

Twitch, « terrain de jeu » pour journalistes en quête de liens

Description

Réputée pour ses jeux vidéo commentés en direct par des internautes, Twitch, la plateforme de diffusion de contenus propriété d'Amazon, propose depuis 2015 une offre d'information. En attirant un public très jeune – celui-là même qui délaisse la télévision et se désintéresse de l'actualité –, Twitch pourrait représenter un enjeu pour l'avenir de l'information.

Lancée en 2007 aux États-Unis par Justin Kan, Emmett Shear, Michael Seibel et Kyle Vogt sous le nom de Justin.tv, la version bêta de Twitch était dédiée à la diffusion en direct de la vie de Justin Kan. Son quotidien était filmé en immersion totale grâce à une caméra attachée sur une casquette, elle-même vissée sur sa tête et reliée à un ordinateur portable sur le dos. Cette expérience durera près de huit mois et propulsera les fondateurs de Justin.tv sur les plateaux télévisés américains, leur assurant une visibilité importante. Les quatre fondateurs décident dès lors de proposer à d'autres utilisateurs de diffuser eux aussi du contenu : c'est le début des *streamers*, ces vidéastes qui partagent des images filmées par eux-mêmes en direct sur leur propre chaîne. Depuis, tout internaute peut créer gratuitement sa chaîne, à laquelle des spectateurs, les *viewers*, ont la possibilité de s'abonner afin de regarder et de commenter en direct les contenus diffusés.

En 2011, et face à un succès grandissant, les quatre fondateurs de Justin.tv lancent un second site nommé Twitch pour proposer davantage de contenus en direct. Trois ans plus tard, Justin.tv cesse d'exister tandis que Twitch sera convoitée à la fois par Google, qui ambitionne d'intégrer la start-up à YouTube, et par Amazon, qui souhaite pour sa part diversifier ses activités avec un premier service de contenu généré par les utilisateurs (*user-generated content* ou UGC). Justin Kan et associés préféreront la formule de la seconde option : Twitch est ainsi rachetée en 2014 pour 970 millions de dollars par Jeff Bezos, le fondateur d'Amazon. Il ne reste désormais aucun des quatre instigateurs aux commandes de Twitch – le dernier, Emmett Shear, ayant cédé sa place de PDG en mars 2023 à Dan Clancy, qui a travaillé pour la NASA, puis pour Google, avant de rejoindre le site de streaming en 2019.

Si le principe de la plateforme reste le même – une interface multi-écrans grâce à laquelle sont superposés le visage du vidéaste, filmant ses réactions en direct, une copie de son écran et un espace de discussion instantané et public (un *chat*) –, le rachat de Twitch par le géant Amazon la propulse au premier rang mondial dans la diffusion de streaming de jeux vidéo. Et, bien que Twitch se soit fait connaître par la diffusion en direct de jeux vidéo et de eSport, elle se diversifie à partir de

2015 avec des contenus hors *gaming*, parmi lesquels s'est développée la catégorie « Discussion » (*Just Chatting*) « la plus regardée de la plateforme en 2022 et objet de l'attrait d'un public nouveau sur Twitch. » D'après le site TwitchTracker, Twitch rassemble plus de 2,4 millions de spectateurs simultanément dans quelque 200 pays, dont 122 000 francophones en 2022, plaçant l'Hexagone parmi les cinq plus grands utilisateurs de la plateforme. Au premier semestre 2023, 20 % du trafic proviennent des États-Unis, 6,8 % de l'Allemagne, 4,7 % de la Russie, 4,6 % de la Corée du Sud et 4,2 % de la France, selon Statista.

Twitch a certes su proposer d'autres contenus que le *gaming*, mais celui-ci reste bien au cœur de la plateforme et attire grandement les audiences du réseau social de streaming. En effet, les *viewers* forment un public assez homogène, avec 28 % des spectateurs âgés de 11 à 18 ans, selon *Le Figaro*, et 75 % de 16 à 34 ans d'après Statista « une audience très jeune, et très largement masculine puisqu'en 2022 Twitch recensait seulement 36 % de femmes parmi ses utilisateurs. » C'est pourquoi les *streamers*, les plus largement suivis pour l'heure en France sont également des hommes : Squeezie (4,8 millions d'abonnés), Gotaga (4,1 millions) et AmineMatue (2,3 millions), tous les trois proposant des contenus divertissants. Ne dépassant pas encore le million d'abonnés, des *streameuses* font état de sexisme et de harcèlement sexuel, alors que d'autres peinent à asseoir leur popularité « les plus suivies étant Maghla (819 000 abonnés) avec ses vidéos humoristiques et ses *Let's Play*, Deujna (691 000) dans l'univers du jeu vidéo, ou JeelTV (669 000), qui y ajoute manga et culture japonaise. En dehors de ces personnalités très populaires sur Twitch, de grands événements fédérateurs attirent des millions de visiteurs, à l'instar du GP Explorer 2, une course de formule 4, organisée par Squeezie début septembre 2023 et dans laquelle concourraient vingt-quatre influenceurs. En tout, les 3 millions de spectateurs connectés devant le GP Explorer 2, ajoutés aux 40 000 supporters sur place, témoignent de la montée en puissance d'acteurs du digital et de leur capacité à mobiliser un public au-delà des écrans. Néanmoins, de tels succès sur Twitch « oient la popularité d'une chaîne d'termine très largement sa rentabilité » sont à nuancer, puisque 0,4 % des *streamers* sont à l'origine de la moitié des revenus générés sur la plateforme, comme le révélait fin 2021 une fuite massive des données de Twitch.

Ceci aura pour conséquences, d'une part, d'orienter ces derniers vers d'autres plateformes de streaming, comme Kick (propriété des casinos en ligne Stake) « site pourtant dédié pour promouvoir la nudité et les jeux d'argent mais oient la rémunération des créateurs atteint 95 % des recettes au lieu d'une répartition 50/50 sur Twitch » et, d'autre part, de pousser Twitch à innover en proposant davantage de contenus par le biais des *stories* et d'un nouveau fil « Discover », disponible sur l'application depuis juillet 2023 pour favoriser la popularité de *streamers* jusqu'ici peu visibles.

Le modèle économique de Twitch s'appuie principalement sur les abonnements payants et mensualisés, auxquels s'ajoutent des dons ponctuels afin de rémunérer les *streamers* « revenus sur lesquels la plateforme prélève une commission de 30 à 50 %. Les internautes peuvent

Également acheter avec des «bits», monnaie virtuelle de Twitch payable en euros, des «cheers» ou «emotes», à savoir des émoticônes et avatars personnalisés selon la chaîne Twitch visionnée. L'objectif est d'inciter les spectateurs à en collectionner le plus possible afin d'afficher leurs émotions en ligne (pour un abonnement mensuel à 4,99 euros), et surtout de figurer parmi les plus grands fans en se plaçant en tête du *chat* (l'abonnement peut alors atteindre 24,99 euros et autorise, de plus, l'usage d'avatars spécifiques). Les vidéos Twitch peuvent également être entrecoupées de publicités pour lesquelles le vidéaste percevra un pourcentage de la recette.

L'assiduité et l'engagement des *viewers* étant deux des principaux vecteurs de rémunération pour les *streamers*, ces derniers ont tout intérêt à développer leur attractivité. Ainsi les *streamers* martèlent, tout au long de leurs *lives*, des remerciements personnalisés pour les abonnements et les dons, alimentant *in fine* le sentiment d'appartenir à un collectif, sentiment renforcé par un vocable très spécifique à la plateforme dont le site Mashable faisait état, dès 2014, sous le nom de Twitch Speak. Ce glossaire particulier sert aux internautes les plus assidus à se reconnaître et à communiquer plus rapidement. Propre à cet imaginaire, l'*emote* «kappa» exprime l'ironie et un «raid» signifie qu'un *streamer* transfère automatiquement tous ses spectateurs vers une autre chaîne Twitch à la fin de son émission. Dans cet univers mêlant rôfances communes et reconnaissances virtuelles, la chercheuse Fanny Barnabé a montré comment l'ironie sert à mettre en spectacle le contenu «streamé» et cela, sans amoindrir la teneur des propos. L'humour des *streamers* sert alors à annoncer des réalités politiquement engagées.

Autant d'éléments qui contribuent à faire de la plateforme de Jeff Bezos un lieu où tout se joue dans la formation d'une communauté en ligne : au-delà des échanges autour de centres d'intérêt communs, d'un vocabulaire et de mimiques semblables, les modalités d'interaction se veulent aussi horizontales que possible entre *streamer* et *viewers*. De quoi susciter l'intérêt de journalistes curieux d'interagir autrement et avec un public nouveau.

Samuel %otienne, journaliste-streamer

En répondant à l'invitation lancée par le vidéaste spécialiste dans le jeu vidéo et la culture gônale %otiles (Rayenne Guendil dans la vie), Samuel %otienne découvre Twitch pendant le confinement de 2020. L'animateur du jeu télévisé *Questions pour un champion* sur France 3 perçoit alors une nouvelle façon d'interagir en direct avec une communauté en ligne. Cette première expérience le convainc, quelques mois plus tard, de lancer sa propre chaîne. Sans être le premier journaliste à s'aventurer sur la plateforme, Samuel %otienne s'est adapté presque sans encombre aux règles d'usage de Twitch, où l'interactivité est la règle. Presque sans encombre, car le journaliste a accueilli sur sa chaîne en mars 2021 Jean Castex, alors Premier ministre, et s'est heurté à un exercice de langue de bois critiqué par les internautes qui reprocheraient précisément la séquence son manque d'authenticité et d'échange avec

le public.

Aujourd'hui, sa chaîne attire plus de 20 000 spectateurs par vidéo, pour un total de 591 000 abonnés. Selon le journaliste, cette audience est âgée à 87 % de 18 à 35 ans, une donnée significative lorsqu'on la rapproche du baromètre annuel des médias de 2022, réalisé par l'institut Kantar Public pour *La Croix*, selon lequel 38 % seulement des 18-24 ans affirment suivre avec intérêt les informations. Ces mêmes jeunes qui délaisser le petit écran se retrouvent dès lors sur la plateforme de streaming, ce qui motive la présence de Samuel Notienne : l'animateur reproche régulièrement à la télévision son manque de lien avec le public, contrairement à l'importance que lui réserve la plateforme.

Comme la majorité des *streamers*, le journaliste s'inspire des programmes télévisés afin de laborer sa propre grille de programmation. Il *stream* quatre formats principaux : *La Matinée est Tienne*, une revue de presse matinale quasi quotidienne ; *L'Hebdo est Tienne*, chaque vendredi soir pour revenir sur l'actualité de la semaine ; *La Rencontre est Tienne*, format dans lequel il reçoit une personnalité, et *L'Exposition est Tienne*, un *stream* consacré à un musée ou à une exposition. Avec pédagogie, Samuel Notienne juxtapose sa casquette de journaliste à celle d'un critique et médiateur de l'actualité dont le contrat éditorial n'appartient qu'à lui.

Cette indépendance éditoriale sur Twitch est primordiale à la fois pour le *streamer*, gage de sa liberté d'expression, mais aussi pour son public, gage de confiance. Ainsi, la revue de presse hebdomadaire de Samuel Notienne, *L'Hebdo est Tienne*, est sponsorisée depuis le début de l'année 2023 par France Télévisions, employeur du journaliste, sans pour autant interférer dans les contenus proposés. Le logo du groupe s'affiche toutefois en arrière-plan de sa figure de proue sur Twitch, comme sur tous les visuels déployés sur les réseaux sociaux, rappelant la présence d'une institution médiatique derrière les propos de Samuel Notienne. Ce partenariat est révélateur dans son intention : il encadre, ne serait-ce que visuellement, l'animateur du petit écran en rappelant que celui-ci vient de la télévision, celle-là même boudée par le jeune public. France Télévisions a, par ailleurs, lancé sa propre chaîne sur Twitch, quelques semaines seulement après l'arrivée de Samuel Notienne sur la plateforme, poursuivant l'effort de plusieurs rédactions intéressées par ce nouveau point de convergence entre l'internet et la télévision.

D'un écran à l'autre : Twitch comme point de passage pour le journalisme

Si Samuel Motienne a effectivement concentré l'attrait de jeunes viewers pour l'actualité sur Twitch, il a aussi mis en évidence l'intérêt des journalistes et des médias pour la plateforme. Depuis 2015 avec le lancement précurseur du *Figaro*, plusieurs rédactions se sont risquées à l'exercice du direct sur Twitch, notamment celles de BFM TV, Arte, TF1 ou France Inter.

Des streamers concoctent, quant à eux, des formats souvent hybrides en mêlant information et divertissement. À la manière de talk-shows à l'américaine, *Zen* est une émission de pop culture et d'humour animée par Maxime Biaggi et Matthis Noinin sur un plateau ressemblant fortement au *Tonight Show* de Jimmy Fallon. Lancée en 2019 dans le même style, *Popcorn*, présentée par Pierre-Alexis Bizot sous son nom de scène Domingo, reçoit diverses personnalités invitées à discuter, au moins deux heures, de sujets de société et de l'actualité de l'internet. Passée de 20 000 internautes connectés à 300 000 en quatre ans, c'est, en septembre 2023, le talk-show le plus suivi sur Twitch. animateur de débats, présentateur de revues de presse ou encore interviewer de personnalités, certains vidéos inspirent fortement du travail journalistique.

D'autres streamers exercent en même temps une activité dans les médias : à l'instar de Clément Viktorovitch, chroniqueur à Radio France ; d'Usul et Ostpolitik, connus pour leur émission *Ouvrez les guillemets* sur le site Mediapart ou de Léa Chamboncel, journaliste politique intervenant sur La Chaîne parlementaire. La plateforme Twitch attire également, de façon plus ponctuelle, des hommes politiques à la recherche d'un nouveau canal pour atteindre un public plus jeune, comme l'ont fait Jean-Luc Mélenchon, Marine Le Pen, François Hollande ou Julien Bayou.

Incontournable depuis mars 2023, en devenant le temps de son émission la chaîne Twitch la plus regardée au monde lors du vote de la motion de censure contre la réforme des retraites, le premier streamer d'actualité politique, Jean Massiet, est devenu expert dans le commentaire en direct d'un événement télévisé. En septembre 2023, il a même animé l'Agora de la Fête de l'Humanité, conduisant IRL («*in real life*») son émission politique *Backseat* lancée en 2021 sur Twitch. À chaque prise de parole publique, l'ancien collaborateur d'Alus est formel sur ses intentions : tendre le micro à tous les acteurs de la politique dans son talk-show. Tous, à l'exception de l'extrême droite. Une ligne éditoriale critiquée par ses detracteurs au nom d'une impartialité indispensable à l'information et de journalisme.

Vers une nouvelle forme de médiation de l'information ?

Assumant son parti pris, Jean Massiet privilégie la question de l'intérêt des publics en tentant d'apporter davantage de transparence à la fabrique de l'information, question essentielle lorsqu'il s'agit de Twitch.

En 2022, le sondage réalisé par Kantar pour le quotidien *La Croix* indiquait que la majorité des Français de moins de 35 ans juge « positif » le fait que l'information soit diffusée par des non-professionnels sur les réseaux sociaux. La même étude stipulait que la télévision est presque totalement ignorée des moins de 24 ans. S'imposant comme plateforme hybride entre télévision et réseau social, Twitch pourrait devenir un lieu d'expérimentation pour les médias afin de séduire un public ciblé et jeune. Ce même public, né de l'ère des réseaux sociaux et du tout-digital, sait se mobiliser en masse avec des audiences presque comparables à celles du petit écran : pour exemple, le pic de *viewers* en direct pour le GP Explorer 2 sur Twitch était à 1,3 million, quand *Questions pour un champion* rassemble chaque soir 1,4 million de téléspectateurs.

Twitch a donc transformé la façon dont les jeunes citoyens consomment et interagissent en ligne. Mais l'arrivée de contenus d'information « voire journalistiques » sur la plateforme a mis en lumière la défiance d'une partie des *viewers* face à cette évolution. Cette attitude proche du *gatekeeping*, quand il s'agit de filtrer par le biais de critères restrictifs l'accès à un domaine, cherche à s'attaquer aux *streamers* perçus comme « moins légitimes », ainsi qu'à maintenir un pouvoir ou une exclusivité sur Twitch. Ce fut, par exemple, le cas lors du lancement de la chaîne de BFM TV, avec l'intervention de nombreux internautes, utilisateurs du forum jeuxvideo.com, venus perturber ce premier *stream* pour « protéger leur terrain ». La dimension communautaire de Twitch « exacerbe par son mode de fonctionnement au sein d'un univers singulier, avec son humour, son langage et ses références communes » pose la question de la régulation de la plateforme.

Finalement, Twitch illustre dans ces défis et ces enjeux au même titre que d'autres réseaux socio-numériques, en amplifiant tout particulièrement ce que l'internet a apporté : une participation des internautes à l'espace public grâce à des dispositifs permettant des échanges personnalisés et en direct. Les pratiques professionnelles des journalistes souhaitant investir la plateforme s'en trouvent ainsi modifiées, et le rapport au public se négocie désormais différemment. Par la proximité avec leur audience, la transparence et l'effort de mise en scène dont ils font preuve, ces journalistes-*streamers* essaient de montrer comment l'information se façonne tout en portant une attention particulière à l'horizontalité dans les échanges entre *streamers* et *viewers*. Et c'est en cela que la plateforme de Jeff Bezos pourrait devenir un intermédiaire pour inscrire les publics dans la fabrique de l'information.

Néanmoins, il est essentiel de rester très vigilant à la façon dont les nouvelles plateformes sociales et directes, telles que Twitch, s'intègrent dans le paysage médiatique. Si Twitch peut être facteur d'originalité en renouant avec des publics jusqu'ici discrets, la plateforme soulève également beaucoup de questions quant à la régulation, la modération et le contrôle des contenus diffusés. En 2021, une enquête du *New York Times* révélait l'infiltration de Twitch par des influenceurs conspirationnistes d'extrême droite et des partisans du groupe QAnon aux États-Unis.

Sources :

- Magdaleno Alex, « Twitch-speak » : A Guide to the Secret Emoji Language of Gamers », mashable.com, August 8, 2014.
- Woitier Chloé, « Qu'est-ce que Twitch, ce service vidéo dont tout le monde parle ? », *Le Figaro*, 11 mars 2021.
- Browning Kellen, « Extremists Find a Financial Lifeline on Twitch », *The New York Times*, 27 avril 2021.
- Lesniak Isabelle, « Comment Twitch est devenu le roi du streaming en direct », *Les Échos*, 3 juin 2021.
- Rahmil David-Julien, « TwitchLeak : 50 % des streamers de Twitch gagnent 11 centimes par mois », *ADN*, 8 octobre 2021.
- « Le désintéressé pour l'actualité progresse, surtout chez les plus jeunes », *L'Obs*, 21 janvier 2022.
- Sallé Caroline, « Les Français passent plus de 60 % de leur temps libre devant des écrans », *Le Figaro*, 6 avril 2022.
- Peters Jay, « Twitch CEO Emmett Shear is resigning », theverge.com, March 16, 2023.
- Kerkour Tom, « Domingo, Samuel Motienne, Jean Massiet : Les 16 étoiles montantes et stars repêchées par Twitch en France », ozap.com, 4 mai 2023.
- Durant Klara, « C'est devenu impossible de vivre de Twitch » : entre les streamers et la plateforme, des relations toujours tendues », *Le Figaro*, 7 juillet 2023.
- Esteban-Garay Bruno, « Kick, la plate-forme qui rêve de concurrencer Twitch, et ses liens encombrants avec les casinos en ligne », *Le Monde*, 10 juillet 2023.
- Croquet Pauline, « GP Explorer 2 : le défi fou mais pas si neuf de Squeezie », *Le Monde*, 9 septembre 2023.
- Isle Thomas, « Est-ce que Twitch peut remplacer progressivement les chaînes traditionnelles ? », europe1.fr, 25 septembre 2023.
- « Distribution of Twitch.tv users as of May 2022, by age group », statista.com, 2023.
- « Regional distribution of desktop traffic to Twitch.tv as of April 2023, by country », statista.com, 2023.
- « Twitch statistics & charts », twitchtracker.com.

Categorie

1. Usages

date créée

14 décembre 2023

Auteur

nina-barbaroux-pagonisqsd