

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Comment le chat Twitch, en tant que canal de communication écrite, participe à la fidélisation d'audience sur Twitch?

Analyse des interactions, de la construction communautaire, des formes d'engagement et des processus de proximité sur la plateforme Twitch.

Auteur : DACO Eloïse
Promoteur(s) : PHILIPPETTE Thibault
Année académique 2023-2024
Master [120] en communication, à finalité spécialisée: stratégie et communication Web

Table des matières

Table de figures.....	2
Remerciements.....	3
Introduction.....	1
Historique et présentation des fonctionnalités de la plateforme Twitch.....	3
Historique.....	3
Fonctionnalités.....	4
1. Chat.....	4
1.1 Points de chaîne.....	4
1.2 Les bits.....	5
1.3 Onglet communauté.....	5
1.4 Train de la hype :.....	6
1.5 Sondages.....	6
1.6 Commandes de chat.....	6
1.7 Bots.....	6
1.7 Les différents modes du chat.....	7
1.8 Badges.....	7
1.9 Prédications.....	8
2. Abonnements.....	9
Partie 1 : Revue de la littérature.....	12
Cadre Contextuel.....	12
Du forum au chat en direct.....	12
1. Le chat.....	12
Adaptation et cohérence dans les chats textuels.....	13
Comparaison du langage écrit et parlé.....	13
Caractéristiques des conversations en chat.....	13
Les messages de la CEMO.....	13
Extimité et intimité dans le chat Twitch.....	15
Le pseudonymat dans les chats.....	15
Les émoticônes.....	15
L'importance des expressions faciales dans la communication verbale.....	16
L'importance des émoticônes dans la communication CMC.....	16
L'importance des emotes sur Twitch.....	17
2. Spectateur versus streamer.....	18
2.1 Le spectateur.....	18
Spectateurs de jeu VS Spectateurs d'événements sportifs.....	18
Commentateurs.....	19
Spectateurs de la plateforme Twitch.....	19
2.2 Le streamer.....	20
Configuration.....	21
L'authenticité du streamer.....	22

Cadre Conceptuel.....	23
1. Concept d'engagement.....	23
L'engagement en Sociologie.....	23
L'engagement en Marketing.....	23
L'engagement sur Twitch.....	24
2. Concept d'interaction.....	24
Sociologie.....	24
Interactions sur Twitch.....	25
De l'instantanéité.....	25
Dimension physique.....	25
3. Concepts de communauté et communauté virtuelle.....	26
4. Concept de proximité.....	26
Renforcement du lien de proximité entre Streamers et Viewers.....	27
Stratégies.....	28
Partie 2 : Étude empirique.....	29
Intro.....	29
Problématique.....	29
Méthodologie.....	30
Corpus.....	33
Résultats d'analyse et interprétation.....	37
Résultats d'analyse.....	37
Tableau de codage des observations.....	37
Tableau récapitulatif des résultats d'observation.....	37
1. Critère d'interaction.....	38
2. Critère de communauté.....	39
3. Critère d'engagement.....	40
4. Critère de proximité.....	41
Interprétation des résultats.....	42
1. Critère d'interaction.....	42
L'influence du nombre de viewers sur les interactions.....	42
Phénomène d' Inter-Discussion.....	43
Gamification des fonctionnalités.....	43
La gamification des fonctionnalités sur Twitch.....	44
2. Critère de communauté.....	45
3. Critère d'engagement.....	45
4. Critère de proximité.....	45
Réflexions personnelles :.....	46
Limites de l'analyse.....	48
Conclusion.....	48
Pistes d'études futures.....	49
Bibliographie.....	51

Table de figures

Figure 1 : Capture d'écran du chat de la chaîne Twitch Shaunz le 15/05/24	p.2
Figure 2 : Récompenses de défis sur la chaîne de Ponce	p.4
Figure 3 : Défis de points de chaîne	p.5
Figure 4 : Les Bits	p.5
Figure 5 : Onglet Communauté sur la chaîne de Shaunz le 15/05/24	p.5
Figure 6 : Train de la Hype (Twitch.tv, 2023)	p.6
Figure 7 : Screen d'un message d'un Bot sur la chaîne de Shaunz le 15/05/24	p.6
Figure 8 : Screen d'un badge d'abonné sur la chaîne de Shaunz le 15/05/24	p.7
Figure 9 : Badges globaux	p.8
Figure 10 : Screen d'un badge de chaîne sur la chaîne de Shaunz le 15/05/24	p.8
Figure 11 : Screen d'un badge d'événement sur la chaîne de Shaunz le 15/05/24	p.8
Figure 12 : Prédications de chat (Twitch.tv, 2024)	p.8
Figure 13 : Avantages liés à l'abonnement à la chaîne de Ponce	p.9
Figure 14 : Fenêtre d'abonnement	p.10
Figure 15 : Screen d'une emote sur la chaîne de Shaunz le 16/05/24	p.15
Figure 16 : Screen d'emotes sur la chaîne de nl_Kripp (Ford et al., 2017)	p.17
Figure 17 : Screen d'emotes sur la chaîne de Ponce le 17/05/2024	p.17
Figure 18 : Screen d'un live d'OPCrotte le 16/05/2024	p.21
Figure 19 : Tableau de codage des observations vide	p.30
Figure 20 : Page d'accueil de la chaîne Twitch de Zerator	p.33
Figure 21 : Zerator (Les Echos, 2021)	p.33
Figure 22 : Zerator (Esport.fr, 2023)	p.34
Figure 23 : Page d'accueil de la chaîne Twitch de Ponce	p.34
Figure 24 : Ponce (La Provence, DR, 2021)	p.35
Figure 25 : Page d'accueil de la chaîne d'OPCrotte	p.35
Figure 26 : OPCrotte (@OPCrotte , Threads)	p.35
Figure 27 : Page d'accueil de la chaîne Twitch de Shakaam	p.36
Figure 28 : Shakaam (@Shakaam, X)	p.36
Figure 29 : Tableau de codage des observations rempli	p.37
Figure 30 : Tableau récapitulatif des résultats d'observation	p.37

Remerciements

Je tiens à remercier tout d'abord mon promoteur, Thibault Philippette, qui m'a suivi durant deux années sur ce mémoire, et a toujours fait preuve de bienveillance et de soutien envers mon travail.

Je veux également remercier ma famille et mon compagnon Cédric, qui m'ont soutenu durant ces derniers mois de travail.

Enfin, je remercie toutes les personnes qui ont donné de leur temps pour relire ce mémoire.

Et merci à vous, chers lecteurs, d'accorder une attention particulière à la plateforme Twitch et aux travaux liés à celle-ci.

Introduction

“Broadcasting and watching gameplay is a global phenomenon, and Twitch.tv has built a platform that brings together tens of millions of people who watch billions of minutes of games each month” (Wingfield, 2014).

Depuis la fin des années 2000, on observe une baisse de l'audience télévisuelle parmi les jeunes générations, au profit d'Internet (Donnat, 2009). Ce changement significatif est largement attribuable à l'émergence du streaming, des diffusions en direct de jeux vidéo sur des plateformes comme Twitch, ainsi qu'au développement généralisé des contenus vidéo en ligne, que ce soit sur Twitch, YouTube ou d'autres plateformes similaires, transformant ainsi profondément le paysage médiatique contemporain (Coavoux, Roquet, 2020). À titre d'exemple, Twitch revendique aujourd'hui 1,4 million de visiteurs uniques chaque semaine. Mi-2014, Twitch.tv utilisait le huitième plus grand volume de bande passante internet parmi tous les sites web dans le monde (Keng, 2014)

Dans ce contexte, de nos jours, une multitude de dispositifs et de plateformes numériques permettent aux internautes de dépasser les contraintes de coprésence physique et de se rapprocher les uns des autres en fonction de leurs centres d'intérêt et affinités (Choquet, Osorio Ruiz, 2020). Cette évolution témoigne d'une nouvelle manière de créer et de partager du contenu en ligne, favorisant l'interactivité et la connexion entre les individus, au-delà des frontières géographiques et temporelles traditionnelles.

Cette nouvelle connexion créée entre les individus engendre des communautés variées, dont celles des joueurs en ligne, qui se rassemblent sur plusieurs plateformes. Parmi celles-ci, Twitch se distingue particulièrement. Twitch, connue principalement pour le streaming de jeux vidéo, a su attirer et fidéliser une large audience grâce à ses fonctionnalités uniques.

Twitch offre de nouvelles formes d'interactivité, en comparaison avec YouTube. Parmi celles-ci, une se démarque particulièrement : le chat en direct. Ce chat permet aux spectateurs de réagir en temps réel aux contenus diffusés, d'interagir entre eux et avec les streamers, créant ainsi un sentiment d'appartenance et de communauté. Le chat en direct devient alors un espace de conversation et de partage, où les membres peuvent échanger des idées, poser des questions et tisser des liens.

C'est sur ce chat que notre travail va se porter. Nous avons décidé d'étudier celui-ci pour tenter de comprendre le rôle qu'il joue dans la création de communautés sur la plateforme. Nous explorerons comment les interactions dans le chat en direct influencent les dynamiques communautaires et participent à la fidélisation des spectateurs. En examinant les échanges, les comportements et les liens qui se forment dans cet espace, nous espérons découvrir les mécanismes qui sous-tendent la formation et le maintien des communautés en ligne sur Twitch.

En définitive, notre recherche vise à éclairer le rôle du chat en direct dans l'écosystème de Twitch, en démontrant comment une simple fonctionnalité peut devenir un pilier

central de l'engagement communautaire et de la création d'identités collectives dans le monde numérique.

Ce travail sera constitué de trois parties distinctes :

Première partie : Description de la plateforme et de ses fonctionnalités

Dans cette première section, nous nous concentrerons sur une description détaillée de Twitch et de ses nombreuses fonctionnalités. Nous débuterons par une présentation historique de la plateforme, ensuite nous examinerons les différentes caractéristiques qui font de Twitch une plateforme unique, notamment son interface utilisateur, ses options de personnalisation, et les outils à la disposition des streamers pour interagir avec leur audience. En réalisant cette analyse descriptive, nous chercherons à nous imprégner des spécificités de Twitch afin de bien comprendre le cadre dans lequel les interactions se déroulent.

Deuxième partie : Revue de littérature scientifique

La deuxième partie de notre travail sera dédiée à une revue de la littérature scientifique existante. Cette revue se déroulera en deux temps. Premièrement, nous explorerons les éléments contextuels de Twitch. Cela inclura des recherches sur les chats et leur mode de conversation, les études existantes sur les spectateurs ainsi que sur les streamers. Ensuite, dans un second temps, nous nous pencherons sur les éléments conceptuels de notre étude qui sont au nombre de quatre: l'engagement, la proximité, les communautés et enfin l'interaction. Cette double approche nous permettra de situer notre travail dans un cadre théorique solide et de comprendre les fondements conceptuels sous-jacents à notre étude empirique.

Troisième partie : Étude empirique et interprétation des résultats

Enfin, la troisième et dernière partie consistera en une étude empirique basée sur des observations de plusieurs segments de chats Twitch. Pour cela, nous choisirons un échantillon représentatif de streamers et de communautés, couvrant différents genres de contenu et niveaux de popularité. Nous observerons et analyserons les interactions en temps réel dans les chats, en suivant différents critères établis sur bases des différents concepts de notre étude. Les données recueillies seront ensuite interprétées. À partir de ces observations, nous tirerons des conclusions sur le rôle du chat en direct dans la création et le maintien des communautés sur Twitch. Nous discuterons également des implications de nos résultats pour les créateurs de contenu et les chercheurs, et proposerons des pistes de recherche future pour approfondir la compréhension de ces phénomènes.

Historique et présentation des fonctionnalités de la plateforme Twitch

Historique

La plateforme de streaming Twitch, bien plus qu'un simple lieu de diffusion en direct, représente un véritable réseau social pour la génération Z, ces personnes nées entre 1997 et 2010, qui ont grandi avec l'avènement des réseaux sociaux et des nouvelles technologies (Choquet, Osorio Ruiz, 2020).

Initialement conçue comme une extension de Justin.tv, une plateforme multimédia lancée en 2007, Twitch est rapidement devenue une entité à part entière, avec l'annonce de son acquisition par Amazon le 25 août 2014, pour près de 970 millions de dollars. Cette acquisition a propulsé Twitch vers de nouveaux sommets, lui offrant les ressources et l'infrastructure nécessaires pour étendre son influence à l'échelle mondiale.

Dès ses débuts, Twitch a su diversifier ses contenus, allant des sessions créatives telles que la peinture et la cuisine aux jeux vidéo et aux émissions en direct. Ses débuts en tant que plateforme principalement axée sur les jeux vidéo ont été transformés par Amazon, permettant à Twitch de devenir une force majeure dans le domaine du streaming. Avec des statistiques impressionnantes telles que près de 17 500 messages par minute et plus de 400 000 années de vidéos produites rien qu'en 2015, selon le rapport officiel de l'année, Twitch a connu une croissance exponentielle qui lui a permis de dominer le marché mondial des diffusions en direct (Choquet, Osorio Ruiz, 2020).

Pourtant, au-delà de sa réputation dans le domaine des jeux vidéo, Twitch se démarque également par son accent sur l'interactivité. En effet, la plateforme propose une multitude de fonctionnalités interactives, permettant aux streamers et aux spectateurs du monde entier de se connecter et d'interagir de manière dynamique (Choquet, Osorio Ruiz, 2020). Ces fonctionnalités offrent un terrain fertile pour l'expression créative, le partage d'expériences et la construction de communautés en ligne.

En explorant ces aspects d'interactivité, nous pouvons mieux comprendre l'impact profond que Twitch a eu sur la culture en ligne contemporaine et sur la manière dont les individus interagissent et consomment du contenu numérique.

Fonctionnalités

1. Chat

La particularité de Twitch, c'est son chat (prononcé *tchat*) en direct pendant la session live. En effet, celui-ci permet de discuter avec le *streamer*¹ mais également les autres *viewers*². Chaque viewer a son propre pseudonyme, qu'il choisit lors de son inscription sur le site. Ce pseudonyme va être le même sur les différents chats sur lesquels il va discuter.

Le chat Twitch fonctionne comme n'importe quel chat en ligne, comme celui de Youtube par exemple, sauf qu'il comporte des fonctionnalités uniques qui favorisent l'interaction, comme par exemple l'utilisation de points de chaîne, la possibilité d'utiliser une monnaie propre à Twitch, appelée "bits" ou "cheers", ou encore le fait d'utiliser des émoticônes propres à une chaîne en particulier. Nous allons parcourir chaque fonctionnalité ensemble.

1.1 Points de chaîne

Le chat en lui-même a également ses propres caractéristiques, notamment les "points de chaîne", calculés selon le temps que le viewer passe sur la chaîne en question. Ces points de chaînes permettent, selon les chaînes, diverses actions sur le chat, où directement à l'écran. En effet, le streamer peut choisir la façon dont ses viewers vont utiliser ces points. Mettre en avant un message, faire apparaître une image à l'écran, bannir quelqu'un, lancer un son,... les possibilités sont infinies, et

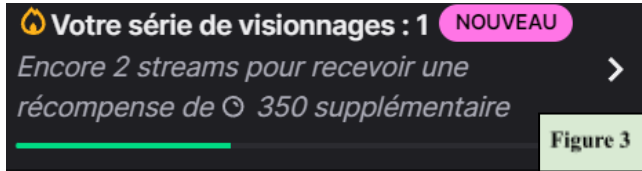


¹ personne qui lance le live, hôte de la chaîne

² personnes qui regardent le live, spectateurs

permettent une interaction encore plus poussée.

Il existe également une nouvelle fonctionnalité liée à ces points de chaîne: les défis. En effet, Twitch a implanté une nouvelle fonctionnalité pour générer encore plus d'engagement, des défis offrant la possibilité de gagner des "cadeaux" sous forme de points de chaîne, afin de récompenser la fidélité.



Concernant ce défi, nous pouvons voir qu'une récompense de 350 points de chaîne sera attribuée au viewer qui reviendra sur trois streams différents du même streamer. Une barre de progression

est indiquée. Twitch utilise beaucoup ce genre de gamification³ au sein de ses fonctionnalités.

1.2 Les bits

A screenshot showing four purchase options for Twitch bits. Each option includes a bit icon, a price in euros, and a discount percentage. A "Figure 4" label is overlaid on the first option.

300 Bits	3,39 €	29 % de remise
100 Bits	1,59 €	
500 Bits	7,89 €	1 % de remise
1500 Bits	22,49 €	6 % de remise

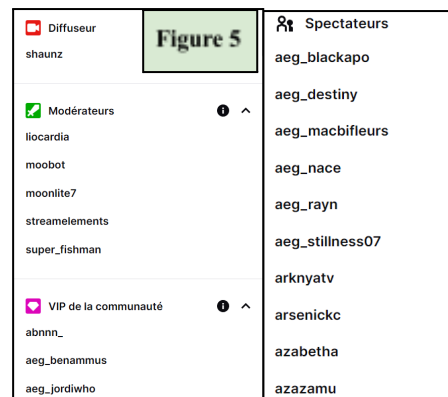
Les "bits" sont une sorte de monnaie virtuelle propre à Twitch. Elles servent à faire des donations aux streamers, sans passer forcément par un compte Paypal. En effet, Twitch offre la possibilité d'acheter ces bits directement sur la plateforme en payant soit par Paypal, ou bien par carte bancaire. La personne qui souhaite acheter des bits peut alors choisir un certain montant, et offrir une partie ou la totalité de ce montant au streamer.

Lors de la donation, le donateur a la possibilité d'exprimer un message, qui apparaît alors à l'écran. De cette manière, le

streamer lit généralement le message à voix haute, et une interaction se crée.

1.3 Onglet communauté

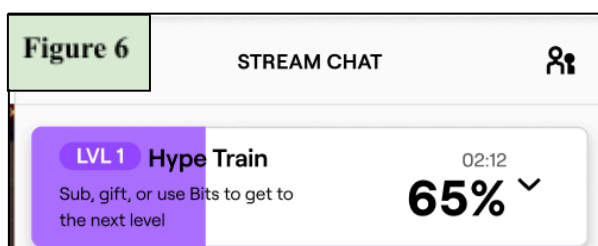
En haut à droite du chat, nous pouvons voir l'onglet "Communauté", permettant de voir les pseudonymes des viewers en train de regarder le live. Au-delà de ça, les différents rôles sont également inscrits. Les modérateurs, les VIP



³ **Gamification** is the strategic attempt to enhance systems, services, organizations, and activities by creating similar experiences to those experienced when playing games in order to motivate and engage users. (Hamari, J. (2019). "Gamification".)

ainsi que les viewers sans rôle. Les Modérateurs sont des membres de la communauté choisis par le streamer afin de gérer le chat pendant qu'ils diffusent⁴. Le modérateur peut bannir des viewers, ils peuvent utiliser certaines commandes réservées aux modérateurs (voir point 1.6)

1.4 Train de la hype :



Le “train de la hype” est un événement du chat qui survient lorsqu’une vague d’actions de soutien (abonnements ou bits) passe. Ce train fait l’objet, dans la plupart des cas, d’une alerte sur le stream, et le streamer remercie sa communauté pour son soutien. Ce train de la hype contient plusieurs niveaux. (Twitch.tv, 2023)

Une fois lancé, le Train de la Hype démarre au niveau 1. Les viewers ont cinq minutes pour remplir le compteur de la communauté pour amener le Train de la Hype au niveau suivant. Le compteur de la communauté se remplit grâce aux abonnements, aux cadeaux, aux abonnements Prime ou aux Bits. Lorsque la jauge atteint sa limite, le train passe au niveau suivant. Le chronomètre se remet à zéro. Les participants gagnent des récompenses (emotes et titres uniques) si le train a dépassé le record de niveaux atteint précédemment sur cette même chaîne. (Twitch.tv, 2023)

1.5 Sondages

Le streamer peut lancer à n’importe quel moment un sondage dans son chat. Tous les viewers peuvent y répondre en cliquant sur l’option de leur choix directement à partir du chat. Cette fonctionnalité permet au streamer d’avoir une vue d’ensemble sur les choix de sa communauté, sur des sujets divers et variés. (Twitch.tv, 2023)

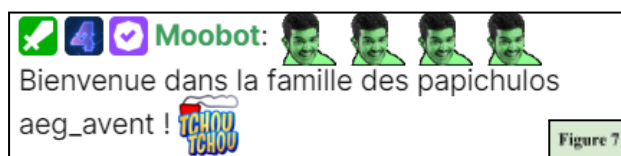
1.6 Commandes de chat

Le streamer et ses modérateurs ont à leur disposition des commandes utilisables dans le chat leur permettant de modérer celui-ci. Par exemple, s’ils doivent exclure une personne du chat, ils peuvent le faire via ces commandes.

Mais les viewers ont également accès à certaines commandes, leur permettant d’avoir certaines informations, mais également de voter dans le cadre d’un sondage, ou même de répondre à un message. (Twitch.tv, 2022)

1.7 Bots

Les bots Twitch sont des robots que le streamer choisit pour effectuer



⁴ “diffuser” est un terme utilisé pour désigner l’action de streamer, lancer un live, exercer le travail de streamer

certaines tâches sur le chat. L'utilité de ces bots varie selon les besoins du streamer, mais généralement, ils sont utiles pour créer des annonces de façon régulière dans le chat.

Le streamer règle au préalable le timing de ces annonces, et le bot les effectue de façon automatisée. Il y a d'autres fonctionnalités, comme la modération, en bannissant certains utilisateurs en fonction des mots qu'ils utilisent dans le chat, par un système de "liste noire" des mots bannis, ou encore la création d'événements, de sondages, de jeux, etc.

1.7 Les différents modes du chat

Le streamer peut activer certains modes de chat qui permettent de filtrer ou de ralentir celui-ci. Voici les différents modes (Twitch.tv, 2024) :

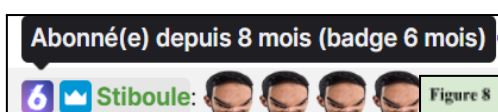
Follower-only : Le chat en mode "follower only" permet seulement aux followers de pouvoir écrire dans le chat. Cela permet de réduire les messages indésirables provenant de comptes non authentifiés ou spammeurs, tout en favorisant l'engagement des followers réguliers.

Sub-only : Utilisé surtout sur les *Massive Chats*⁵ (Ford et al., 2017) qui permet uniquement aux abonnés de la chaîne de pouvoir écrire dans le chat. Il s'agit d'une mesure de sécurité et de fidélisation, réservée aux abonnés qui soutiennent financièrement le streamer.

Slow-mode : Utilisé également sur les *Massive Chats*, Ce mode permet de réguler le rythme des messages en imposant un délai entre chaque envoi de message par un spectateur. Le streamer peut définir ce délai (par exemple, 10 secondes, 30 secondes, etc.). Le slow-mode est utile dans les chats très actifs pour éviter la surcharge de messages et permettre au streamer et aux modérateurs de mieux suivre les conversations.

1.8 Badges

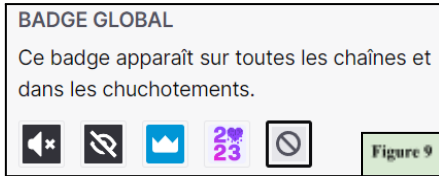
Les badges sont des éléments visuels distinctifs qui apparaissent à gauche du pseudo dans le chat Twitch, servant à mettre en avant différents aspects de l'identité et de l'engagement des viewers. Chaque utilisateur a la possibilité d'afficher jusqu'à trois badges simultanément à côté de son pseudo, ce qui offre une manière personnalisée d'exprimer son implication dans la communauté de la chaîne. Les badges sont un moyen visuel et symbolique de reconnaître et de valoriser les interactions et les affiliations des utilisateurs sur la plateforme. (Twitch.tv, 2023)



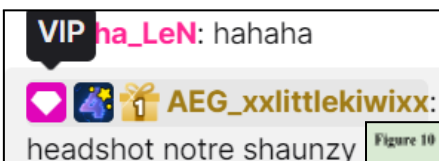
Badges d'abonnés : Ces badges sont attribués aux viewers qui sont abonnés à une chaîne spécifique. Ils évoluent en fonction de la durée

⁵ Chats qui comporte plus de 10 000 viewers

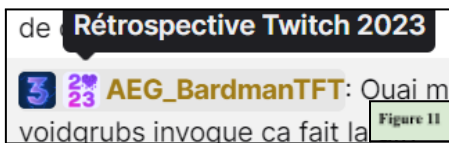
de l'abonnement, offrant ainsi un moyen pour les abonnés de montrer leur fidélité et leur soutien au streamer. Les streamers ont la possibilité de créer et de personnaliser ces badges en fonction des différentes durées d'abonnement, ce qui permet aux abonnés de recevoir des badges uniques en fonction de leur ancienneté.



Badges globaux : Ces badges sont associés à divers paramètres et affiliations des viewers. Ils peuvent indiquer si un utilisateur possède une chaîne vérifiée, s'il regarde le stream sans son ou sans image, s'il bénéficie d'un abonnement Prime, s'il fait partie de l'équipe de Twitch ou s'il est un développeur de jeux. Ces badges fournissent des informations supplémentaires sur l'utilisateur au-delà de son simple statut d'abonné à une chaîne spécifique.

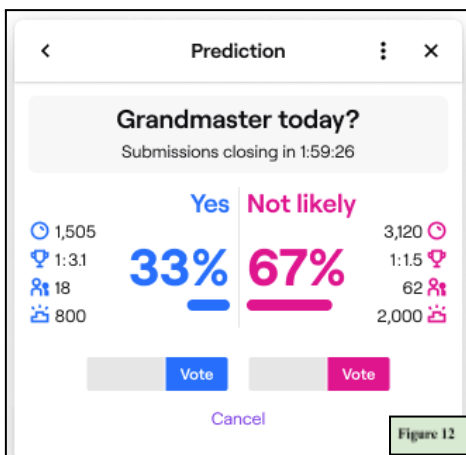


Badges de chaîne : En plus des badges d'abonnés, il existe d'autres badges spéciaux qui témoignent de l'engagement et de l'interaction des viewers avec une chaîne particulière. Par exemple, le badge fondateur est attribué au premier abonné d'une chaîne, le badge V.I.P est remis personnellement par le streamer aux membres spéciaux de la communauté, et le badge "Top Cheer" récompense le viewer ayant effectué le plus de dons de cheers. Ces badges reflètent les contributions uniques des viewers à la communauté de la chaîne.



Badges d'événements : Ces badges sont accordés aux viewers ayant participé de manière significative à des événements spéciaux organisés par Twitch. Ils sont un souvenir des moments forts et des collaborations auxquels les viewers ont pris part, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance à la communauté Twitch.

Les viewers ont la possibilité de personnaliser les badges affichés à côté de leur pseudo en sélectionnant les badges qui représentent le mieux leur engagement et leur identité dans les paramètres du chat. Cette fonctionnalité permet aux utilisateurs de se distinguer et de mettre en valeur leur(s) communauté(s) au sein de la plateforme Twitch.



1.9 Prédiction

Les prédictions avec des points de chaîne sont une fonctionnalité permettant aux créateurs d'interagir avec leur communauté tout en impliquant leurs spectateurs dans le déroulement de leurs streams préférés. (Twitch.tv, 2022)

Les créateurs ou leurs modérateurs créent un événement et ses résultats possibles, et les spectateurs dépensent leurs points de chaîne pour

prédire le résultat final avant la fin des votes. Les spectateurs qui ont deviné le bon résultat remportent une partie du total des points de chaîne dépensés dans le pot commun. (Twitch.tv, 2022)

2. Abonnements

Amazon a acquis Twitch en août 2014 pour environ 970 millions de dollars, apportant ainsi à la plateforme les ressources nécessaires pour se développer et innover dans le domaine du streaming de jeux vidéo. En septembre 2016, Amazon a introduit Twitch Prime, un service inclus avec Amazon Prime. Les avantages de Twitch Prime comprenaient un abonnement gratuit à une chaîne Twitch chaque mois, des jeux gratuits et du contenu de jeu exclusif, des options de chat améliorées et des badges exclusifs.

En août 2020, Twitch Prime a été renommé Prime Gaming, afin de mieux refléter l'étendue des avantages offerts, qui s'étendait au-delà de Twitch et qui inclut des jeux et du contenu supplémentaire. Au fil des années, Twitch a apporté plusieurs améliorations aux abonnements. En 2017, Twitch a introduit des niveaux d'abonnement (niveau 1, 2 et 3), permettant aux abonnés de choisir le montant qu'ils voulaient payer pour soutenir les streamers et recevoir des avantages supplémentaires. La même année, les utilisateurs ont pu commencer à offrir des abonnements à d'autres spectateurs, créant ainsi une

nouvelle manière de soutenir les streamers et de construire la communauté.

Figure 13

The screenshot shows the Twitch channel page for 'Ponce'. At the top, there is a profile picture of a pink flower with a yellow center, a 'LIVE' badge, and the name 'Ponce' with a verified checkmark. Below this, a message says 'On se tape des immenses barres.' The main section is titled 'En guise de remerciement de la part de Ponce :'. It lists '77 émoticônes personnalisées pour vous exprimer dans le chat' and shows a grid of various custom emotes. Below that, it says 'Badges d'abonné à arborer dans le chat pour montrer depuis combien de temps vous êtes là' and displays four subscription badges: '1-Mois', '3-Mois', '6-Mois', and '1-Année'. At the bottom, it says 'Et n'oubliez pas...' and lists four features: 'Points de chaîne x1,2', 'Visionnage sans publicité', 'Chat réservé aux abonnés', and 'Streams pour abonnés'.

En 2021, pour rendre les abonnements plus accessibles à une audience mondiale, Twitch a ajusté les prix des abonnements en fonction des différentes régions, rendant le coût des abonnements plus abordable dans certains pays. Actuellement, celui-ci est fixé à 3,99€ par mois/chaîne en Belgique ainsi qu'en France.

Le système d'abonnement sur Twitch offre aux spectateurs plusieurs avantages intéressants pour soutenir leurs streamers préférés., l'abonnement débloquent un ensemble d'avantages spécifiques à chaque chaîne :

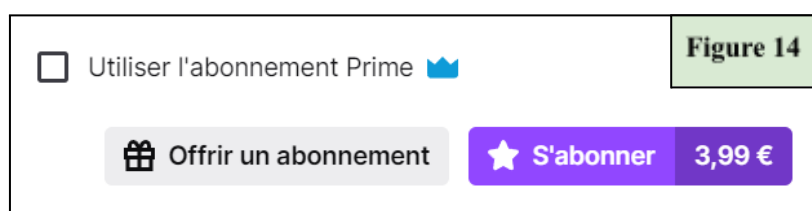
Emotes personnalisés : Les abonnés ont accès à une panoplie d'emotes uniques créées spécialement pour la chaîne. Ces emotes permettent aux abonnés d'exprimer leur soutien et leur affiliation à la communauté.

Badge évolutif : Chaque abonné reçoit un badge distinctif et évolutif qui évolue au fil des mois d'abonnement. Ce badge reflète la fidélité et l'ancienneté de l'abonné sur la chaîne.

Privilèges spécifiques à la chaîne : Les abonnés bénéficient de privilèges exclusifs tels que le visionnage sans publicité, l'accès aux rediffusions d'anciens lives, la participation à des soirées spéciales réservées aux abonnés, et l'accès à des channels privés où ils peuvent interagir avec le streamer et d'autres abonnés.

Chat réservé aux abonnés : Certains streamers proposent un chat réservé exclusivement aux abonnés.

Il existe trois principaux types d'abonnements sur Twitch :



Abonnements classiques à 3,99€ par mois : Il s'agit de l'abonnement standard qui offre aux abonnés des avantages tels que l'accès à des émoticônes exclusives, des badges de chat personnalisés et la suppression des publicités pendant les diffusions en direct. De plus, les abonnés peuvent accéder à des chats réservés aux abonnés, ce qui leur permet d'interagir plus étroitement avec leurs streamers préférés et d'avoir une expérience plus immersive.

Abonnements Prime : Les utilisateurs d'Amazon Prime bénéficient d'un abonnement gratuit par mois à utiliser sur la chaîne de leur choix. Cela permet aux membres Prime de soutenir leurs streamers favoris sans frais supplémentaires. De plus, les abonnés Prime ont accès à une sélection d'émoticônes exclusives et à d'autres avantages spéciaux sur les chaînes Twitch.

Abonnements offerts : Ces abonnements sont offerts par d'autres utilisateurs en signe de soutien. Ils permettent à la communauté de s'entraider et de renforcer les liens entre les membres. Lorsqu'un abonnement est offert, le streamer reçoit les mêmes avantages qu'avec un abonnement payant, ce qui constitue une forme significative de soutien et de reconnaissance pour leur travail. Ces abonnements offerts favorisent également un sentiment de générosité et de camaraderie au sein de la communauté Twitch.

Les abonnements sur Twitch symbolisent l'appartenance à une communauté et représentent un soutien financier important pour les streamers. Ils constituent également la pierre angulaire du modèle économique de Twitch, permettant aux streamers de continuer à créer du contenu de qualité et à développer leurs chaînes avec l'aide de leur communauté fidèle.

Depuis son acquisition par Amazon, Twitch a connu une évolution significative, transformant et enrichissant l'expérience d'abonnement. L'intégration avec Amazon Prime, l'introduction de nouveaux niveaux et types d'abonnement, ainsi que les efforts continus pour améliorer l'expérience utilisateur, ont contribué à faire de Twitch une plateforme de premier plan dans le domaine du streaming en direct.

Les abonnements ne sont pas sans risque de continuer d'évoluer au fil des années. En effet, le CEO de Twitch, Dan Clancy, ne cesse d'adapter la rémunération des streamers. Le dernier changement en date s'est effectué en ce début d'année 2024, avec l'annonce d'un nouveau programme de rémunération "fixe" pour les streamers. Pour le moment, rien ne change pour les personnes qui payent un abonnement, mais il n'est pas improbable que cela évolue dans le futur.

Partie 1 : Revue de la littérature

Cadre Contextuel

Dans cette partie, nous allons tenter d'expliquer les éléments de contexte liés à la plateforme Twitch. Ces éléments constituent ce qui fait l'essence même de la plateforme. Qu'est-ce que le chat? Comment définir un streamer? Et le spectateur, autrement appelé viewer, qui est-il? C'est en analysant ces éléments de contexte que l'on va comprendre leur rôle au sein de cette construction de communauté.

Du forum au chat en direct

1. Le chat

Nous allons tout d'abord introduire cette partie de revue de la littérature en se concentrant sur le chat, étant le point central de notre étude empirique. Nous allons tenter de comprendre comment il fonctionne de manière générale, pour ensuite s'intéresser à sa compréhension au niveau linguistique. Nous nous intéressons à cette dernière partie dans le but de mieux nous approprier, lors de nos observations, les différentes conversations et leurs articulations.

Les salons de discussion sur Internet, appelés chatrooms, sont des espaces virtuels où les gens se rassemblent pour converser et interagir. La plupart de ces salons nécessitent une inscription et la création d'un pseudonyme ou surnom, visible par tous. Les conversations et interactions se déroulent par texte, visible également par tous les participants (Herring, 1999). Le texte défile vers le haut au fur et à mesure que les gens ajoutent des messages, créant ainsi un "journal électronique" de la conversation (Greenfield et Subrahmanyam, 2003).

Le chat est étudié en recherche académique depuis des décennies, avec des premières études datant des années 1970. Ces études se concentrent sur les modes de conversation où le dialogue se déroule à travers des fils de discussion où les participants s'adressent à des individus. Une préoccupation clé de cette recherche a été de comprendre comment la cohérence est maintenue ou perdue (Ford et al., 2017). En effet, les conversations doivent respecter des règles implicites pour être cohérentes. Une règle fondamentale est la pertinence séquentielle : les tours de parole consécutifs doivent être liés d'une manière ou d'une autre à ce qui a été dit précédemment (Grice, 1975 ; Schegloff et Sacks, 1973). Une autre règle implicite concerne le système de prise de tour, où les locuteurs successifs participent à un seul fil conversationnel (Sacks, Schegloff, et Jefferson, 1974).

Adaptation et cohérence dans les chats textuels

Selon Greenfield et Subrahmanyam (2003), un chat textuel ne peut répondre à ces règles de base, mais on arrive tout de même à y voir une certaine cohérence, en s'adaptant à ce nouvel environnement. Dans leur analyse, Greenfield et Subrahmanyam explorent comment les utilisateurs s'adaptent aux exigences du chat en ligne en développant un style linguistique qui combine de manière créative les ressources de l'anglais oral et écrit. Cette tendance n'est pas étonnante, car les jeunes qui fréquentent les salons de discussion pour adolescents sont souvent à l'avant-garde des innovations culturelles. Une des caractéristiques principales des chats est l'aspect visuel. Les adolescents surfant sur ces chats utilisent cet aspect visuel pour communiquer, à la fois par des émoticônes et par l'usage textuel (Greenfield et Subrahmanyam, 2003).

Comparaison du langage écrit et parlé

Les auteurs comparent, dans leur article, les caractéristiques du langage parlé et écrit pour ensuite les comparer avec le chat. Voici leurs résultats :

Une différence importante entre le langage écrit et le langage parlé est le degré d'explicité : le langage écrit est plus explicite, tandis que le langage parlé est plus implicite car il utilise des indices verbaux et non verbaux pour transmettre ses messages (Greenfield, 1972). Une autre différence concerne la complétude : le langage écrit utilise souvent des phrases complètes, tandis que le langage parlé utilise souvent des phrases incomplètes (Greenfield, 1972). De plus, le langage écrit a tendance à avoir une structure syntaxique plus complexe que le langage parlé, surtout dans les conversations spontanées et non planifiées (Chafe, 1982 ; Ochs, 1979 ; O'Donnell, 1974 ; Tannen, 1982). Enfin, le vocabulaire et la grammaire du langage écrit sont plus formels et conventionnels que ceux du langage parlé, qui est souvent plus familier et contient davantage d'argot et d'expressions idiomatiques.

Caractéristiques des conversations en chat

Les conversations en chat ont à la fois des caractéristiques du langage écrit et du langage parlé (Freiermuth, 2002). Le chat se déroule dans un environnement écrit (en tapant des mots sur un clavier et en lisant sur un écran), mais il ressemble au langage parlé, notamment aux discours spontanés, avec des phrases généralement courtes, incomplètes, grammaticalement simples, et souvent avec des erreurs (Herring, 1996). Selon Crystal (2001), la plupart des messages dans les chats contiennent cinq mots ou moins. Certains utilisateurs de chat évitent d'utiliser certains mots comme les verbes être, les pronoms sujets et les articles (Ferrara, Brunner et Whittemore, 1991).

Les messages de la CEMO

Pour aller plus loin dans la compréhension des messages écrits dans un chat, nous allons nous intéresser aux messages de la communication écrite médiée par ordinateur (CEMO). Les messages de la CEMO peuvent être qualifiés de "messages éphémères et rapidement rédigés au détriment de la correction linguistique" (Silva, 2011). On

distingue 9 environnements de production des messages de la CEMO : les blogs, les forums de discussion, les réseaux sociaux, les commentaires, les SMS, les messageries instantanées, les chats, les courriers électroniques et les wikis (Lombart et Fairon, 2020).

Chaque contexte possède son propre mode de communication doté de règles explicites et implicites (Poudat et Ho-Dac, 2019 ; Cougnon et Bouraoui, 2017). Certains chercheurs prennent en considération des caractéristiques telles que la limitation des caractères ou la visibilité (Verheijen, 2018). Les tentatives de catégorisation des environnements de communication mobilisent généralement quatre critères : le support, le but, les acteurs et la synchronicité (Cougnon, 2015 ; Marcoccia, 2005).

Premièrement, le support n'est plus vraiment un critère valide dans le cadre des environnements de la CEMO. En effet, le support de ceux-ci reste le même pour tous : un smartphone, une tablette, un ordinateur ou autre support numérique.

Ensuite, vient le but de la communication. Jakobson (1960) a identifié six fonctions de la communication, mettant en avant différents aspects de l'échange : le destinataire (fonction expressive), le contexte (fonction référentielle), le message (fonction poétique), le contact (fonction phatique), le code (fonction métalinguistique) et le destinataire (fonction conative) (Lombart et Fairon, 2020). Les divers environnements sont adaptables et peuvent accueillir des contenus variés ayant des objectifs différents. Cette capacité à coexister reflète la "convergence numérique", comme définie par Jenkins (2006, cité dans Kerneis et al., 2012).

Le troisième critère est celui des acteurs. Certains messages de communication médiatisée par ordinateur sont destinés à une communication de masse et ne ciblent donc personne en particulier. En revanche, d'autres messages établissent automatiquement une relation entre deux participants, tandis que certains impliquent souvent plus de deux participants (Marcoccia, 2005).

Nous allons alors utiliser les termes d'intimité et d'extimité pour déterminer si le nombre d'acteurs influence le contexte de communication des environnements.

"L'intimité qualifie un type particulier de relation qui relève de la mise en place et de la construction d'un lien intime, privilégié" (Chavalérias, 2003).

On ne parle donc pas d'intimité dans une communication de masse. On retrouve l'intimité dans un espace de discussion permettant un échange entre deux acteurs. L'extimité se définit comme "le mouvement qui pousse chacun à mettre en avant une partie de sa vie intime pour mieux se l'approprier en l'intériorisant sur un autre mode grâce aux échanges qu'elle suscite avec les proches" (Tisseron, 2011 : 52).

Les trois étapes de ce processus d'extimité sont : l'extériorisation d'éléments intimes, la validation de ce vécu par autrui, et le bénéfice personnel et social qui en est tiré (Paveau, 2017). L'extimité permet ainsi le développement de soi et favorise les interactions sociales et une communication enrichissante (Lombart et Fairon, 2020). Il

est difficile de maintenir une distinction claire entre privé et public en ligne, car les sites web sont souvent constitués d'espaces mêlant les deux (Côté, 2012).

Extimité et intimité dans le chat Twitch

Dans le contexte du chat Twitch, nous allons plutôt parler d'extimité, mais il peut arriver, lors de lives plus intimistes, où il y a très peu de viewers, que l'on retrouve des discussions de l'ordre de l'intimité. Le quatrième critère est l'(a)synchronie. Dans le cadre du chat Twitch, les messages sont synchronisés, c'est-à-dire qu'ils sont envoyés en temps réel et lus directement après leur envoi. Garcia et Jacobs (1999) parlent plutôt de quasi-synchronicité à celui de synchronicité dans la mesure où – dans les limites des applications actuelles – le/les destinataires ne peut/peuvent avoir accès au message qu'une fois celui-ci posté et non de manière simultanée à son écriture comme c'est le cas d'un message vocal (Lombart et Fairon, 2020).

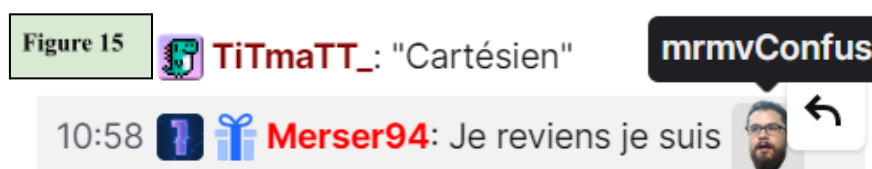
Le pseudonymat dans les chats

Le dernier critère est le "pseudonymat", que l'on retrouve à la fois sur les forums et sur le chat Twitch. Les échanges sous pseudonymat peuvent donner lieu à un sentiment d'absence de responsabilité, mais sur Internet, l'anonymat véritable n'existe pas, sauf sur le dark web, car il est toujours possible de remonter jusqu'à l'adresse IP de l'utilisateur. On parle plutôt de « pseudonymat », où l'utilisateur adopte un pseudonyme qui protège son identité officielle tout en le rendant responsable de ses actions (Plateau et Lacharme, 2012).

Les pseudonymes servent non seulement à dissimuler l'identité de l'émetteur, mais aussi à enrichir son identité numérique. Le choix d'un pseudonyme n'est pas anodin, car il est soumis à des contraintes techniques (par exemple, deux pseudonymes identiques ne peuvent coexister sur un même site (Anis, 2001)), et il est issu d'un processus chargé de sens visant à se définir en tant que sujet social (Emerit, 2014). Ainsi, le pseudonyme permet de préserver l'identité civile tout en servant de moyen d'identification (Perea, 2010 ; Barratt, 2012).

Les émoticônes

Appelées emotes sur la plateforme Twitch, de nombreuses études se sont plongées dans leur signification.



Selon Aldunate et González-Ibáñez (2016), dans la communication médiatisée par ordinateur (CMC), notamment la communication textuelle, les informations faciales

sont partiellement remplacées par des émoticônes. Ces émoticônes permettent aux utilisateurs d'exprimer divers états émotionnels à travers des représentations textuelles des expressions faciales. Bien que les émoticônes soient des représentations artificielles, iconiques et statiques des expressions faciales humaines, elles sont devenues une ressource populaire pour enrichir la communication textuelle depuis 1982. (Vincent et Fortunati, 2009)

L'importance des expressions faciales dans la communication verbale

Les expressions faciales sont considérées comme l'un des indices les plus essentiels dans la communication humaine. Des études montrent que dès la naissance, les humains ont une préférence pour les expressions faciales par rapport à d'autres types de stimuli (Goren et al., 1975; Johnson et al., 1991).

Lors des interactions et communications sociales, les visages jouent un rôle crucial dans les processus de compréhension. La majorité des humains possèdent des mécanismes spécifiques pour traiter ces informations (Ekman et al., 2013).

L'importance des émoticônes dans la communication CMC

Le succès d'un canal de communication est influencé par deux facteurs : sa "*présence sociale*" et sa "*richesse*".

La présence sociale (Short et al., 1976; Gunawardena et Zittle, 1997) désigne le niveau auquel un canal peut véhiculer des informations relationnelles, améliorant ainsi la perception de l'interaction humaine en utilisant des indices non verbaux comme les expressions faciales (Short et al., 1976).

En revanche, la richesse médiatique (Daft et Lengel, 1986) renvoie à la capacité d'un canal à s'adapter au contexte et aux objectifs de la communication afin de diminuer l'incertitude et l'ambiguïté.

Malgré la présence sociale et la richesse qu'elle offre, la communication textuelle revêt souvent une fonction sociale. Toutefois, elle requiert davantage d'outils expressifs pour enrichir et favoriser les interactions sociales. Les utilisateurs de la CMC textuelle ont trouvé un moyen de rendre leurs conversations plus dynamiques en utilisant des émoticônes, ce qui augmente la présence sociale et la richesse de leurs échanges.

Les émoticônes peuvent être considérées comme **des outils humanisés pour exprimer les émotions, remplaçant ainsi les indices naturels présents dans les communications en face-à-face et verbales. Elles ajoutent de la satisfaction et fournissent davantage d'informations lors des interactions** (Huang et al., 2008), tout en **améliorant la compréhension des messages** (Walther et D'Addario, 2001), **permettant ainsi une perception plus précise des émotions, des attitudes et des intentions lors de la communication textuelle** (Lo, 2008).

L'importance des emotes sur Twitch

Ford et al. (2017) ont signifié l'importance des emotes dans le chat Twitch et en particulier dans un contexte de Massive Chats. Selon eux, Werry (1996) a remarqué que lors des conversations multi-filaires sur IRC (Internet Relay Chat), le langage est « fortement abrégé », caractérisé par l'utilisation de « formes syntaxiquement réduites, d'acronymes et de symboles, ainsi que la suppression de mots ».

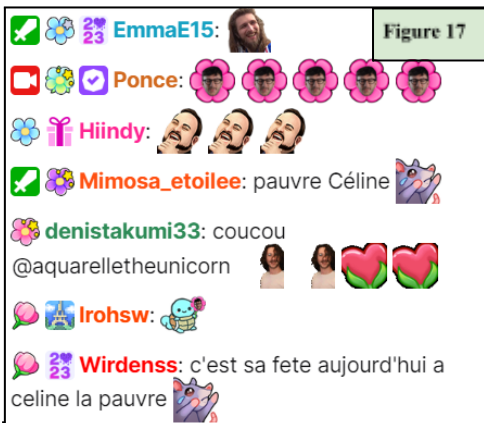
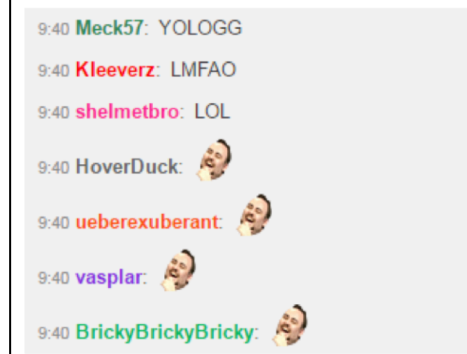
De manière similaire, Varnhagen et al. (2009) ont observé que les participants aux messageries instantanées développent des « raccourcis pour exprimer des mots, des phrases et des émotions ». Jones et al. (2008) ont constaté qu'avec l'augmentation de la taille du chat, le nombre de messages postés par participant diminuait. Ils ont noté qu'environ 600 messages étaient postés par intervalle de 20 minutes, et que les spectateurs pouvaient intégrer jusqu'à 30 messages par minute. (Ford et al. , 2017)

Ces observations ont été expliquées comme des « contraintes dues à la surcharge d'informations ». Ils ont également constaté qu'une fois que le nombre total d'utilisateurs (incluant ceux qui postent des messages et ceux qui ne le font pas) dépassait environ 220, « la viabilité de la communauté était compromise », car les messages des utilisateurs risquent de ne pas être lus, décourageant ainsi de nouveaux posts (Jones et al. ,2008) .

Ford et al. ont remarqué que dans les Massive Chats, les longues phrases étaient davantage raccourcies et remplacées par des expressions ou émoticônes avec un sens équivalent.

Nous pouvons d'ailleurs le voir dans cette figure tirée du chat de nl_Kripp, où certaines expressions telles que LMFAO, LOL ou encore une émoticône exprimant un homme en train de rire sont utilisées afin d'exprimer une expression de rire.

Figure 16 : Massive chat (nl_Kripp's stream); YOLOGG



Voici un autre exemple tiré d'un live sur la chaîne Twitch de Ponce⁶. Nous pouvons y voir plusieurs emotes symbolisant diverses émotions.

Une fleur, symbole de la communauté de Ponce, une emote symbolisant le rire, suivie d'une autre symbolisant la tristesse, et finalement un cœur.

⁶ Ponce est un streamer français, nous allons en voir plus à son sujet dans la deuxième partie de notre travail, puisqu'il fait partie de notre corpus.

Ces emotes sont fondamentales dans l'utilisation et la compréhension du chat sur Twitch et particulièrement dans les Massives Chats, où la lisibilité est parfois réduite.

2. Spectateur versus streamer

Intéressons-nous maintenant aux acteurs principaux de la plateforme. Nous différencions deux types d'acteurs au sein de Twitch : les spectateurs (autrement appelés viewers) ainsi que les streamers, qui produisent le contenu. Nous allons revenir sur ces deux notions afin de mieux comprendre leur rôle au sein de la plateforme et leur relation.

2.1 Le spectateur

Intéressons-nous tout d'abord au rôle de spectateur au sens large, avant d'aborder le viewer Twitch. Il est intéressant de comparer notamment ceux-ci avec les spectateurs d'événements sportifs. Comme le démontrent Cheung et Huang dans leur étude, il existe des similitudes entre les deux.

Selon Cheung et Huang (2011), les spectateurs sont des individus qui observent l'expérience de jeu sans y participer directement. Cette définition englobe divers contextes, tels que la mère qui regarde son mari et ses enfants jouer à NBA 2K10 sans y jouer elle-même, une foule dans une salle de conférence encourageant les participants à un tournoi Street Fighter 4, ou encore l'enfant qui regarde par-dessus l'épaule de son frère, lui prodiguant des conseils pour attraper un Pokémon rare.

Spectateurs de jeu VS Spectateurs d'événements sportifs

Cheung et Huang (2011) comparent également dans leur article les spectateurs du jeu vidéo Starcraft avec ceux présents lors d'événements sportifs. Certains sports présentent des similitudes avec les jeux vidéo en attirant à la fois des joueurs compétitifs et des spectateurs. De nombreuses études ont examiné qui sont ces spectateurs lors d'événements sportifs, pourquoi ils regardent et comment les commentaires sportifs influencent leur expérience. Par exemple, Trail, Fink et Anderson (2003) ont réalisé une étude sur les motivations des spectateurs lors de manifestations sportives, mettant en évidence plusieurs facteurs : l'esthétique, le sentiment de réussite (se sentir bien lorsque l'équipe performe bien), le "drama", l'évasion (comme un moyen d'échapper à la vie quotidienne), l'acquisition de connaissances sur le jeu, les compétences physiques, ainsi que les aspects sociaux et familiaux.

Melnick (1993) explore davantage la motivation sociale derrière le fait de regarder les sports américains, soulignant que regarder des sports est l'un des rares moyens sociaux restants dans les environnements urbains. Le caractère public et ludique d'être spectateur de sport peut aider à lutter contre la solitude. Une étude empirique sur les spectateurs de rallye (Esbjörnsson et al., 2006) révèle que les spectateurs en direct peuvent être désorientés par un "paradoxe du spectateur" : ils sont présents pour une expérience intense et riche en direct, mais peuvent avoir du mal à saisir l'ensemble de

l'événement sportif. De plus, les spectateurs font preuve d'une attitude active, recherchant des informations et suivant attentivement l'événement sportif.

Commentateurs

Les commentateurs sont présents dans de nombreux sports suivis par les spectateurs. Des études ont examiné comment ils influencent l'expérience des spectateurs. On distingue généralement deux types de commentateurs : les commentateurs "color" et les "play-by-play analyst". Les commentateurs "color" donnent des informations sur les joueurs et les équipes ainsi que des touches d'humour, tandis que les "play-by-play analyst" décrivent ce qui se passe dans le jeu (Cheung et Huang, 2011).

Bryant et al. (1982) ont découvert que les spectateurs appréciaient davantage un match de tennis lorsque les commentaires présentaient les joueurs comme des ennemis plutôt que comme des amis ou des parties neutres. Cette animosité projetée entre les joueurs par les commentateurs créait du suspense tout au long du match.

De leur côté, Cominsky et al. (1977) ont également montré que même les commentateurs qui se contentent de décrire ce qui se passe à l'écran rendent le visionnage du jeu plus divertissant et agréable pour les spectateurs.

Spectateurs de la plateforme Twitch

En comparaison, des études plus récentes se sont penchées sur les spectateurs de la plateforme Twitch, révélant des similitudes intéressantes avec les spectateurs d'événements sportifs. Vosmeer et al. (2016) tentent de déceler les motivations des viewers qui les poussent à regarder plutôt que jouer aux jeux-vidéos. Il en ressort que l'apprentissage, le divertissement et l'aspect social sont des motivations centrales pour les spectateurs. Taylor, dans son ouvrage "Watch Me Play" (2018), réalise une sorte de compte rendu sur la plateforme Twitch, abordant notamment le sujet du spectateur et de ses motivations. Elle dresse une liste de motivations poussant une personne à devenir spectateur :

- **Aspiration** (Aspirational) : Un joueur cherche à améliorer sa propre pratique de jeu en regardant la diffusion, s'inspirant des techniques et des stratégies présentées.
- **Éducation** (Educational) : Similaire à l'aspiration, mais axée sur l'acquisition de connaissances plutôt que sur l'expérience de jeu.
- **Inspiration** (Inspirational) : L'accent est mis sur la manière dont les informations sont livrées par le diffuseur. Une connexion émotionnelle se crée entre le spectateur, le jeu et le diffuseur grâce aux explications, observations et passion du diffuseur, en plus de l'expérience esthétique offerte par le jeu.
- **Divertissement** (Entertainment) : Le jeu et sa diffusion deviennent un moyen pour le diffuseur de mettre en avant sa personnalité, son humour et ses performances.

- **Communauté** (Community) : Le spectateur établit des liens avec les autres membres de l'audience et même avec le diffuseur lui-même, à travers le chat en direct ou d'autres moyens comme les réseaux sociaux.
- **Ambiance** (Ambience) : La diffusion devient une source de distraction audiovisuelle pour le spectateur, tout en constituant un arrière-plan sonore et visuel similaire à une musique d'ambiance.

Taylor (2018) précise que cette liste n'est pas exhaustive et qu'elle est en constante évolution.

Après avoir pris connaissance de ces différentes études sur les spectateurs sportifs et ceux de Twitch, nous pouvons remarquer de nombreuses similitudes. Les aspects de divertissement, la dimension sociale et d'apprentissage reviennent dans les différentes études. Que ce soit un spectateur d'événement sportif ou un viewer de la plateforme Twitch, ses motivations semblent similaires. Cette constatation est particulièrement intéressante compte tenu de notre connaissance des communautés sportives imposantes et bien présentes dans notre culture, notamment autour du football.

2.2 Le streamer

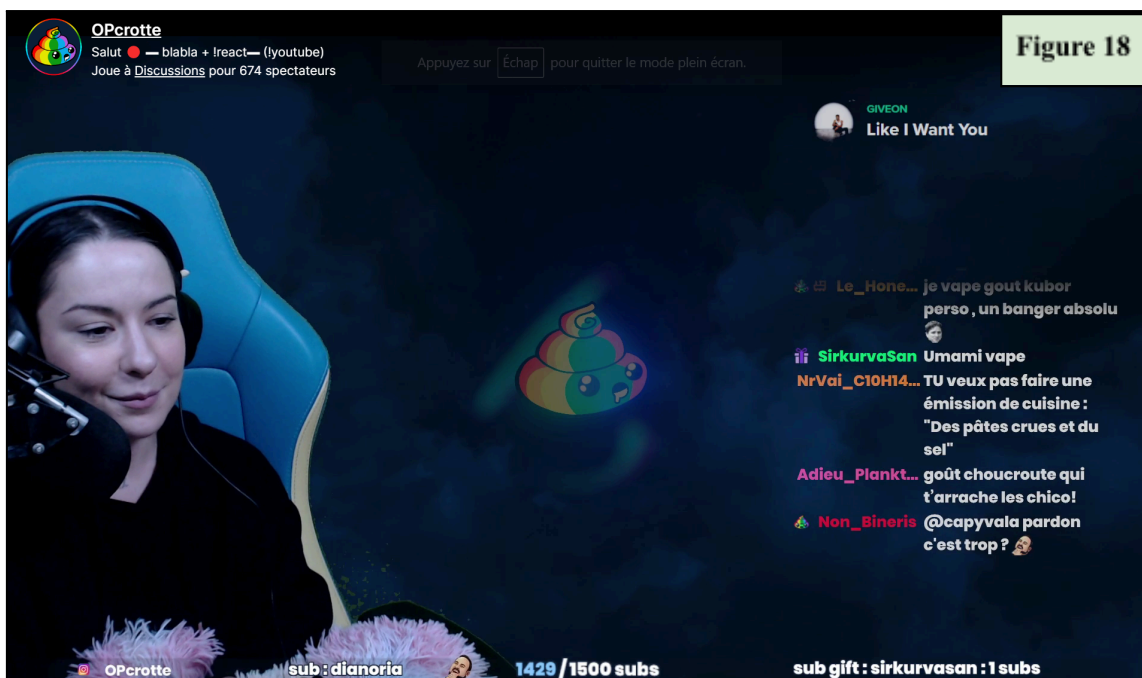
Intéressons-nous maintenant au rôle que joue le streamer au sein de cette communauté. Qui est-il ? Quelle est sa responsabilité au sein de cette communauté ?

Un streamer est un joueur ou animateur web qui se filme (ou pas) en train de jouer (ou pas) sur la plateforme Twitch. Un streamer aujourd'hui ne joue pas forcément, il peut simplement faire du React (visionner une émission, un reportage, ou même un film tout en commentant celui-ci), discuter avec son public, ou encore cuisiner.

L'activité de streamer implique généralement de se filmer en direct à l'aide d'une webcam ou d'une caméra. Mais il existe certaines exceptions : MrBboy, streamer français, en est un exemple concret. Le Youtuber et streamer a réussi à développer une communauté solide grâce à sa forte personnalité, et uniquement à travers sa voix.

Par contre, ce qui est commun à chaque streamer, c'est leur écran dupliqué grâce à un logiciel tiers (OBS par exemple) qui transmet le flux à la plateforme Twitch, par un système de clé de stream. La clé de streaming, aussi connue sous le nom de "clé d'autorisation", est un identifiant unique pour toute diffusion en direct sur Twitch. Les encodeurs de diffusion nécessitent cette clé spécifique pour autoriser la diffusion en direct et permettre de démarrer celle-ci. (Twitch.tv, 2023)

Configuration



En plus de diffuser son gameplay ou son contenu, le streamer a la possibilité d'afficher certaines informations relatives à sa chaîne directement sur son écran en surimpression. Ces informations peuvent inclure une variété d'éléments, tels que le dernier abonnement, le dernier follower, un événement en cours sur la chaîne ou même un sponsor. Cette surimpression permet ainsi de fournir des données pertinentes et en temps réel aux spectateurs, les tenant informés des activités récentes de la chaîne et des interactions avec la communauté. En comparaison, cela peut être assimilé à une affiche publicitaire ou à un bloc-notes, offrant une manière visuelle et interactive de communiquer avec l'audience.

Mais le métier de streamer s'est inspiré d'un autre métier, celui du Youtubeur. YouTube est une plateforme vidéo lancée en 2005 qui permet à tous de publier des vidéos à la demande. Elle héberge aujourd'hui une variété de contenus, allant des vidéos amateurs aux comptes officiels de grands médias, ainsi qu'aux vidéastes indépendants connus sous le nom de youtubeurs (Louessard, 2018). La communauté axée sur les jeux vidéo, initialement peu développée (Beuscart et Mellet, 2015), est désormais l'une des plus importantes sur la plateforme. Le streaming est étroitement lié à l'évolution de l'eSport

au cours des 20 dernières années, incluant les compétitions de jeux vidéo et leur diffusion en direct. (Coavoux et Roques, 2020)

En reprenant les précédentes études qui comparent les spectateurs d'événements sportifs aux spectateurs de jeux-vidéo, nous pouvons mettre en parallèle les commentateurs avec les streamers, qui jouent ici un rôle d'animateur, et qui assurent donc une fonction de divertissement au sein de la communauté.

L'authenticité du streamer

Selon Coavoux et Roques, ce serait l'authenticité de streamers qui favoriserait l'attachement de leur public et donc une proximité plus importante. En effet, les streamers sont perçus comme des personnes ordinaires. Leurs opinions se basent sur des expériences similaires à celles de leurs spectateurs, et leurs relations avec ces derniers se caractérisent par une camaraderie, comme en témoignent les fréquentes interactions avec leur communauté. L'authenticité des vidéastes établit ainsi une relation qui se veut égalitaire (Jenkins 1992) avec les spectateurs, où la communication entre pairs remplace la hiérarchie traditionnelle entre experts et publics. (Coavoux et Roques, 2020)

L'authenticité serait désignée ici comme la personnalité des streamers et la manière dont ils la présentent. Selon les entretiens réalisés par Coavoux et Roques, un streamer serait authentique s'il est spontané, original et intègre. Mais ce n'est pas tout, il faut également qu'il ait des capacités de mise en scène ainsi qu'une image forte. Selon leur étude, un streamer regroupant ces différents critères fidéliserait davantage sa communauté. (Coavoux et Roques, 2020)

Afin d'être authentique, le streamer doit également faire preuve de passion dans ce qu'il fait. Plus il est "à fond", plus il est considéré comme expert auprès de sa communauté. A l'image du commentateur sportif, le streamer doit faire preuve de qualités techniques mais aussi sociales, de manière équilibrée. (Coavoux et Roques, 2020)

Complémentaire à la passion, le streamer doit être original, se distinguer des autres. Là aussi, nous pouvons comparer avec un présentateur tv : *"l'originalité réside dans la capacité à être synthétisé par un trait de caractère unique, qui fait la marque de fabrique du producteur culturel et le rend immédiatement reconnaissable"* (Chalvon-Demersay et Pasquier, 1990)

Nombreux sont les streamers qui sont reconnaissables par un trait physique, ou une phrase bien à eux, le tout, c'est de trouver un aspect original de sa propre personnalité, afin de rester authentique. (Coavoux et Roques, 2020)

La dernière dimension du streamer dont parle Coavoux et Roques est l'intégrité. Le streamer se doit de paraître désintéressé quant à l'aspect lucratif de son activité. En effet, l'aspect amateur doit persister, le spectateur veut se sentir comme égal face au streamer, et non comme un moyen de gagner de l'argent. Cependant, le second degré peut être utilisé pour faire passer des messages commerciaux (Coavoux et Roques, 2020), cette façon de faire est d'ailleurs particulièrement efficace.

Cadre Conceptuel

Dans cette partie, nous allons tenter de décortiquer les différents concepts liés à notre question de recherche afin de comprendre comment ceux-ci sont liés et s'articulent autour de notre problématique.

1. Concept d'engagement

L'engagement en Sociologie

Les sociologues utilisent le concept d'engagement pour décrire comment les individus s'impliquent dans des séquences d'activités cohérentes (Foote, 1957). L'engagement est employé dans ce contexte pour expliquer des comportements cohérents, permettant ainsi de mieux comprendre la continuité et la persistance des actions humaines au sein d'un cadre donné (Becker, 2006).

La notion de trajectoire d'activité cohérente suggère un choix parmi différentes alternatives disponibles. Confronté à plusieurs chemins possibles, tous valables, l'acteur opte pour celui qui correspond le mieux à ses objectifs et à ses aspirations personnelles (Becker, 2006). Ce choix délibéré reflète une rationalité propre à chaque individu, influencée par ses expériences passées, ses attentes futures et les contraintes présentes.

L'engagement en Marketing

En marketing, le concept d'engagement est fortement observé et étudié, particulièrement dans le contexte des relations client-entreprise. L'article "Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchases" par Shiri D. Vivek, Sharon E. Beatty et Robert M. Morgan, examine le concept d'engagement client au-delà des simples achats. Les auteurs mettent en lumière l'importance de l'engagement continu des clients après l'acte d'achat et expliquent comment cela peut conduire à des relations plus profondes et durables entre les clients et les marques. Ils soulignent que ce qui va influencer l'engagement sont les interactions, et plus particulièrement les interactions positives. Plus il y aura d'interactions positives entre les clients et l'entreprise, plus l'engagement sera fort. Cette relation avec le client doit dès lors être proactive (Vivek et al., 2012).

Le niveau et l'intensité de la relation qu'un consommateur développe avec un objet particulier, comme une marque, une communauté ou un processus, est défini comme l'engagement du consommateur (CE). Les consommateurs engagés sont davantage enclins à promouvoir, à défendre, à collaborer et à partager leurs connaissances avec les entreprises. Ils ont tendance à établir des relations à long terme avec celles-ci, renforçant ainsi la loyauté et la fidélité (Leclercq, Poncin et Hammedi, 2017).

L'engagement sur Twitch

Nous pouvons faire le parallèle avec Twitch, en voyant le viewer comme un client, à la fois de Twitch et du streamer. En effet, le streamer va interagir avec ses viewers de la même façon qu'une entreprise va interagir avec sa clientèle, par le biais du chat et de ses fonctionnalités interactives. Ces interactions régulières et souvent personnalisées créent un sentiment de communauté et d'appartenance chez les viewers, les incitant à revenir, à s'impliquer davantage et à soutenir le streamer, que ce soit financièrement ou par d'autres moyens de participation.

Ainsi, l'engagement sur des plateformes comme Twitch peut être analysé à travers les mêmes principes que ceux utilisés pour étudier les relations client-entreprise en marketing, démontrant que les dynamiques d'engagement sont omniprésentes et cruciales dans divers contextes sociaux et commerciaux.

2. Concept d'interaction

Sociologie

Dans le domaine des relations humaines, le terme "interaction" est souvent utilisé pour désigner une "interaction sociale" (Marc et Picard, 1996), qui est définie comme une relation interpersonnelle entre au moins deux individus où les comportements de chacun sont influencés mutuellement, chaque individu ajustant son comportement en fonction des réactions de l'autre. Selon Goffman, l'interaction sociale intègre le contexte social à l'individu, où le sujet et la structure ne sont pas en opposition mais interdépendants dans une relation (Bonicco, 2007).

Selon Goffman, notre conduite lorsqu'on est en compagnie d'autres personnes est interprétée et prend une signification pour ces personnes : il s'agit de notre "face". La "face" représente notre valorisation sociale et peut être comparée au concept de personnalité de Durkheim (Bonicco, 2007). La "face" est l'image que nous projetons dans les interactions sociales, une sorte de masque social qui reflète notre identité et notre statut au sein de la société.

Pour que cette image de soi (la face) ait du sens et ne soit pas perçue comme incohérente, elle doit obéir à des règles sociales spécifiques, une sorte de syntaxe de l'interaction. Goffman appelle cela le "*travail de figuration*" ou "*work face*", désignant ainsi les mécanismes qui permettent de préserver et de maintenir la face. La *face* est définie comme l'image de soi façonnée par certains attributs sociaux, représentant l'identité que chaque individu revendique dans une situation donnée afin de se conformer aux attentes normatives sociales (Bonicco, 2007).

Interactions sur Twitch

De l'instantanéité

En contraste avec les vidéos préenregistrées sur YouTube, le format de diffusion en direct de Twitch.tv favorise une interaction et une participation instantanées. Les streamers endossent souvent le rôle d'animateurs ou de showmen, tandis que le public interagit activement avec eux et les soutient en temps réel lors de leurs performances. (Gandolfi, 2016) Cette forte interactivité reflète une tendance plus large chez les célébrités à s'engager directement et à reconnaître leur fanbase. (Marwick et Boyd, 2011)

Le streaming sur Twitch.tv peut être vu comme une réinterprétation inversée "contre-rémediation" (Bolter et Grusin 1999) où les jeux vidéo redeviennent simplement des vidéos pour les spectateurs. Les streamers enrichissent, eux, l'expérience en étendant les dimensions du spectacle et de l'interaction sociale au-delà des simples sessions de jeu privées. Cela ouvre la voie à de nouvelles façons de consommer et d'interpréter le contenu. Cette approche représente une évolution par rapport aux pratiques traditionnelles de l'eSport qui étaient plus centrées sur les médias de masse. Sur Twitch, les actions des streamers peuvent être directement influencées par leurs followers via le chat et la vidéo, intégrant ainsi l'audience au spectacle. Toutefois, les streamers ont aussi la possibilité d'ignorer ces interactions et de jouer de manière plus unidirectionnelle. (Gandolfi, 2016)

Dimension physique

Le feedback physique donné par le streamer à travers le flux vidéo rend l'interaction plus humaine et concrète. Les mouvements des yeux pour lire les messages du chat, les inclinaisons de tête, les gestes des mains et les divers signaux de communication non verbale caractéristiques des interactions en face-à-face montrent clairement que nous assistons à une interaction entre personnes, et non simplement à une diffusion de contenu vers un public anonyme et sans visage.

Cette dimension physique de l'interaction, mettant en avant la présence corporelle du streamer, apporte une dimension humaine à un environnement de communication qui serait autrement impersonnel et déconnecté. Bien que les messages adressés au streamer ne puissent pas offrir le même niveau de feedback non verbal, le comportement du streamer suffit à reconnaître l'humanité et l'existence des participants invisibles. (Larell Anderson, 2017)

Selon une étude de Rainforest Scully-Blaker et al. (2017), à mesure que l'audience grandit, il devient plus difficile pour le diffuseur d'avoir des interactions individuelles avec les viewers. Le diffuseur doit alors jouer de manière à plaire au plus grand nombre possible (*playing for*). Cela rend les interactions spécifiques avec les spectateurs difficiles, voire impossibles. En revanche, lorsque l'audience est plus petite ou moins active dans le chat, le diffuseur peut véritablement jouer en collaboration avec son public en le consultant pour prendre des décisions (*playing along*). Selon les auteurs, le

streaming se situe donc quelque part entre ces deux extrêmes définis par la taille spécifique de l'audience. (Scully-Blaker et al., 2017)

3. Concepts de communauté et communauté virtuelle

Revenons tout d'abord sur les fondements des communautés en ligne, en reprenant certains points de l'article "Communauté en ligne" de Gonçalves Pereira (2020).

Une communauté en ligne peut être définie comme un groupe de personnes partageant des intérêts similaires et interagissant ensemble autour d'une activité spécifique, en utilisant des outils technologiques connectés par Internet.

Dans les communautés en ligne, les outils numériques utilisent des interfaces visuelles (icônes, textes, images, schémas) qui facilitent l'échange en temps réel ou différé entre les membres connectés. (Pereira, 2020)

« Dans la plupart des domaines, elles seront constituées de membres géographiquement séparés, parfois regroupés en petits groupes et travaillant parfois individuellement. Ce seront des communautés non pas de localisation commune, mais d'intérêt commun. Dans chaque domaine, la communauté d'intérêts globale sera suffisamment importante pour soutenir un système complet de programmes et de données axés sur le terrain ». (Licklider, 1968 : 37-38).

Dans les années 1970, le réseau Arpanet a été lancé, et le premier système de bulletins électroniques appelé Community Memory est apparu à Berkeley, en Californie. Co-créé par l'informaticienne Jude Milhon, ce système était considéré comme un "nouveau média" favorisant une interaction sociale accrue. Il a donné naissance aux premiers groupes de conversation par ordinateur, permettant des échanges dynamiques d'informations à travers des forums et des chats en ligne. (Pereira, 2020)

« Les communautés virtuelles sont des regroupements socioculturels qui émergent du réseau lorsqu'un nombre suffisant d'individus participent à ces discussions publiques pendant assez de temps en y mettant suffisamment de cœur pour que des réseaux de relations humaines se tissent au sein du cyberspace » (Rheingold, 1993 : 6).

H. Rheingold souligne que, dans les communautés virtuelles, les individus investissent un effort réel pour tisser des relations. Il suggère que cette interaction en ligne pourrait favoriser des liens sociaux dans le monde réel.

4. Concept de proximité

Dans notre quête pour appréhender pleinement les dynamiques des communautés évoluant sur Twitch, ainsi que pour examiner de manière approfondie le concept de proximité qui les sous-tend, il convient de revisiter certains éléments clés mis en lumière dans l'article "Proximité discursive et co-construction de communauté sur Twitch", rédigé par Elise Choquet et Natalia Marcela Osorio Ruiz en 2020.

Dans le domaine conceptuel de la proximité, il est essentiel de comprendre que cette notion ne se limite pas à une simple relation spatiale ou géographique. Elle englobe une variété de liens et de connexions, comme l'ont souligné Bellet et al. (1998). Fastrez et Meyer (1999) ont ensuite apporté une contribution importante en distinguant deux formes de proximité : celle qui est intrinsèquement présente dans une relation et celle qui est construite intentionnellement pour renforcer les liens, un phénomène connu sous le nom de "proximisation". Cette dernière, en particulier, est d'une importance cruciale dans le contexte des plateformes numériques, où elle sert de moteur à l'activité visant à créer les communautés en ligne. (Choquet ,Osorio Ruiz , 2020)

La "proximisation" facilite ainsi la création de liens et de relations entre les membres d'une communauté virtuelle, en mettant en lumière les éléments partagés et les affinités communes. Cette notion éclaire également la manière dont le langage est utilisé pour exprimer et renforcer ces liens, que ce soit par l'expression directe d'une relation existante ou par la mise en avant des éléments culturels, émotionnels et expérientiels qui unissent les membres d'une communauté. (Choquet ,Osorio Ruiz , 2020)

Par ailleurs, il est important de reconnaître l'importance de l'aspect émotionnel dans le discours en ligne. Certains aspects linguistiques, tels que les adjectifs descriptifs, les termes axiologiques⁷, les adverbes et les tournures verbales jouent un rôle primordial dans l'expression des émotions chez l'audience. Cette dimension émotionnelle du discours socio-discursif témoigne de l'importance de prendre en compte les sentiments, les perceptions et les expériences vécues dans les interactions en ligne. En effet, ces éléments contribuent à façonner la nature des liens et des relations qui se tissent au sein des communautés virtuelles, en nourrissant un sentiment de connexion et d'appartenance partagée. (Choquet ,Osorio Ruiz , 2020)

Renforcement du lien de proximité entre Streamers et Viewers

En se penchant sur les travaux de Coavoux, Roques et Réseaux (2020) , on constate que le succès des vidéastes sur Twitch découle de leur capacité à cultiver des liens étroits avec leur public. Les spectateurs peuvent ainsi ressentir une proximité sociale et culturelle avec les vidéastes, parfois même au point de les considérer comme de véritables amis, malgré la reconnaissance de l'asymétrie inhérente à cette relation. On parle alors de relation parasociale.

Cependant, il est important de souligner que l'affinité seule ne suffit pas à créer une communauté fidèle. Pour y parvenir, les vidéastes doivent fournir un effort constant en engageant activement avec leur public. Cela implique de reconnaître les spectateurs réguliers, de répondre à leurs commentaires, de prendre en compte leurs retours et de s'adapter à leurs préférences. En effet, cet engagement continu est une clé essentielle dans la construction d'une communauté forte et durable. (Coavoux, Roques et Réseaux, 2020)

⁷ valeur, absolue ou comparative d'un adjectif (TAPPOLET C. Emotions et valeurs, 2000)

Stratégies

Dans cette optique, les streamers déploient de nombreuses stratégies pour interagir avec leur public et renforcer les liens de proximité. Ces interactions suivent souvent des routines bien établies, telles que les salutations individuelles au début d'une diffusion en direct, où les streamers prennent le temps de saluer chaque spectateur et de reconnaître leur présence. Cette attention personnelle contribue à renforcer le sentiment de communauté et à fidéliser les spectateurs habitués. (Coavoux, Roques et Réseaux, 2020)

Par ailleurs, les streamers cherchent également à établir et à cultiver une "culture locale" au sein de leur communauté. Cette culture repose sur des rituels, un langage spécifique et des private jokes⁸, que les spectateurs fidèles adoptent et partagent. Ces éléments culturels renforcent le sentiment d'appartenance à une communauté partagée entre le streamer et ses spectateurs, favorisant ainsi un engagement plus profond et une fidélité accrue. (Coavoux, Roques et Réseaux, 2020)

En résumé, la création et le maintien de liens de proximité entre les streamers et leur public sont essentiels pour cultiver des communautés fortes et durables sur Twitch. Ces liens sont alimentés par l'affection, l'interaction et le partage d'expériences communes.

⁸ blagues internes, dans un contexte précis, compréhensibles uniquement si on a assisté au contexte

Partie 2 : Étude empirique

Intro

Nous avons vu, dans la première partie de ce mémoire, ce que dit la littérature sur Twitch, et ses concepts associés. D'une description de la plateforme et de ses fonctionnalités, par une revue de la littérature contextuelle et conceptuelle, nous avons tenté de planter le décor afin de poursuivre notre travail de recherches.

Maintenant, nous allons passer à notre étude empirique. Nous allons tout d'abord aborder notre problématique et sa question de recherche. Ensuite, nous décrirons notre méthodologie afin de réaliser notre étude, puis nous exposerons nos résultats d'analyse et enfin, nous procéderons à l'interprétation des résultats, avant de conclure.

Problématique

Comme abordé précédemment dans la première partie de ce mémoire, un élément de la plateforme Twitch, qui la distingue de manière significative de ses concurrents tels que YouTube, est son système de chat. Nous avons parcouru ses fonctionnalités, nous avons également pris connaissance de la littérature sur les forums et chats en ligne. Ce qui nous intéresse, au vu de l'engouement qu'il y a pour la plateforme Twitch, c'est de comprendre quel rôle a ce chat dans la construction de communautés au sein de Twitch.

Notre question de recherche est donc la suivante :

***“Comment le chat Twitch, en tant que canal de communication écrite, participe à la fidélisation d'audience sur Twitch?
Analyse des interactions, de la construction communautaire, des formes d'engagement et des processus de proximité sur la plateforme Twitch. “***

Méthodologie

Pour réaliser cette étude empirique, nous avons longuement réfléchi à quelle méthode nous allions opter. En effet, pour l'analyse d'interactions sur un chat textuel, l'observation était la méthode qui semblait la plus appropriée. Nous avons utilisé une méthode qui allie à la fois le qualitatif et le quantitatif.

Pour établir les critères d'observation, nous nous sommes basés sur la méthode GTA (Grounded Theory Approach) (Glaser & Strauss, 1967 ; Strauss, 1987 ; Strauss & Corbin, 1990).

Pour résumer cette approche, c'est une méthode de recherche de type inductive, donc qui part des données existantes, et des observations, pour générer des concepts, des idées ainsi que des hypothèses.

Lors de notre recherche, nous n'avons pas commencé par établir des hypothèses. En partant de notre question de recherche, nous avons directement commencé à observer et dégager des concepts qui ressortent de nos observations, puis en nous renseignant sur ces concepts, d'autres concepts sont ressortis. De cette manière, nous avons pu étendre notre recherche.

Cette approche nous a permis d'affiner notre étude au fur et à mesure, et enfin d'établir certains critères, sur base de concepts observés.

Interaction		Communauté		Engagement	Proximité
nbr lecture chat	nbr remerciements	nbr badges commu	nbr emotes commu	évolution badge abonné	verbalisation relation / lien
n	n	n	n	n	n
n	n	n	n	n	n
n	n	n	n	n	n

Figure 19

1. **Concept d'interaction:** nombre de lectures orales du chat, nombre de remerciements oraux (interactions vocales réciproques entre le streamer et le viewer)

Sur Twitch, les streamers utilisent principalement le canal vocal pour communiquer pendant leurs parties. De plus, ils peuvent diffuser leur image en direct, permettant aux spectateurs d'observer leurs réactions en temps réel. Les diffuseurs reçoivent des retours immédiats de leur public, ce qui favorise l'interaction pendant leurs sessions. (Choquet, Osorio Ruiz, 2020)

La première chose directement observable en arrivant sur un chat Twitch, ce sont les discussions écrites et leur réponses orales par le streamer. Certains messages n'ayant pas de réponse, nous ne pouvons pas les qualifier d'interactions entre streamer et viewer. Afin d'analyser ces interactions, nous avons décidé de recenser le nombre de lectures orales du chat par le streamer, ainsi que les remerciements oraux des abonnements et/ou followers.

De cette manière, nous allons pouvoir analyser le nombre d'interactions, et comparer ce nombre selon différents critères propre au caractère de la diffusion. En effet, chaque live a ses propres caractéristiques, qui sont les suivantes: le streamer (voir corpus), le nombre de personnes présentes sur le live (en moyenne), le jeu (ou la catégorie), et le nombre de diffuseurs (live en multi-joueurs ou seul). En effet, en réalisant nos observations, nous avons pu déceler certaines variantes qui pourraient influencer ces interactions, et les avons prises en compte, afin d'analyser les différences qu'il pourrait y avoir entre celles-ci. Nous avons décidé de nommer ces critères le "Contexte de diffusion".

2. **Concept de communauté** : Badge de communauté , Emotes

Au sein des communautés de joueurs, les membres se démarquent et renforcent leur identité collective en rejoignant des groupes de fans et en adoptant des symboles d'appartenance. Par exemple, les spectateurs d'une chaîne peuvent accéder à des émoticônes exclusives en signe de reconnaissance. (Choquet, Osorio Ruiz, 2020)

Notre second critère d'observation a pour objet le concept de communauté. Pour l'observer au sein du chat, nous avons relevé le nombre de badges ainsi que le nombre d'emotes propres à la chaîne. Ces symboles d'appartenance (Choquet, Osorio Ruiz, 2020) sont de réels indices de communauté, nous avons donc décidé de les recenser et de les comparer selon leur "Contexte de diffusion".

3. **Concept d'engagement**: évolution du badge de la communauté dans le temps (les badges évoluent selon les mois/années durant lesquels les viewers sont abonnés à la chaîne)

L'engagement s'inscrit dans une certaine période temporelle. L'individu s'engage dans le temps, dans une même direction. La personne choisit de rester dans cette "trajectoire d'activité cohérente" et continue sur son parcours, rejetant les alternatives. (Becker, 2006)

Les badges d'abonnés changent d'apparence au fur et à mesure du temps. Chaque abonné décide, ou non, de poursuivre son abonnement de chaîne chaque mois. Ce badge évolutif est significatif pour l'engagement qu'il porte à la dite-chaîne. Nous avons donc décidé de recenser les différents badges de communauté en sous-catégories:

- 1-2 mois : les badges d'abonnés de 1 à 2 mois
- 3-5 mois : les badges d'abonnés de 3 à 5 mois
- 6-11 mois: les badges d'abonnés de 6 à 11 mois
- 12+ mois: les badges d'abonnés d'un an ou plus

Ces sous-catégories vont nous permettre de déceler les anciens abonnés, des nouveaux abonnés. Selon notre interprétation, les abonnés de plus d'un an sont considérés comme les anciens abonnés, les abonnés moins d'un an sont les plus récents. Ce choix a été déterminé après plusieurs heures d'observations de chat. Le critère d'ancienneté va permettre de jauger le "taux d'engagement" d'un abonné. Ces indicateurs d'ancienneté vont être comparés par la suite selon leur "Contexte de diffusion".

Pour calculer le taux d'engagement, nous allons nous inspirer d'une méthode de Clément Pellerin (2019) qui s'est intéressé au taux d'engagement sur Instagram. Il a établi trois méthodes différentes pour calculer le taux d'engagement, et nous avons choisi d'adapter ces méthodes pour Twitch. Pellerin divise le nombre d'interactions par la portée ou le nombre d'abonnés pour ensuite multiplier ce nombre par 100 afin d'obtenir un pourcentage. ($\text{interaction/abonnés} \times 100$)

Nous allons suivre la même logique, en divisant **le nombre de badges d'abonnés anciens par le nombre d'abonnés total observés x100 (badges anciens/badges abonnés x100)** pour obtenir un pourcentage d'abonnés anciens, et en divisant **le nombre de badges d'abonnés nouveaux par le nombre d'abonnés total observés x100 (badges nouveaux/badges abonnés x100)** pour obtenir un pourcentage de nouveaux abonnés.

Nous allons par la suite comparer ces pourcentages selon leur "Contexte de diffusion".

4. **Concept de proximité:** verbalisation d'une relation/ d'un lien partagé (utilisation du "nous", évocation d'un souvenir, partage de sentiments)

« La proximité renvoie à des relations d'ordre spatial (rapport à un même lieu), tout en pouvant renvoyer à des relations de tout autre type, non spatialisées (au sens de la discontinuité de lieu) » (Bellet et al., 1998, p. 15)

Les auteurs rappellent, de plus, que la proximité est un rapport/une relation tissée entre l'émetteur et le destinataire. (Ibid, p. 17)

La proximité peut être identifiée linguistiquement par la manière dont on exprime une relation existante ou en mettant en valeur les éléments constitutifs du lien partagé. C'est pourquoi l'utilisation des sciences du langage offre une approche pertinente pour analyser comment la proximité est discursivement réalisée au sein des interactions verbales sur Twitch. (Choquet, Ruiz, 2020)

Nous allons, pour ce critère, recenser des verbalisations de liens/de relations exprimées dans le chat. Ces verbalisations peuvent être adressées soit d'un viewer à un autre membre de la communauté, soit d'un viewer au streamer. Pour reconnaître ces verbalisations, nous avons choisi de retenir celles exprimant un sentiment ou une émotion positive envers le streamer ou un autre membre de la communauté. L'expression du "nous" symbolisant le collectif va également être retenue.

L'analyse de ce critère va également être soumise à comparaison selon son "Contexte de diffusion". Cependant, au vu du caractère qualitatif et interprétatif de celui-ci, les conclusions ne pourront être que des hypothèses, des déductions et peuvent éventuellement être l'objet de futures études plus approfondies sur le sujet.

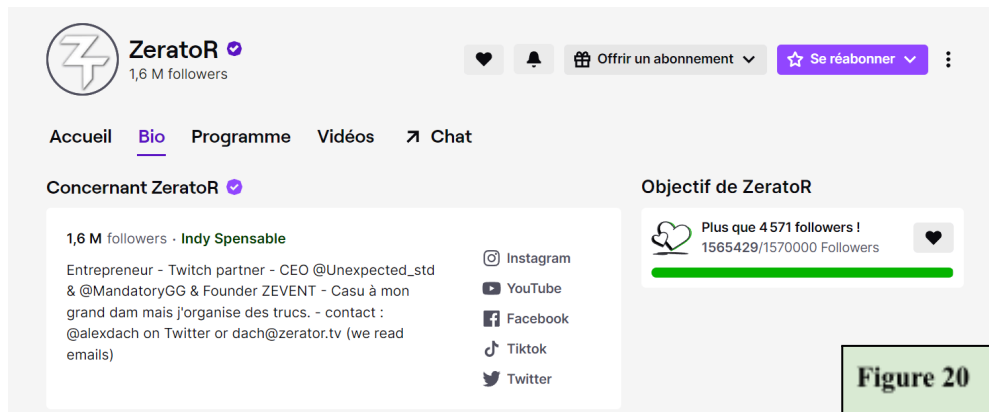
Corpus

Notre analyse repose sur quatre segments de lives de 45 minutes chacun, sur base de quatre chaînes Twitch. Ce qui nous donne 12 heures d'observation au total.

Ces lives ont été observés en conditions réelles, c'est-à-dire en direct, sans interruption, pour nous permettre d'obtenir les réactions du streamer. Nous n'avons pas sélectionné au préalable les lives, nous les avons sélectionnés aléatoirement, en fonction des horaires de chacun des streamers. Les jeux sont donc différents, et le corpus compte quelques sessions en multi-diffuseurs (où les streamers ne sont pas seuls à diffuser). Ces conditions réelles permettent de confronter différents "Contextes de diffusion".

Notre corpus est basé sur quatre streamers francophones, deux hommes et deux femmes. Voici leurs personas.

1. Zerator - 1,5 M followers



The screenshot shows the Twitch profile for ZeratoR, a verified streamer with 1.6 million followers. The profile includes a bio, social media links, and a goal of reaching 4,571 followers. The bio identifies him as an entrepreneur and Twitch partner, CEO of Unexpected_std & MandatoryGG, and founder of ZEVEN. The goal section shows a progress bar for reaching 4,571 followers, with 156,5429/157,000 followers currently. Social media links for Instagram, YouTube, Facebook, TikTok, and Twitter are provided.

Viewers en moyenne par stream: 10 000



Zerator est un streamer de 34 ans originaire de Montpellier. Il débute sa carrière de streamer en 2010 dans une structure appelée Millenium, diffusant son évolution sur le jeu World of Warcraft. Durant cette période, les Web TV (sortes de chaînes de télévision sur Internet) sont en plein essor, et il va par la suite rejoindre Eclipsia en 2013, autre structure très connue à l'époque, pour finalement prendre son

indépendance en tant que streamer en 2015. Cela fait donc plus de 10 ans que Zerator est connu sur Internet pour son contenu gaming.

Depuis, il organise divers gros événements tels que le ZEvent, un événement caritatif faisant participer chaque année plusieurs dizaines de streamers et récoltant, chaque année, plusieurs millions d'euros pour des associations diverses.

Il organise également chaque année la ZLan, une lan multi-gaming sur une dizaine de jeux offrant au vainqueur un cashprize proche de 50 000€. Nous pouvons également citer Fight For Sub, une compétition durant laquelle une centaine de streamers s'affrontent sur un jeu défini. Les perdants ont l'obligation de s'abonner à la chaîne Twitch du vainqueur.

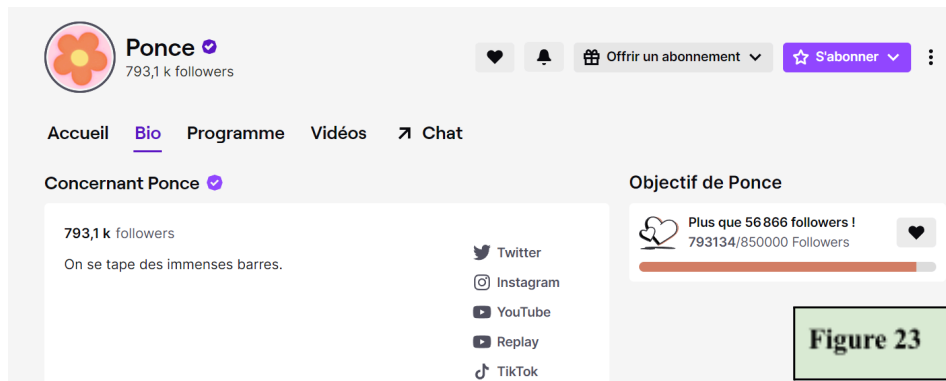


Le streamer français a également organisé un autre tournoi appelé Ascension, sur le jeu Trackmania, offrant un cashprize collaboratif (via des abonnements à sa chaîne Twitch) de plus de 130 000€ au vainqueur.

Zerator est également le créateur d'un studio de jeu indépendant appelé Unexpected, et est fondateur d'une équipe eSport sur le jeu Valorant, nommée Mandatory.

C'est donc une personnalité bien connue du paysage Twitch que nous avons sélectionnée comme premier corpus de notre analyse. Nous avons fait ce choix pour comparer une chaîne possédant un *Massive Chat* (Ford et al., 2017) avec d'autres chaînes ayant une moindre audience.

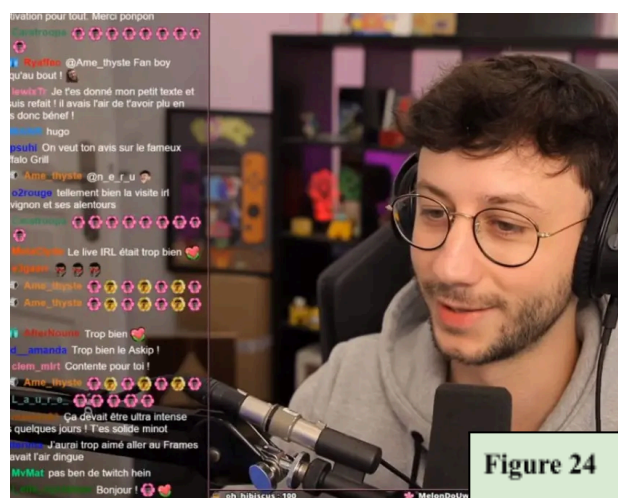
2. Ponce - 794,8 k followers

A screenshot of the Twitch profile page for the channel 'Ponce'. The profile picture is a stylized orange flower. The channel name 'Ponce' is followed by a verified badge and '793,1 k followers'. There are buttons for 'Offrir un abonnement', 'S'abonner', and a menu icon. Below the navigation tabs (Accueil, Bio, Programme, Vidéos, Chat), there is a 'Concernant Ponce' section showing '793,1 k followers' and the text 'On se tape des immenses barres.' To the right, there is an 'Objectif de Ponce' section with a progress bar and the text 'Plus que 56 866 followers ! 793134/850000 Followers'. Social media links for Twitter, Instagram, YouTube, Replay, and TikTok are listed. A caption 'Figure 23' is in the bottom right corner.

Viewers en moyenne par stream: 3 500

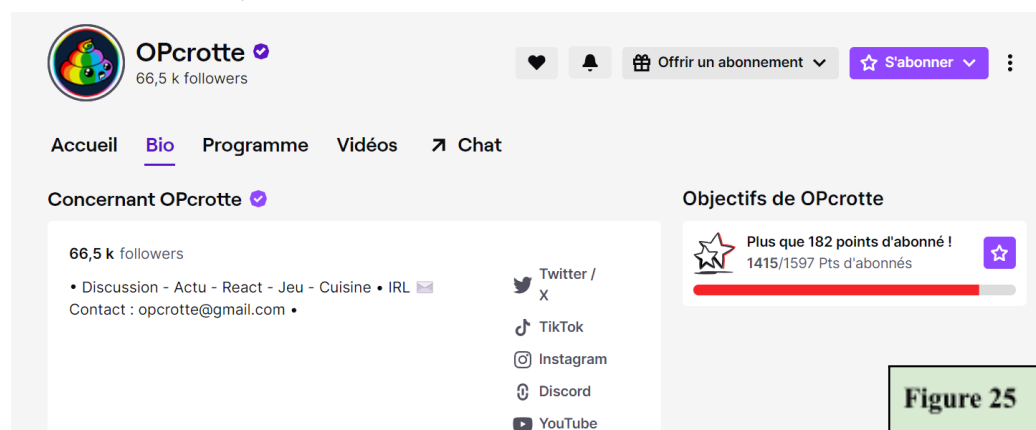
Ponce est un streamer de 33 ans originaire d'Avignon. Il débute sa carrière solo sur Twitch en 2016 pour ensuite rejoindre la structure Eclipsia, puis celle de LeStream pour enfin revenir de manière indépendante sur sa chaîne. Il est notamment connu pour sa forte communauté appelée "les fleurs", symbolisée par une marguerite.

Ponce crée son propre label de musique en 2022, appelé Floral Records, en hommage à sa communauté.



Nous avons choisi ce streamer car il possède une audience assez conséquente, mais moindre que celle de Zerator en termes de chiffres.

3. OPCrotte - 65,9 k followers



Viewers en moyenne par stream: 1 300

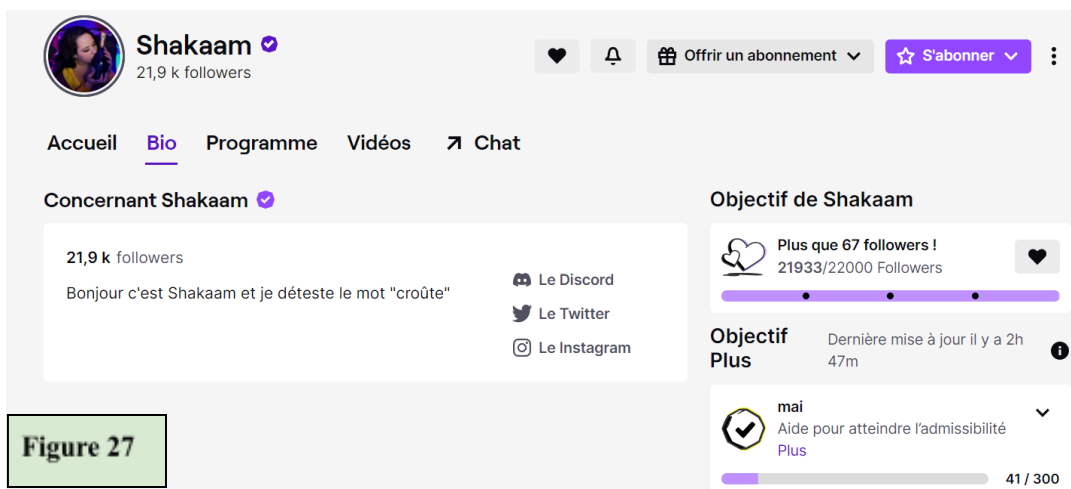


OPCrotte est une streameuse de 27 ans active sur Twitch depuis septembre 2016, où elle diffuse une variété de jeux vidéo, notamment des jeux d'horreur, tout en abordant des sujets tels que la santé mentale et l'actualité.

En commençant en 2016, OPCrotte s'est lancée dans le streaming en jouant surtout à Overwatch et à quelques jeux d'horreur.

Nous avons sélectionné OPCrotte pour sa particularité à engager la conversation avec son chat sur divers sujets lors de ses streams, sans tabou. Elle possède une communauté de 65 000 followers, ce qui est bien au-dessus de la moyenne des streamers, mais ne rentre pas dans la catégorie des Massive Chats.

4. Shakaam - 21,9 k followers



The screenshot shows the Twitch profile of Shakaam, a verified streamer with 21,9 k followers. The profile includes a bio that says "Bonjour c'est Shakaam et je déteste le mot 'croûte'", social media links for Discord, Twitter, and Instagram, and two follower goals. The first goal is to reach 67k followers (21,933/22,000) and the second is to reach 300 followers (41/300).

Viewers en moyenne par stream: 63



Shakaam est une streameuse française de 25 ans, adepte principalement de Just Chatting mais aussi de jeux divers et variés.

Cette streameuse produit du contenu sur Twitch depuis 2017 et possède une "petite" communauté d'un peu plus de 20 000 followers.

Nous avons sélectionné Shakaam comme dernier corpus afin de pouvoir comparer différentes tailles de communautés.

Résultats d'analyse et interprétation

Après avoir pris connaissance des différents critères d'observation ainsi que de l'ensemble du corpus de notre étude, nous allons maintenant passer aux résultats d'analyse ainsi qu'aux interprétations de ceux-ci.

Résultats d'analyse

Nous allons désormais procéder aux résultats d'analyse. Pour ce faire, nous avons divisé l'analyse en suivant nos critères d'observations. Vous pouvez retrouver notre tableau de codage complet ainsi que son récapitulatif ci-dessous.

Tableau de codage des observations

Streamers	Date et heure	Nbr viewers (+-)	Jeu(x)	Solo/Multi	Lecture(s) chat	Remerciement(s)	Badge(s) abonné				Emote(s)	Expression(s) Lien(s)	Remarques	Figure 29
							1/2	3/5	6/11	12+				
ZERATOR	14/04 13h05	7000	Valorant	Multi (5)	11	0	4	5	6	94	20	0		
	14/04 21h02	12000	Inkbound	Solo	13	1	2	2	7	59	2	0	Q/R entre viewers dans le chat, discussion sans le streamer, train de la hype -> a encouragé la communauté à s'abonner, une vingtaine d'abonnement après cela	
	03/04 18h03	5000	WoW Plundertorn	Multi (3)	8	0	4	7	4	86	6	0		
	11/03 20h50	(lent) 11000	Pummel Party	Multi (5)	5	0	1	2	14	72	4	0		
OPCROTTE	12/03 17h58	1700	Just chatting	Solo	79	7	8	3	43	102	38	9	message de soutien envers OPCrotte, remerciements pour le live, surnom	
	13/03 17h35	1500	Just chatting+react	Solo	59	0	21	15	63	69	15	0		
	07/03 18h00	1500	Just Chatting	Solo	67	2	33	17	3	44	29	3	"soigne-toi bien", "merci pour le live"	
	08/03 18h28	1500	React	Solo	34	3	15	38	33	80	15	0		
PONCE	26/03 17h00	(lent) 4200	Tchia	Solo	22	1	8	13	7	143	27	0		
	27/03 17h20	3000	Baldur's Gate	Multi (2)	5	0	6	7	14	92	35	0		
	21/03 13h00	4000	Just Chatting	Solo	52	28	10	9	8	122	16	0		
	24/01 13h10	(lent) 4000	Zelda Tears of Kingdom	Solo	40	8	3	8	5	70	22	8	surnoms, "bisous les fleurs", 1 sondage dans le chat	
SHAKAAM	03/04 19h40	80	Just Chatting	Solo	83	0	0	0	28	58	1	0		
	14/03 17h32	50	Just Chatting	Solo	72	0	1	0	24	40	8	0		
	11/03 20h23	60	Sons of the forest	Multi (2)	40	2 (follows)	0	0	8	46	3	2	"Ma Shakaam", surnom	
	24/02 15h24	50	Just Chatting	Solo	54	0	0	26	23	47	3	1	surnom	

Tableau récapitulatif des résultats d'observation

Figure 30	Interaction		Communauté		Engagement	Proximité
	Lectures	Remerciements	Badges	Emotes		
Zerator	9,25	0,25	92,25	8	84,65%	0
OPCrotte	59,75	3	146,75	24,25	50%	12
Ponce	29,75	9,25	131,25	25	81,06%	8
Shakaam	62,25	0,5	75,25	3,75	65,78%	3

1. Critère d'interaction

Le premier critère est celui de l'interaction. Pour analyser ce critère, nous avons recensé les différentes lectures de chat ainsi que les remerciements d'abonnements et/ou de followers.

Commençons par **Zerator**, qui comptabilise, en moyenne, **9,25 lectures de chat** par segment d'observation. Son plus haut taux de lectures étant lors d'un live en solo, sur le jeu *Inkbound*, comptabilisant 12000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 13 lectures. Son plus bas taux de lectures de chat étant lors d'un live en multi avec quatre autres personnes sur le jeu *Pummel Party (chat en mode lent)* comptabilisant 11000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 5 lectures.

Concernant les remerciements d'abonnés et/ou de followers, **Zerator** a exprimé, en moyenne, **0,25 remerciements** par segment d'observation. Son unique remerciement a été observé lors de son sur le jeu *Inkbound*, où il était en solo, avec une moyenne de 12000 viewers.

Passons ensuite à **OPCrotte**, qui comptabilise, en moyenne, **59,75 lectures de chat** par segment d'observation. Son plus haut taux de lectures étant lors d'un live solo en Just Chatting⁹ comptabilisant en moyenne 1700 viewers, nous avons alors observé 79 lectures de chat. Son plus bas taux de lectures étant lors d'un live en solo sur du React¹⁰ comptabilisant en moyenne 1500 viewers, nous avons alors observé 34 lectures.

Concernant les remerciements d'abonnés et/ou de followers, **OPCrotte** a exprimé en moyenne **3 remerciements** par segment d'observation. Son plus haut taux de remerciements a été observé lors d'un live solo en Just Chatting comptabilisant en moyenne 1700 viewers, nous avons alors observé 7 remerciements. Son plus bas taux de remerciements étant lors d'un live Just Chatting et React comptabilisant en moyenne 1500 personnes en moyenne, nous avons alors observé 0 remerciement.

Analysons ensuite **Ponce**, qui comptabilise, en moyenne, **29,75 lectures de chat** par segment d'observation. Son plus haut taux de lectures étant lors d'un live en solo, en Just Chatting, comptabilisant 4000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 52 lectures. Son plus bas taux de lectures de chat étant lors d'un live en multi avec une autre personne sur le jeu *Baldur's Gate 3* comptabilisant 3000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 5 lectures.

Concernant les remerciements d'abonnés et/ou de followers, **Ponce** a exprimé en moyenne **9,25 remerciements** par segment d'observation. Son plus haut taux de remerciements a été observé lors d'un live solo en Just Chatting comptabilisant en moyenne 4000 viewers, nous avons alors observé 28 remerciements. Son plus bas taux de remerciements étant lors d'un live sur le jeu *Baldur's Gate 3* comptabilisant en moyenne 3000 personnes en moyenne, nous avons alors observé 0 remerciement.

⁹ catégorie de stream où le diffuseur discute avec sa communauté

¹⁰ catégorie de stream où le diffuseur regarde et réagit à une vidéo/un documentaire/une série

Finalement, finissons avec Shakaam pour ce critère d'interprétation, qui comptabilise, en moyenne, **62,25 lectures de chat** par segment d'observation. Son plus haut taux de lectures étant lors d'un live en solo, en Just Chatting, comptabilisant 80 viewers en moyenne, nous avons alors observé 83 lectures. Son plus bas taux de lectures de chat étant lors d'un live en multi avec une autre personne sur le jeu Sons of the Forest, comptabilisant 60 viewers en moyenne, nous avons alors observé 40 lectures.

Concernant les remerciements d'abonnés et/ou de followers, Shakaam a exprimé en moyenne **0,5 remerciements** par segment d'observation. Son plus haut taux de remerciements a été observé lors d'un live multi avec une autre personne sur le jeu Sons of the forest comptabilisant en moyenne 60 viewers, nous avons alors observé 2 remerciements. Les autres segments observés ne font pas l'objet de remerciements.

2. Critère de communauté

Notre second critère d'observation est celui de la communauté. Pour l'analyser, nous avons recensé le nombre de badges d'abonné ainsi que le nombre d'emotes de la chaîne apparus dans le chat durant notre segment d'observation.

Commençons avec Zerator, qui a recensé en moyenne **92,25** badges d'abonnés par segment d'observation. Le taux de badges d'abonnés le plus haut étant lors d'un live en multi avec quatre autres personnes sur le jeu Valorant comptabilisant 7000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 109 badges d'abonnés. Son plus bas taux de badges d'abonnés étant lors d'un live en solo sur le jeu Inkbound comptabilisant 12000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 70 badges d'abonnés.

Concernant les emotes, nous avons observé en moyenne **8 emotes de la chaîne** par segment d'observation. Le taux d'emotes le plus haut étant lors d'un live en multi avec quatre autres personnes sur le jeu Valorant comptabilisant 7000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 20 emotes. Le taux le plus bas étant lors d'un live en solo sur le jeu Inkbound comptabilisant 12000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 2 emotes de la chaîne.

Passons ensuite à OPCrotte, qui a recensé en moyenne **146,75** badges d'abonnés par segment d'observation. Le taux de badges d'abonnés le plus haut étant lors d'un live en solo en Just Chatting et React comptabilisant 1500 viewers en moyenne, nous avons alors observé 168 badges d'abonnés. Son plus bas taux de badges d'abonnés étant lors d'un live en solo en Just Chatting comptabilisant 1500 viewers en moyenne, nous avons alors observé 97 badges d'abonnés.

Concernant les emotes, nous avons observé en moyenne **24,25 emotes de la chaîne** par segment d'observation. Le taux d'emotes le plus haut étant lors d'un live en solo en Just Chatting comptabilisant 1700 viewers en moyenne, nous avons alors observé 38 emotes. Le taux le plus bas étant lors d'un live en solo en Just Chatting et React comptabilisant 1500 viewers en moyenne, nous avons alors observé 15 emotes de la chaîne. Deux lives avec ces mêmes Contextes de diffusion ont obtenu le même nombre d'emotes.

Poursuivons avec Ponce, qui a recensé en moyenne **131,25** badges d'abonnés par segment d'observation. Le taux de badges d'abonnés le plus haut étant lors d'un live en solo sur le jeu Tchia (*chat en mode lent*) comptabilisant 4200 viewers en moyenne, nous avons alors observé 171 badges d'abonnés. Son plus bas taux de badges d'abonnés étant lors d'un live en solo sur le jeu Zelda : Tears of Kingdom (*chat en mode lent*) comptabilisant 4000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 86 badges d'abonnés.

Concernant les emotes, nous avons observé en moyenne **25 emotes de la chaîne** par segment d'observation. Le taux d'emotes le plus haut étant lors d'un live en multi sur le jeu Baldur's Gate 3 comptabilisant 3000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 35 emotes. Le taux le plus bas étant lors d'un live en solo en Just Chatting comptabilisant 4000 viewers en moyenne, nous avons alors observé 16 emotes de la chaîne.

Terminons pour ce critère avec Shakaam, qui a recensé en moyenne **75,25** badges d'abonnés par segment d'observation. Le taux de badges d'abonnés le plus haut étant lors d'un live en solo en Just Chatting comptabilisant 50 viewers en moyenne, nous avons alors observé 96 badges d'abonnés. Son plus bas taux de badges d'abonnés étant lors d'un live en multi avec une autre personne sur le jeu Sons of the forest comptabilisant 60 viewers en moyenne, nous avons alors observé 54 badges d'abonnés.

Concernant les emotes, nous avons observé en moyenne **3,75 emotes de la chaîne** par segment d'observation. Le taux d'emotes le plus haut étant lors d'un live en solo Just Chatting comptabilisant 50 viewers en moyenne, nous avons alors observé 8 emotes. Le taux le plus bas étant lors d'un live en solo en Just Chatting comptabilisant 80 viewers en moyenne, nous avons alors observé 1 emote de la chaîne.

3. Critère d'engagement

Pour ce troisième critère, nous avons observé le caractère évolutif des différents badges d'abonnés. Nous avons établi quatre catégories d'évolution : 1 à 2 mois d'abonnement, 3 à 5 mois d'abonnement, 6 à 11 mois d'abonnement et enfin un an ou plus d'abonnement.

Pour rappel, nous allons calculer le taux d'engagement en divisant le nombre de badges d'abonnements "anciens" (plus de un an d'abonnement) par le nombre de badges d'abonnement total observés, pour ensuite multiplier le résultat par 100 pour obtenir un pourcentage.

Commençons avec **Zerator**, qui a recensé pour le premier segment d'observation 109 badges d'abonnés au total, dont 94 badges d'un an et plus. $94/109 \times 100 = 86,24\%$. Pour le second segment, 70 badges d'abonnés au total, dont 59 badges d'un an et plus. $59/70 \times 100 = 84,29\%$. Pour le troisième segment, 101 badges d'abonnés au total, dont 86 badges d'un an et plus. $86/101 \times 100 = 85,15\%$. Et enfin concernant le dernier segment, 89 badges d'abonnés au total, dont 72 badges d'un an et plus. $72/89 \times 100 = 80,9\%$.

En faisant la moyenne de ces pourcentages, nous arrivons à un **taux d'engagement d'une moyenne de 84,645%**

Poursuivons avec **OPCrotte**, qui a recensé pour le premier segment d'observation 156 badges d'abonnés au total, dont 102 badges d'un an et plus. $102/156 \times 100 = 65,38\%$. Pour le second segment, 168 badges d'abonnés au total, dont 69 badges d'un an et plus. $69/168 \times 100 = 41,07\%$. Pour le troisième segment, 97 badges d'abonnés au total, dont 44 badges d'un an et plus. $44/97 \times 100 = 45,36\%$. Et enfin concernant le dernier segment, 166 badges d'abonnés au total, dont 80 badges d'un an et plus. $80/166 \times 100 = 48,19\%$.

En faisant la moyenne de ces pourcentages, nous arrivons à un **taux d'engagement d'une moyenne de 50%**

Ensuite, passons à **Ponce**, qui a recensé pour le premier segment d'observation 171 badges d'abonnés au total, dont 143 badges d'un an et plus. $143/171 \times 100 = 83,63\%$. Pour le second segment, 119 badges d'abonnés au total, dont 92 badges d'un an et plus. $92/119 \times 100 = 77,31\%$. Pour le troisième segment, 149 badges d'abonnés au total, dont 122 badges d'un an et plus. $122/149 \times 100 = 81,88\%$. Et enfin concernant le dernier segment, 86 badges d'abonnés au total, dont 70 badges d'un an et plus. $70/86 \times 100 = 81,4\%$.

En faisant la moyenne de ces pourcentages, nous arrivons à un **taux d'engagement d'une moyenne de 81,055%**

Enfin, finissons avec **Shakaam**, qui a recensé pour le premier segment d'observation 86 badges d'abonnés au total, dont 58 badges d'un an et plus. $58/86 \times 100 = 67,44\%$. Pour le second segment, 65 badges d'abonnés au total, dont 40 badges d'un an et plus. $40/65 \times 100 = 61,54\%$. Pour le troisième segment, 54 badges d'abonnés au total, dont 46 badges d'un an et plus. $46/54 \times 100 = 85,19\%$. Et enfin concernant le dernier segment, 96 badges d'abonnés au total, dont 47 badges d'un an et plus. $47/96 \times 100 = 48,96\%$.

En faisant la moyenne de ces pourcentages, nous arrivons à un **taux d'engagement d'une moyenne de 65,7825%**

4. Critère de proximité

Pour ce dernier critère, nous avons observé la verbalisation de liens dans le chat de chaque streamer. Ce critère fait preuve d'un caractère plutôt qualitatif. Nous allons recenser ci-dessous les différentes expressions de lien observées.

Zerator n'a recensé **aucune verbalisation** de lien.

OPCrotte a recensé **12 verbalisations de lien** sur l'ensemble des segments d'observation. Voici le caractère de ces dernières:

- Messages de soutien
- Remerciements
- Surnoms
- Messages d'affection

Ponce a recensé **8 verbalisations de lien** sur l'ensemble des segments d'observation. Voici le caractère de ces dernières:

- Surnom
- Message d'affection

Enfin, Shakaam a recensé **3 verbalisations de lien** sur l'ensemble des segments d'observation.

Voici le caractère de ces dernières:

- Surnom
- Message d'affection

Interprétation des résultats

1. Critère d'interaction

L'influence du nombre de viewers sur les interactions

En analysant nos résultats d'observation, il devient rapidement évident que Zerator, le streamer ayant le plus de viewers avec une moyenne de 8750 spectateurs, est celui qui lit le moins son chat. En effet, il ne lit en moyenne que 9,25 messages par segment d'observation. Ponce, avec une audience moyenne de 3800 viewers, lit environ 29,75 messages par segment d'observation. OPCrotte, quant à elle, comptabilise 59,75 lectures pour une moyenne de 1550 viewers, et enfin Shakaam, avec une audience moyenne de 60 viewers, lit environ 62,25 messages par segment d'observation. **Ces chiffres démontrent une corrélation entre le nombre de lectures de messages et le nombre de viewers présents. Plus le nombre de spectateurs augmente, moins le streamer semble être en mesure de lire les messages du chat.**

Il est important de noter que d'autres facteurs du contexte global du streaming n'ont pas été pris en compte dans ces observations (voir Limites de l'étude page 47). Cependant, il est clair que plus nous nous approchons d'un phénomène de "*Massive Chat*", moins le streamer va pouvoir interagir avec son public de manière individuelle. Le chat en mode lent est souvent mis en place pour tenter de pallier ce problème de flux rapide de messages. Pourtant, nos observations n'ont pas montré de changement significatif dans les interactions lorsque ce mode est activé.

Ces données suggèrent que les streamers avec une audience plus importante peuvent être submergés par le volume de messages, ce qui réduit leur capacité à interagir avec chaque viewer. Zerator, par exemple, avec ses 8750 spectateurs en moyenne, lit très peu de messages, ce qui peut être attribué à la difficulté de gérer un chat très actif. En revanche, les streamers comme Shakaam, avec une audience beaucoup plus réduite, sont capables de maintenir un niveau élevé d'interaction, lisant plus de messages.

De plus, il est intéressant de considérer l'impact potentiel des outils de modération et de filtrage des messages, qui peuvent également influencer la capacité des streamers à lire

et répondre aux messages du chat. La mise en place du mode lent est une tentative de réaliser ce défi, mais comme mentionné précédemment, nos observations ne montrent pas de bénéfice à ce changement en termes d'interactions.

Phénomène d' *Inter-Discussion*

Nous avons également pu assister à une conversation durant un segment d'observation de Ponce, qui s'est déroulée grâce au système de fonctionnalité Q/A (questions/réponses) intégré au chat. Ce système permet aux viewers de répondre directement aux questions posées par d'autres spectateurs, facilitant ainsi des échanges entre membres de la communauté.

Ces "inter-discussions" se construisent donc au sein de la communauté sans même que le streamer n'y participe activement. Par exemple, un viewer a posé une question sur une stratégie de jeu, et plusieurs autres viewers ont répondu avec des conseils et des expériences personnelles, créant ainsi une mini-discussion. Cela montre que la communauté de Ponce n'est pas seulement spectatrice, mais participe activement à la construction d'un espace d'échange et d'apprentissage collectif.

Cette fonctionnalité de Q/A favorise non seulement l'entraide et le partage de connaissances entre viewers, mais renforce également le sentiment d'appartenance à une communauté solidaire et interactive. Les conversations qui en résultent peuvent être très variées, allant de discussions techniques sur le gameplay à des échanges plus personnels sur des sujets variés. Cela contribue à créer une atmosphère conviviale et engageante, où chaque membre peut trouver sa place et participer activement aux échanges, même en l'absence d'interaction directe du streamer.

Il est également intéressant de noter que ces interactions autonomes peuvent alléger la charge du streamer en termes de gestion des questions et des discussions, permettant ainsi au streamer de se concentrer davantage sur le contenu du stream. En outre, cela montre l'importance des fonctionnalités implantées sur le chat, qui facilitent et enrichissent l'expérience des utilisateurs, et facilitent la création de communauté par la même occasion.

Gamification des fonctionnalités

Nous avons pu remarquer une certaine gamification des fonctionnalités au sein du chat. La gamification des fonctionnalités mise en place par Twitch encourage fortement les viewers à interagir. Les sondages, par exemple, sont le reflet de cet engouement. Les viewers y participent activement.

Pour rappel, la gamification implique l'intégration d'aspects ludiques et de design de jeu dans des environnements sérieux comme le travail, l'éducation ou la santé, dans le but de stimuler l'engagement et de favoriser des comportements spécifiques. (Robson et al., 2015)

Il n'est pas étonnant de voir une certaine gamification sur le site de Twitch. Étant une plateforme de diffusion de jeux-vidéos au départ, il est naturel que Twitch rende ses fonctionnalités ludiques pour engager davantage ses utilisateurs.

En effet, plusieurs études démontrent un lien étroit entre engagement et l'expérience ludique des fonctionnalités sur un site web.

La gamification peut influencer le comportement des participants en exploitant les moteurs de motivation du comportement humain de deux manières interconnectées : les renforcements et les émotions. Les renforcements, qu'ils soient positifs ou négatifs, encouragent la répétition des comportements, comme le démontrent le conditionnement opérant (Skinner, 1938) et la loi de l'effet (Thorndike, 1905). Ces approches sont depuis longtemps utilisées en psychologie pour expliquer divers comportements humains et la modification du comportement. Elles suggèrent également que les changements de comportement peuvent être motivés soit par des récompenses externes telles que l'argent ou la reconnaissance, soit par des motivations internes comme les émotions, qui sont également des moteurs puissants du changement de comportement. (Higgins, 2006)

La théorie de l'apprentissage comportemental et le conditionnement opérant postulent que tout comportement est influencé par des renforcements. De plus, les comportements qui entraînent des résultats satisfaisants ont tendance à être répétés ou maintenus, tandis que ceux qui entraînent des résultats insatisfaisants sont moins susceptibles d'être maintenus. (Skinner, 1938)

La gamification des fonctionnalités sur Twitch

Après analyse des fonctionnalités de Twitch, nous pouvons tout à fait les classer dans la catégorie d'expérience ludique. En effet, Twitch instaure un système de récompenses (points de chaînes, classements, badges et emotes à remporter,..). Ces éléments sont spécifiquement conçus pour impliquer davantage l'utilisateur en créant un environnement de jeu autour du visionnage de streams. Grâce à ces mécanismes, des interactions se créent, ce qui permet d'engager l'utilisateur de manière plus profonde et continue.

Le Train de la Hype est un dispositif gamifié qui encourage fortement la communauté à participer de manière collective. Lors du second segment d'observation de Zerator, nous avons pu observer un Train de la Hype en action. Ce phénomène se produit lorsqu'un certain nombre d'abonnements, de bits, ou de donations sont effectués en peu de temps, déclenchant une animation et des notifications qui incitent davantage de viewers à participer. Zerator a profité de ce moment pour encourager ses viewers à s'abonner. Suite à son intervention, une vingtaine de personnes se sont abonnées à la chaîne en l'espace de quelques secondes. Ce type de mécanique gamifiée permet au streamer de stimuler son audience en provoquant une vague d'abonnements et/ou de renouvellements d'abonnements, renforçant ainsi l'engagement de son public.

2. Critère de communauté

Emoticônes, sens multiples

Les émoticônes, selon nos observations, sont utilisés pour exprimer une émotion, mais aussi leur appartenance à une communauté. (*L'utilisation d'émoticônes nécessiterait une étude complète et focalisée uniquement sur ce critère pour comprendre ses utilisations, car elles semblent multiples.*)

Durant une de nos observations sur le live de Ponce, nous avons constaté qu'à chaque abonnement, les viewers utilisaient l'emote "fleur", symbole de la communauté de Ponce, pour signaler au streamer l'arrivée d'un nouveau membre. Cette vague de "fleurs" dans le chat provoque un flux rapide de messages et permet au streamer de remarquer plus facilement les nouveaux abonnés.

Dans ce contexte, l'utilisation de l'emote est complexe, elle est à la fois marqueur d'affiliation de la communauté de Ponce avec sa symbolique fleur, mais aussi une sorte d'alerte textuelle pour faire remarquer au streamer le nouveau membre.

3. Critère d'engagement

Concernant le critère d'engagement, nous avons pu observer que Zerator a obtenu un taux de 84,65% , Ponce a obtenu un taux de 81,06% , OPCrotte un taux de 50% et Shakaam un taux de 65,78%.

Nous remarquons que les deux streamers ayant une communauté plus importante (en termes de followers) ont un taux d'engagement plus important, tandis que les deux streameuses ayant une communauté plus petite ont un taux moins important.

Il est important de rappeler que ce taux est calculé selon la proportion de badges considérés comme "anciens" (de plus d'un an).

Nous tenterons d'interpréter ces résultats dans la partie "Réflexions personnelles".

4. Critère de proximité

Concernant le critère de proximité, nous avons observé les différentes expressions de lien dans le chat. Pour Zerator, le plus "gros" streamer, nous n'avons observé aucune expression de lien. Pour Ponce, nous avons recensé 8 expressions de lien. Pour OPCrotte, 12 expressions et pour Shakaam, 3 expressions.

En analysant ces données, nous pouvons remarquer que le streamer se rapprochant le plus d'un Massive Chat, Zerator, n'a recensé aucune expression de lien lors des segments observés. Nous pouvons en conclure que la proximité entre viewer et streamer

peut dépendre du nombre de personnes sur le live. Nous pouvons également rapprocher ce constat avec les notions d'intimité et d'extimité vues précédemment.

Pour rappel, on retrouve l'intimité dans un espace de discussion permettant un échange entre deux acteurs. L'extimité se définit comme “ *le mouvement qui pousse chacun à mettre en avant une partie de sa vie intime pour mieux se l'approprier en l'intériorisant sur un autre mode grâce aux échanges qu'elle suscite avec les proches* » (Tisseron, 2011 :52)”

Dans ce cas-ci, nous ne pouvons parler ni d'intimité, ni d'extimité puisqu'aucune expression de lien n'a été exprimée. Mais alors, comment expliquer ce taux d'engagement plus prononcé s'il n'y existe aucun lien de proximité entre Zerator et sa communauté?

Réflexions personnelles :

N.B: Ces pistes de réponses sont personnelles et méritent de plus amples recherches et discussions.

Taux d'engagement de Zerator

Dans ce cas précis, il est important de considérer divers éléments contextuels que notre étude initiale n'a peut-être pas pris en compte pour expliquer pourquoi Zerator bénéficie d'une communauté très engagée.

Zerator a débuté sa carrière de streamer en 2010, ce qui fait de lui l'un des pionniers parmi les streamers francophones sur la plateforme. À ses débuts, il avait certainement une communauté plus restreinte, ce qui lui a permis de tisser des liens solides avec ses premiers fans. Cette fidélité initiale a sans doute contribué à forger une communauté particulièrement engagée.

Au fil du temps, la communauté de Zerator a considérablement grandi. Aujourd'hui, bien qu'il soit un streamer confirmé, il streame de manière plus occasionnelle et a diversifié ses activités professionnelles. Par conséquent, ses interactions directes avec sa communauté en sont peut-être affectées. De plus, Zerator streame principalement en multijoueur, ce qui limite ses opportunités de lire et répondre aux messages de son chat. Ces éléments contextuels combinés peuvent expliquer pourquoi sa communauté reste très engagée, malgré une interaction directe moins fréquente.

En revenant aux concepts théoriques que nous avons étudiés, nous pouvons affirmer que Zerator est dans un processus de “*playing for*”, tandis que d'autres streamers observés (Ponce, OPCrotte, et Shakaam) sont plutôt dans un processus de “*playing along*” (Scully-Blaker et al., 2017).

Proximité de Ponce et d'OPCrotte

Concernant Ponce et OPCrotte, qui ont respectivement comptabilisé 8 et 12 expressions de lien, une analyse des messages reçus permet d'émettre quelques hypothèses.

OPCrotte a reçu plusieurs messages de soutien tels que “soigne-toi bien” et “merci pour le live”. Ces messages lui étaient adressés personnellement, témoignant d’une affection directe. En revanche, Ponce a reçu des messages qui concernaient plus largement sa communauté, comme “bisous les fleurs” (les fleurs désignant les membres de sa communauté).

Cette observation suggère que dans le cas d’OPCrotte, il existe une certaine intimité, avec des messages personnels témoignant d’une affection particulière. Pour Ponce, l’interaction relève davantage de l’extimité, touchant plusieurs personnes. Notons également qu’OPCrotte lit environ deux fois plus le chat que Ponce, renforçant cette impression de proximité.

De plus, OPCrotte organise une session intitulée “Les petits bonheurs” à chaque live, où elle invite les viewers à partager un moment joyeux de leur journée. Cette pratique encourage les viewers à se confier, favorisant ainsi la proximité.

Cependant, malgré cette proximité, pourquoi son taux d’engagement est-il inférieur à celui des autres streamers ? Plusieurs hypothèses peuvent expliquer ces chiffres.

Taux d’engagement d’OPCrotte

Premièrement, OPCrotte est une femme évoluant dans un milieu majoritairement masculin (73,11% d’utilisateurs masculins contre 26,89% d’utilisateurs féminins selon Statista, 2024). Cette dynamique de genre pourrait expliquer un taux d’engagement plus faible, possiblement en raison d’un manque d’identification entre le streamer et le viewer. Nous avons vu précédemment que les spectateurs apprécient lorsqu’ils se sentent similaires au streamer, ce qui pourrait constituer un exemple concret de cette théorie.

Ensuite, OPCrotte est très ouverte sur ses convictions politiques, qu’elle exprime régulièrement en live, notamment sur des sujets féministes et écologiques. Ces prises de position peuvent ne pas plaire à tout le monde et pourraient également influencer son taux d’engagement.

En conclusion, bien que la communauté de Zerator soit très engagée, d’autres facteurs contextuels influencent l’engagement et la proximité des communautés d’autres streamers comme Ponce et OPCrotte. Les différences de genre, de contenu, et de fréquence d’interaction jouent un rôle crucial dans ces dynamiques.

Limites de l'analyse

Caractère de l'instantanéité

Notre analyse se base sur des observations en direct de segments de live sur Twitch, ce qui implique un **caractère de l'instantanéité**. Ce critère complique nos observations, dans le sens où nous ne pouvions pas prendre notre temps afin d'analyser chaque détail du chat. En effet, si nous mettions le chat en pause, nous aurions pu manquer des informations dans les messages suivants, ou nous aurions pu manquer des interactions entre le streamer et son public. C'est donc pour cela que nous avons opté pour des segments définis d'observation, qui nous ont permis d'observer critère par critère le flux en direct.

Informations de contexte

Certaines informations de contexte peuvent influencer nos critères. Par exemple, le nombre d'années depuis lesquelles le streamer exerce son métier sur la plateforme peut expliquer le nombre plus élevé de badges plus anciens dans le chat.

Un autre exemple concerne le sexe du streamer, dans cette étude, nous n'avons pas pris en compte le sexe comme une donnée de contexte d'observation car nous avons voulu de façon arbitraire comparer les communautés de streamer, qu'il/elle soit de sexe masculin, féminin ou autres.

Accès à certaines données

L'accès aux données de Twitch n'est pas disponible à tous. Cette étude aurait pu être complétée par des données plus précises telles que le nombre de messages dans le chat, le nombre de nouveaux followers, etc.

Toutefois, malgré ces défis et limitations, notre analyse offre un aperçu important et actuel du comportement des spectateurs et des interactions en direct sur Twitch. En utilisant une approche segmentée et en tenant compte des contraintes liées à l'instantanéité, nous avons pu explorer des aspects spécifiques du chat et des dynamiques communautaires qui caractérisent la plateforme Twitch.

Conclusion

En menant cette recherche empirique, nous avons acquis une compréhension approfondie du rôle essentiel du chat dans la création et le maintien de communautés en ligne. Le chat agit comme un canal de communication instantané entre le streamer et sa communauté, offrant ainsi une interaction en temps réel qui définit l'essence même de la plateforme Twitch. En l'absence du chat, Twitch perdrait son authenticité et risquerait de devenir une simple plateforme de streaming telle que YouTube.

Notre exploration des diverses fonctionnalités du chat et des concepts associés aux communautés, en particulier aux communautés en ligne, a servi de fondement à cette analyse empirique du rôle du chat dans la création de communauté sur Twitch.

En conclusion, cette étude a mis en évidence la complexité des interactions sur Twitch, où le chat joue un rôle central dans la construction des communautés. Ces observations ouvrent la voie à des recherches futures, notamment sur l'impact des caractéristiques démographiques des streamers et des viewers, ainsi que sur les dynamiques culturelles et sociales propres à chaque communauté.

En examinant ces aspects, nous avons constaté que Twitch offre un terrain fertile pour des études scientifiques et académiques approfondies. Nous espérons que ce mémoire contribuera à encourager davantage de recherches dans ce domaine passionnant et en constante évolution.

Pistes d'études futures

À l'issue de ce mémoire, plusieurs pistes de recherche futures ont émergé. Voici quelques-unes des directions que nous avons identifiées pour approfondir notre compréhension de la plateforme Twitch.

Influence du sexe du streamer sur la formation des communautés en ligne

Une piste de recherche potentielle concerne l'étude de l'impact du sexe du streamer sur la création et la dynamique des communautés en ligne sur Twitch. Il serait pertinent d'examiner comment les communautés se forment autour de streamers de différents genres et comment les interactions et attentes varient en fonction de ce critère.

Cette recherche pourrait également explorer les biais et stéréotypes auxquels les streamers de différents genres sont confrontés et comment cela affecte leur expérience et leur succès sur la plateforme. Les études pourraient inclure des analyses qualitatives et quantitatives des chats en direct, des forums et des interviews avec des streamers et leurs followers.

Utilisation et contexte des emotes sur Twitch

Les emotes, ou émoticônes spécifiques à Twitch, jouent un rôle crucial dans la communication et l'expression au sein des communautés de streaming. Une autre piste de recherche intéressante serait d'explorer en profondeur l'utilisation des emotes sur Twitch, y compris leur fonction dans différentes situations contextuelles.

Cette étude pourrait analyser les types d'emotes les plus populaires, les circonstances dans lesquelles elles sont utilisées et comment elles contribuent à la culture et aux interactions de la communauté. Il serait également intéressant d'examiner comment les emotes renforcent les liens entre les membres de la communauté et les streamers, ainsi que leur rôle dans la signalisation de l'appartenance à des sous-groupes au sein de la plateforme.

Relations parasociales sur Twitch : les risques

Les relations parasociales, où les spectateurs développent des sentiments avec des streamers qu'ils n'ont jamais rencontrés personnellement, représentent une autre piste de recherche. Il serait utile d'étudier les risques associés à ces relations parasociales, tels que les attentes irréalistes, la dépendance émotionnelle ou même les comportements de harcèlement.

Cette recherche pourrait également explorer les aspects positifs de ces relations, comme le soutien émotionnel et le sentiment de communauté.

Discours politiquement engagés sur Twitch : pertinence et impact

Enfin, une piste de recherche serait d'examiner la présence et l'impact des discours politiquement engagés sur Twitch. Il serait intéressant d'explorer comment les streamers et leurs communautés abordent les sujets politiques, comment ces discours sont reçus par les viewers et les effets qu'ils peuvent avoir sur la sphère politique.

Cette étude pourrait également analyser les défis auxquels les streamers politiquement engagés sont confrontés, tels que la modération des discussions sensibles et la gestion des conflits au sein de leur audience. Les implications de ces discours pour la plateforme et la liberté d'expression méritent également une attention particulière.

En poursuivant ces pistes de recherche, nous pourrions approfondir notre compréhension des dynamiques complexes et en constante évolution des communautés en ligne sur Twitch.

Bibliographie

- ALDUNATE N., GONZÁLEZ-IBÁÑEZ R., “An Integrated Review of Emoticons in Computer-Mediated Communication” (2016)
- ANIS J. « Approche sémiolinguistique des représentations de l’ego dans la Communication Médiée par Ordinateur », *Langages* 35, 144 : 20-38. DOI : 10.3406/lgge.2001.897 (2001)
- BARRATT M. J. « Discussing Illicit Drugs in Public Internet Forums: Visibility, Stigma, and Pseudonymity », *Proceedings of the 5th International Conference on Communities and Technologies*, 159-168. (2011)
- BELLET, M., KIRAT, T., , LARGERON, C. *Approches multiformes de la proximité*. Paris :Hermès. (1998).
- BEUSCART J.-S., MELLET K. , *La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am*, *Terrains et travaux*, n° 26, p. 83-104. (2015)
- BONICCO, C. *Goffman et l’ordre de l’interaction : un exemple de sociologie compréhensive* (2007)
- BOWMAN, N. D., WEBER, R., TAMBORINI, R., & SHERRY, J. *Facilitating game play: How others affect performance at the enjoyment of video games*. *Media Psychology*, 16, 39-64. (2013)
- BRYANT, J., Brown, D., Comisky, P.W., and Zillmann, D. *Sports and Spectators: Commentary and Appreciation*. *Journal of Communication*, 32(1), 109–119. (1982)
- CHEUNG, G., & HUANG, J. *Starcraft from the stands: Understanding the game spectator*. (2011)
- CHEVALERIAS M.-P. « Intimité et lien intime », *Le Divan familial*, 11, 2 : 11-23. DOI : 10.3917/difa.011.0011 (2003).
- CHOQUET, E. et OSORIO RUIZ, N. M. *Proximité discursive et co-construction de communauté sur Twitch* (2020)
- CLAIS Jean-Baptiste *Observation des communautés et forums sur Internet* (2019)
- COAVOUX, S. ROQUES, N. *RÉSEAUX : Une profession de l’authenticité - Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube* (2020)
- COCQ, M. *Constitution et exploitation du capital communautaire* (2018)
- COCQ, M. *Capital communautaire et organisation du travail des joueurs dans l’industrie du jeu vidéo* (2019)
- COMINSKY, P., Bryant, J., and Zillmann, D. *Commentary as a substitute for action*. *Journal of Communication*, 27(3), 150–153. (1977)
- CONSALVO, M. *Player one, playing with others virtually: What’s next in game and player studies*. *Critical Studies in Media Communication*, 34(1), 84-87. (2017)
- COTE J. « Les enjeux éthiques de l’utilisation d’internet en recherche : Principales questions et pistes de solutions », *Éthique publique. Revue internationale d’éthique sociétale et gouvernementale* 14, 2. DOI : 10.4000/ethiquepublique.997 (2012)

- COUGNON L.-A. et BOURAOUI M. J.-L. « Orality and Literacy of Telephony and SMS », in K. Bedijs et Ch. Maaß (éd.) *Manual of Romance Languages in the Media*. Berlin : De Gruyter Mouton : 154-175. (2017)
- EMERIT L. « Vers une typologie des pseudonymes sur Facebook », *Actes du colloque IMPEC 2014* : 93-104. (2014)
- ESBJÖRNSSON, M., Brown, B., Juhlin, O., Normark, D., Östergren, M., and Laurier, E. Watching the cars go round and round: designing for active spectating. In *Proceedings of CHI '06*, 1221–1224. (2006)
- FASTREZ, P. MEYER, S. *Télévision locale et proximité* (1999)
- FORD C. M. , D. L. GARDNER, L. E. HORGAN, C. LIU , A. M. TSAASAN, B. A. NARDI, J. RICKMAN - *Chat Speed OP PogChamp: Practices of Coherence in Massive Twitch Chat* (2017)
- FUGIER P. *Les trois dimensions sociales de l'identité personnelle : réelle, symbolique et imaginaire*
- GANDOLFI, E. To watch or to play, it is in the game: The game culture on Twitch.tv among performers, plays and audiences. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, 8(1), 63-82. (2016)
- GARCIA A. C. et JACOBS J. B. « The Eyes of the Beholder: Understanding the Turn-Taking System in Quasi-Synchronous Computer-Mediated Communication », *Research on Language and Social Interaction* 32, 4 : 337-367. DOI : 10.1207/S15327973rls3204_2 (1999)
- GLAS, R. Vicarious play: Engaging the viewer in Let's Play Videos. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*, 5, 81-86. (2015)
- GLASER, B., & Strauss, A. *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine. (1967)
- GOFFMAN, E. *L'arrangement des sexes*. Paris : La Dispute. (2002)
- GOSLING, V. K., & CRAWFORD, G. Game scenes: Theorizing digital game audiences. *Games & Culture*, 6(2), 135-154. (2011)
- GREBENNIKOVA, K. L'interaction médiatisée à travers le chat comme dispositif sociotechnique. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2008, 20-30. <https://doi.org/10.3917/enic.008.0200> (2008)
- GREENFIELD Patricia Marks , SUBRAHMANYAM Kaveri , *Online discourse in a teen chatroom: New codes and new modes of coherence in a visual medium* (2003)
- HAAS, C. Materializing public and private: The spatialization of conceptual categories in discourses of abortion. In J. Selzer & S. Crowley (Eds.), *Rhetorical Bodies* (pp. 218-238). Madison, WI: University of Wisconsin Press. (1999)
- HARPSTEAD E., RIOS J. S., SEERING J., HAMMER J. *Toward a Twitch Research Toolkit: A Systematic Review of Approaches to Research on Game Streaming* (2019)
- HEETER, C. Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication. In J. L. Salvaggio & J. Bryant (Eds.), *Media Use in the Information Age: Emerging Patterns of Adoption and Consumer Use* (pp. 217-235). Abingdon, United Kingdom: Routledge. (1989)
- HOWARD S. BECKER - *Sur le concept d'engagement* (2006)
- JAKOBSON R. *Essais de Linguistique générale*. Paris : Editions de Minuit. (1960)

- . JONES Quentin , MOLDOVAN Mihai, RABAN Daphne, and BUTLER Brian. Empirical evidence of information overload constraining chat channel community interactions. In Proceedings of the 2008 ACM Conference on Computer supported cooperative work (CSCSW '08), 323-332. DOI:<https://doi.org/10.1145/1460563.1460616>. (2008)
- KARHULAHTI V.-M. , « Prank, Troll, Gross and Gore: Performance Issues in Esport Live-Streaming », in Proceedings of 1st International Joint Conference of DiGRA and FDG, Dundee, Digital Games Research Association and Society for the Advancement of the Science of Digital Games, 1(13), (2016) http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_110.compressed.pdf.
- KENG, C. Online streaming and professional gaming is a \$300,000 career choice. Forbes. (2014)
- KERNEIS J., COUTANT A., ASSOGBA H. et STENGER T. « Les natifs numériques profitent-ils de la convergence ? Constats nuancés et pistes de réflexion pour les éducateurs » Études de communication 38 : 53-68. DOI : 10.4000/edc.3386 (2012)
- KIRAT, T., LUNG, Y. Innovations et proximités : le territoire, lieu de déploiement des processus d'apprentissage. In Coordination économique et apprentissage des firmes, Paris : Economica. (1995)
- LARELL ANDERSON S. Watching People Is Not a Game: Interactive Online Corporeality, Twitch.tv and Videogame Streams (2017)
- LECLERCQ, T., PONCIN, I., & HAMMEDI, W. The engagement process during value co-creation: Gamification in new product development platforms. International Journal of Electronic Commerce, 21(4), 454-488 (2017)
- LELEU-MERVIEL Sylvie , JEANNERET Yves , SALEH Imad , BOUHAI Nasreddine - H2PTM'17: Le numérique à l'ère des designs, de l'hypertexte à l'hyper-expérience (2017)
- LOMBART Erika , FAIRON Cédrick , Spécificités de communication des forums de discussion (2020)
- LOUESSARD B. Scène de la vie culturelle. YouTube, une communauté de créateurs, Paris, Presses des Mines. (2018)
- MARC E., PICARD D. L'interaction sociale (1989)
- MARCOCCIA M. « L'animation d'un espace numérique de discussion : L'exemple des forums usenet », Document numérique, 5,3 : 11-26. DOI : 10.3166/dn.5.3-4.11-26 (2001)
- MELNICK, M. Searching for Sociability in the Stands: A Theory of Sports Spectating. Journal of Sports Management, 7(1), 44-60. (1993)
- MORSE, J. M., Stern, P. N., Corbin, J., Bowers, B., Charmaz, K., & Clarke, A. E. (Eds.). Developing grounded theory: The second generation. Walnut Creek, CA: Left Coast Press. (2009)
- OLEJNICZAK J. , « A Linguistic Study of Language Variety Used on Twitch.Tv: Descriptive and Corpus-Based Approaches », communication au colloque « RCIC'15: Redefining Community in Intercultural Context », Brasov, <https://www.afahc.ro/ro/rcic/2015/rcic'15/IEL/Olejniczak.pdf>. (2015)
- PAVEAU M.-A. L'analyse du discours numérique : Dictionnaire des formes et des pratiques. Paris : Hermann. (2017).

- PEARCE, C. , ARTEMESIA Communities of plays: emergent cultures in multiplayer games and virtual world. Cambridge : The MIT Press. (2011).
- PELLERIN C. Comment calculer votre taux d'engagement sur Instagram. (2019)
- PELLICONE A. J. & AHN J. , « The Game of Performing Play: Understanding Streaming as Cultural Production », in Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '17), New York, ACM Publications, p. 4863-4874 .(2017)
- PEREA F. « L'identité numérique : De la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique », Les Enjeux de l'information et de la communication 1 : 144-159. DOI : 10.3917/enic.010.0800 (2010)
- PEREIRA, G. Communauté en ligne (2020)
- PLATEAUX A. et LACHARME P. « Organisation d'une architecture de santé respectueuse de la vie privée », 7e Conférence sur la Sécurité des Architectures Réseaux et Systèmes d'Information (SAR SSI). (2012)
- POUDAT C., WIGHAM C. R. et LIÉGEOIS. « Les corpus de la communication médiée par les réseaux : Une introduction », Corpus, 20. En ligne : <http://journals.openedition.org/corpus/4720>. DOI : 10.4000/corpus.4720 (2020)
- POYANE R. , « Toxic Communication on Twitch.tv. Effect of a Streamer », in D. A. Alexandrov, A. V. Boukhanovsky, A. V. Chugunov, Y. Kabanov, O. Koltsova et I. Musabirov (dir.), Digital Transformation and Global Society. DTGS, Cham, Springer, p. 414-421.(2019)
- PROULX S. et LATZKO-TOTH G. La virtualité comme catégorie pour penser le social : l'usage de la notion de communauté virtuelle (2000)
- RECKTENWALD D., « Toward a transcription and analysis of live streaming on Twitch », Journal of Pragmatics, 115, p. 68-81. (2017)
- ROBSON K. , PLANGGER K. , KIETZMANN J. H. , MCCARTHY I., PITT L. - Is it all a game? Understanding the principles of gamification (2015)
- SCULLY-BLAKER, R., Begy, J., Consalvo, M., & Ganzon, S. C. . Playing along and playing for on Twitch: Livestreaming from tandem play to performance. Présenté à la 50th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii. (2017)
- SHINKLE, E. . Video games, emotion and the six senses. Media, Culture & Society, 30(6), 907-915. (2008)
- SILVA C. . « Writing in Portuguese chats :): A new wrtng systm? », Written Language & Literacy 14, 1 : 143-156. (2011)
- SJOBLOM M. Spectating play - Investigating motivations for watching others play games (2019)
- SMITH, T., Obrist, M., & Wright, P. Live-streaming changes the (video) game. Proceedings of the 11th European Conference on Interactive TV and Video, Como, Italy, June 14-26, 2013, 131-138. (2013)
- STRAUSS, A. Qualitative analysis for social scientists. New York: Cambridge University Press. (1987).
- STRAUSS, A., & Corbin, J. Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques. Newbury Park, CA: Sage. (1990).
- TAPPOLET C. Emotions et valeurs (2000)
- TAYLOR T. L. Twitch and the work of play (2018)

- TAYLOR , T. L. Watch me play: Twitch and the rise of game live streaming. Princeton, NJ: Princeton University Press. (2018)
- TRAIL, G.T., Fink, J.S., and Anderson, D.F. Sport spectator consumption behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 12(1), 8–17. (2003)
- Tisseron S. « Intimité et extimité », *Communications* 88 : 83-91. DOI : 10.3917/commu.088.0083 (2011).
- VARNHAGEN Connie K. , MCFALL G. Peggy , PUGH Nicole , ROUTLEDGE Lisa , SUMIDA-MACDONALD Heather , et E.KWONG Trudy . . lol: new language and spelling in instant messaging. *Reading and Writing* 23, 6 (Jul 2010), 719-733. DOI:10.1007/s11145-009-9181-y (2009)
- VERHEIJEN L. . Is Textese a Threat to Traditional Literacy? Amsterdam : LOT. (2018)
- WERRY Christopher C. . Linguistic and Interactional Features of Internet Relay Chat. In *Computer Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*, Susan C. Herring (Ed). John Benjamins Publishing, Amsterdam, 47-64. (1996)
- VIVEK S. D., Sharon E. Beatty, R. M. Morgan - Customer engagement: exploring customer relationships beyond purchase (2014)
- VOSMEER, M., Ferri, G., Schouten, B., & Rank, S. Changing Roles in Gaming: Twitch and new gaming audiences. Dans *DiGRA/FDG '16 - Abstract Proceedings of the First International Joint Conference of DiGRA and FDG*. (2016)
- WINGFIELD, N. What's Twitch? Gamers know, and Amazon is spending \$1 billion on it. *New York Times*. (2014)
- WOODCOCK J., JOHNSON M.R. The Affective Labor and Performance of Live Streaming on Twitch.tv (2019)
- WULF T., SCHNEIDER F. M. , BECKERT S. Watching Players: An Exploration of Media Enjoyment on Twitch (2020)