lumière non seulement des changements idéologiques et stylistiques, mais aussi l'importance des interactions et des influences mutuelles au sein de l'espace politique de YouTube.

Dans le chapitre III, nous avons premièrement exploré, tel qu'annoncé précédemment, l'aspect *« politique »* de ces six youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite. Nous avons d'abord évoqué une influence significative de La Nouvelle Droite (cf. III.1). Dans les faits, ces créateurs de contenu, en assimilant des concepts fondamentaux de ce courant, tels que l'*« ethnopluralisme »* et la *« Métapolitique »*, et en formulant des critiques envers le progressisme, se sont surtout appuyés sur les théories de Gramsci, notamment sur sa vision de la *« bataille culturelle »*. Nous avons également observé qu'ils s'inspirent des tactiques de l'Alt-Right (cf. III.2), qu'ils adaptent au contexte socioculturel français. Leurs discours, focalisés sur des sujets controversés tels que l'immigration et l'insécurité, projettent une perspective conservatrice, souvent marquée par le nationalisme et parfois, par une forme de *« racialisme »* (cf. III.3).

En outre, nous avons pu remarquer aussi que ces vidéastes, en diffusant leurs idées avec un mélange d'humour et de second degré (cf. III.4), ont acquis une popularité croissante, captivant un public de plus en plus vaste et diversifié au-delà des cercles traditionnels de droite et d'extrême droite, attiré par leur façon ludique et singulière d'aborder des thématiques sociopolitiques. Ainsi, en réaction à ces phénomènes contemporains tels que la mondialisation, le progressisme ou ce qu'ils désignent sous le terme de *« wokisme »*, ces youtubeurs ont créé un espace de contestation. Ils contribuent également à intensifier la polarisation communautaire et raciale sur Internet, exacerbée par des antagonismes identitaires et renforcée par des influences extérieures. En somme, la partie de nos travaux qui s'est concentré sur l'aspect *« politique »* de ces vidéastes (cf. III) a révélé que, dans un contexte marqué par une méfiance croissante envers les institutions établies, En proposant une alternative médiatique, ces youtubeurs répondent à un certain désir d'affirmation identitaire et contribuent au renforcement du sentiment d'appartenance au sein des espaces en ligne

Concernant l'aspect *« métier »* (cf. IV), nous avons réalisé une analyse de leurs stratégies numériques, en nous basant sur notre cadre d'analyse 5C (*Canaux, Contenu, Codes, Communauté, Contrôle*). Ces travaux nous ont confirmé que ces influenceurs adoptent des pratiques *« transplateformes »* (Millette, 2013) et de « *marketing numérique »*, s'orientant notamment vers des canaux alternatifs pour contourner la censure et les risques de bannissement. Au niveau du contenu, ils marient éléments des médias traditionnels et authenticité, en adaptant leurs formats pour inclure des vidéos courtes et des podcasts, tout en préservant un style distinctif.

Nous avons aussi observé qu'ils fusionnent avec maîtrise les codes culturels du web à un discours politique radical, établissant ainsi une identité unique. Ils déploient également des stratégies sophistiquées de *« community management »*, créant de véritables écosystèmes virtuels qui servent de refuges idéologiques pour certains de leurs abonnés. Concernant le contrôle, ils font preuve d'une vigilance constante pour préserver leur image et leur contenu, restant réactifs aux tendances et aux enjeux de leur réputation en ligne.

Nous avons aussi constaté que, initialement dépendants des revenus publicitaires, ils ont diversifié leurs modèles économiques (cf. IV.2) en s'appuyant notamment sur leur *« stratégie gramsciste »*, et en transformant leurs discours en de véritables vitrines promotionnelles. Cette approche, alliée à un solide socle d'abonnés, leur a permis de développer une résilience financière et de convertir leur communauté en capital immatériel rentable. Nous avons noté toutefois, une certaine tension entre leur authenticité militante et leurs activités commerciales, typique des influenceurs contemporains. Malgré cela, ils continuent de gagner en notoriété, se positionnant dans un environnement orienté vers le cyber-entrepreneuriat. En s'investissant personnellement et matériellement, en effectuant des sacrifices et en affinant leurs compétences techniques, ces vidéastes ont ainsi professionnalisé leur approche, évoluant au sein d'un réseau parallèle *« dissident »*, similaire à l'*« Alternative Influence Network »* de l'Alt-Right américaine (Lewis, 2018), un réseau alternatif influent et riche en opportunités de carrière (cf. IV.3)

Conclusion :

Cette thèse de doctorat a d'abord mis en exergue une transformation notable de YouTube, ainsi que de l'univers des plateformes de médias sociaux, évoluant vers un espace mêlant dimensions médiatique, politique et commerciale. Au cœur de cette évolution, la notoriété se révèle être un facteur clé de réussite. Dans ce contexte, les youtubeurs et influenceurs politiques de droite radicale et d'extrême droite, étudiés durant nos recherches sur plusieurs années, se distinguent en tant que *« cas d'école »* ou figures de proue de ce phénomène de *« micro-célébrités »* politiques. Leur ascension s'explique principalement par leur capacité à développer une identité charismatique et à manier avec aisance les outils des médias numériques. Cette compétence est comparable à celle des *« bons clients »* dans le domaine télévisuel, une expression notamment utilisée par Erik Neveu (2003) pour désigner les figures politiques récurrentes des programmes télévisés, particulièrement aguerries à l'exercice audiovisuel.

Ces acteurs se distinguent par leur maîtrise experte de compétences numériques. Cette habileté leur permet de générer et de dynamiser des niches d'audiences et des communautés variées, profitant notamment des *« chambres d'écho »* et des *« bulles filtrantes »* partisanes (Cardon, 2018). Ces espaces virtuels deviennent alors le terrain de leur combat culturel *« gramsciste »*. Cette bataille émerge non seulement des algorithmes, mais aussi d'assemblages sociotechniques complexes où les interactions façonnent une nouvelle forme de communication politique, s'orientant vers un véritable standard communicationnel désormais employé par de nombreuses institutions, figures politiques et partis.

Cette forme d'activisme réactionnaire marque ainsi un changement de paradigme significatif. Elle implique désormais une diversité d'acteurs et d'internautes, endossent désormais les rôles de *« métapoliticiens 2.0 »* (Mely, 2019). Ces derniers, à l'image des vidéastes étudiées dans cette thèse, utilisent une variété de formats de contenu caractérisés par une *« moquerie partisane »* (Fischer et al., 2022, p.271), mêlant ton ironique, opinions tranchées, et critiques envers des groupes antagonistes, ainsi que les politiques et les médias traditionnels. Comme nous avons pu l'observer dans ce travail de recherche, cette approche, oscillant entre décontraction apparente et humour, dissimule parfois une réelle volonté d'*« armer les esprits »*, autrement dit un *« redpilling » (*cf. III.2*)*. Ces youtubeurs s'engagent alors dans l'élaboration de contenus flirtant souvent avec le conspirationnisme et les provocations dans une démarche assimilable à une forme d'éducation populaire idéologique. D'autres contenus, se présentant sous un voile de neutralité, tels que des conseils de coaching, relationnels ou personnels, se transforment en vecteurs *« dédiabolisés »* pour la propagation d'idées radicales.

En outre, nous avons également constater que ces influenceurs ne se limitent pas à l'utilisation des médias numériques pour atteindre leur public ; leur intégration dans un véritable écosystème contribue également à la monétisation de l'engagement de leur audience, générant des perspectives de carrière mais surtout des revenus, principalement à travers la publicité, la vente de produits et services, tout en établissant une sorte de *« marque personnelle »* (ou *« personal branding »*) au sein d'activités multisectorielles.

Pour répondre finalement à la question principale de notre recherche *(à savoir si les youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite sont de nouveaux professionnels de la politique ?)*, le bilan définitif des deux aspects majeurs *(« politique »* et *« métier »*) étudiés dans notre travail de recherche nous permet d'y répondre de manière nuancée. En effet, bien que ces vidéastes aient acquis une influence significative, nos travaux confirment qu'ils ne peuvent pas être qualifiés de véritables *« professionnels de la politique »* ou d'*« entrepreneurs politiques »* au sens où l'entendent respectivement Weber et Schumpeter. Les youtubeurs politiques de droite radicale et d'extrême droite en question ne correspondent pas à ces qualificatifs, car tout d'abord, nous avons pu relever à travers notamment leur portraits et parcours qu'ils manquent d'expérience dans la gestion des affaires publiques et d'ancrage institutionnel. Leur activité se concentre principalement sur l'exploitation des plateformes où ils maximisent leur audience à travers les stratégies que nous avons analysées en détail (cf. IV.1). Ils ne sont pas non plus soumis aux responsabilités démocratiques qui caractérisent les professionnels de la politique, tels que rendre des comptes à des électeurs ou respecter des obligations institutionnelles. Nous avons donc pu constater que leur engagement se limite à une interaction avec leur public, sans les contraintes qui accompagnent les fonctions politiques traditionnelles. En s'appuyant à nouveau sur la notion de Daniel Gaxie (2001) de *« professionnalisation des activités politiques périphériques »* et de nos résultats, on constate que ces youtubeurs s'inscrivent dans une dynamique semblable. À contrario de certains de leurs homologues nord-américains, ils ne semblent ni avoir ni vouloir accéder à des positions de pouvoir, même si certains peuvent éventuellement devenir proches de personnalités politiques.

Autrement dit, ils opèrent de manière indépendante, poursuivant des objectifs propres, tels que la notoriété et la reconnaissance par leurs pairs, plutôt que des objectifs strictement politiques. À l'instar des spécialistes des sondages, des consultants, des lobbyistes ou encore des communicants cités dans les travaux de Gaxie (2001, p.9), nous avons pu constater que ces youtubeurs ne se définissent pas comme des *« hommes politiques »* au sens traditionnel, ayant même parfois une aversion profonde pour ce statut. Nous avons observé qu'ils poursuivent plutôt une quête d'autonomie, s'éloignant, si l'on ose dire, encore plus des institutions et des partis que les exemples de professions mentionnées par Gaxie. Certains revendiquent même, malgré une approche parfois courtisane envers les mouvements de droite radicale, leur rupture et leur incompatibilité avec les structures établies. Cette posture diffère ainsi de celle des *« activités professionnelles périphériques »* évoquées, car ces vidéastes se situent et tiennent à se situer en dehors du champ politique à proprement parler.

En effet, leur discours semble surtout être utilisé comme un outil pour générer des revenus, plutôt que comme une expression sincère de convictions. Cette approche commerciale contraste avec l'expression d'une vocation attendue des *« véritables »* professionnels de la politique et apparaît souvent en contradiction avec certaines de leurs positions, notamment lorsqu'ils critiquent le capitalisme mondialisé. Cela suggère que leur discours est davantage un *« produit d'appel »*, un positionnement marketing d'*« outsider »* (Neihouser, 2023) destiné à capter l'attention et à créer des opportunités professionnelles, plutôt qu'un véritable engagement.

Sur ce point, nous avons pu constater, notamment dans cette étude empirique, qu'ils réagissent aux tendances du moment, influencés par les algorithmes des plateformes, plutôt que de développer une vision politique à long terme. Ainsi, contrairement à la plupart des hommes politiques traditionnels, ces youtubeurs privilégient les sophismes, les superficialités et une forme de *« polarisation affective »* systématique, sans offrir de véritables programmes politiques ni de réelle volonté de vivre *« de »* et *« pour »* la politique, s'éloignant encore davantage des critères de professionnalisme politique.

Notre étude approfondie de la professionnalisation de ces vidéastes de droite radicale révèle surtout des similitudes avec les parcours de jeunes artistes ou militants politiques. En effet, ces vidéastes exploitent leur visibilité et leur posture idéologique radicale, combinées à une notoriété forgée par leur *« marketing d'influence »*, pour générer des modèles économiques viables. Cela démontre comment le *« médiactivisme »* (Cardon & Granjon, 2013) peut être rétribué symboliquement, et surtout matériellement, dans l'espace public. Ainsi, l'impact croissant de ces youtubeurs politiques, observé durant nos travaux, de même que celui de leurs idées, souligne l'efficacité de leur stratégie numérique. Initialement marginalisés et cantonnés à des plateformes spécifiques, l'influence de ces vidéastes et influenceurs radicaux s'est rapidement étendue au-delà de leurs sphères initiales. À ce titre, nos observations et immersion révèlent notamment que leur contenu et leur activité ont influencé, parfois de manière indirecte et secrète, une génération de jeunes militants de droite et d'extrême droite.

Ces derniers, se politisant en partie dans les espaces publics numériques, n'hésitent pas, notamment, à reprendre leurs éléments de langage ou à adopter leur rhétorique sarcastique. Cette influence évidente les a propulsés au rang d'acteurs majeurs dans un réseau polycentrique d'une forme juvénile et virtuel d'une nouvelle droite nationaliste. Ce dernier perpétue ainsi une tradition anti-Lumières, souvent *« populiste »*, caractérisée par des concepts tels que la critique des élites, la célébration de l'inégalité et l'*« anti-gauchisme »*.

Plutôt que des *« professionnels de la politique »*, ces youtubeurs incarnent ainsi la version idéologisée de l' *« entrepreneur numérique »*, du métier d'*« influenceur »* des médias sociaux : l'*« influenceur politique ».* Un équivalent radical et politisé de l'influenceur beauté, mode ou cinéma, avec ses similarités dans les pratiques mais aussi ses particularités que nous avons relevées dans ce travail, utilisant habilement l'ensemble des plateformes pour s'épanouir en dehors des structures politiques et médiatiques conventionnelles. Ils proposent surtout un mode de vie que certains chercheurs anglophones qualifient notamment de *« lifestyle activism »* (Lorenzini & Forno, 2022), dans lequel les individus incorporent leurs convictions politiques dans leur quotidien, leurs choix de consommation et leurs pratiques sociales. Autrement dit, ils semblent promouvoir un modèle de développement personnel dans un esprit presque néolibéral, où l'entrepreneuriat individuel, le *« business en ligne »* et la quête d'une fortune *« facile »* et émancipatrice prennent une place croissante sur les médias sociaux.

Finalement , au sein de cette *« économie de l'attention »*. Ils transforment, voire *« ubérisent »*, les idées politiques de droite radicale et d'extrême droite en de petites entreprises, en de petites unités de production au sein des espaces numériques contemporains. Une conclusion que nous pouvons, en quelques sortes, illustrer par la citation d'un des opposants *« Progressistes »*, Dany Caligula, qui vulgarise et résume familièrement le parcours du Raptor ainsi que des certains youtubeurs que nous avons étudiés :

« […] Ce qui me fascine, c'est que le gars avait un mauvais micro, il mettait des mèmes un peu nuls avec un montage éclaté. Il a eu un succès fou. Il a réussi à faire deux vidéos par an, à se foutre de son public pour finir par leur vendre des protéines. En fait, c'est ça aussi ça la déception, moi je pense sur ces youtubeurs-là […] Ils ont fait les gars « vient on va révolutionner la politique, pas comme les autres ». Et au final, c'est le gars maintenant qui est le plus lisse. C'est une influenceuse Instagram. […] Sauf qu'à la base, c'est exactement le genre de profil qu'il critiquait. Regarde, les Papacito, les Baptiste Marchais, ils sont devenus voilà des gars qui n'ont pas trop d'ambitions, qui ne se renouvellent pas, qui surfent sur des placements de produits, vendent des PDF de merde à leur public, et leur marque de protéines. […] Pour l'instant ils gagnent, ils n'ont pas d'ambitions […] Ces gens sont lissés pour le business aussi. […] C'est sûr qu'il a une belle niche, même aujourd'hui, je pense que ça doit faire un paquet de monde. […] Mais sa dimension subversive, politique et même humoristique, a disparu. […] ».

Limites et Perspectives

La première limite que nous pouvons soulever en ce qui concerne cette thèse se concentre essentiellement sur l'approche des vidéastes étudiés. En effet, nous l'avons mentionné dans notre chapitre méthodologique, en raison des défis inhérents à l'établissement de contacts directs avec ces derniers, il nous a été difficile de les rencontrer en personne pour conduire des entretiens approfondis. Toutefois, nous restons convaincus que l'idée de nous immerger en tant qu'abonnés actifs et membres intégrés de leurs espaces communautaires représente une alternative judicieuse et une démarche intéressante pour la collecte de données. En effet, en leur qualité d'influenceurs, ces vidéastes maintiennent une proximité avec leurs communautés, ce qui les conduit, malgré une représentation médiatique évidente, à révéler souvent involontairement de nombreux aspects personnels, sociologiques et psychologiques. Par ailleurs, les plateformes, le web et réseaux sociaux se révèlent être des sources d'informations précieuses et prolifiques. Nous avons réussi à extraire des matériaux qui, bien qu'initialement cachés, se retrouvent dans les métadonnées et les recoins moins visibles des forums. Nous devons également reconnaître une certaine omission concernant l'exploration de l'ingérence de services ou d'influences externes, en particulier en ce qui concerne les interactions avec certains médias alternatifs ou l'influence de personnalités ou de structures provenant, par exemple, de la Russie ou de l'Iran.

Nous pouvons également relever une contrainte significative liée aux algorithmes et aux *« bulles filtrantes »*, qui ont représenté des obstacles dans nos recherches. Ces mécanismes ont parfois eu pour effet de nous limiter à des sphères intellectuelles et politiques isolées. Néanmoins, pleinement conscients du danger d'influence et de l'introduction possible de biais, nous avons adopté une démarche impliquant une compréhension de ces processus, afin de préserver la neutralité et la rigueur scientifique indispensables à notre travail.

En ce qui concerne les perspectives, l'étude approfondie de ces vidéastes et de leurs univers sur plusieurs années nous a permis d'observer des évolutions notables dans leurs trajectoires. Nous avons pu observer en particulier une diversification significative de leurs parcours : tandis que certains se sont orientés vers une activité pleinement commerciale en s'éloignant du domaine politique, d'autres se sont concentrés sur une production et une posture d'agitateur d'idées. Il serait particulièrement pertinent d'étudier ainsi cette évolution de manière annuelle afin de déterminer si certains entament à l'avenir, malgré les conclusions de nos recherches, une véritable carrière d'homme politique ou se transforment en authentique *« professionnel de la politique »*, en référence au terme wébérien.

En outre, notre immersion dans leurs univers nous a révélé que ces youtubeurs sont désormais des *« têtes d'affiche »* très connues, mais aussi que l'émergence de nouveaux médias sociaux tels que TikTok ou Threads a donné naissance à un nouveau type de *« micro-célébrités »* (Marwick, 2010), une forme que nous qualifiions de *« nano-célébrités »*.

Ces dernières, plus amatrices, avec des communautés restreintes de quelques centaines d'abonnés, introduisent des modèles économiques et des formes de militantisme qui constituent de nouveaux phénomènes captivants à étudier. Enfin, il serait également enrichissant d'examiner comment la nouvelle génération d'influenceurs politiques, notamment ceux de droite radicale et d'extrême droite, qui ont été *« biberonnés »* par le référentiel instauré par ces vidéastes, émerge et se développe.

BIBLIOGRPAHIE

Abidin, C. (2016). Aren't these just young, rich women doing vain things online? Influencer selfies as subversive frivolity. *Social Media + Society*, *2*(2).

Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, *161*(1), 86-100.

Acharoui, Z., Alaoui, A., Ettaki, B., Zerouaoui, J., & Dakkon, M. (2020). Identifying political influencers on YouTube during the 2016 Moroccan General Election. *Procedia Computer Science*, *170*, 1102-1109.

Albertini, D., & Doucet, D. (2016). *La Fachosphère: Comment l'extrême droite remporte la bataille d'Internet*. Flammarion.

Allard, L. (2020). Youtubeuse, Youtubeur, travailler à être soi-même à l'âge du talent numérique? *Études digitales*, *2019*(7), 63-83.

Amadori, S. (2012). Le débat d'idées en ligne: formes de la violence polémique sur YouTube. *Signes, discours et sociétés*, (9).

Azizi, S. (2012). L'enquête ethnographique en ligne: l'exemple de Facebook. Dans *Territoires, localité et globalité: Fait et effets de la mondialisation* (Vol. 2, pp. 35-48).

Babeau, F. (2014). La participation politique des citoyens « ordinaires » sur l'Internet: La plateforme YouTube comme lieu d'observation. *Politiques de communication*, *3*, 125-150.

Balleys, C. (2017). YouTube comme plateforme d'expression identitaire, sociale et politique. Dans *Rejoindre les jeunes par le numérique Dépasser le dialogue de sourds* (Vol. 4).

Baricco, A. (2014). *Les barbares: Essai sur la mutation*. Éditions Gallimard.

Barnabé, F. (2022). Figures de l'ironie et thématiques politiques dans le streaming de jeu vidéo sur Twitch.tv: approche rhétorique des performances d'Antoine Daniel. *Télévision*, *13*.

Bar-On, T. (2021). The Metapolitics of the Alt-Right. Dans *The Right and Radical Right in the Americas: Ideological Currents from Interwar Canada to Contemporary Chile* (p. 185).

Bauman, Z. (2005). Vivre dans la modernité liquide. *Sciences humaines*, *165*, 34-37.

Benkler, Y., Roberts, H., Faris, R., Solow-Niederman, A., & Etling, B. (2015). Social mobilization and the networked public sphere: Mapping the SOPA-PIPA debate. *Political communication*, *32*(4), 594-624.

Bernard, L., & Chevalier, T. (2023). Vers une « droitisation » de la société française ? Introduction. *Sociologie*, *14*, 89-93.

Berry, V. (2012). Ethnographie sur Internet : rendre compte du « virtuel ». *Les Sciences de l'éducation-Pour l'Ère nouvelle*, *45*(4), 35-58.

Beuscart, J. S., & Mellet, K. (2015). La conversion de la notoriété en ligne: une étude des trajectoires de vidéastes pro-am. *Terrains & travaux*, (1), 83-104.

Beuscart, J.-S., & Flichy, P. (2018). Plateformes numériques. *Réseaux, 2018/6* (n° 212), 9-22.

Blondeau, O., & Allard, L. (2007). *Devenir média. L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*. Lectures, Les livres.

Bogerts, L., & Fielitz, M. (2019). « Do You Want Meme War? » Understanding the Visual Memes of the German Far Right. Dans M. Fielitz & N. Thurston (Eds.), *Post-Digital Cultures of the Far Right: Online Actions and Offline Consequences in Europe and the US* (pp. 137-154).

Boltanski, L., & Esquerre, A. (2014). Vers l'extrême. Extension des domaines de la droite. *Bellevaux, Éditions Dehors*.

Boullier, H., Kotras, B., & Siles, I. (2021). Savoirs incertains. Étudier «complots» et «vérités» à l'ère numérique. *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*, (10).

Bourdieu, P. (1999). Le fonctionnement du champ intellectuel. *Regards sociologiques*, *17*(18), 5-27.

Boyadjian, J. (2014). Analyser les opinions politiques sur internet: Enjeux théoriques et défis méthodologiques [Thèse de doctorat, Université Montpellier 1].

Boyadjian, J. (2014). Twitter, un nouveau « baromètre de l'opinion publique » ? *Participations*, (1), 55-74.

Boyadjian, J. (2015). Chapitre 6 / Les usages frontistes du web. Dans S. Crépon (Éd.), *Les faux-semblants du Front national* (pp. 141-160). Paris: Presses de Sciences Po.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, *13*(1), 210-230.

Bristielle, A. (2020). YouTube comme média politique : les différences de contenu entre interviews politiques classiques et émissions en ligne de trois représentants de La France insoumise. *Mots. Les langages du politique*, (2), 103-121.

Brock, A. (2015, October 21-24). Whiteness As Digital Imaginary: Sjw As Boundary Object. Paper presented at Internet Research 16: The 16th Annual Meeting of the Association of Internet Researchers. Phoenix, AZ, USA.

Bryant, L. V. (2020). The YouTube algorithm and the alt-right filter bubble. *Open Information Science*, *4*(1), 85-90.

Bullich, V. (2019). Les agences de valorisation de vidéos et la structuration d'une économie des UGC. *Communication. Information médias théories pratiques*, *36*(1).

Burgess, J. (2011). YouTube. Dans L. H. Meyer (Éd.), *Oxford Bibliographies Online*. Oxford University Press, United Kingdom, p. 1.

Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube, Online Video and Participatory Culture*. Cambridge, Polity Press.

Burret, A. (2017). Étude de la configuration en Tiers-Lieu: la repolitisation par le service [Thèse de doctorat, Université de Lyon].

Cahuzac, Y., & François, S. (2013). Les stratégies de communication de la mouvance identitaire. Le cas du Bloc Identitaire. *Questions de communication*, (23), 275-292.

Camus, J. Y. (2018). Le Mouvement identitaire ou la construction d'un mythe des origines européennes. *Fondation Jean Jaurès*, *1*, 7.

Cardon, D. (2007). Le style délibératif de la « blogosphère citoyenne ». *Hermes, La Revue*, (1), 51-58.

Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité: Un essai de cartographie du web 2.0. *Réseaux*, *152*, 93-137.

Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet: Promesses et limites*. Paris, Seuil.

Cardon, D. (2018). Le pouvoir des algorithmes. *Pouvoirs - Revue française d'études constitutionnelles et politiques*, *1* (164), 63-73.

Cardon, D., & Granjon, F. (2010). *Médiactivistes*. Paris: Presses de Sciences Po.

Cardon, D., & Granjon, F. (2013). *Médiactivistes* (2e éd.). Paris: Presses de Sciences Po.

Carofiglio, V., & Ferrandes, C. (1986). Les aventures de la droite française et les avatars de Gramsci. *Mots. Les langages du politique*, *12*(1), 191-203.

Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Power and politics*.

Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford: Oxford University Press.

Champion, A., & Frank, R. (2021). Exploring the « Radicalization Pipeline » on YouTube. Dans [Nom de l'éditeur] (Éd.), *Terrorism Risk Assessment Instruments* (pp. 359-374). IOS Press.

Chapitaux, M. (2022). Ces déviances que le sport n'aime pas voir: politiques publiques et éducateurs professionnels en sports de combat face à la permissivité voire au radicalisme religieux [Thèse de doctorat, Université Toulouse le Mirail-Toulouse II].

Charaudeau, P. (2018). Du discours politique au discours populiste. Le populisme est-il de droite ou de gauche ? *Policromias-Revista de Estudos do Discurso, Imagem e Som*, *3*(1), 11-23.

Châteauvert, J. (2021). Le vlog pour espace de communication. *Communiquer: revue de communication sociale et publique*, (31).

Coman, R., Crespy, A., Louault, F., Morin, J., Pilet, J., & Van Haute, É. (2022). Chapitre 9. L'observation empirique. Dans *Méthodes de la science politique: De la question de départ à l'analyse des données* (pp. 193-215). Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur.

Combe, C. (2020). When Vlogging Educates in Politics: The French Case of « Osons Causer ». Dans *Digitalization of Society and Socio-political Issues 2: Digital, Information and Research* (pp. 61-77).

Comerais, F., & Gilbert, J. A. (Dir.). (2020). *Youtoubeurs, youtubeuses : inventions subjectives*. *Études digitales*, *2019*(1), 289 pages.

Cormerais, F., Gilbert, J. A., Vignon, D., & Khatchatourov, A. (2019). Introduction. *Études digitales*, *2019*(1), 11-13.

Coavoux, S., & Roques, N. (2020). Une profession de l'authenticité: Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube. *Réseaux*, *224*, 169-196.

Cormerais, F., Gilbert, J. A., Vignon, D., & Khatchatourov, A. (2019). Introduction. *Études digitales*, *2019*(1), 11-13.

Cormerais, F., & Gilbert, J. A. (Dir.). (2020). *Youtoubeurs, youtubeuses : inventions subjectives*. *Études digitales*, *2019*(1), 289 pages.

Crépon, S. (2006). *La nouvelle extrême droite: enquête sur les jeunes militants du Front national*. Paris : Les Presses de Sciences Po.

Cucchetti, H. (2016). Pascal Durand, Sarah Sindaco, éds, Le Discours « néo-réactionnaire ». Transgressions conservatrices: Paris, CNRS éditions, coll. Culture & Société, 2015, 362 pages. *Questions de communication*, *30*, 438-441.

Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social media entertainment*. New York: New York University Press.

Dacheux, É. (2006). Espace public et débat public. Réflexions sur le référendum européen. *Mots. Les langages du politique*, (81), 79-91.

Dahlgren, P. (2018). Public Sphere Participation Online: the Ambiguities of Affect. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, *19*(1), 5-20.

Davidson, J., Liebald, B., Liu, J., Nandy, P., Van Vleet, T., Gargi, U., & Sampath, D. (2010, September). The YouTube video recommendation system. In *Proceedings of the fourth ACM conference on Recommender systems* (pp. 293-296).

Dauphin, F. (2022). Succès et limites du debunking pour lutter contre la désinformation. Le cas des vidéastes sceptiques sur YouTube. *Questions de communication*, (42), 315-332.

De Benoist, A., & Champetier, C. (2021). *Manifesto for a European Renaissance*. London: Arktos Media Ltd.

Despontin Lefèvre, I. (2019). Féminisme et genre en débat sur Youtube. *Politiques de communication*, *13*, 31-66.

Dézé, A. (2011). Chapitre 7. Un parti « virtuel » ? Le front national au prisme de son site internet. Dans F. Greffet (Éd.), *Continuerlalutte.com. Les partis politiques sur le web* (pp. 139-152). Presses de Sciences Po.

De Zúñiga, H. G., Copeland, L., & Bimber, B. (2014). Political consumerism: Civic engagement and the social media connection. *New media & society*, *16*(3), 488-506.

Douyère, D., & Ricaud, P. (2019). Présentation du dossier: Youtube, un espace d'expression politique ?. *Politiques de communication*, *13*, 15-30.

Dubois, E., & Gaffney, D. (2014). The multiple facets of influence: Identifying political influentials and opinion leaders on Twitter. *American behavioral scientist*, *58*(10), 1260-1277.

Ekman, M. (2014). The dark side of online activism: Swedish right-wing extremist video activism on YouTube. *MedieKultur: Journal of media and communication research*, *30*(56), 21-p.

El Mouldi, S. (2020). Communautés virtuelles sur youtube: quand les marques s' associent aux youtubeurs [Thèse de doctorat, Université de Bordeaux; Institut supérieur de gestion (Tunis)].

Fabiani, J. L., Ethis, E., & Pedler, E. (1997). À propos de « Sur la télévision » de Pierre Bourdieu. *Revue européenne des sciences sociales*, *35*(109), 167-170.

Faye, G. (1981). *Le Système à tuer les peuples*. Paris: Copernic.

Faye, G. (1998). *L'Archéofuturisme - Techno-science et retour aux valeurs ancestrales*. Paris: L'Æncre. (Rééd. 2011)

Figeac, J., Salord, T., Cabanac, G., Fraisier, O., Ratinaud, P., Seffusatti, F., & Smyrnaios, N. (2019). Facebook favorise-t-il la désinformation et la polarisation idéologique des opinions ? *Questions de communication*, (36), 167-187.

Fischer, T. S., Kolo, C., & Mothes, C. (2022). Political influencers on YouTube: Business strategies and content characteristics. *Media and Communication*, *10*(1), 259–271.

Flichy, P. (2019). Le travail sur plateforme : Une activité ambivalente. *Réseaux*, *213*, 173-209.

Foucault, M. (1984). *L'usage des plaisirs*. Paris: Gallimard.

François, B., & Neveu, E. (1999). Pour une sociologie politique des espaces publics contemporains. Dans B. François & E. Neveu (Éds.), *Espaces publics mosaïques* (pp. 13-58). Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

François, S. (2017). La Nouvelle Droite et le nazisme. Retour sur un débat historiographique. *Revue Française d'Histoire des Idées Politiques*, (2), 93-115.

François, S. (2018). Réflexions sur le paganisme d'extrême droite. *Social Compass*, *65*(2), 263-277.

François, S. (2021). *La Nouvelle Droite et ses dissidences. Identité, écologie et paganisme*. Bord de l'eau (Le).

Frau-Meigs, D. (2017). Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs !. *NECTART*, *5*, 126-136.

Fraser, N. (2001). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of democracy as it really is. *Hermes, La Revue*, *31*(3), 125-156.

Gastineau, N. (2022, 28 février). Des lobbyistes aux populistes : la fabrique de la fenêtre d'Overton. *France Culture*. https://www.radiofrance.fr/franceculture/des-lobbyistes-aux-populistes-la-fabrique-de-la-fenetre-d-overton-7217514

Gauducheau, N., & Marcoccia, M. (2023). La violence verbale dans un forum de discussion pour les 18-25 ans: Comment les jeunes jugent-ils les messages ?. *Réseaux*, *241*, 79-122.

Gaxie, D. (1977). Économie des partis et rétributions du militantisme. *Revue française de science politique*, 123-154.

Gaxie, D. (2001). Les enjeux citoyens de la professionnalisation politique. *Mouvements*, *18*, 21-27.

Gaxie, D. (2005). Rétributions du militantisme et paradoxes de l'action collective. *Swiss political science review*, *11*(1), 157-188.

Gaxie, D. (2001). Les enjeux citoyens de la professionnalisation politique. *Mouvements*, *18*, 21-27.

Gaxie, D. (2005). Rétributions du militantisme et paradoxes de l'action collective. *Swiss political science review*, *11*(1), 157-188.

Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New media & society*, *12*(3), 347-364.

Gillespie, T. (2017). Governance of and by platforms. Dans J. Burgess, T. Poell, & A. Marwick (Éds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 254-278). London: SAGE Publications Ltd.

Giry, J. (2017). Le « complotisme 2.0», une étude de cas de vidéo recombinante : Alain Soral sauve Glenn et Tara dans *The Walking Dead*. *Quaderni*, 41-52.

Giry, J. (2017). Étudier les théories du complot en sciences sociales: enjeux et usages. *Quaderni. Communication, technologies, pouvoir*, (94), 5-11.

Giry, J. (2022). Fake news et théories du complot en période(s) pandémique(s). *Quaderni*, 43-64.

Glitsos, L., & Hall, J. (2019). The Pepe the Frog meme: an examination of social, political, and cultural implications through the tradition of the Darwinian Absurd. *Journal for Cultural Research*, *23*(4), 381-395.

Gomez-Mejia, G., Nicey, J., & Stalder, A. (2019). Youtubeurs, invention d'une énonciation subjective ?. *Études digitales*, (7), 17-32.

Granjon, F. (2022). Inégalités sociales, dispositions et usages du numérique. *Education et sociétés*, (1), 81-97.

Granjon, F., & Denouël, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, *1*, 25-43.

Greffet, F., & Wojcik, S. (2014). La citoyenneté numérique: Perspectives de recherche. *Réseaux*, 184-185, 125-159.

Greffet, F., Wojcik, S., & Blanchard, G. (2014). S'engager dans la campagne présidentielle: les formes multiples de la participation politique en ligne. *Politiques de communication*, (2), 25-58.

Guéraud-Pinet, G. (2022). Éditorialisation et mise en visibilité des contenus audiovisuels des médias d'information en ligne français : le cas de Konbini, Brut. et Loopsider (2013-2021). *Télévision*, *13*, 91-108.

Guyader, A. (2014). Dieudonné, quelle est la question ? *Pouvoirs*, *149*, 169-177.

Hall, J. M. (2020). Newton contra Alt-right Nietzsche : Dionysus as Androgynous Black Panther. *The pluralist*, *15*(2), 110-128.

Hawley, G. (2017). *Making sense of the alt-right*. Columbia University Press.

Heiskanen, B. (2017). Meme-ing electoral participation. *European journal of American studies*, *12*(12-2).

Hine, C. (2000). The virtual objects of ethnography. Dans *Virtual Ethnography*. SAGE Publications Ltd.

Hine, C. (2020). Chapitre 4 L'ethnographie des communautés en ligne et des médias sociaux : modalités, diversité, potentialités. Dans M. Millette, F. Millerand, D. Myles, & G. Latzko-Toth (Éds.), *Méthodes de recherche en contexte numérique : Une orientation qualitative*. Montréal: Presses Universitaires de Montréal.

Hoare, G., & Sperber, N. (2019). *Introduction à Antonio Gramsci*. Paris: La Découverte.

Hobeika, A., & Villeneuve, G. (2017). Une communication par les marges du parti : Les groupes Facebook proches du Front national. *Réseaux*, *202-203*, 213-240.

Hounnou, C. (2023). Clément Desrumaux et Jérémie Nollet (dirs), Un capital médiatique ? Usages et légitimation de la médiatisation en politique: Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. Res Publica, 2021, 206 pages. *Questions de communication*, *43*, 447-451.

Illouz, E. (2020). *La Fin de l'amour. Enquête sur un désarroi contemporain*. Le Seuil, « La Couleur des idées ».

Jamin, J. (2014). Cultural marxism and the radical right. Dans *The post-war Anglo-American far right: A special relationship of hate* (pp. 84-103).

Jauffret, M., & Landaverde-Kastberg, V. (2018). Portrait du personnage biodigital. *Hermès, La Revue*, *82*, 91-97.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Jonas, I. (2010). Psychologie évolutionniste, mixité et sexisme bienveillant. *Travail, genre et sociétés*, *23*, 205-211.

Jorge, A., Marôpo, L., & Nunes, T. (2018). 'I am not being sponsored to say this': a teen youtuber and her audience negotiate branded content. *Observatorio (OBS)**, *2018*(Special Issue), 76-96.

Jouët, J., & Le Caroff, C. (2013). Chapitre 7 - L'observation ethnographique en ligne. Dans C. Barats (Éd.), *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales* (pp. 147-165). Paris: Armand Colin.

Jullien, B. (2011). Competition in multi-sided markets: Divide and conquer. *American Economic Journal: Microeconomics*, *3*(4), 186-220.

Karpf, D. (2012). Social science research methods in Internet time. *Social Network Analysis and Mining*, *2*(3), 197-214.

Katz, E. (1957). The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, *21*(1), 61-78.

Katz, E. (2015). Where are opinion leaders leading us? *International Journal of Communication*, *9*, 1023.

Kessous, E., Mellet, K., & Zouinar, M. (2010). L'économie de l'attention : entre protection des ressources cognitives et extraction de la valeur. *Sociologie du travail*, *52*(3), 359-373.

Kim, J. (2012). The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content. *Media, Culture & Society*, *34*(1), 53-67.

Klein, H. (2019). Effects and perception of multimodal recontextualization in political Internet memes. Evidence from two online experiments in Austria. *Frontiers in Communication*.

Kozinets, R. V. (2019). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research*. SAGE Publications Limited.

Kurzman, C., & Owens, L. (2002). The sociology of intellectuals. *Annual Review of Sociology*, 63-90.

Ledwich, M., & Zaitsev, A. (2019). Algorithmic extremism: Examining YouTube's rabbit hole of radicalization. *arXiv preprint arXiv:1912.11211*.

Leiser, M. (2022). Fridays for Future and Mondays for Memes: How Climate Crisis Memes Mobilize Social Media Users. *Media and Communication*.

Lewis, R. (2018). Alternative influence: Broadcasting the reactionary right on YouTube.

Louessard, B. (2018). Les acteurs historiques de l'audiovisuel au cœur de la contre-culture des youtubeurs. *Revue CIRCAV (Centre interdisciplinaire de recherche sur la communication audio-visuelle)*, (27), 23-42.

Lorenzini, J., & Forno, F. (2022). Political consumerism and lifestyle activism.

Lukasik, S. (2022). L'influenceur sur les réseaux socionumériques: le substitut naturel du leader d'opinion?. *Les cahiers de la SFSIC*, *17*, 145-153.

Mabi, C. (2021). La concurrence algorithmique: Logique des mobilisations en ligne. *Esprit*, 65-73.

Maly, I. (2019). New Right Metapolitics and the Algorithmic Activism of Schild & Vrienden. *Social Media + Society*, *5*(2).

Maly, I. (2023). Guillaume Faye's legacy: the alt-right and Generation Identity. *Journal of Political Ideologies*, *28*(1), 35-61.

Mathy, A., & Fanouillère, J.-B. (2019). Énonciation subjective et simulacre d'intimité sur Youtube: Le cas de l'ASMR. *Études digitales*, *2019*(1), 49-62.

McCafferty, D. (2011). Activism vs. slacktivism. *Communications of the ACM*, *54*(12), 17-19.

McSwiney, J., & Sengul, K. (2023). Humor, Ridicule, and the Far Right: Mainstreaming Exclusion Through Online Animation. *Television & New Media*.

Menger, P. M. (2018). *Le talent en débat*. PUF.

Mercier, A., & Amigo, L. (2021). Tweets injurieux et haineux contre les journalistes et les « merdias ». *Mots. Les langages du politique*, *125*, 73-91.

Mercklé, P. (2016). I. Les réseaux: un nouveau concept, une vieille histoire. Dans P. Mercklé (Éd.), *La sociologie des réseaux sociaux* (pp. 7-20). Paris: La Découverte.

Merah, A., Aoudia, N., & Bouchaala, N. A. (2021). Profils des youtubeurs cyberactivistes en Algérie. Trajectoires de professionnalisation et contraintes technico-politiques. *Communication. Information médias théories pratiques*, *38*(2).

Millette, M. (2013). Pratiques transplateformes et convergence dans les usages des médias sociaux. *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, (43), 47-58.

Monnoyer-Smith, L. (2013). Chapitre 1 - Le web comme dispositif: comment appréhender le complexe? Dans C. Barats (Éd.), *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales* (pp. 11-31). Paris: Armand Colin.

Monnoyer-Smith, L., & Wojcik, S. (2014). La participation politique en ligne, vers un renouvellement des problématiques?. *Participations*, (1), 5-29.

Mouffe 1, C. (2002). La «fin du politique» et le défi du populisme de droite. *Revue du MAUSS*, *20*(2), 178-194.

Nagle, A. (2017). *Kill all normies: Online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right*. John Hunt Publishing.

Negt, O. (2009). L'espace public oppositionnel aujourd'hui. *Multitudes*, (4), 190-195.

Neihouser, M. (2016). Un nouvel espace médiatique? Sociologie de la blogosphère politique française [Thèse de doctorat, Université de Montpellier]. HAL Archives-Ouvertes.

Neveu, É. (2003). De l'art (et du coût) d'eviter la politique: La démocratie du talk-show version française (ardisson, drucker, fogiel). *Réseaux*, *118*, 95-134.

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New media & society*, *20*(11), 4275-4292.

Nonnecke, B., & Preece, J. (2001). Why lurkers lurk. *AMCIS 2001 proceedings*, 294.

Offerlé, M. (2018). *Les partis politiques*. Presses Universitaires de France.

Olivier de Sardan, J. P. (1995). La politique du terrain. Sur la production des données en anthropologie. *Enquête. Archives de la revue Enquête*, (1), 71-109.

O'Callaghan, D., Greene, D., Conway, M., Carthy, J., & Cunningham, P. (2015). Down the (White) Rabbit Hole: The Extreme Right and Online Recommender Systems. *Social Science Computer Review*, *33*(4), 459–478.

Oldenburg, R. (1997). Our vanishing third places. *Planning commissioners journal*, *25*(4), 6-10.

Oldenburg, R. (2013). The café as a third place. Dans *Café society* (pp. 7-21). Palgrave Macmillan, New York.

O'Reilly, T. (2011). Government as a Platform. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, *6*(1), 13-40.

Padis, M. O. (2015). Le style paranoïaque à l'ère numérique. *Esprit*, (11), 51-61.

Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Polity Press.

Paris, R. (1979). Gramsci en France. *Revue française de science politique*, 5-18.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK.

Pastinelli, M. (2011). Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne. *Anthropologie et sociétés*, *35*(1-2), 35-52.

Peneff, J. (2009). *Le goût de l'observation*. La Découverte.

Pew Research Center. (2023, December 11). *Teens, social media and technology 2023*.

Premat, C. (2019). Rediscovering a journalistic ethos with the YouTube channel Thinkerview. *Études digitales*, *1*(7), 183-194.

Rauchfleisch, A., & Kaiser, J. (2020). The German Far-right on YouTube: An Analysis of User Overlap and User Comments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *64*(3), 373–396.

Renaud, C., Fernandez, V., & Puel, G. (2016). Les mèmes Internet ont-ils un mode de propagation spécifique: Analyses à partir de topogrammes de mèmes de l'Internet chinois. *Réseaux*, *195*, 107-130.

Renard, J. B. (2015). Les causes de l'adhésion aux théories du complot. *Diogène*, (1), 107-119.

Ribeiro, M. H., Ottoni, R., West, R., Almeida, V. A., & Meira Jr, W. (2020, January). Auditing radicalization pathways on YouTube. Dans *Proceedings of the 2020 conference on fairness, accountability, and transparency* (pp. 131-141).

Richard, C. (2018). Dans la boîte noire des algorithmes: Comment nous nous sommes rendus calculables. *Revue du Crieur*, *11*, 68-85.

Rieder, B. (2015). YouTube Data Tools (Version 1.11) [Software]. Retrieved from YouTube Data Tools website: https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube.

Rieder, B., & Smyrnaios, N. (2012). Pluralisme et infomédiation sociale de l'actualité: le cas de X. *Réseaux*, (6), 105-139.

Robinault, L., & Rosier, L. Les nouveaux réactionnaires du genre: l'analyse du discours antiféministe au sein de la chaîne Youtube «Le Raptor».

Rochedy, J., & Papacito. (2021). *Venu Vidi Vici, Menace sur les gauchistes*. Édition Hétairi.

Roginsky, S. (2015). Les députés européens sur Facebook et X: une ethnographie des usages. *Communication langages*, (1), 83-109.

Sayad, A. (2016). *La double absence. Des illusions de l'émigré aux souffrances de l'immigré*. Média Diffusion.

Schneider, M., & Teske, P. (1992). Toward a theory of the political entrepreneur: Evidence from local government. *American Political Science Review*, *86*(3), 737-747.

Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks* (Vol. 4). Peter Lang.

Senft, T. M. (2013). Microcelebrity and the branded self. Dans *A companion to new media dynamics* (Vol. 11, pp. 346-354).

Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective. *Internet Research*, *19*(1), 7–25.

Stern, A. M. (2019). *Proud boys and the white ethnostate: How the alt-right is warping the American imagination*. Beacon Press.

Stern, A. M. (2022). Gender and the far-right in the United States: Female extremists and the mainstreaming of contemporary white nationalism. *Journal of Modern European History*, *20*(3), 322-334.

Taguieff, P. (1993). Origines et métamorphoses de la nouvelle droite. *Vingtieme siecle. Revue d'histoire*, 3-22.

Taguieff, P. (2012). Le nouveau national-populisme. Paris: CNRS Éditions.

Taguieff, P. (2012). Populismes de droite et populismes de gauche. Dans *Le nouveau national-populisme* (pp. 67-72). Paris: CNRS Éditions.

Taguieff, P.-A. (2021). *Les théories du complot*. Paris: Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 126 p.

Teitelbaum, B. R. (2020). *War for eternity: The return of traditionalism and the rise of the populist

Temessek–Behi, A., & Laribi, Y. (2016). Sur les traces d'« Enjoy Phoenix »… ou comment la beauté et la pédagogie renforcent le pouvoir d'influence des Youtubeurs sur les consommateurs. *Décisions Marketing*, *84*(4), 115-130.

Théviot, A. (2019). Faire campagne sur Youtube: une nouvelle «grammaire» pour contrôler sa communication et influer sur le cadrage médiatique? *Politiques de communication*, (2), 67-96.

Tiberj, V. (2024). La droitisation française, mythe et réalités. PUF.

Tönnies, F. (2015). *Communauté et société: catégories fondamentales de la sociologie pure*. Paris: Presses universitaires de France.

Tredan, O. (2007). Le « journalisme citoyen » en ligne: un public réifié? *Hermès, La Revue*, (1), 115-122.

Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *SSRN Electronic Journal*.

Tufekci, Z. (2013). "Not this one": social movements, the attention economy, and microcelebrity networked activism. *American Behavioral Scientist*, *57*(7), 848-870.

Urbas, B. (2018). De l'étagère à l'écran: Les objets du jeu vidéo vintage sur YouTube. *Recherches en communication*, (46), 243-263.

Urbinati, N., Borriello, A., Jäger, A., & Borriello, A. (2020). Le populisme au pouvoir. *Esprit*, (4), 69-81.

Valade, B. (2019). La contribution de Raymond Boudon à la sociologie des intellectuels. *Revue européenne des sciences sociales. European Journal of Social Sciences*, (57-1), 181-192.

Vallat, D. (2017). Que peut-on apprendre des tiers-lieux 2.0? Dans *XXVIe conférence de l'AIMS (Association Internationale de Management Stratégique)*.

Vernette, E., & Flores, L. (2004). Communiquer avec les leaders d'opinion en marketing: Comment et dans quels médias? *Décisions Marketing*, 23-37.

Viet, J. B. (2019). *YouTubeur: créer des vidéos et des millions de vues sur YouTube*. Editions Eyrolles.

Watson, M. (2019). Can the Left Learn to Meme?: Adorno, Video Gaming, and Stranger Things. John Hunt Publishing.

Weber, M. (2013). *Le savant et le politique*. Paris: La Découverte.

Westenberg, W. M. (2016). *The influence of YouTubers on teenagers: a descriptive research about the role YouTubers play in the life of their teenage viewers* (Master's thesis, University of Twente).

Woods, H. S., & Hahner, L. A. (2019). *Make America meme again: The rhetoric of the Alt-right*. New York: Peter Lang.

Zemmour, É. (2006). *Le Premier Sexe*. Denoël.

Résumé en français : Y**outubeurs de droite radicale et d'extrême droite :**

les nouveaux professionnels de la politique ?

Ce travail de recherche explore le rôle et l'impact des youtubeurs de droite radicale et d'extrême droite sur la scène politique. L'analyse se concentre sur la professionnalisation de ces vidéastes. Deux axes principaux sont étudiés : d'une part, l'analyse de leur discours politique, véhiculant des idéologies nationalistes et conservatrices, influencées par des courants tels que la Nouvelle Droite et les tactiques de l'Alt-Right ; d'autre part, leur approche professionnelle, révélant des stratégies sophistiquées et leur permettant de créer des niches idéologiques et de monétiser leur influence. L'approche qualitative adoptée combine une observation empirique de six vidéastes sélectionnés et une contextualisation de leur environnement. Les résultats montrent que, bien qu'influents, ces youtubeurs ne peuvent être qualifiés de véritables « professionnels de la politique » au sens wébérien. Leur activité s'inscrit davantage dans une dynamique d'auto-promotion et de marketing d'influence que dans un engagement politique traditionnel..

Titre et résumé en anglais : Far-right and radical-right youtubers:

the new political professionals?

This research explores the role and impact of far-right and radical right-wing YouTubers on the political scene. The analysis focuses on the professionalization of these content creators. Two main areas are examined: first, the analysis of their political discourse, which conveys nationalist and conservative ideologies influenced by movements such as the Nouvelle Droite and the tactics of the Alt-Right; second, their professional approach, which reveals sophisticated strategies enabling them to create ideological niches and monetize their influence. The qualitative approach adopted combines empirical observation of six selected YouTubers with a contextualization of their environment. The findings indicate that, while influential, these YouTubers cannot be considered true ‘‘political professionals’’ in the Weberian sense. Their activities are more aligned with self-promotion and influencer marketing than with traditional political engagement.

Discipline :

Science Politique

Mots-clés :

Youtubeur politique, influenceur, réseaux sociaux, communication politique, YouTube

---

Intitulé et adresse de la Faculté ou du Laboratoire :

CEPEL + Faculté de Droit et de Science politique 39 rue de l'Université 34060 Montpellier cedex 2

DOS DE COUVERTURE