

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

MOBILISATION DES FONCTIONNALITÉS ET DU LANGAGE DE TWITCH POUR FAVORISER
LA COMMUNICATION, LA PARTICIPATION ET L'ENGAGEMENT
DANS LE CADRE D'UN JEU-QUESTIONNAIRE EN DIRECT

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAITRISE EN COMMUNICATION

PAR

ETIENNE YERLY

AVRIL 2024

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire ***Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs*** (SDU-522 – Rév.04-2020). Cette autorisation stipule que « conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire. »

REMERCIEMENTS

J'aimerais tout d'abord remercier ma directrice Gabrielle Trépanier-Jobin d'avoir accepté de me suivre dans cette aventure lorsque j'ai dû changer de direction de mémoire. Merci de m'avoir toujours poussé de l'avant alors que j'avais tendance à collectionner les retards. Tu as été d'une grande aide pour me guider tout au long de mon processus.

Merci à mes colocataires, Tania, Leila, Maxime et Solina de m'avoir soutenu et de m'avoir sorti de ma chambre pour décompresser lorsque j'en avais besoin.

Merci aux *4guiboles* : Morathi, Louisa et Julia, sans qui ces dernières années auraient été un calvaire. Merci de rendre mon quotidien à Montréal si plaisant.

Je tiens aussi à remercier Noémie, qui a fait preuve d'une grande bienveillance et m'a accompagné dans ce processus avec énormément d'amour.

Finalement, je souhaite remercier infiniment ma famille, sans qui je ne serais pas la personne que je suis aujourd'hui. Merci à mes sœurs, Mérette, Marion, Morgane, d'être des personnes aussi merveilleuses. Vous faites office de piliers de ma vie et vous êtes de véritables sources d'inspiration. Merci, maman et papa, pour votre patience. Merci d'avoir cru en moi et de m'avoir toujours encouragé, particulièrement durant ces dernières années qui ont été difficiles. Merci de m'avoir donné la possibilité d'étudier à Montréal dans un domaine qui me passionne depuis que je suis tout petit. Ce mémoire n'aurait probablement jamais vu le jour sans ces soirées à regarder papa jouer à *The Legend of Zelda, Ocarina of Time* ou encore ces journées à rechercher les morceaux de la triforme avec maman dans *The Legend of Zelda, The Wind Waker*.

Je vous aime.

DÉDICACE

We lost ourselves. Lost our dreams.
In the pursuit of great, we failed to do good

– Viktor (*Arcane: League of Legends*, 2021)

AVANT-PROPOS

Après la fin de nos cours de maîtrise et l'apparition de la pandémie de COVID-19, nous traversons une période de doutes durant laquelle nous étions totalement incapable de nous motiver pour quoi que ce soit. Nous étions désabusé devant la situation pandémique. Le confinement nous coupait de tout contact humain et nous incitait à nous renfermer sur nous-mêmes. Voulant absolument sortir de ce cercle vicieux, nous nous sommes mis à créer du contenu sur Twitch afin de réunir nos ami·e·s autour d'une activité en ligne. À ce moment, nous avons eu l'idée de diffuser des courses de billes dans le jeu *Marbles on stream* (Pixel by Pixel Studios Inc., 2018). Ce jeu permet aux spectateur·trice·s/joueur·se·s d'incarner une bille dans une course simulée par ordinateur en tapant la commande « !play » dans la zone de clavardage. Nous nous amusions alors à commenter ces courses comme le ferait un commentateur de Formule 1. Le concept fonctionnait bien et nous avons animé une dizaine de courses suivies par une quarantaine de personnes sur Twitch. À un certain point, nous nous sommes toutefois lassé du projet et avons décidé de l'arrêter.

Après un autre cycle de démotivation, nous avons eu l'envie de nous remettre sur le droit chemin. Nous avons alors décidé de concevoir un jeu-questionnaire de culture populaire en ligne sur Twitch afin de garder le contact avec nos ami·e·s durant la période de confinement. La diffusion de ce jeu-questionnaire a obtenu un franc succès et a permis aux participant·e·s de vivre un bon moment ensemble le temps d'une soirée. Ayant eu un immense plaisir à organiser cette activité en ligne et ayant étudié les codes du langage de Twitch dans le cadre d'un cours de sémiologie à la maîtrise en communication, jeux vidéo et ludification de l'UQAM, nous avons réalisé qu'il serait intéressant de produire des diffusions similaires dans le cadre d'un mémoire de recherche-création visant à explorer les possibilités du langage et des fonctionnalités de Twitch à des fins de communication et d'engagement. Cela nous permettrait de regrouper nos différentes passions : la diffusion en direct, l'animation, la création audiovisuelle, la culture populaire et, sur le plan intellectuel, la sémiologie.

TABLE DES MATIÈRES

<i>Avertissement</i>	ii
REMERCIEMENTS	iii
DÉDICACE	iv
AVANT-PROPOS.....	v
LISTE DES FIGURES.....	ix
LISTE DES TABLEAUX	xi
RÉSUMÉ	xii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 PROBLÉMATIQUE	3
1.1 Création et évolution de Twitch.....	3
1.2 Format de Twitch	4
1.3 La diffusion en direct.....	7
1.4 Objectifs de la recherche-crédation.....	8
1.5 Pertinence sociale et communicationnelle	9
CHAPITRE 2 CADRE THÉORIQUE.....	10
2.1 Fonctionnalités.....	10
2.1.1 Scène	10
2.1.2 Zone de clavardage	11
2.1.3 <i>Bots</i> , <i>widgets</i> et extensions de navigateur	12
2.2 Langage et communication	13
2.2.1 Image de profil	14
2.2.2 Alertes visuelles et sonores	15
2.2.3 Badges d'abonné-e.....	15
2.2.4 <i>Sub goals</i>	15
2.2.5 Panneaux.....	16
2.2.6 Décor	16
2.2.7 Musique	17
2.2.8 <i>Emojis</i> et <i>emotes</i>	17
2.3 Performance et persona	21
2.4 Interaction.....	22
2.5 Engagement	22

2.6 Communauté	23
CHAPITRE 3 MÉTHODOLOGIE.....	25
3.1 Activités de recherche-crédation	25
3.2 Recrutement de participant·e·s	26
3.3 Lieu de création et matériel	27
3.4 Processus itératif.....	27
3.5 Documentation des activités	28
3.6 Traitement des données récoltées	28
3.7 Considérations éthiques	28
3.8 Limites de notre recherche-crédation	29
CHAPITRE 4 CADRAGE DE LA CRÉATION	30
4.1 MisterMV	30
4.2 HorthyUnderscore.....	31
4.3 Etoiles.....	32
4.4 Jeux-questionnaires	33
CHAPITRE 5 RÉCIT DE PRATIQUE	34
5.1 Phase exploratoire	34
5.2 Phase d'expérimentation	37
5.3 Phase de réflexion.....	38
CHAPITRE 6 LA CRÉATION	40
6.1 Fonctionnalités mobilisées	40
6.1.1 Scènes	40
6.1.2 Zone de clavardage	41
6.1.3 <i>Bots, widgets</i> et extensions de navigateur	42
6.2 Codes langagiers adoptés	43
6.2.1 Image de profil	43
6.2.2 Alertes visuelles et sonores	43
6.2.3 Badges d'abonné·e.....	47
6.2.4 <i>Sub goal</i>	47
6.2.5 Panneau	48
6.2.6 Décor	48
6.2.7 Musique	48
6.2.8 Emotes	49
6.3 Performance et persona	50
6.4 Formation d'une communauté.....	51

6.5 Le « Yes Quiz ».....	52
CHAPITRE 7 RÉCEPTION DE LA CRÉATION	55
7.1 Données récoltées.....	55
7.2 Appréciation.....	55
7.3 Participation	58
7.4 Interactions	60
7.5 Engagement	62
7.6 Communication.....	64
7.7 Formation d'une communauté	65
CONCLUSION	67
BIBLIOGRAPHIE.....	70

LISTE DES FIGURES

Figure 1.1 Page d'accueil	4
Figure 1.2 Tags.....	5
Figure 1.3 Chaîne de Shaunz	6
Figure 2.1 OBS scène 1	11
Figure 3.1 Story Instagram	26
Figure 4.1 Diffusion en direct de MisterMV	31
Figure 4.2 Diffusion en direct de HortyUnderscore	32
Figure 4.3 Diffusion en direct d'Etoiles	33
Figure 5.1 Premier prototype	34
Figure 5.2 Deuxième prototype	35
Figure 5.3 Scènes du prototype final.....	36
Figure 6.1 Image de la webcam sortant du cadre	40
Figure 6.2 Zone de Clavardage	42
Figure 6.3 Bot	42
Figure 6.4 Image de profil	43
Figure 6.5 Alertes du premier prototype	44
Figure 6.6 Zeus offrant son aide à Zagreus dans le jeu <i>Hades</i>	44
Figure 6.7 Prototype final des alertes	46
Figure 6.8 Badges d'abonné-e	47
Figure 6.9 <i>Sub Goal</i>	47
Figure 6.10 Panneau.....	48
Figure 6.11 Musique.....	49
Figure 6.12 Exemple de ronde visuelle	53
Figure 6.13 Exemple de ronde de questions rapides	54

Figure 6.14 Exemple de ronde bonus avec une image créée par Midjourney à partir des mots-clés Simpson, Stranger Things et Metroid 54

Figure 7.1 Alerte d'abonnement pour Greeeeeen530..... 63

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 2.1 Espace de communication (Odin, 2011).....	14
Tableau 2.2 Fonctions communicationnelles des <i>emojis</i>	17
Tableau 2.3 Fonctions communicationnelles des <i>emotes</i>	20
Tableau 6.1 Nos <i>emotes</i> et leur signification	49
Tableau 7.1 Données récoltées	55
Tableau 7.2 : Participation.....	58
Tableau 7.3 : Engagement.....	62
Tableau 7.4 : Signification des <i>emotes</i> utilisée par les participant·e·s.....	64

RÉSUMÉ

Ce mémoire en recherche-crédation consiste à trouver une manière optimale de mobiliser les fonctionnalités et les codes langagiers de la plateforme Twitch dans le cadre de la diffusion en direct d'un jeu-questionnaire, afin de : susciter la participation et l'engagement des membres de l'auditoire, de favoriser la communication avec et entre eux, puis d'établir une communauté autour d'une chaîne.

Pour ce faire, nous avons d'abord répertorié différentes fonctionnalités et différents codes langagiers de Twitch en précisant ce qu'ils permettent sur le plan communicationnel. Ce répertoire a non seulement guidé notre processus de création des jeux-questionnaires que nous avons diffusés en direct, mais aussi nos interactions avec le public dans la zone de clavardage. Nous avons fait, en tout, trois séances de diffusion en direct en nous servant des retours que les spectateur·rice·s nous ont fournis dans le clavardage pour améliorer nos prestations.

Bien que nous ne puissions pas généraliser nos constats à d'autres contextes de diffusion, entre autres parce que notre bassin de participant·e·s n'est pas représentatif de la diversité de la communauté Twitch dans son ensemble, nous pouvons avancer l'idée qu'une composition visuelle et sonore soignée dans les scènes et que l'inclusion d'un aspect original dans le contenu de la diffusion favorisent l'appréciation globale des membres de l'auditoire. La qualité de la performance en termes d'animation, de complément d'information et de gestion de l'audience, encourage, pour sa part, la participation. La zone de clavardage, le partage d'émotions personnelles, ainsi que l'établissement d'un climat de confiance et d'un sentiment de proximité, renforcent les interactions. Quant au système d'alertes sonores et visuelles, il stimule l'engagement. Dans les faits, ces éléments interagissent de manière complexe et complémentaire. Une expérience de diffusion réussie résulte souvent de l'harmonie entre ces différents aspects, soulignant ainsi l'importance de les considérer de manière holistique plutôt que de les diviser de manière fragmentée.

Notre recherche-crédation nous a permis de constater que Twitch est bien plus qu'une plateforme de diffusion en direct. C'est un espace où la communication et les interactions sont au cœur de l'expérience. Les diffuseur·se·s et les spectateur·rice·s développent des liens grâce aux fonctionnalités de la plateforme, mais aussi grâce au langage commun qui se développe dans l'usage et qui donne lieu à des rituels et des pratiques culturelles uniques à chaque chaîne renforçant l'engagement et le sentiment de communauté des membres de l'auditoire. Twitch est un exemple frappant de la manière dont le langage, les fonctionnalités et la culture convergent pour proposer une expérience transcendant le simple visionnage de contenu.

Mots-clés : fonctionnalités, langage, Twitch, performance, communication, participation, engagement, communauté

INTRODUCTION

Au cours des dernières années, le jeu vidéo s'est imposé comme l'industrie médiatique la plus prolifique (Newzoo, 2021). Les productions vidéoludiques occupent désormais une place privilégiée dans le quotidien de nombreuses personnes (Lenhart *et al.*, 2008). Cependant, leur consommation ne se restreint pas à l'action de jouer. En effet, on assiste, depuis quelques années, à l'émergence de la diffusion en direct de sessions de jeu plus communément appelée « *streaming* ». Un nombre croissant de personnes regardent, sur des plateformes telles que Twitch, du contenu diffusé en temps réel par des joueur-se-s souhaitant partager leurs expériences vidéoludiques et faisant parfois de ce partage leur métier (Newzoo, 2021).

Au sein de la plateforme Twitch, la diversité des contenus est considérable. On y retrouve des séances de jeux rétro, des vidéos de *speedrun*,¹ de *playthroughs*,² ainsi que du contenu qui ne porte pas nécessairement sur le jeu vidéo comme des baladodiffusions, des *talk-shows*, des émissions quotidiennes, etc. Les diffuseur-se-s en direct (*streamers*) font preuve d'énormément d'imagination et d'ingéniosité pour créer du contenu intéressant et innovant qui se démarque de ce que fait la concurrence. De plus, grâce aux différents outils que Twitch leur met à disposition, la plupart essaient d'interagir au maximum avec les membres de leur auditoire. Au fil du temps, les usager-ère-s de cette plateforme en sont donc venu-e-s à développer un langage commun, de même qu'à former une communauté générale propre à la plateforme et des sous-communautés variées reliées aux diffuseur-se-s (Taylor, 2012).

Devant cet état de fait, notre recherche-crédation s'intéressera aux enjeux communicationnels et relationnels des fonctionnalités et du langage de Twitch. Nous chercherons à comprendre, via la création d'une chaîne Twitch sur laquelle nous diffuserons en direct des jeux-questionnaires de culture populaire, comment mettre à profit les fonctionnalités et les codes langagiers de la plateforme pour susciter des interactions avec les membres de notre auditoire et favoriser leur engagement.

Dans le premier chapitre de ce mémoire de recherche-crédation, il s'agira de brosser un portrait détaillé de la plateforme Twitch et d'expliquer en quoi consiste la diffusion en direct. Nous énoncerons également les

¹ Pratique vidéoludique qui consiste à terminer le plus rapidement possible un jeu vidéo (Ricksand, 2021).

² Enregistrement d'une partie de jeu qui montre les actions à effectuer du début à la fin.

objectifs de notre recherche-création et l gitimerons sa pertinence sociale et communicationnelle. Dans le deuxième chapitre, il s'agira de présenter brièvement les concepts et théories qui ont guidé notre processus de recherche-création. Le troisième chapitre comportera une description de la méthodologie mise en place pour mener à bien cette recherche-création. Le quatrième chapitre s'attardera sur le cadrage de notre création dans son environnement. Le cinquième chapitre comportera notre récit de pratique dans lequel nous expliquons notre processus de création et de réflexion. Le sixième chapitre traitera des fonctionnalités et codes langagiers que nous avons mobilisés dans notre création. Enfin, le septième chapitre fera état de la réception de nos diffusions en direct sur Twitch par les membres de notre auditoire pour voir si les fonctionnalités, les codes langagiers et les modifications apportées au fil des itérations ont favorisé la communication entre les participant s, de même que leur participation et leur engagement.

CHAPITRE 1

PROBLÉMATIQUE

Pour contextualiser notre recherche-création et démontrer sa pertinence, nous débuterons par une brève présentation de la plateforme Twitch. Nous aborderons notamment sa création, son évolution ainsi que son format. Par la suite, nous nous intéresserons à la diffusion en direct en décrivant ses spécificités et mettrons en évidence les caractéristiques qui en font une pratique médiatique singulière. Nous discuterons plus longuement de la position des spectateur-ric s, de l'importance du clavardage ainsi que du rôle des créateur-ric s de contenu. Finalement, nous terminerons cette section en exposant nos intérêts de recherche-création et en présentant les objectifs qui nous guideront tout au long de notre processus.

1.1 Création et évolution de Twitch

Pour bien comprendre comment la plateforme Twitch est devenue ce qu'elle est aujourd'hui, il faut s'intéresser aux différentes étapes de son évolution. En 2007, Justin Kan a l'idée de créer une plateforme de diffusion de contenu en direct appelée Justin.tv afin de proposer une expérience différente des sites d'hébergement de vidéos tel que YouTube (Bingham, 2017). Dès ses débuts, divers types de contenus voient le jour sur la plateforme, mais la diffusion de parties de jeux vidéo, notamment liées aux sports  lectroniques³, se démarque rapidement et devient la pratique la plus courante et la plus populaire sur la plateforme (Sjöblom et Hamari, 2018). C'est pourquoi, en 2014, Kan revoit sa stratégie et réoriente sa plateforme vers la diffusion de contenu en lien avec les jeux vidéo et la renomme Twitch.tv (Taylor, 2018). Attiré par la montée en popularité de la diffusion en direct, Amazon rachète la plateforme pour 970 millions de dollars américains. Depuis, la popularité de Twitch ne cesse de croitre ; la plateforme génère, en 2021, des revenus impressionnants (3,49 milliards de dollars américains selon SuperData), notamment en raison des confinements imposés durant la pandémie de COVID-19 (Narassiguin et Garn s, 2020). Selon les statistiques publiées par Twitch, il y avait, en 2021, environ 9 millions de créateur-ric s de contenu sur la plateforme, ce qui représente une augmentation de 5,8 millions par rapport à 2019. En

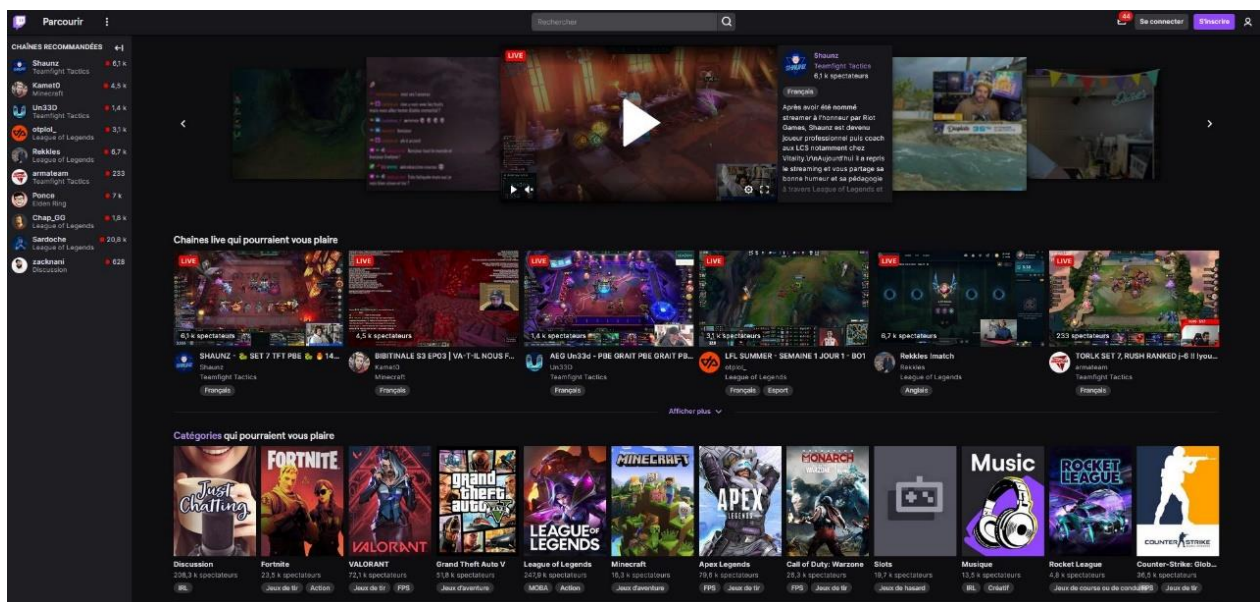
³ L'expression « sports électroniques » réfère à « l'ensemble des pratiques permettant à des joueur-se-s de confronter leur niveau par l'intermédiaire d'un support électronique, et essentiellement le jeu vidéo, et ce quel que soit le type de jeu ou la plateforme (ordinateur, console ou tablette) » (France Esports, <https://www.france-esports.org/esports-definition-et-orthographe/>).

moyenne, plus de deux millions de personnes visionnent du contenu sur Twitch quotidiennement et plus de 26 millions de comptes se connectent chaque jour, ce qui est deux fois plus élevé qu'en 2019. Bien que la plateforme se soit construite autour de la diffusion de contenu en lien avec les jeux vidéo, c'est la catégorie *Just Chatting* qui est la plus populaire au moment où nous écrivons ces lignes (Twitch, 2022). Cette catégorie permet aux diffuseur·se·s d'interagir avec leur auditoire sans devoir effectuer des activités précises. Le contenu y est très varié ; parler devant sa caméra, cuisiner, se balader en ville, manger, etc.

1.2 Format de Twitch

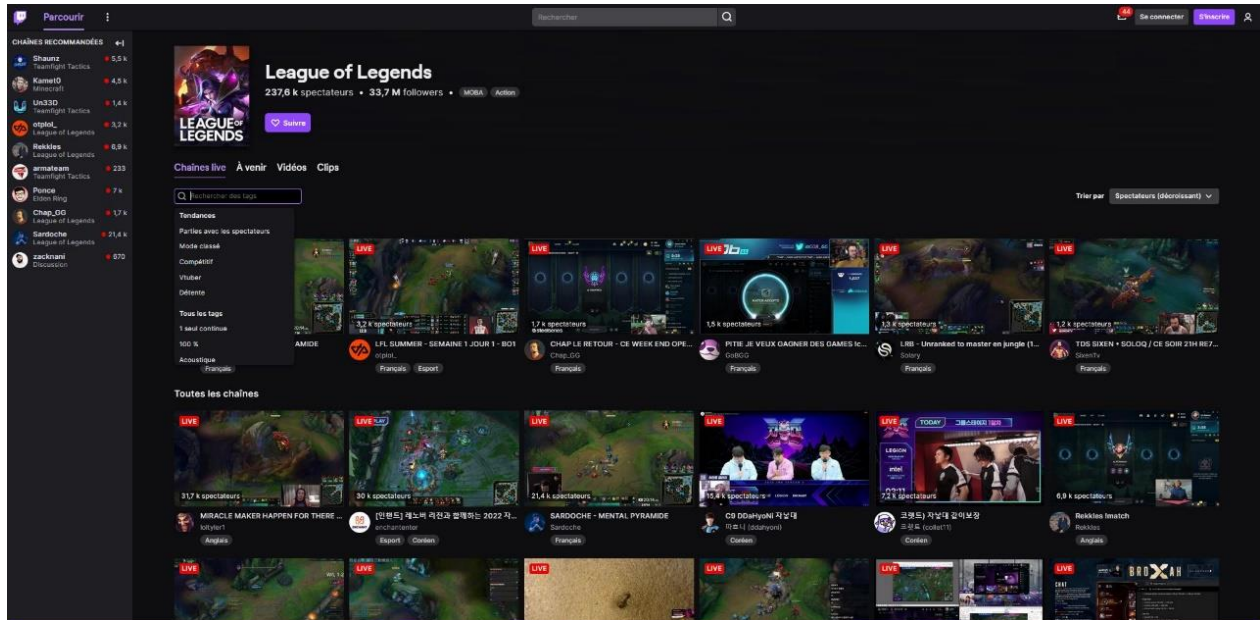
Maintenant que nous en savons plus sur l'histoire de Twitch et sur sa popularité, intéressons-nous au format de la plateforme. Lorsque nous arrivons sur sa page d'accueil, Twitch nous propose quelques chaînes de diffusion en direct, dont les plus populaires et les chaînes de diffusion de tournois de sports électroniques. En défilant vers le bas, on aperçoit les catégories de diffusion qui sont classées en ordre de popularité selon le nombre de personnes qui les regardent en temps réel. Twitch nous recommande également quelques chaînes grâce à un algorithme qui évalue nos préférences.

Figure 1.1 Page d'accueil



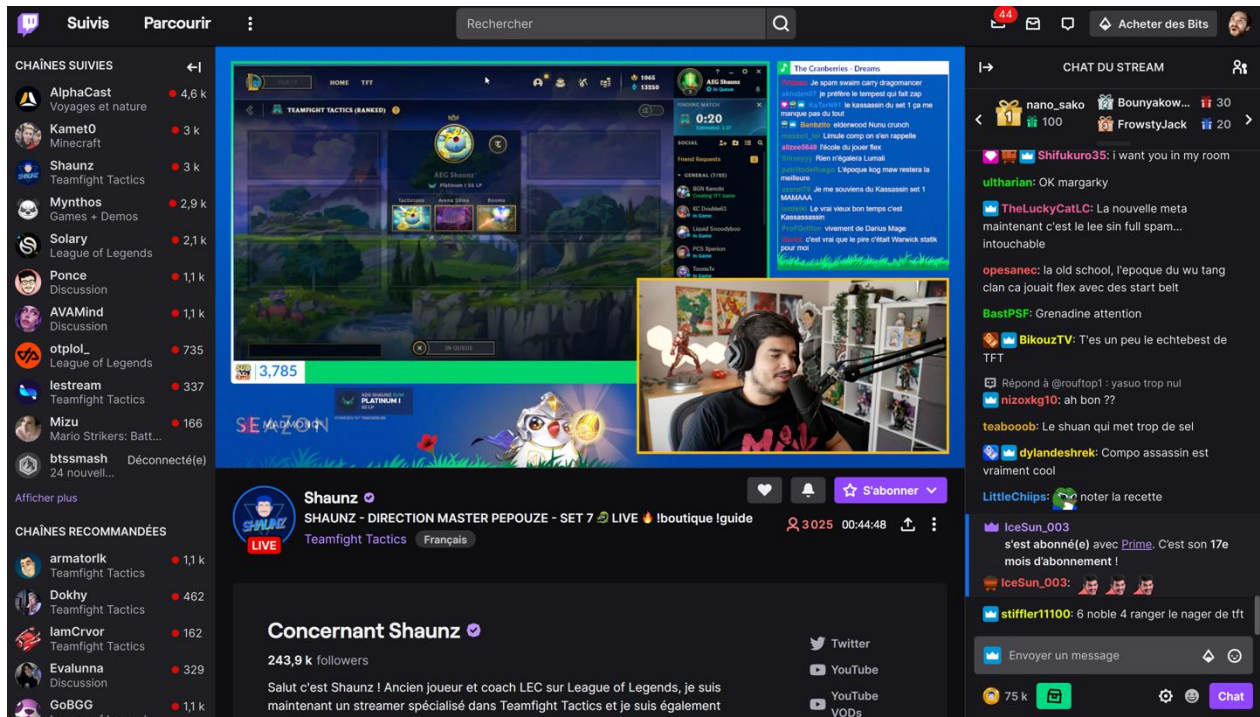
Il est possible d'ordonner les catégories grâce à des étiquettes (*tags*) variées ; il peut s'agir d'une langue (français, anglais, espagnol, etc.), comme il peut s'agir d'un thème très spécifique tel que « metroidvania », « syndrome de la Tourette » ou encore « travail du cuir ».

Figure 1.2 Tags



Une fois rendu sur la chaîne d'un créateur-riche, un espace de clavardage se trouve à droite de la page et un lecteur vidéo, au centre. En dessous du lecteur vidéo se trouve une zone où le-la créateur-riche de contenu peut décrire sa pratique, partager les liens vers ses réseaux sociaux ou encore se présenter à l'aide d'un court texte. Le reste de la page web demeure semblable aux autres sites de diffusion et d'hébergement ; on y retrouve le logo de Twitch, une barre de recherche, des outils de navigation, etc. (Panneton, 2019).

Figure 1.3 Chaîne de Shaunz



L'une des caractéristiques essentielles de Twitch est le clavardage, car il permet aux spectateur-riche-s d'entretenir des conversations variées, de réagir en direct aux actions du-de la diffuseur-se, de parler du jeu diffusé, de prodiguer des conseils, de faire des blagues, de poser des questions, de faire des commentaires aux diffuseur-se-s, de parler d'un sujet d'actualité comme le résultat d'un tournoi de sports électroniques, etc. (Barbieri *et al.*, 2017 ; Freeman *et al.*, 2020). De plus, les abonnements confèrent certains avantages aux spectateur-riche-s en leur donnant notamment accès à des *emotes* personnalisées par les diffuseur-se-s. Comme les *emojis*, les *emotes* sont de petits pictogrammes qu'on peut faire apparaître dans une fenêtre de clavardage, en tapant une suite de caractères spécifiques, pour exprimer une émotion ou pour illustrer un propos. Contrairement aux *emojis*, les *emotes* sont toutefois créées à la suite d'une nouvelle tendance ou d'un mème⁴ qui émerge dans les canaux de communication. De plus, leurs sens évoluent dans le temps au sein de la communauté Twitch et des sous-communautés qui la composent.

⁴ Concept (texte, image, vidéo) créé à partir de matériaux médiatiques souvent détournés de manière parodique, qui est massivement partagé, qui se répand très vite et qui crée le buzz (Larousse en ligne, s.d.)

Grâce à ses fonctionnalités, la plateforme Twitch aide les diffuseur·se·s à renforcer leur relation avec leurs spectateur·rice·s et à créer des structures sociales (Sjöblom *et al.*, 2019). En effet, les membres de certaines communautés qui gravitent autour d'un·e créateur·rice de contenu interagissent parfois pour planifier des évènements, créer des mèmes ou encore se réunir dans le monde hors ligne. La plateforme propose également des outils comme des *bots*⁵, des traqueurs et des analyses statistiques, qui permettent aux diffuseur·se·s d'évaluer et d'améliorer leurs diffusions (Gandolfi, 2016).

1.3 La diffusion en direct

Le *streaming* est une pratique de « diffusion publique de flux vidéo et audio en direct » (notre traduction, Hamilton *et al.*, 2014). Les diffuseur·se·s en direct, souvent appelé·e·s *streamers*, créent du contenu en temps réel à l'aide de différents logiciels tels que Streamlab et OBS. Habituellement, le contenu de ces diffusions se résume à l'enregistrement audiovisuel d'une partie de jeu sur lequel est superposé l'enregistrement audiovisuel du·de la diffuseur·se afin de voir ses réactions (Hamilton *et al.*, 2014). La qualité et le format de la diffusion varient selon les moyens mis en place et le type de contenu. Certaines diffusions ont une qualité similaire à celle des émissions de chaînes télévisées tandis que d'autres, réalisées avec des moyens plus modestes, ont l'air de vidéos d'amateurs. De façon générale, la pratique du *streaming* se veut accessible, simple et personnalisée (Panneton, 2019).

Les caractéristiques du *streaming* en font un média singulier qui se démarque par les différentes strates de communication qu'il implique. En effet, il stimule à la fois de la communication individuelle, collective et de masse (Freeman *et al.*, 2020 ; Suganuma, 2018). Les créateur·rice·s de contenu qui diffusent en direct sur des plateformes comme Twitch sont tenu·e·s de gérer, en temps réel comme en différé, les interactions avec les différents individus qui constituent leur auditoire hétérogène, non seulement sur les plateformes de diffusion, mais aussi sur différents réseaux sociaux tels que Twitter, Instagram, Discord, Reddit ou encore YouTube (Freeman *et al.*, 2020). Freeman et ses collègues (2020) ont remarqué qu'avec l'expérience, les diffuseur·se·s sont capables de différencier leurs auditoires afin de s'adresser à chacun d'entre eux de manière unique. En effet, il·elle·s ne s'expriment pas de la même façon avec un membre régulier de la communauté qu'avec, par exemple, une personne qui est de passage ou qui possède un pseudonyme offensant.

⁵ Un bot est un type de programme informatique qui automatise certaines tâches. (https://fr.wikipedia.org/wiki/Bot_informatique)

Pour que la diffusion soit un succès, les diffuseur-se-s doivent gérer d'une main de maître un nombre impressionnant de variables. Tout en étant responsables de la réalisation, de l'édition, de la conceptualisation, de l'écriture et du montage de leur contenu, il-elle-s doivent cultiver, gérer, modérer, engager et divertir des auditoires variés. La gestion d'une chaîne Twitch se révèle donc un véritable défi sur les plans logistique, communicationnel, relationnel et émotionnel. Le fait que la prestation ait lieu en direct ajoute une pression notable à la réalisation simultanée de ces différentes tâches. Cependant, les diffuseur-se-s les plus populaires s'entourent souvent d'une équipe afin d'alléger leurs responsabilités et, par la même occasion, d'améliorer l'expérience des spectateur-ric-e-s (Freeman *et al.*, 2020).

Dans sa thèse, Blight (2016) essaie de comprendre le rôle des diffuseur-se-s sur l'engagement des spectateur-ric-e-s et le développement d'un sentiment de communauté parmi eux-elles. Il démontre que les diffuseur-se-s jouent un rôle déterminant et que les relations parasociales sont un facteur important dans la fidélisation de l'auditoire. L'expression « relations parasociales » est souvent utilisée pour décrire les relations unidirectionnelles à long terme des fans avec des figures médiatiques qui s'apparentent à de l'amitié (Dibble *et al.*, 2015 ; Hartmann et Goldhoorn, 2011). Cependant, l'avènement des réseaux sociaux, des forums, des médias en ligne ou encore des différentes plateformes de *streaming* comme Twitch ont permis aux microcélébrités d'interagir plus facilement et plus régulièrement avec leur auditoire, passant d'une relation classique unilatérale à une relation «one-and-a-half sided» (Kowert et Daniel, 2021). Sur Twitch, les diffuseur-se-s ont même la possibilité d'interagir avec un-e seul-e spectateur-ric-e à la fois en leur répondant en privé dans le clavardage. Cela facilite le maintien de la relation entre les spectateur-ric-e-s et les diffuseur-se-s et le renforcement de leurs liens (Wulf et Schneider, 2018).

1.4 Objectifs de la recherche-crédation

La littérature concernant l'usage des fonctionnalités et des codes langagiers de la plateforme Twitch par les diffuseur-se-s est plutôt limitée. Notre mémoire en recherche-crédation a donc pour but de mieux comprendre comment mettre à profit les fonctionnalités et les codes langagiers de Twitch dans le cadre d'une diffusion en direct pour susciter des interactions avec les spectateur-ric-e-s et entre les spectateur-ric-e-s ainsi que pour favoriser la participation et l'engagement de différents auditoires. Pour ce faire, nous avons d'abord répertorié différentes fonctionnalités et différents codes langagiers de Twitch en précisant ce qu'ils permettent sur le plan communicationnel. Ce répertoire a non seulement guidé notre processus de création des jeux-questionnaires, que nous avons diffusés en direct devant des spectateur-ric-e-s que nous avons invité-e-s, mais aussi nos interactions avec le public dans la zone de

clavardage. Nous avons fait, en tout, trois séances de diffusion en direct en nous servant des retours que les spectateur·rice·s nous ont fournis dans le clavardage pour améliorer nos prestations.

1.5 Pertinence sociale et communicationnelle

Étant donné l'importance de Twitch et son influence au sein de l'environnement médiatique actuel, il semble essentiel d'étudier la plateforme pour mieux comprendre comment les gens interagissent et communiquent dans cet espace numérique (Bingham, 2017). Sur le plan théorique, notre recherche-crédation se situe à l'intersection des études sur l'usage des médias socionumériques et des études du jeu selon une approche communicationnelle. Elle s'intéresse non seulement à la communication interpersonnelle entre les usager·ère·s/joueur·se·s et aux fonctionnalités de la plateforme Twitch qui la favorise, mais aussi à la communication sociale au sein de cet espace numérique dynamique s'appuyant sur des codes langagiers dont la signification se cristallise dans l'usage (Bonenfant *et al.*, 2020).

En nous adonnant nous-mêmes à la pratique du *streaming*, nous aurons la possibilité de comprendre des dynamiques de communication qu'il nous aurait été impossible à relever en utilisant un angle d'approche différent. Le compte rendu de notre démarche et des réactions de notre public sera assurément utile pour les entreprises qui offrent des services de *streaming* comme Twitch et pour les diffuseur·se·s, dans la mesure où il peut les aider à mieux adapter les fonctionnalités des plateformes et les pratiques de diffusion en direct aux besoins des usager·ère·s.

CHAPITRE 2

CADRE THÉORIQUE

Ce chapitre présente les différents concepts et théories qui guideront notre exploration des fonctionnalités et du langage et de la plateforme Twitch durant notre processus de recherche-crédation, comme celui de fonctionnalité, de signe, d'interprétation, de performance, de persona, d'interaction, d'engagement et de communauté.

2.1 Fonctionnalités

Le terme « fonctionnalité » est généralement employé pour définir « une liste de caractéristiques et de propriétés rendant quelque chose ou quelqu'un capable de remplir correctement sa fonction »⁶. Dans le cadre de notre recherche-crédation, nous avons essayé de comprendre comment mettre à profit les fonctionnalités de la plateforme Twitch. Il semble donc judicieux de consacrer la première section du cadre théorique à la description des plus importantes d'entre elles en mettant l'accent sur leurs fonctions communicationnelles et interactionnelles.

2.1.1 Scène

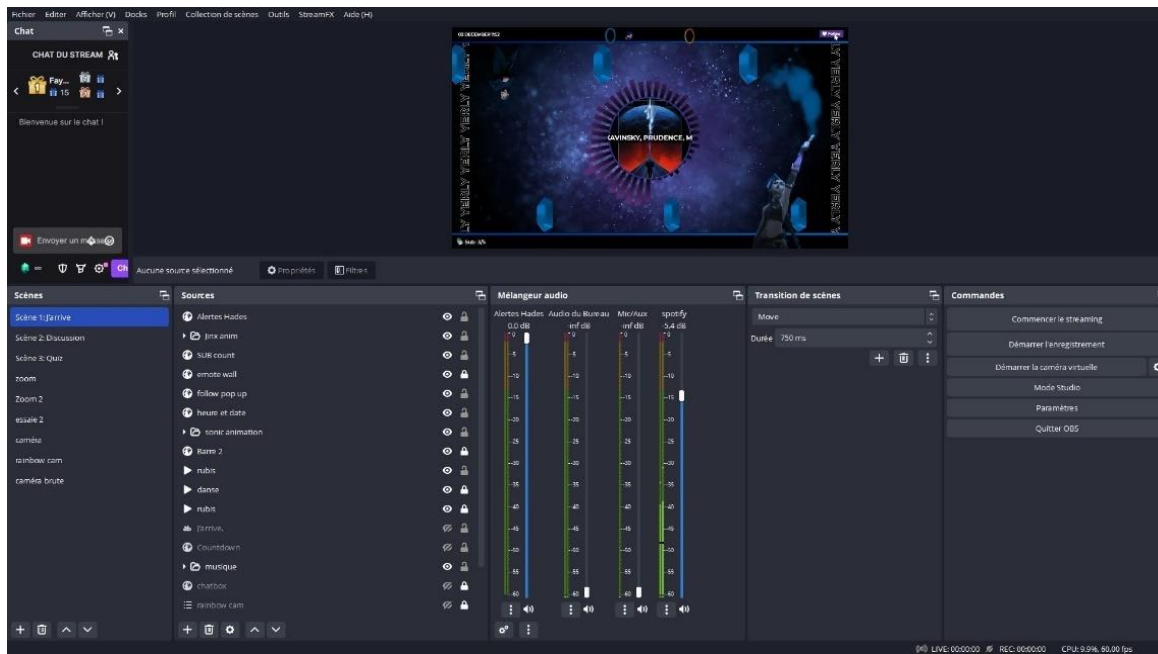
Une scène (*scene*) est un ensemble de sources audio et vidéo qui peuvent être diffusées en direct ou préenregistrées sous forme de séquence à l'aide de logiciel comme OBS (*Open Broadcaster Software*)⁷. Les scènes permettent aux diffuseur-se-s d'alterner entre différentes configurations audiovisuelles durant leurs diffusions en direct. Pour une même diffusion, les créateur-ric-e-s de contenu peuvent créer plusieurs scènes ayant chacune leur propre ensemble de sources audio et vidéo. Par exemple, il est possible de créer une scène diffusant à la fois un jeu vidéo, la zone de clavardage et l'image d'une webcam. Une scène peut même superposer plusieurs sources pour créer une ambiance originale. Une scène peut également contenir un seul élément, que ce soit une capture d'écran, une animation, une image de webcam, etc. Le-la diffuseur-se peut alors changer l'affichage à l'écran de manière professionnelle en passant, par exemple, d'un écran de jeu à une vue de la webcam. Les scènes offrent une grande flexibilité et sont essentielles pour créer des diffusions en direct de haute qualité avec une présentation audiovisuelle

⁶ <https://fr.wiktionary.org/wiki/fonctionnalité>

⁷ OBS est un logiciel populaire utilisé par les créateur-ric-e-s de contenu en direct pour capturer, mixer et diffuser du contenu audio et vidéo sur des plateformes telles que Twitch, YouTube, Facebook Live, etc.

professionnelle. Avant la diffusion en direct, il est facile d'ajouter, de supprimer et de reconfigurer les sources de chaque scène. Lors de la diffusion en direct, il est facile de passer rapidement d'une scène à l'autre de manière fluide en utilisant des transitions. Cela aide à maintenir un flux de diffusion en direct engageant, dynamique et cohérent.

Figure 2.1 OBS scène 1



2.1.2 Zone de clavardage

La zone de clavardage est la fonctionnalité la plus importante de la plateforme Twitch. Elle est la pierre angulaire du développement de sa culture puisqu'elle favorise les interactions humaines. Elle permet une interaction en temps réel entre le-la diffuseur-se et les spectateur-ric-e-s. Les spectateur-ric-e-s peuvent envoyer des messages pour commenter et poser des questions, auxquels le-la diffuseur-se peut répondre instantanément à l'oral. Elle est aussi un espace où les spectateur-ric-e-s peuvent discuter ensemble de la diffusion en cours, partager des réactions, poser des questions, discuter des sujets liés à la chaîne et interagir avec d'autres membres de la communauté. Elle offre également la possibilité aux diffuseur-se-s de récolter les réactions de l'auditoire et d'obtenir des suggestions afin d'améliorer leurs futures diffusions. La zone de clavardage sur Twitch est donc un élément essentiel de l'expérience de visionnage en direct sur la plateforme. Elle permet une interaction directe entre les diffuseur-se-s et les spectateur-ric-e-s, de même qu'entre les membres de l'auditoire, fortifiant la participation active et le sentiment de communauté.

2.1.3 *Bots, widgets* et extensions de navigateur

Les *bots* sont des programmes informatiques qui permettent d'automatiser certaines tâches durant la diffusion pour soutenir les diffuseur-se-s durant leur performance. Les *bots* de modération servent à supprimer les messages irrespectueux et à bannir temporairement ou définitivement les spectateur-ric-e-s nuisibles de la zone de clavardage en appliquant les règles établies par les diffuseur-se-s. Certains *bots* donnent la possibilité aux diffuseur-se-s d'exécuter des actions prédéfinies ou d'afficher des informations prédéterminées en entrant des commandes personnalisées dans la zone de clavardage. Par exemple, les diffuseur-se-s peuvent entrer la commande « !socials » pour afficher les réseaux sociaux sur lesquels les spectateur-ric-e-s peuvent les suivre. Les *bots* sur Twitch sont des outils polyvalents utilisés par les diffuseur-se-s pour gérer leur chaîne, interagir avec leur audience et offrir une expérience de visionnage plus fluide, interactive et engageante. Ils simplifient également la gestion de la zone de clavardage et permettent aux diffuseur-se-s de se concentrer au maximum sur leur performance orale et leurs interactions avec les spectateur-ric-e-s.

En informatique, un *widget* est un élément d'une interface utilisateur graphique qui affiche des informations ou permet à un utilisateur d'interagir avec le système d'exploitation (OS) ou une application⁸. Sur Twitch, les *widgets* permettent d'afficher et de mettre à jour en temps réel des informations, des animations et des images sur le flux. Grâce à eux, les diffuseur-se-s peuvent notamment afficher à l'écran l'heure, la date ou encore la musique en cours d'écoute.

Une extension de navigateur est un module logiciel ajouté à un navigateur web pour étendre ses fonctionnalités ou améliorer l'expérience de navigation. Sur Twitch, ces extensions sont spécifiquement conçues pour améliorer l'interaction entre les diffuseur-se-s et les spectateur-ric-e-s, ainsi que pour personnaliser l'expérience de visionnage. Elles permettent, par exemple, d'ajouter des *emotes* personnalisables à la liste des *emotes* globales de Twitch.

⁸ <https://www.techtarget.com/whatis/definition/widget>

2.2 Langage et communication

Certains éléments sur Twitch peuvent être rattachés à un langage qui est propre à la plateforme. Par définition, un langage est un système de communication fondé sur un ensemble de signes dont la structuration est régie par des codes et des règles.

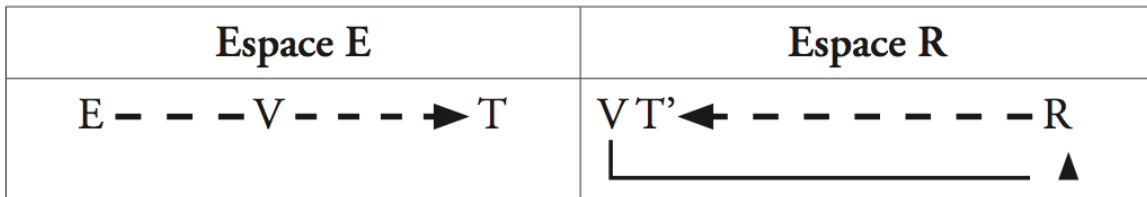
En sémiotique, on définit le langage comme l'articulation d'un ensemble de signes prenant la forme d'un texte, d'une image, d'un son ou d'un évènement tenant lieu pour autre chose que lui-même (Peirce, 1985). Selon Ferdinand de Saussure (1916), un signe comporte deux facettes : le signifiant, qui est l'aspect matériel du signe avant toute signification (ondes sonores, traits sur le papier, etc.) et le signifié, qui est l'aspect conceptuel du signe, soit l'idée qui se forme dans notre esprit quand nous entendons les ondes sonores ou voyons les traits sur le papier.

Peirce (1985) distingue trois types de signes. L'icône entretient un lien d'homologie avec la chose qu'elle représente. Une photographie, par exemple, présente des formes et des couleurs similaires à celle de la personne qu'elle met en scène. Le symbole, lui, entretient un lien arbitraire avec la chose qu'il représente. C'est par pur hasard, par exemple, si la croix réfère au christianisme. Enfin, l'indice entretient un lien de causalité avec la chose qu'il représente. À titre d'exemple, la fumée indique la présence d'un feu. En tant que média numérique, la plateforme Twitch renferme les trois types de signes dont parle Peirce. Les interactions sur le clavardage sont généralement de brefs messages textuels (symboles) accompagnés d'*emojis* (icône) ou d'*emotes* (icône et symbole). Les alertes, quant à elle, fonctionnent comme des indices de la participation et de l'engagement des spectateur·rice·s.

Dans n'importe quelle communication, l'émetteur·rice et le récepteur·rice doivent partager un code commun pour se comprendre, c'est-à-dire « une série de règles qui permettront d'attribuer une signification au signe » (Eco, 2008, p.28). Il existe des codes propres à chaque contexte ou espace communicationnel. Par exemple, les codes scriptural, photographique, chromatique et de la perspective permettent d'analyser et de comprendre une image.

Comme l'explique Roger Odin, le texte produit par un émetteur·rice ne possède pas un sens absolu et peut être interprété de plusieurs manières dépendamment du contexte, c'est-à-dire de l'« [...] ensemble des contraintes qui régissent la production de sens » (2011, p. 21). L'espace de l'émission est constitué d'un émetteur·rice (E) qui produit un texte (T), alors que l'espace de réception est le texte (T) réduit à un

Tableau 2.1 Espace de communication (Odin, 2011)



« ensemble de vibrations visuelles et/ou sonores » (V) pour ensuite être transformé par le récepteur·rice (R) en un autre texte (T') qui ne correspond pas nécessairement au premier puisqu'il a été soumis « aux contraintes » du lecteur (2011, p.18).

Dans le même ordre d'idée, Eco (2008) explique qu'un texte est constitué de « non-dits » et de « blancs » que le-la destinataire doit compléter en puisant dans son « encyclopédie ». Il est alors nécessaire de se demander comment le texte prévoit son lecteur·rice « modèle » capable, grâce à son encyclopédie, ses connaissances et son bagage culturels, d'actualiser le texte comme l'avait prévu l'auteur·rice. Comme l'explique Eco, le lecteur·rice modèle n'est pas un être de chair et d'os, mais un « ensemble de conditions de succès ou de bonheur, établies textuellement, qui doivent être satisfaites pour qu'un texte soit pleinement actualisé dans son contenu potentiel » (2008, p. 80).

2.2.1 Image de profil

L'image de profil est un signe iconique qui sert à identifier rapidement le créateur·rice de contenu et l'aider à se démarquer sur la page de recherche de la plateforme. Elle donne l'occasion de montrer sa personnalité, ses intérêts ou son style. Beaucoup de diffuseur·se·s et d'utilisateurs·rice·s choisissent des avatars qui reflètent leur personnalité ou leur image publique. Elle peut aussi faire partie d'une stratégie marketing; une image de profil distinctive et mémorable peut contribuer à renforcer l'image de marque d'un·e créateur·rice de contenu et à le-la rendre plus facilement reconnaissable. L'image de profil sur Twitch est donc un élément important de l'identité en ligne, de la communication et de l'expression personnelle des utilisateur·rice·s, en particulier pour les créateur·rice·s de contenu. Elle aide à établir une présence distincte sur la plateforme.

2.2.2 Alertes visuelles et sonores

Les alertes sur Twitch sont des notifications visuelles et sonores qui apparaissent à l'écran lorsqu'un évènement spécifique se produit pendant une diffusion en direct. Les plus courantes sont : les alertes de suivi (*follow alert*), indiquant au·à la diffuseur·se qu'une nouvelle personne suit sa chaîne; les alertes de souscriptions (*subscription alert*), lui indiquant qu'une personne s'est abonnée à sa chaîne; et les alertes de dons (*donation alert*) lui signalant qu'une personne lui a fait un don en argent. Ce type d'alerte visuelle ou sonore relève de ce que Majchrzak et ses collègues (2012) appellent le *triggered attending* (Sjöblom *et al.*, 2019). Elles peuvent être envisagées comme des indices de la participation et de l'engagement des spectateur·rice·s ou encore, comme des facteurs de motivation encourageant les spectateur·rice·s à s'engager. Ces alertes servent, en effet, à offrir une expérience interactive et divertissante pendant les diffusions en direct. Grâce à elles, les spectateur·rice·s ne sont plus seulement consommateur·rice·s de contenu, mais prennent également part au spectacle. Les diffuseur·se·s peuvent personnaliser ces alertes en fonction de leur style et de leur contenu pour offrir une expérience unique à leurs spectateur·rice·s et les remercier de leur engagement.

2.2.3 Badges d'abonné·e

Les badges d'abonné·e sont des icônes qui apparaissent devant les noms des spectateur·rice·s qui s'abonnent à une chaîne lorsqu'il·elle·s écrivent dans la zone de clavardage. Elles servent à récompenser et renforcer leur fidélité au·à la créateur·rice de contenu. Elles attestent en outre du degré d'implication, voire du rang social des spectateur·rice·s au sein de la communauté du·de la diffuseur·se. Elles sont enfin un moyen visuel pour les diffuseur·se·s de reconnaître leurs abonné·e·s. Du côté des membres de l'auditoire, les badges d'abonné·e sont une façon de montrer publiquement leur soutien à leurs créateur·rice·s de contenu préféré·e·s lorsqu'il·elle·s interagissent dans la zone de clavardage. Le·la créateur·rice de contenu peut personnaliser ce système d'icônes de façon à ce qu'il soit unique à sa chaîne. Il·elle·s peuvent en outre donner des surnoms ou attribuer des rôles spéciaux aux abonné·e·s en fonction de leur nombre de mois d'abonnement. Plusieurs diffuseur·se·s utilisent d'ailleurs ces icônes personnalisées pour susciter un sentiment d'appartenance à leur communauté.

2.2.4 *Sub goals*

Le *sub goal* est l'affichage sous forme de symbole de l'objectif du nombre d'abonné·e·s que vise un·e diffuseur·se. Les abonnements sur Twitch sont un moyen pour les spectateur·rice·s de soutenir

financièrement leurs diffuseur-se-s préféré-e-s tout en recevant des avantages tels que des badges d'abonné-e-s, des *emotes* personnalisées, un accès exclusif à des salons de discussion et la suppression des publicités sur la chaîne du-de la créateur-riche. Ce-cette dernière s'engage d'ailleurs souvent à débloquent un contenu ou à relever un défi lorsque cet objectif est atteint. Visuellement, le *sub goal* prend souvent la forme d'une barre de progression. Sa mise en évidence peut motiver les spectateur-riche-s à s'abonner pour contribuer à l'atteinte de l'objectif et voir le-la diffuseur-se relever le défi. Le *sub goal* est un moyen efficace pour les diffuseur-se-s de solliciter la collaboration de leur auditoire, d'encourager leur soutien financier et de créer un sentiment d'accomplissement collectif au sein de leur communauté. Se rapprocher de cet objectif peut en outre maintenir la motivation du-de la créateur-riche de contenu en l'aidant à financer les coûts liés à la diffusion en direct, tels que le matériel et les logiciels.

2.2.5 Panneaux

Les panneaux sont des éléments visuels iconiques ou symboliques et parfois interactifs qui se trouvent sous la fenêtre de diffusion et qui servent à ajouter des informations importantes sur la page de profil des diffuseur-se-s. Ils peuvent, par exemple, être utilisés pour afficher des informations sur ses réseaux sociaux, préciser les règles de la chaîne, décrire son matériel et sa configuration, expliquer comment soutenir financièrement la chaîne, etc. Les panneaux sont des outils précieux pour personnaliser la page de profil Twitch d'un-e diffuseur-se et fournir des informations claires et utiles aux spectateurs-riche-s. Ils confèrent également à la chaîne un *look* plus professionnel et aident les spectateur-riche-s à mieux interagir avec le contenu et la communauté du-de la diffuseur-se.

2.2.6 Décor

Le décor est ce qui apparaît dans l'environnement physique immédiat du-de la diffuseur-se. Les signes iconiques qu'il contient peuvent l'aider à se démarquer parmi la multitude de chaînes Twitch. Ceux-ci peuvent attirer l'attention des spectateur-riche-s potentiel-le-s et les inciter à rester et à participer. Lorsque le décor d'un-e diffuseur-se est personnalisé et qu'il regorge d'artefacts assimilables à une sous-culture, par exemple, les spectateur-riche-s peuvent réaliser qu'il-elle-s partagent certains centres d'intérêt et plus facilement s'identifier à lui-elle. Les éléments du décor servent donc à la fois à personnaliser, à améliorer la qualité visuelle de l'image et à créer une expérience de visionnage attrayante pour les spectateur-riche-s.

2.2.7 Musique

La musique est souvent diffusée en arrière-plan pendant que le-la créateur·rice de contenu parle pour rendre sa performance plus dynamique et pour créer une ambiance spécifique. Elle peut contribuer à maintenir l'engagement des spectateur·rice·s et à rendre l'expérience de visionnage plus agréable. Elle permet aussi aux·à la diffuseur·se de partager ses goûts musicaux avec son auditoire et renforcer les liens avec certain·e·s d'entre eux·elles sur la base d'affinités culturelles.

2.2.8 *Emojis et emotes*

Les *emojis* sont des signes iconiques universels entretenant des liens de ressemblance avec les émotions et réactions qu'elles représentent et dont la compréhension est instinctive d'une communauté linguistique à l'autre. S'intéressant à la fonction communicationnelle des *emojis*, Vyvyan Evans (2017) liste six manières dont elles peuvent remplir des fonctions similaires à celles des gestes, du langage corporel et de l'intonation dans les interactions orales, pour fournir les indices émotionnels souvent absents du langage textuel. Dépendamment des contextes dans lesquels elles sont mobilisées, les *emojis* peuvent endosser des fonctions comme celle de substitut, de renforcement, de complément, d'emphase, de gestion de discours ou encore exprimer un message mixte.

Tableau 2.2 Fonctions communicationnelles des *emojis*

Fonctions	Exemples en face à face	Exemples d' <i>emojis</i>
Substitution	Hochement de tête, pouce en l'air	J'❤️ cette idée
Renforcement	Hochement de tête en disant « oui »	J'aime cette idée ❤️
Message contradictoire	« Bien sûr » dit de manière sarcastique	Super 🙄
Complément	Faire un signe de la main et dire « viens » à quelqu'un	Hey ! 🙌

Emphase	Gesticuler ou hausser la voix	Tu me fais trop rire 😂😂😂
Gestion du discours	Hocher la tête lors d'une discussion pour montrer que l'on suit	On se voit demain 😊

Evans (2017) remarque toutefois que les *emojis* sont comme des dialectes, dans la mesure où leurs significations diffèrent d'une culture à l'autre.

Les *emotes* sont, quant à elles, de petites images que les utilisateur·rice·s de Twitch peuvent faire apparaître non seulement dans la zone de clavardage, mais parfois même sur le flux de diffusion en tapant une suite de caractères textuels. Sur les chaînes Twitch les plus regardées, les messages sont si nombreux qu'il est difficile pour le·la diffuseur·se de les lire. C'est pourquoi les spectateur·rice·s préfèrent partager leurs opinions et émotions par l'envoi d'*emotes* (Olejniczak, 2015). Lorsqu'un·e spectateur·rice s'abonne à une chaîne, il·elle débloque un certain nombre d'*emotes* personnalisées par le·la diffuseur·se. Il·elle peut alors les utiliser dans la zone de clavardage pour transmettre certaines émotions via ses messages de façon ludique et imagée. Contrairement aux *emojis*, les *emotes* sont à la fois des icônes qui renvoient visuellement à quelque chose et des symboles dont le sens est défini par convention au sein d'une communauté. Comme le précise Kobs et ses collègues : « chaque *emote* possède sa propre histoire, sa propre signification et ses propres cas d'utilisations » (notre trad., 2020, p. 5). Les *emotes* agissent alors souvent comme une métonymie, soit « une figure de style qui, dans la langue ou son usage, utilise un mot pour signifier une idée distincte, mais qui lui est associée » (Kim *et al.*, 2021). Comparativement aux *emojis*, les *emotes* sont généralement inhérentes aux différentes plateformes numériques, voire aux différentes sous-communautés qui se forment autour des diffuseur·se·s (Kobs *et al.*, 2020).

En effet, il est courant que les utilisateur·rice·s d'une plateforme développent des codes qui seront seulement compris que par les habitué·e·s de cette plateforme ou même d'une chaîne en particulier (Kobs *et al.*, 2020). Par exemple, l'*emote* « KamelMUR » ne sera comprise que si le·la spectateur·rice sait que le diffuseur Kameto possède une équipe esport qui se nomme la Karmine Corp et que celle-ci est représentée par un mur de brique bleu.

Figure 2.2 *Emote* KamelMUR





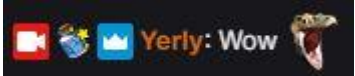
L'auditoire d'un·e diffuseur·se peut donc développer sa propre utilisation d'une *emote* que l'on ne retrouvera pas dans la communauté d'un·e autre diffuseur·se. Certaines communautés vont même jusqu'à s'approprier des *emotes* pour leur donner une autre signification. Par exemple, l'*emote* « TriHard », qui représente le visage du diffuseur Trihex, était utilisée de manière inappropriée par certaines personnes pour promouvoir des comportements racistes et discriminatoires (Goldman, 2018).

Figure 2.3 *Emote* TriHard



Il faut donc faire partie de la communauté Twitch, ou même de la sous-communauté d'un·e diffuseur·se, pour bien comprendre les différentes significations qui sont données aux *emotes* sur une chaîne (Goldman, 2018). En nous inspirant des théories d'Evans nous avons créé un tableau des fonctions communicationnelles que peuvent endosser les *emotes*.

Tableau 2.3 Fonctions communicationnelles des *emotes*

Fonctions	Exemples d' <i>emote</i>
Substitution	Utiliser une <i>emote</i> au lieu d'un mot 
Renforcement	Utiliser une <i>emote</i> pour renforcer un message 
Message contradictoire	Utiliser une <i>emote</i> pour ajouter du sarcasme 
Complément	Utiliser une <i>emote</i> pour ajouter une qualification émotionnelle 
Emphase	Utiliser une <i>emote</i> de manière frénétique 
Gestion du discours	Utiliser une <i>emote</i> comme un signe de ponctuation 

Lorsque l'on veut interpréter et comprendre une *emote*, il est nécessaire de connaître le contexte culturel et l'espace communicationnel dans lequel se déroule la conversation. L'interprétation des *emotes* de Twitch soulève de nombreuses difficultés, car elle demande des connaissances liées aux « *mèmes* » d'Internet, à l'argot et au jargon des jeux vidéo (Barbieri *et al.*, 2017). De plus, les *emotes* de Twitch supportent des objectifs communicationnels différents des signes visuels d'autres espaces de

communication comme Twitter (désormais appelé X) et sont parfois commandités lors d'évènements spéciaux comme la sortie d'un nouveau jeu, un Twitch Rivals⁹ ou encore un tournoi de sport électronique. Un·e spectateur·rice qui ne détient pas les connaissances nécessaires ne comprendra pas les références auxquelles une *emote* renvoie et ne sera pas capable d'interpréter correctement son usage.

2.3 Performance et persona

Plusieurs chercheur·se·s ont remarqué que la plupart des contenus populaires sur les différentes plateformes de diffusions en direct comme Twitch contiennent des éléments propres à la performance (Anderson, 2017 ; Taylor, 2018 ; Robinson, 2019 ; Runeson, 2017 ; Woodcock et Johnson, 2019). Taylor explique, par exemple, qu'« être capable de transmettre les expériences souvent inexprimables et viscérales qui se produisent pendant le jeu est une compétence performative développée par les diffuseur·se·s accompli·e·s » (notre trad., 2018, p. 88). La capacité de certain·e·s diffuseur·se·s à transmettre leurs émotions et sensations durant une diffusion est un véritable atout pour créer des liens avec leur auditoire et générer des situations qui resteront gravées dans leur mémoire (Pellicone et Ahn, 2017). L'une des techniques pouvant être mise à profit dans le cadre d'une performance est ce que Majchrzak et ses collègues (2013) appellent le « *meta-voicing* », soit la possibilité d'ajouter des commentaires ou des informations à un contenu visuel existant (Sjöblom *et al.*, 2019). Sur Twitch, par exemple, il est courant que les diffuseur·se·s partagent verbalement leurs impressions ou leurs connaissances d'un jeu tout en jouant.

Afin d'être le plus attractif·ve·s possible, les diffuseur·se·s de contenu se créent souvent une « *persona* » à travers leurs procédés d'interactions, leurs habitudes ou encore leurs formes d'expression (Pellicone et Ahn, 2017). Le mot latin *persona* réfère au masque de l'acteur qui lui permet d'entrer dans la peau d'un personnage en empruntant ses expressions, ses manières, son apparence, etc. Dans sa théorie, Jung (1986) l'utilise pour indiquer le rôle qu'adopte un individu pour répondre aux normes de la société. Il est courant, dans le contexte du *streaming*, que les créateur·rice·s de contenu se construisent une *persona* plus extravertie, énergique, émotive, sociable, etc. qu'il·elle·s le sont au quotidien, car les personnalités hautes en couleur répondent mieux aux normes culturelles de la plateforme et permettent de stimuler les interactions avec les spectateur·rice·s. L'adoption d'une *persona* fait écho à ce que Majchrzak et ses

⁹ Les *Twitch Rivals* sont des évènements compétitifs en ligne organisés par Twitch mettant en vedette des *streamers* populaires et des joueur·se·s professionnel·le·s.

collègues (2013) appellent le « *generative role-taking* », soit l'adoption par une personne d'un rôle particulier au sein d'une communauté (Sjöblom *et al.*, 2019). Dans le cas de Twitch, le-la diffuseur-se, parfois secondé-e par un-e modérateur-riche, assume le rôle d'animateur-riche chargé de foule e de susciter et gérer les dialogues avec et entre les spectateur-riche-s (Sjöblom *et al.*, 2019).

2.4 Interaction

Par définition, l'interaction est une « action qui se produit lorsque deux participant-e-s ou plus (personnes, artefacts, matériaux ou machines) échangent des informations qui ont un effet réciproque les uns sur les autres » (notre trad., Landay, 2014, p. 173). Quand une interaction est optimale, les participant-e-s bénéficient d'un retour d'information (*feedback*) continu et instantané sur leurs actions de manière à cerner les conséquences qui en découlent (Carnagey et Anderson (2004) in Weber *et al.*, 2014). Dans le contexte des diffusions en direct, les interactions peuvent être nombreuses. Les spectateur-riche-s ont la possibilité d'interagir entre eux-elles ou avec le-la diffuseur-se en envoyant des messages dans la zone de clavardage. Il-elle-s peuvent également faire apparaître des messages, des *emotes* ou différentes alertes directement sur l'image de la diffusion en direct s'il-elle-s s'abonnent, suivent le-la diffuseur-se ou leur font une donation. Quant aux diffuseur-se-s, il-elle-s développent des façons toujours plus innovantes d'interagir avec leur public pour rendre leur diffusion unique (paris, sondages, jeux-concours, roulette¹⁰, Twitch *chat plays*¹¹).

2.5 Engagement

Multiplier les interactions favorise l'engagement des spectateur-riche-s (Jodén et Strandell, 2021). L'engagement est un concept fréquemment évoqué dans le monde du divertissement et, particulièrement, du jeu vidéo. Il réfère à l'état du-de la spectateur-riche ou du-de la joueur-se dont

¹⁰ La roulette est un dispositif mis en place par certain-e-s diffuseur-se-s lorsqu'un-e spectateur-riche effectue une action spécifique (abonnement, don, etc.), afin de lui offrir la possibilité de gagner un prix.

¹¹ Twitch *chat plays* est un dispositif qui donne la possibilité aux spectateur-riche-s de participer au jeu diffusé en prenant des décisions. En effet, par le biais de commandes prédéfinies par le-la diffuseur-se-s, les mots tapés dans le clavardage auront un effet instantané dans le jeu. Par exemple, lorsqu'il-elle-s écrivent le mot « droite », le personnage-joueur se déplacera vers la droite. L'évènement le plus important utilisant ce dispositif demeure le « Twitch *chat plays Pokemon Red* ». Durant cet évènement, plus d'un million de spectateur-riche-s se sont relayé-e-s afin de finir le jeu *Pokemon Red* sur la plateforme Twitch. Cet exploit leur a pris plus de dix-sept jours et a demandé une collaboration importante entre les différents individus.

l'attention est suffisamment captivée et le sentiment de satisfaction suffisamment élevé pour rester intéressé-e par un contenu durant une longue période (Melhart *et al.*, 2020).

Selon Boer (2013), la boucle d'engagement se compose de trois éléments qui peuvent se répéter indéfiniment : la motivation, l'action et le *feedback* (Boer, 2013). La motivation est ce qui pousse l'auditoire à s'intéresser à la diffusion. Il s'agit d'un élément déclencheur comme une publicité. Puis, la diffusion génère d'autres motivations pour que la boucle se répète (Boer, 2013). L'action est ce que le-la diffuseur-se souhaite que le-la spectateur-riche fasse (participer, regarder, écrire dans le clavardage, s'abonner, faire des dons, etc.). Elle doit être pertinente, intéressante et réalisable par le spectateur-riche (Boer, 2013). Le *feedback* est le retour que reçoit le-la spectateur-riche lorsqu'il-elle réalise une action lui permettant de comprendre si cette action est bonne ou mauvaise. Un-e diffuseur-se peut, par exemple, remercier un-e spectateur-riche qui a posé une question pour valider sa pertinence. Le *feedback* est crucial, car c'est lui qui stimule la motivation, l'engagement, l'envie d'interagir et de participer des spectateur-riche-s (Boer 2013).

2.6 Communauté

Le fait que plusieurs personnes se retrouvent sur le clavardage d'une chaîne Twitch pour interagir sur la base du contenu d'un-e diffuseur-se favorise ce que Majchrzak et ses collègues (2013) appellent le « *network-informed associating* », soit la formation d'un réseau par l'association des membres d'un groupe (Sjöblom *et al.*, 2019). Selon Porter (2004), une communauté en ligne se caractérise par un groupe de personnes qui interagissent par l'intermédiaire d'une technologie, autour d'un intérêt commun, en respectant un ensemble de normes entre autres fixées par le canal d'interaction. Utz (2008) ajoute qu'il se crée des liens entre les différents membres de la communauté au fil de leurs interactions. Pour entretenir ces liens, il est nécessaire que les utilisateur-riche-s y passent du temps, soient engagé-e-s ou acceptent de partager leur intimité (Utz, 2008). Le sentiment de communauté s'accroît avec le temps, au fur et à mesure que des liens se développent entre les membres, tandis que l'accumulation d'interactions favorise des relations plus complexes et complètes entre eux-elles (Wu *et al.*, 2016).

Selon McMillan et Chavis (1986), une communauté repose sur quatre principes : « l'adhésion », « l'influence », « l'intégration et la satisfaction des besoins » et le « lien émotionnel partagé ». L'adhésion fait référence au sentiment d'appartenance et d'inclusion que ressentent les individu-e-s au sein d'une communauté. Il implique que les gens se sentent faire partie de la communauté et qu'ils partagent des intérêts, des objectifs et des valeurs communs avec les autres membres. L'influence au sein d'une

communauté concerne la capacité de ses membres à façonner les processus de prise de décision et à participer aux activités qui affectent la communauté. Elle met en avant l'idée que les individus ont leur mot à dire dans l'orientation et le fonctionnement de la communauté. L'intégration et la satisfaction des besoins est le principe selon lequel les interactions au sein de la communauté doivent être en mesure de satisfaire les différents besoins des membres, qu'ils soient sociaux, émotionnels ou pratiques. Enfin, le lien émotionnel partagé prend la forme d'une histoire que les membres racontent au sujet de leur expérience partagée au sein de la communauté. Elle est reconnue et acceptée par la majorité des membres de la communauté, ce qui renforce les liens entre eux-elles et joue un rôle crucial dans le degré d'engagement de chacun-e.

CHAPITRE 3

MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre se concentrera sur la méthodologie que nous avons adoptée afin de mener à bien notre recherche-création. Nous décrirons, dans un premier temps, les activités de recherche-création que nous avons menées ainsi que notre lieu de performance. Par la suite, nous nous attarderons sur notre processus itératif de création de même que sur les documents qui rendent compte de notre démarche. Nous expliquerons, par la même occasion, comment nous avons traité ces données. Finalement, nous relèverons les considérations éthiques et les limites de notre recherche-création.

3.1 Activités de recherche-création

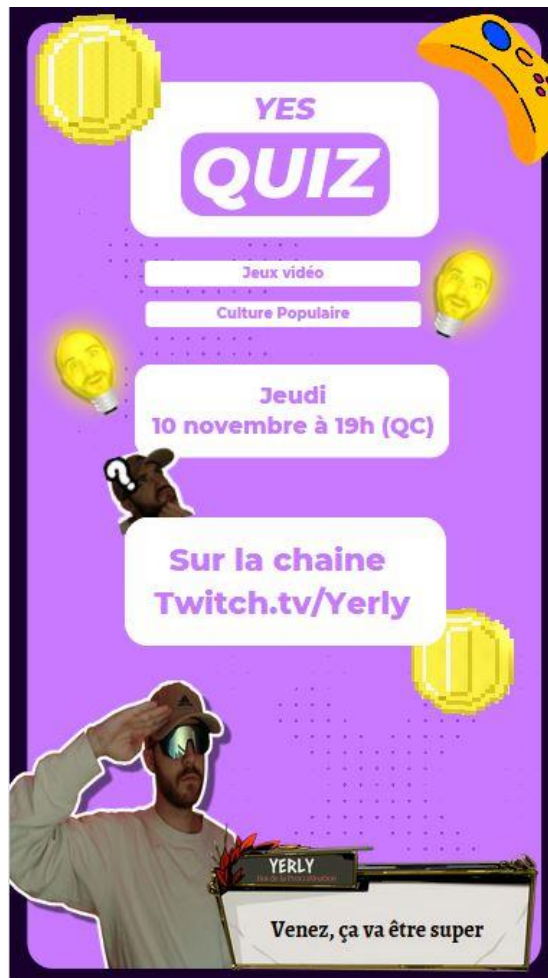
Afin de répondre à notre objectif de recherche, qui est de comprendre comment mettre à profit les fonctionnalités et le langage de Twitch dans le cadre d'un jeu-questionnaire pour susciter des interactions avec les spectateur-riche-s et favoriser leur engagement, nous avons d'abord constitué un lexique des fonctionnalités et du langage de Twitch à partir des textes portant sur le sujet et de nos observations des interactions sur la plateforme (le cadre théorique). Nous avons ensuite créé une chaîne Twitch sur laquelle nous avons diffusé en direct trois jeux-questionnaires de culture populaire devant une vingtaine de spectateur-riche-s. Au préalable, nous avons scénarisé les jeux-questionnaires, planifié la mise en scène de notre performance et créé divers éléments visuels et informatiques via des logiciels comme OBS et Streamlabs, afin de rendre notre diffusion plus dynamique et engageante. Nous avons créé nos propres *emotes* de même que des badges pour les membres de notre auditoire qui s'abonnent à notre chaîne.

Le fait de prendre le rôle d'un diffuseur nous a permis de contrôler certains paramètres de la plateforme Twitch pour mieux comprendre leurs répercussions sur les plans de la communication, de l'interaction et de l'engagement. Ce choix fut motivé par le fait que nous possédions déjà une connaissance approfondie de la plateforme. En effet, nous sommes un consommateur régulier de contenu sur Twitch depuis plus de huit ans et nous avons déjà produit du contenu à six reprises devant une trentaine de spectateur-riche-s. Nous étions donc déjà familiers avec le jargon, les spécificités et les codes culturels de la plateforme, ce qui facilita la mobilisation des fonctionnalités et des codes langagiers de Twitch dans le cadre de nos diffusions.

3.2 Recrutement de participant-e-s

Dans le but d’avoir le plus de participant-e-s possible, nous avons décidé de diffuser nos trois jeux-questionnaires un soir de semaine aux alentours de 19pm (au Québec) et 1am (en Suisse¹²). Dans la même optique, nous avons annoncé chaque diffusion quelques jours à l’avance par le biais d’une story Instagram (360 *followers*) et d’un évènement Facebook (944 ami-e-s) (dans le cas des deuxième et troisième diffusions). Lors de nos diffusions, nous avons également incité les membres de l’auditoire à inviter des ami-e-s lors des prochaines diffusions.

Figure 3.1 Story Instagram



¹² Étant originaire de Suisse, nous souhaitons que nos ami-e-s suisses puissent y participer.

Les personnes qui ne pouvaient pas être présentes avaient tout de même la possibilité de regarder la diffusion en différé directement sur notre chaîne. Bien évidemment, ce mode de consommation n'est pas optimal, car il retire tout le caractère interactif de la diffusion.

3.3 Lieu de création et matériel

L'atelier d'artiste est un espace physique de création qui lui permet de concevoir les réalisations qu'il-elle présentera souvent dans un autre lieu (Paquin, 2019 ; Rodriguez, 2002). En ce qui nous concerne, notre chambre a servi à la fois de lieu de création et de lieu de diffusion en direct. Elle était notre atelier, car c'est à l'intérieur de celle-ci que nous avons scénarisé les jeux-questionnaires, planifié la mise en scène et constitué les différents éléments visuels et informatiques que nous avons utilisés. Elle nous servait aussi de studio, car c'est dans celle-ci que nous avons effectué notre performance en direct sur la plateforme Twitch.

En ce qui concerne le matériel, la diffusion en direct demande un équipement spécifique afin d'offrir un contenu de qualité. Dans notre cas, nous avons utilisé : un ordinateur ROG Strix GL12 avec 16 GB de mémoire vive et rattaché à deux écrans, un micro Audio Technica AT2020, une interface audio Behringer, un système d'éclairage Neewer, une caméra Logitech C920 et un casque d'écoute Phillips SHP9500. Nous avons également fait usage des logiciels Streamlabs et OBS pour la gestion de la diffusion, de même que Photoshop, DaVinci, Canva, Pixlr et Photopea pour la création des éléments graphiques. Afin d'améliorer la qualité du rendu sonore, nous avons ajouté, à l'aide d'OBS, les filtres suivants lors des diffusions en direct : compresseur, expandeur, suppression du bruit, limiteur et un plug-in VST-2.

3.4 Processus itératif

Le processus itératif est la clé de la réussite d'une recherche-création. En effet, il permet de faire évoluer la création au fil de ses itérations grâce aux retours obtenus par ceux-celles qui en ont fait l'expérience. Comme l'explique Paquin, « cette méthode consiste à effectuer plusieurs cycles où alternent des périodes d'expérimentation et de réalisation à des périodes de réflexion et de réflexivité. Les cycles sont qualifiés d'heuristiques parce qu'ils permettent de mettre à jour, de découvrir graduellement le projet de recherche-création par le faire et non seulement par l'intellection » (2019, p. 3). Afin d'alimenter notre démarche créative, nous avons fait trois diffusions en direct d'une durée d'environ une heure trente, ce qui nous a permis de prendre en compte les réactions et suggestions de l'auditoire pour améliorer nos performances subséquentes et apporter des modifications à nos jeux-questionnaires.

3.5 Documentation des activités

Dans le cadre d'une recherche-création, il est impératif que le-la chercheur-se arrive à prendre du recul par rapport à son projet initial afin d'en tirer des leçons (Lancri, 2006). Pour faciliter cette autoréflexivité, les différentes activités d'une recherche-création doivent être documentées (Paquin, 2019).

Dans le cadre de notre projet, nous avons eu recours à trois types de documentation. Premièrement, nous avons pris des notes personnelles pour décrire nos impressions, nos doutes, nos idées et nos ressentis après chaque diffusion en direct. Deuxièmement, grâce à Streamlab, nous avons enregistré nos trois diffusions en direct, afin de pouvoir, par la suite, les visionner et évaluer ce qui pourrait être amélioré. Avec le même logiciel, nous avons enregistré nos interactions sur le clavardage Twitch dans le but de comprendre comment l'auditoire a réagi à notre performance et aux éléments du langage de Twitch que nous avons utilisés. Finalement, nous avons récolté les messages écrits dans la zone de clavardage. Ils nous ont fourni des données essentielles pour évaluer la réception de notre contenu et apporter des ajustements pour améliorer nos diffusions. Cette documentation nous a aidé à faire un retour sur notre expérience, qui sera présenté dans le chapitre 7.

3.6 Traitement des données récoltées

Nous avons, tout d'abord, établi des statistiques relatives à l'appréciation en nous appuyant sur le nombre de nouveaux-elles *followers* et abonné-e-s. Nous avons ensuite analysé le taux de participation, en évaluant le nombre moyen de messages publiés par personne, et le taux d'engagement, à partir du nombre de personnes qui ont assisté récurrentement aux diffusions, ainsi que du nombre de *followers* et abonné-e-s. Nous avons ensuite lu tous les commentaires des spectateur-ric-e-s figurant sur la zone de clavardage et les avons classés dans diverses catégories en fonction des indices qu'ils donnaient sur l'appréciation, la participation, l'interaction, l'engagement, la formation d'une communauté, mais aussi sur les rôles joués par différentes fonctionnalités et divers codes langagiers de Twitch par rapport à ces aspects.

3.7 Considérations éthiques

Lorsque les données récoltées dans le cadre d'une recherche sont disponibles sur des sites Internet publics, comme c'est le cas de celles publiées durant notre diffusion en direct, il n'est pas nécessaire d'obtenir une certification éthique. Par souci de transparence, on suggère toutefois aux chercheur-se-s de se présenter comme tel et de partager leurs objectifs de recherche avec les personnes concernées, du

moins lorsque c'est possible de le faire (Blackstone *et al.*, 2008). Étant donné que nous sommes à l'origine de l'espace d'interaction avec les spectateur·rice·s, nous avons pu leur indiquer, à l'aide d'un panneau situé en dessous de la zone de diffusion de notre chaîne Twitch, que nous menions une recherche-création sur Twitch, tout en demeurant assez vague pour ne pas trop influencer leurs comportements. Ainsi, les personnes ne voulant pas faire partie de l'étude pouvaient quitter la chaîne en toute liberté. Même si nous connaissons les noms de certain·e·s participant·e·s, nous référons toujours à eux·elles par leur pseudonyme Twitch dans le présent mémoire, afin de préserver leur anonymat.

3.8 Limites de notre recherche-création

Notre recherche-création comporte bien évidemment quelques limites. Puisque nous avons fait nos diffusions en direct devant un auditoire limité et circonscrit à des francophones âgé·e·s entre 20 et 35 ans, issu·e·s principalement du milieu universitaire, leurs interprétations de certains codes langagiers ne sont pas nécessairement représentatives de celles que feraient tous les membres de la communauté Twitch. La même chose peut être dite en ce qui nous concerne : notre connaissance des codes langagiers de Twitch repose sur les chaînes que nous avons l'habitude de fréquenter et qui ne sont pas nécessairement représentatives de l'ensemble des chaînes présentes sur Twitch. De plus, la participation et l'engagement de certain·e·s de nos participant·e·s peuvent avoir été favorisés dès le départ par le fait qu'il·elle·s sont des ami·e·s ou des connaissances. À défaut d'être généralisable, les résultats de notre recherche-création permettent de mieux comprendre comment un·e diffuseur·se peut mobiliser les différentes fonctionnalités de Twitch et s'approprier ses éléments langagiers pour interagir avec son public et susciter l'engagement.

CHAPITRE 4

CADRAGE DE LA CRÉATION

Étant nous-mêmes un grand consommateur de diffusions en direct sur Twitch, différents aspects de notre processus créatif furent influencés par de nombreux·ses créateur·rice·s de contenu, dont notre manière d’animer, d’utiliser les différentes fonctionnalités de la plateforme et de construire une identité visuelle par le biais des scènes. Ce chapitre présente dès lors les principaux diffuseur·se·s en direct qui ont inspiré certains aspects de notre création.

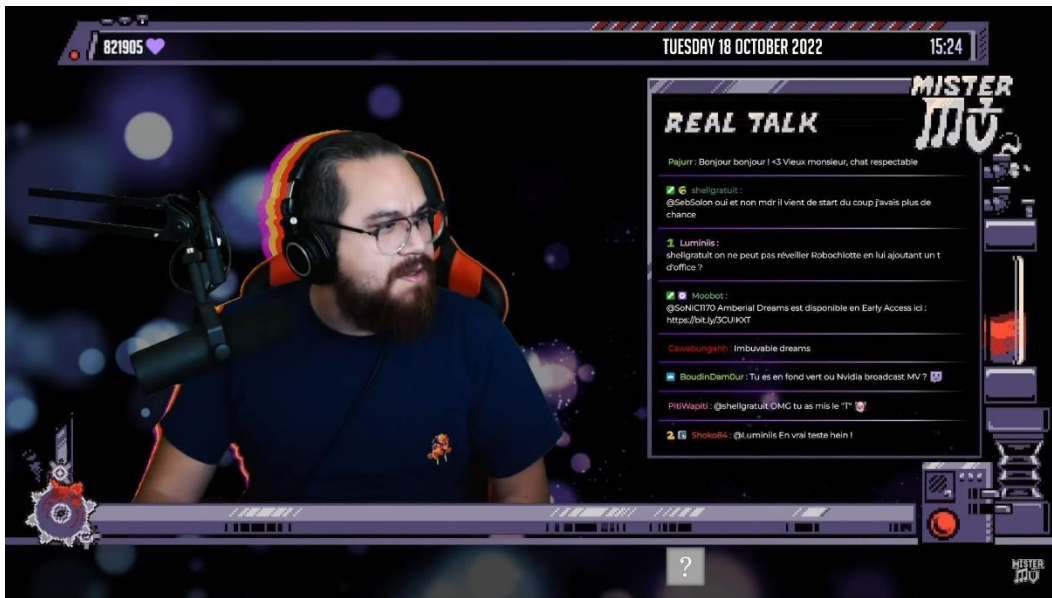
4.1 MisterMV

Xavier Dang alias MisterMV est une figure proéminente du *streaming* francophone. Il est considéré comme l’un des pionniers de la pratique. Il a débuté ses activités en 2011 sur la plateforme *eLive* et s’est retrouvé rapidement sur Twitch. Il y anime, depuis, des émissions se focalisant sur le *speedrun* et les jeux vidéo indépendants. En raison de son âge plus élevé que la moyenne des diffuseur·se·s sur la plateforme, il est souvent surnommé « le vieux monsieur ».

Étant donné ses nombreuses compétences et ses expériences variées, il a une grande aisance dans la gestion de son auditoire et des différents paramètres qu’implique une diffusion en direct. Par exemple, il réagit rapidement, avec humour et légèreté, aux actions et aux messages de ses spectateur·rice·s, même lorsque ceux-ci sont critiques ou irrespectueux. Afin de les engager au maximum, il met souvent en place des procédés qui leur donnent du pouvoir durant la diffusion, notamment des sondages en direct pendant lesquels les spectateur·rice·s peuvent cliquer sur l’image diffusée pour faire des choix. D’un point de vue esthétique et technique, ses scènes sont complexes et parsemés de clins d’œil à l’univers de références qu’il a développé au fil des années ainsi qu’à ses créations culturelles préférées. Ayant suivi une formation de musicien, il accorde une attention toute particulière à la musique et à la qualité du son.

Ainsi, MisterMV fut l’une de nos principales sources d’inspiration. Nous avons essayé, tout comme lui, de permettre aux spectateur·rice·s d’être le plus actifs possible durant nos diffusions en mettant à profit les fonctionnalités et le langage de la plateforme. Nous nous sommes également inspiré de la manière avec laquelle il compose ses scènes et composantes visuelles et sonores, qui semblent en perpétuel mouvement, afin de capter pleinement l’attention des membres de son auditoire.

Figure 4.1 Diffusion en direct de MisterMV



4.2 HorthyUnderscore

Hortense, plus communément connue sous le nom de Horthy, est une diffuseuse qui a débuté sur Twitch en 2019. Son contenu prend surtout la forme de *let's play*¹³, mais c'est lors de sa participation au serveur GTA RPZ¹⁴, dans lequel elle incarnait le personnage de « Daniel Croute » que sa popularité a explosé.

Horthy se démarque par sa spontanéité avec son auditoire. En effet, la façon très amicale qu'elle a de discuter avec ses spectateur·trice·s rend ses diffusions plus authentiques. Cette authenticité est renforcée par ses éléments visuels *kitch* et chaotiques qui tranchent avec la recherche de la perfection et l'adoption des normes esthétiques du moment chez d'autres créateur·rice·s de contenu. Son processus créatif, qu'on peut considérer à tort comme improvisé ou instinctif, est toutefois murement réfléchi. L'utilisation de nombreux effet 3D dans la construction de ses composantes visuelles atteste d'ailleurs de ses connaissances techniques.

¹³ Un *Let's Play* est une vidéo ou une diffusion sur internet mettant en scène une personne jouant à un jeu vidéo en faisant des commentaires humoristiques, irrévérencieux, ou critiques du jeu. (https://fr.wiktionary.org/wiki/Let's_Play).

¹⁴ Serveur GTA 5 créé par ZeratoR dans lequel les diffuseur·se·s s'adonnent à du jeu de rôle.

Dans notre création, nous essayons de recréer, tout comme elle, une ambiance authentique et sans prétention. Nous cherchons à ce que nos spectateur·rice·s se sentent confortables et impliqué·e·s dans la diffusion afin qu'il-elle·s interagissent de manière spontanée. Horty nourrit notre envie de créer une atmosphère conviviale à partir d'effets visuels singuliers qui offrent une expérience originale aux spectateur·rice·s.

Figure 4.2 Diffusion en direct de HortyUnderscore



4.3 Etoiles

Passionné de culture générale, Rayenne alias Etoiles s'est lancé dans la diffusion en direct en 2015 et a connu un succès fulgurant à partir de 2019, lorsqu'il mit en place son émission phare *La Nuit de la culture*. Cette émission consiste à le regarder jouer et réagir en direct sur Twitch à *Question pour un champion* (Fremantle Media, 1988), un jeu télévisé français de culture générale présenté par Julien Lepers et plus récemment par Samuel Étienne. Cette pratique, souvent appelée « *react* », consiste à réagir à du contenu divers en le commentant et le critiquant tout en interagissant avec son auditoire.

Nous nous intéressons à ce diffuseur, car il anime sa diffusion et fait participer ses spectateur·rice·s en utilisant comme support une sorte de jeu-questionnaire. Grâce à son enthousiasme pour la culture générale, il parvient sans peine à stimuler et engager sa communauté. Bien qu'il ne fasse pas beaucoup d'effort d'un point de vue esthétique et visuel, il propose, grâce à sa capacité de vulgarisation et sa personnalité, une façon ludique et amusante de s'intéresser à la culture générale.

Figure 4.3 Diffusion en direct d'Etoiles



4.4 Jeux-questionnaires

Pour construire nos jeux-questionnaires, nous nous sommes inspiré d'émissions de télévision comme *Questions pour un champion* (Fremantle Media, 1988) ou encore *Attention à la marche* (Formidooble, 2001) ainsi que de diffusions Twitch comme *La nuit de la culture* (Etoiles, 2019) ou le *Kculture* (Kameto, 2021), notamment en ce qui concerne l'écriture des questions et la façon d'animer les émissions.

*

Bien que la pratique de chacun-e des artistes présenté-e dans ce chapitre a influencé une facette de notre processus créatif, aucune d'entre elles ne l'a influencé dans son entièreté. L'apport technique, esthétique et artistique de ces artistes nous a permis d'établir et de forger notre propre identité créative. Nous avons donc fait preuve d'originalité à toutes les phases de création et de réalisation de nos diffusions en direct. La recherche d'une identité visuelle et sonore par le biais de nos scènes, nos composantes visuelles ou encore de nos alertes, de même que notre mise à profit réfléchie et documentée des codes langagiers de Twitch, a insufflé à notre création une saveur particulière.

CHAPITRE 5

RÉCIT DE PRATIQUE

Au fil du temps et des phases d'exploration, notre idée de départ a drastiquement évolué tant sur un plan technique qu'esthétique. Dans ce chapitre, nous présenterons les différentes étapes qui ont permis d'aboutir à l'élaboration de jeux-questionnaires en direct ayant pour objectif d'expérimenter différentes façons de communiquer et d'interagir avec un auditoire sur Twitch pour favoriser l'engagement en mettant à profit ses fonctionnalités et ses codes langagiers.

5.1 Phase exploratoire

Au cours de la phase exploratoire, nous nous sommes familiarisé avec les différents outils de la plateforme Twitch ainsi qu'avec les logiciels connexes. En effet, il était impératif que nous soyons à l'aise avec les logiciels de diffusion en direct comme Streamlabs et OBS afin de comprendre ce qu'il était possible de réaliser. Nous nous sommes d'abord intéressé à Streamlab, car il est considéré comme plus facile d'accès par rapport à d'autres logiciels du même type. Nous nous sommes amusé à créer nos premières composantes visuelles et sonores ainsi que nos premières scènes. En parallèle, nous avons appris à utiliser des logiciels de conception graphique, de montage vidéo et de traitement audio comme Canva, PixLR, Resolve et Audacity pour élargir nos possibilités créatives. Cette phase nous a permis de développer rapidement nos habiletés techniques et de réaliser un premier prototype. Celui-ci nous apparaissait toutefois trop simple et peu interactif.

Figure 5.1 Premier prototype



Nous sentant limité par les possibilités qu'offrait Streamlab, nous avons décidé d'utiliser OBS afin de mettre en place des fonctionnalités plus complexes. Après quelques semaines d'apprentissage et de visionnage de tutoriels sur YouTube, nous avons intégré différentes fonctionnalités supplémentaires qui nous permettaient d'explorer davantage la communication par le biais du langage Twitch.

À l'aide de ces outils, notre objectif était de façonner une identité visuelle qui nous soit propre, tout en favorisant nos interactions avec les membres de notre auditoire. Cette démarche nous a conduit à explorer divers styles, agencements et formats. Lors du développement de notre second prototype, nous maîtrisons déjà mieux l'intégration de sources textuelles, sonores, vidéo, média, navigateurs et captures d'écran au sein de nos scènes.

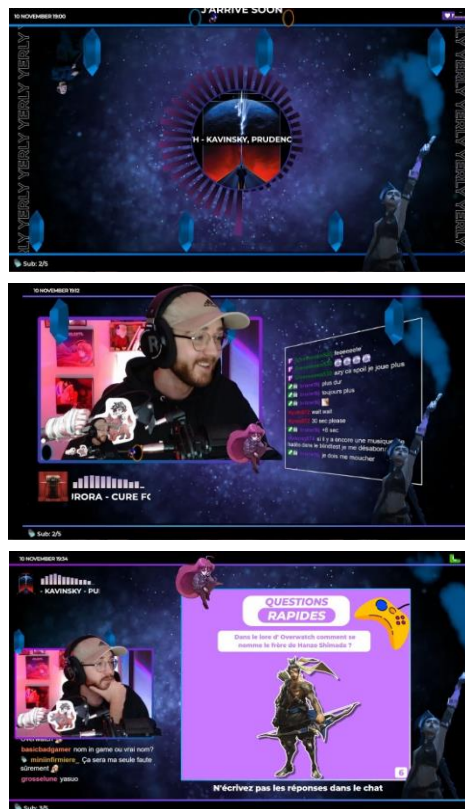
Au fil de notre apprentissage et de nos nombreux essais, nous avons rencontré plusieurs difficultés sur le plan technique. En effet, les différents logiciels que nous utilisons sollicitaient considérablement la mémoire vive de notre ordinateur, qui ne disposait initialement que de huit gigaoctets. Pour remédier à cette limitation, nous avons décidé de doubler sa capacité afin de maximiser la fluidité de nos performances. Nous avons, par la même occasion, optimisé les composantes vidéos et sonores que nous utilisons afin que nos diffusions en direct soient plus stables.

Figure 5.2 Deuxième prototype



Maintenant que nous maîtrisons les différents outils et logiciels à notre disposition, nous avons entrepris la création du prototype final en prenant soin, cette fois-ci, de mettre à profit les fonctionnalités et les codes langagiers de Twitch pour susciter des interactions avec les spectateur-ric-e-s et favoriser l'engagement de différents auditoires. Nous avons alors dressé une liste des fonctionnalités et des codes que nous souhaitons inclure lors de notre diffusion en direct et avons approfondi nos connaissances dans la gestion des alertes, des *bots* et des *widgets*. C'est aussi à ce moment que nous nous sommes lancé dans la création d'*emotes*, que nous avons constitué notre décor et notre système d'éclairage, que nous avons défini une palette de couleur et que nous avons élaboré une charte graphique¹⁵.

Figure 5.3 Scènes du prototype final



¹⁵ Une charte graphique est un document essentiel utilisé par les entreprises, les organisations et les créateur-ric-e-s pour définir de manière cohérente l'apparence visuelle de leur marque ou de leurs produits. Elle sert de référence pour garantir que tous les éléments visuels associés à une entité donnée soient uniformes et reflètent correctement son image (https://fr.wikipedia.org/wiki/Charte_graphique).

Durant cette phase, nous avons procédé par tâtonnement jusqu'à être totalement satisfait de notre création. Nous avons ensuite mis en place les différents artefacts et fonctionnalités que nous voulions explorer dans le cadre de notre recherche-création.

Étant satisfaits de l'aspect technique et visuel de notre création, nous devions à présent écrire les trois jeux-questionnaires qui seraient au cœur de nos diffusions. Nous avons décidé de découper les jeux-questionnaires en quatre rondes : visuelle, questions rapides, auditives et bonus, que nous décrirons plus en détail au prochain chapitre. Nous nous sommes également efforcés de trouver une idée innovante pour la ronde bonus. Après plusieurs tentatives, nous avons décidé d'utiliser le programme d'intelligence artificielle MidJourney pour générer des images à partir de mots-clés que les participant·e·s devront reconnaître. D'un point de vue esthétique, nous nous sommes basé sur notre charte graphique pour mettre en place un design simple, mais efficace.

5.2 Phase d'expérimentation

Alors que nos composantes interactives, visuelles et sonores étaient enfin prêtes, nous avons pu entamer la phase cruciale de notre processus : celle de l'expérimentation. Cette phase a débuté par une préparation en amont pour maîtriser le déroulement de notre performance. En effet, une diffusion en direct exige en quelque sorte d'effectuer le travail de régisseur tout en performant devant la caméra. Il nous fallait être à l'aise de gérer nos scènes dans OBS pour que la diffusion soit fluide et pour éviter les problèmes techniques. Parallèlement, nous nous sommes exercé à nous exprimer devant la caméra et à animer le jeu-questionnaire.

À ce moment-là, nous avons ressenti beaucoup de stress, car le direct ne laisse pas de place à l'erreur et nous étions inquiets de ne pas attirer suffisamment de spectateur·rice·s. Nous nous posions plusieurs questions comme : que faire si nous n'arrivons pas à rebondir sur un message d'un·e spectateur·rice ? Comment devons-nous réagir si un *troll*¹⁶ fait des commentaires déplacés dans la zone de clavardage ? Que faire si nous n'arrivons pas à régler un problème technique ? Bien que nous tentions de relativiser, nous craignions de ne pas être à la hauteur et nous repoussions constamment la date de diffusion. Après

¹⁶ Personne qui s'engage délibérément dans des comportements perturbateurs, provocateurs ou offensants en ligne dans le but de susciter des réactions fortes ou négatives de la part des autres utilisateurs. Les trolls cherchent souvent à perturber les discussions, à semer la discorde, à provoquer des disputes et à créer un environnement hostile sur les plateformes en ligne [https://fr.wikipedia.org/wiki/Troll_\(Internet\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Troll_(Internet))

de nombreuses discussions avec nos ami-e-s proches, nous avons fini par surmonter nos craintes et nous lancer dans l'aventure.

5.3 Phase de réflexion

La première diffusion s'est bien déroulée et nous étions contents de son aspect technique, bien que le rythme et la fluidité des transitions pouvaient être améliorés. Toutefois, nous n'étions pas pleinement satisfaits de notre performance. Puisque nous étions trop stressé, nous n'étions pas parvenu à instaurer une ambiance chaleureuse et amicale où chacun se sent entendu et apprécié. Nous avons néanmoins essayé de faire participer au maximum les spectateur·rice·s en les invitant à interagir dans la zone de clavardage ainsi qu'à partager avec nous leur opinion au sujet du jeu-questionnaire. Pour réduire notre stress et améliorer l'ambiance de la deuxième diffusion, nous nous sommes préparé plus intensément et pratiqué plusieurs fois afin de gagner en confiance et nous habituer à parler devant un public. Nous avons aussi essayé d'être plus authentique et positif.

Lors de la deuxième diffusion, nous étions beaucoup plus confiant et le plaisir que nous avons ressenti durant la diffusion se transposait à l'écran. Il n'y a pas eu de problème technique majeur et, au terme de la diffusion en direct, nous étions fiers de notre performance. Toutefois, en regardant l'enregistrement, nous avons remarqué que notre diction pouvait être améliorée et que nous pouvions faire davantage d'effort pour rebondir plus naturellement sur les messages des spectateur·rice·s. Sur le plan technique, il nous fallait travailler sur l'équilibrage du niveau sonore entre les différentes sources audios.

Avant d'entamer notre troisième diffusion, nous avons pris le temps de regarder attentivement les enregistrements des deux premières afin de corriger le maximum d'aspects qui faisaient encore défaut. C'est pourquoi notre troisième diffusion est la plus aboutie. De plus en plus à l'aise avec le format et les outils qui étaient à notre disposition, nous étions plus sûrs de nous, parlions avec assurance et interagissions plus facilement avec les spectateur·rice·s.

*

Au travers de notre récit de pratique, on comprend que les erreurs, les doutes, les échecs et les craintes font partie intégrante du processus créatif. Il faut être capable de les identifier et de s'en nourrir afin

d'élever la qualité de sa création. Durant ce processus, nous avons compris que notre vision créative est appelée à évoluer perpétuellement et que c'est cette évolution qui nous définit en tant qu'artiste.

CHAPITRE 6

LA CRÉATION

Dans ce chapitre, nous présenterons en détail la création que nous avons faite dans le cadre de notre mémoire en décrivant les fonctionnalités et codes langagiers de Twitch que nous avons mobilisés lors de nos diffusions en direct pour stimuler la participation et l'engagement de nos spectateur·rice·s. Nous terminerons par une description du format et du contenu des jeux-questionnaires que nous avons élaborés dans le cadre de cette création.

6.1 Fonctionnalités mobilisées

Dans nos diffusions en direct, nous avons non seulement mobilisé la plupart des fonctionnalités de Twitch décrites dans le cadre théorique, mais avons aussi longuement réfléchi à la manière de les mobiliser et soigneusement planifié leur utilisation.

6.1.1 Scènes

Afin de renforcer le dynamisme de nos scènes, nous avons décidé de superposer notre vidéo sur un cadre animé en couleur. Pour ajouter un effet de profondeur et donner l'impression que nous sortions du cadre, nous avons doublé et agrandi l'image de notre webcam jusqu'à la faire dépasser de la zone limite du cadre. L'idée était d'attirer l'attention des spectateur·rice·s non pas juste sur le contenu graphique, mais aussi sur notre gestuelle, nos expressions faciales, nos mouvements, nos vêtements, de sorte à créer un lien plus intime avec eux-elles. En montrant notre visage d'aussi près, nous cherchions à humaniser notre

Figure 6.1 Image de la webcam sortant du cadre



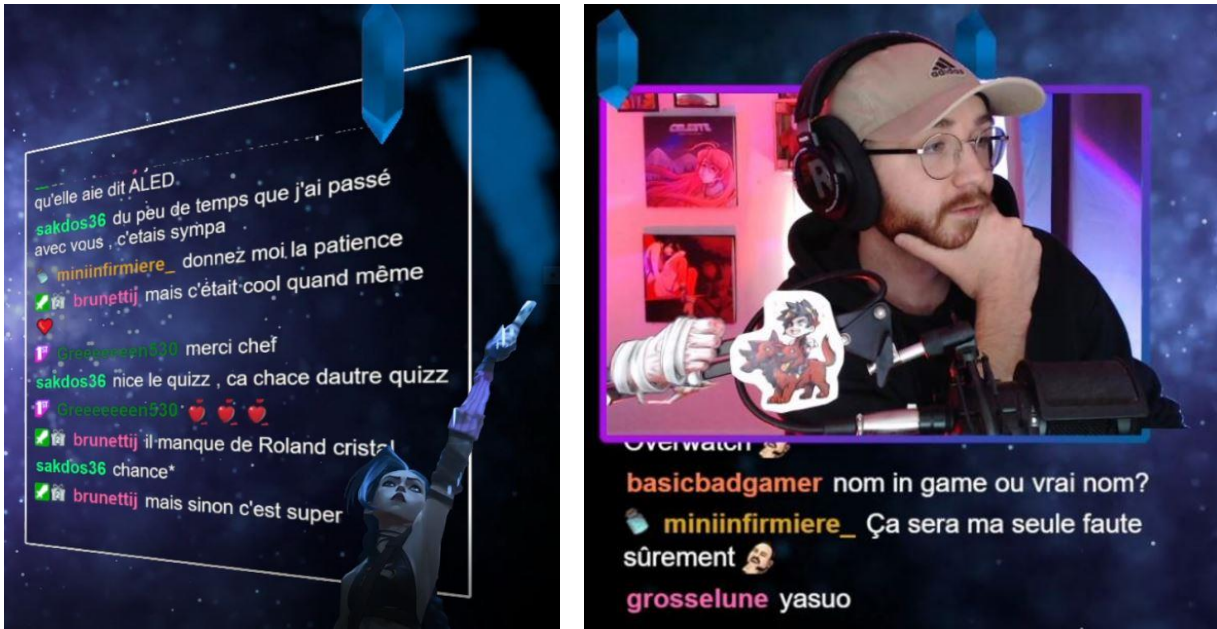
diffusion et créer un lien plus fort avec notre public en lui permettant d'observer nos réactions et expressions faciales.

Pour attirer l'attention des spectateur·rice·s, rendre la diffusion plus vivante et démontrer nos compétences techniques, nous avons également ajouté quelques animations sur nos scènes. Celles-ci représentent des personnages et des objets de jeux vidéo et de la culture populaire que nous apprécions particulièrement : Jinx, Sonic, Peter Parker, les portails de *Portal* (Valve, 2007) et les rubis de *The Legend of Zelda: Ocarina of Time* (Nintendo, 1998). En intégrant ces éléments, nous avons cherché à créer un univers et une identité visuelle unique afin de renforcer la connexion entre nous et notre auditoire. Nous avons également décidé d'afficher la date et l'heure sur notre diffusion pour permettre aux spectateur·rice·s de comprendre que nous sommes bel et bien en direct et de voir le fuseau horaire de l'endroit où nous vivons.

6.1.2 Zone de clavardage

Puisque la zone de clavardage est un espace de discussion qui favorise les interactions entre le·la diffuseur·se et les spectateur·rice·s, les interactions entre les spectateur·rice·s et la formation de liens au sein d'une communauté (*network-informed associating*), nous avons décidé de la faire apparaître directement sur nos scènes. Cela nous a permis de réagir rapidement aux messages de nos spectateur·rice·s et de leur répondre individuellement en mentionnant leur nom d'utilisateur·rice. Cette fonctionnalité humanise les spectateur·rice·s, renforce nos interactions avec eux·elles et leur donne l'opportunité de faire partie de la performance. De plus, en affichant le clavardage sur nos scènes, nous nous sommes assuré que tou·te·s des spectateur·rice·s pouvait suivre la discussion et cela, quelle que soit leur plateforme de visionnage (PC, mobile, console). En procédant ainsi, nous cherchions à renforcer le sentiment d'inclusion et de connexion ainsi qu'à encourager notre auditoire à participer activement. Nous avons prêté une attention particulière à la personnalisation de l'apparence de la zone de clavardage afin qu'elle s'intègre harmonieusement au thème de notre chaîne. Nous avons choisi des couleurs, des animations et des polices d'écriture qui fonctionnaient bien avec notre charte graphique.

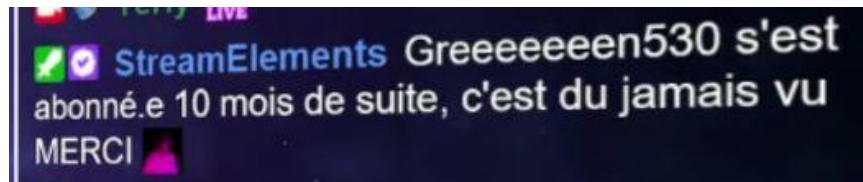
Figure 6.2 Zone de Clavardage



6.1.3 Bots, widgets et extensions de navigateur

Nous avons mis en place un *bot* qui fait apparaître un message dans la zone de clavardage lorsqu'une personne s'abonne à notre chaîne ou est abonnée depuis un certain nombre de mois et qui la remercie.

Figure 6.3 Bot



Nous avons également mis en place un *widget* faisant en sorte que les *emotes* utilisées en direct dans la zone de clavardage s'affichent directement sur le cadre de notre webcam plutôt que seulement dans la zone de clavardage. Nous espérons que cela permette aux spectateur·rice·s de nous interpeller directement, d'avoir le sentiment de pouvoir agir sur le flux de la vidéo et de se sentir faire partie de notre communauté. Nous avons utilisé d'autres *widgets* qui nous ont permis d'afficher et de mettre à jour, en

temps réels, des informations comme la date, l'heure, les titres de musique en cours et l'image de leur pochette d'album, les messages des spectateur·rice·s, le nombre d'abonné·e ou encore, nos alertes.

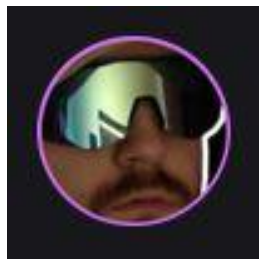
Pour que nos emotes personnalisées soient accessibles à un public plus large, nous avons mis en place une extension de navigateur appelé BetterTTV. Cette extension offre la possibilité aux personnes non abonnées à la chaîne de bénéficier pleinement des *emotes* que nous avons créées. En utilisant BetterTTV, nous cherchons à créer un environnement inclusif pour nos spectateur·rice·s, quel que soit leur statut d'abonnement, afin de favoriser une connexion sociale plus étroite.

6.2 Codes langagiers adoptés

6.2.1 Image de profil

En guise d'image de profil sur la plateforme Twitch, nous avons décidé d'utiliser un gros plan de notre visage avec des lunettes de soleil pour susciter un effet comique. En optant pour ce plan rapproché, notre objectif était de mettre en évidence notre position centrale au sein de la diffusion, assumant pleinement le rôle principal de la performance. Autour du gros plan de notre visage, nous avons ajouté un pourtour arrondi dans une teinte mauve en accord avec notre charte graphique, qui non seulement attirait l'attention, mais s'intégrait harmonieusement avec l'ensemble des éléments.

Figure 6.4 Image de profil



6.2.2 Alertes visuelles et sonores

Nous avons également mis à contribution la technique du *triggered attending* en mettant en place un système d'alertes sonores et visuelles pour remercier les spectateur·rice·s qui se sont mis·es à suivre notre chaîne, qui s'y sont abonné·e·s ou qui nous ont fait un don.

La conception de ces alertes a pris beaucoup de temps, car nous avons dû nous familiariser avec StreamElements, un site qui permet de les créer et les gérer. Nous avons tout d’abord mis au point un premier prototype qui nous mettait en scène sur un fond bleu ou mauve, mais celui-ci nous a vite paru trop simpliste et inintéressant.

Figure 6.5 Alertes du premier prototype



Étant un grand fan du jeu vidéo *Hades* (Supergiant, 2018), nous avons décidé de nous en inspirer pour concevoir notre prototype final. Ce prototype était plus cohérent avec le thème visuel de notre chaîne, reflétait mieux notre personnalité et communiquait plus efficacement. En effet, dans le jeu vidéo *Hades*, les divinités de l’Olympe viennent en aide à Zagreus, le protagoniste, en lui donnant des informations et en lui offrant des bénédictions qui lui confèrent des pouvoirs et des améliorations renforçant ses capacités au cours de son périple pour s’enfuir des Enfers.

Figure 6.6 Zeus offrant son aide à Zagreus dans le jeu *Hades*



Nos alertes cherchaient donc à mimer cette mécanique en considérant les *follow*, les abonnements et les dons comme des bénédictions des divinités qui sont représentées ici par nos spectateur·rice·s. En s'abonnant, en suivant la chaîne ou en faisant un don, nos spectateur·rice·s faisait apparaître aléatoirement, sur la diffusion, les alertes mettant en scène Zagreus et Megaera (nos personnages favoris du jeu) ou encore nous-même qui les remercions personnellement avec un court texte.

En ce qui concerne les alertes sonores, visant à enrichir nos alertes visuelles, nous avons extrait du jeu *Hades* les lignes de dialogues de Zagreus et de Megaera, puis avons sélectionné celles qui donnaient l'impression de répondre de manière appropriée à un abonnement, un *follow* ou un don. Par exemple, lorsqu'une alerte visuelle de Zagreus s'affichait à l'écran, elle était accompagnée de phrases prononcées par le personnage telles que : « *a gift from the gods* », « *appreciate your support* », « *have i got a fan?* », « *i'm grateful for this* », « *i could not have gone so far without your help* », « *you honor me* », etc. Au total, c'est une vingtaine de phrases qui sont jouées aléatoirement pour accompagner les alertes visuelles et remercier le·la spectateur·rice.

En personnalisant de cette façon nos alertes, nous cherchions à offrir une expérience de visionnage unique et à renforcer la connexion entre nous et le public. De plus, en utilisant les personnages d'Hades, nous voulions faire un lien direct avec le contenu de nos jeux-questionnaires portant sur les jeux vidéo et la culture populaire et espérons interpeller les spectateur·rice·s qui partagent nos goûts en matière de jeux vidéo.

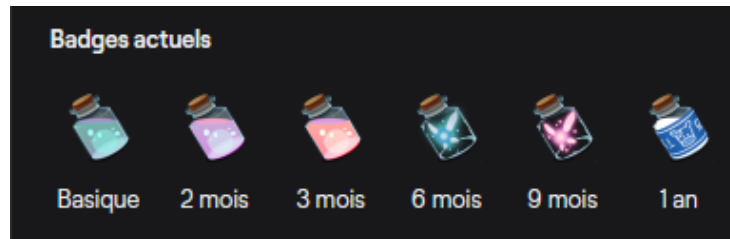
Figure 6.7 Prototype final des alertes



6.2.3 Badges d'abonné-e

Afin de créer les badges pour nos abonné-e-s attestant de leur niveau d'engagement au sein de notre communauté, nous nous sommes inspiré des potions de la série de jeux vidéo *The Legend of Zelda* (Nintendo, 1987) de laquelle nous sommes aussi fan. En procédant ainsi, nous confirmons une fois de plus que le contenu de nos jeux-questionnaires tourne autour des jeux vidéo et de la culture populaire. Le choix de ces badges était également pour nous une manière de mettre en exergue notre passion pour le jeu vidéo et d'offrir aux spectateur-ric-e-s les plus fidèles un insigne distinctif et unique. En mettant au point nos badges, nous nous sommes assuré qu'ils restent reconnaissables même à une petite taille. Nous avons accordé une attention particulière à ce qu'ils soient attrayants et qu'ils s'intègrent harmonieusement à notre chaîne afin qu'ils participent à renforcer le sentiment d'appartenance à notre communauté.

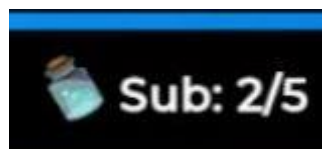
Figure 6.8 Badges d'abonné-e



6.2.4 Sub goal

Nous avons décidé de créer un *sub goal* de cinq abonnements au total et de le faire apparaître en bas à gauche dans nos différentes scènes pour que notre auditoire puisse toujours suivre notre progression et pour créer un sentiment d'excitation à chaque fois que nous nous rapprochions de notre objectif. Nous n'avons néanmoins pas promis de faire quelque chose de spécial à l'atteinte de cet objectif. Les motivations derrière cet affichage étaient de mettre en place une atmosphère de camaraderie et de solidarité tout en incitant les spectateur-ric-e-s à rejoindre notre communauté. À côté de la mention « Sub : 2/5 », nous avons fait apparaître l'icône du badge d'abonné-e basique afin de faire comprendre facilement aux spectateur-ric-e-s qu'en s'abonnant il-elle-s nous aideraient à nous rapprocher de notre objectif. Nous

Figure 6.9 Sub Goal



avons fait le choix de ne pas recourir à une barre de progression, car cela alourdissait trop notre visuel déjà bien chargé.

6.2.5 Panneau

Pour ce qui est du panneau ajoutant de l'information sous la fenêtre de notre diffusion, nous l'avons utilisé pour énoncer en permanence notre statut de chercheur et notre utilisation de la chaîne à des fins de recherche, par souci de transparence. Pour préserver la cohérence visuelle, nous nous sommes inspiré de l'esthétisme du jeu *Hades*, comme dans le cas des alertes.

Figure 6.10 Panneau



6.2.6 Décor

Nous avons choisi de faire apparaître notre studio (c'est-à-dire notre chambre) dans notre décor. Ce choix fut motivé par notre volonté de créer une impression d'authenticité et un sentiment de proximité avec nos spectateur·rice·s. De plus, quelques artefacts culturels visibles dans le décor de notre chambre (vinyles, tableaux, collants) donnaient aux spectateur·rice·s de fortes indications sur nos passions et notre personnalité. Ils nous conféraient également une certaine légitimité en tant qu'animateurs de jeu-questionnaire sur les jeux vidéo et la culture populaire.

6.2.7 Musique

Durant notre diffusion, nous faisons jouer de la musique en continu afin de créer une ambiance chaleureuse et conviviale. Pour attribuer les crédits aux artistes, nous avons décidé de mettre au point un script qui nous a permis d'afficher en temps réel le titre de la chanson qui jouait, le nom de l'artiste qui l'a composée ainsi que l'image de la pochette du disque. Cette fonctionnalité permettait également à nos

spectateur-ric-e-s de facilement retrouver les morceaux qui leur plaisaient. De plus, à l'aide du logiciel *waveform*, nous avons intégré la représentation visuelle des ondes sonores qui ondulaient au rythme de la musique pour dynamiser nos scènes. Parallèlement, nous avons créé une liste de lecture personnalisée pour conférer une touche unique à notre diffusion et instaurer une atmosphère distincte.


Figure 6.11 Musique






6.2.8 Emotes

Puisque l'usage d'*emotes* témoigne d'une appartenance à une communauté précise et est un moyen pour les spectateur-ric-e-s d'indiquer qu'il-elles sont impliqué-e-s et engagé-e-s au sein de celle-ci, nous avons pris le temps d'en créer quatre qui ont différentes significations. En utilisant notre visage pour concevoir nos *emotes*, nous reproduisons une convention culturelle propre à Twitch, largement adoptée par les diffuseur-se-s. Nos *emotes* ne se limitent donc pas des signes iconiques, mais sont également des signes conventionnels.

Tableau 6.1 Nos *emotes* et leur signification

<i>Emotes</i>	Signifiant	Signifié
	Visage qui fait un salut militaire	Respect

	Visage qui semble se poser une question avec un point d'interrogation	Je n'ai pas bien compris
	Ampoule éteinte avec visage	Je ne connais pas la réponse
	Ampoule allumée avec visage	Je connais la réponse

6.3 Performance et persona

Afin de dynamiser nos diffusions, nous avons activement eu recours au *meta-voicing* en partageant verbalement nos impressions, réflexions et connaissances sur les jeux vidéo et les éléments de la culture populaire figurant dans les jeux-questionnaires. Après avoir révélé que la série *Le Seigneur des Anneaux : Les Anneaux de Pouvoir* (Amazon Studio, 2022) était la bonne réponse pour l'un des défis de la ronde visuelle, par exemple, nous avons donné les indications supplémentaires suivantes : « Une série qui a fait pas mal parler. Des gens qui l'ont trouvé irrégulière, plutôt lente, avec des dialogues un peu niais parfois. Niveau visuel on peut s'accorder que c'est une dinguerie ». Lorsque nous avons évoqué le jeu *Power Wash Simulator* (FuturLab, 2022), nous l'avons décrit comme « le jeu de l'insomnie, le jeu de l'apaisement : tu te mets de la musique lo-fi et tu joues à ce jeu. C'est des heures incroyables. Ce jeu c'est vraiment de l'ASMR¹⁷ vidéoludique ». Quant au jeu *TemTem* (Crema, 2020), nous l'avons comparé à la série Pokémon : « C'est un peu ce qu'on aimerait que Pokémon fasse avec la série Pokémon, mais ils dorment un peu sur leurs lauriers. C'est vraiment quelque chose qui me ferait kiffer d'avoir un Pokémon à la sauce *TemTem* ».

¹⁷ L'ASMR [Autonomous Sensory meridian response] est une sensation distincte et agréable de picotements ou de frissons au niveau du crâne, du cuir chevelu ou des zones périphériques du corps, en réponse à un stimulus visuel, auditif, olfactif ou cognitif (https://fr.wikipedia.org/wiki/Autonomous_sensory_meridian_response).

Nous avons également mis à profit la technique du *generative role-taking* non seulement en adoptant une persona énergique et dynamique, mais aussi prenant à cœur notre rôle d'animateur. Cela impliquait d'initier des sujets de discussion, de poser des questions et lancer des débats pour encourager la participation des spectateur·rice·s. Après avoir révélé qu'une image générée par Midjourney, figurant dans la ronde bonus, mettait en scène l'actrice Zendaya dans le rôle de la princesse Zelda, nous avons interpellé notre audience sur les faux *leak* de la série Netflix *Legend of Zelda* : « Je ne sais pas si vous avez vu les faux *leak*, les *fake* de la série Netflix *Legend of Zelda* avec justement Tom Holland et Zendaya en princesse Zelda et en Link. Ça m'a bien fait rire ». Nous avons parfois même questionné directement un·e spectateur·rice pour engager une discussion comme ce fut le cas avec Sakdos36 au sujet de son futur tatouage : « Tu vas faire quoi, vraiment Dexter ou bien Deedee ou le laboratoire ? Moi je vais faire un tatou d'Hades. »

En partageant nos expériences personnelles avec le matériel médiatique figurant dans le jeu-questionnaire et nos propres émotions par rapport à lui, nous espérions créer un lien plus intime avec notre auditoire et encourager les participant·e·s à faire de même (Taylor,2018) :

Cette nouvelle [Henry Cavill quitte la série *The Witcher* et est remplacé par Liam Hemsworth] m'avait fait mal. Personnellement, une grande déception. J'ai un peu peur pour cette série déjà que la saison 2 ne m'avait pas trop accroché. Pourtant qu'est-ce que j'aime l'univers de *The Witcher*. Je ne pense pas qu'il soit autant fan qu'Henry Cavill de l'univers de *The Witcher*, c'est ça qui est un peu dommage.

Afin de valoriser leur participation et leurs contributions, nous avons aussi pris soin de fournir du feedback verbal constant à ceux·celles qui publiaient dans la zone de clavardage en lisant leur message à haute voix et en y réagissant. Nous nous faisons un devoir de répondre verbalement à chaque commentaire, question et suggestions émises par les participant·e·s, et de les remercier pour leurs différentes actions. Nous espérions ainsi les encourager à interagir davantage et favoriser leur engagement.

6.4 Formation d'une communauté

Afin de favoriser ce que Majchrzak et ses collègues (2013) appellent le « *network-informed associating* », nous avons essayé de respecter les quatre principes sur lesquels repose une communauté selon McMillan et Chavis (1986).

D'abord, pour favoriser « l'adhésion » de nos spectateur·rice·s à notre chaîne, nous avons cherché à mettre en place un environnement accueillant et inclusif en permettant notamment à tou·te·s les

membres de l'auditoire d'utiliser les *emotes* même s'il-elle-s ne sont pas abonné-e-s à notre chaîne. Nous avons aussi opté pour des jeux-questionnaires portant sur la culture populaire pour établir des connexions entre les participant-e-s autour d'intérêts communs.

Pour conférer aux membres de l'auditoire une certaine « influence » sur la communauté, nous leur avons donné la possibilité de partager leurs suggestions dans la zone de clavardage à la fin de chaque diffusion et avons pris ces suggestions en considération pour améliorer nos diffusions subséquentes. Il nous arrivait aussi régulièrement de lire à haute voix les commentaires qu'il-elle-s publiaient dans la zone de clavardage et les laisser guider notre discours.

En ce qui concerne « l'intégration et la satisfaction des besoins » des membres de la communauté, notre chaîne a été conçue pour répondre aux besoins de ceux-celles qui cherchaient des interactions sociales, une expérience de divertissement ou encore des informations et des défis. C'est pourquoi nous n'avons pas incité outre mesure pour que tou-te-s les spectateur-ric-e-s participent aux jeux-questionnaires ou écrivent dans la zone de clavardage.

Enfin, nous espérons avoir réussi à créer un « lien émotionnel partagé » entre les membres récurrents de l'auditoire, grâce aux nombreux moments marquants de complicité, de partage et de rire collectif que nous avons vécus au fil des diffusions, tels que l'émergence de rivalités amicales entre la communauté suisse et québécoise, l'évolution des dynamiques entre Greeeeeeen530 et Urbanmate et la découverte des anecdotes de travail hilarantes de *miniinfirmiere_* qui était de garde le soir de la diffusion. Nous avons aussi pu échanger autour d'intérêts communs, tels que les tatouages ou encore les jeux vidéo, renforçant ainsi nos liens.

6.5 Le « Yes Quiz »

Le titre de notre jeu-questionnaire « Yes Quiz » fait directement référence au concept de « Yes-Life » désignant le mode de vie d'une personne qui profite pleinement de son temps, qui possède un rythme de vie soutenu et qui sait dans quelle direction elle va. Ce choix fut motivé par le fait que, durant la période précédant le début de notre recherche-crédation et coïncidant avec les premières vagues de la pandémie de COVID-19, nous avions un mode de vie aux antipodes de la Yes-Life. Pour nous remettre sur le droit chemin, nous avons alors décidé d'adopter, avec beaucoup d'autodérision, la « Yes-Life » et de concevoir

un jeu-questionnaire de culture populaire en ligne sur Twitch que nous avons ironiquement nommé le « Yes Quiz ».

Ce jeu-questionnaire se découpe en quatre rondes. La première est une ronde visuelle lors de laquelle nous présentons des images ou des personnages issus de jeux vidéo ou d'autres œuvres de la culture populaire, que les participant·e·s doivent reconnaître.

Figure 6.12 Exemple de ronde visuelle



La deuxième ronde se présente sous forme de questions rapides portant sur l'univers de jeux vidéo ou d'autres œuvres de la culture populaire. La troisième ronde met à l'épreuve la mémoire auditive des participant·e·s qui doivent reconnaître des musiques issues de jeux vidéo ou d'autres œuvres de la culture populaire. Finalement, la quatrième ronde, la ronde bonus, se base sur l'identification des noms de jeux, de films, de série, de dessins animés, d'anime et de personnages ayant servi à générer une image avec l'intelligence artificielle MidJourney (Holz, 2022).

Pour que nos jeux-questionnaires soient le plus intéressants possible, nous avons diversifié les thèmes abordés (quel personnage, quel jeu, quel joueur, quel acteur·rice, quel créateur, etc.) et les médias référencés (quel jeu vidéo, film, dessin animé, anime, série, match d'esport, jeux de société, etc.). Pour l'écriture des questions, nous avons puisé dans notre encyclopédie personnelle de connaissances en lien avec les jeux vidéo et la culture populaire, puis essayé d'équilibrer le niveau de difficulté en posant trois questions faciles, trois questions moyennement difficiles et trois questions difficiles pour chaque ronde. En tout, nous avons rédigé une centaine de questions.

Figure 6.13 Exemple de ronde de questions rapides



Figure 6.14 Exemple de ronde bonus avec une image créée par Midjourney à partir des mots-clés Simpson, Stranger Things et Metroid



CHAPITRE 7

RÉCEPTION DE LA CRÉATION

Grâce aux données que nous avons récoltées sur le nombre de personnes qui ont assisté à nos trois séances de diffusion et qui ont participé à notre jeu-questionnaire, sur le nombre de nouveaux *followers* et de nouveaux abonné·e·s à notre chaîne, et sur le nombre de messages publiés dans la zone de clavardage durant les diffusions, et grâce à notre lecture qualitative de ces messages, nous avons pu prendre le pouls du niveau d'appréciation, de participation, de communication et d'engagement de nos participant·e·s, en plus de déceler la formation d'un début de communauté autour de notre chaîne.

7.1 Données récoltées

Nos trois diffusions ont attiré un auditoire de 20 à 30 personnes comprenant principalement des ami·e·s, des connaissances, des ami·e·s de nos ami·e·s et, plus rarement, des inconnu·e·s. Parmi ces personnes, neuf suivaient déjà notre chaîne avant nos diffusions, mais aucune n'y était encore abonnée.

Tableau 7.1 Données récoltées

	Nombre de personnes dans l'auditoire	Nombre de nouveaux <i>followers</i>	Nombre de nouveaux abonnements	Nombre de messages dans la zone de clavardage
Diffusion 1	28	5	2	296
Diffusion 2	24	5	1	423
Diffusion 3	22	2	3	298

7.2 Appréciation

Si l'on se fie au nombre de nouveaux *followers* et de nouveaux abonnements à chaque diffusion, plusieurs personnes dans l'auditoire ont suffisamment apprécié nos diffusions en direct pour vouloir y participer à nouveau et pour nous encourager à faire d'autres diffusions.

Certains témoignages publiés par les membres de l'auditoire dans la zone de clavardage au terme des diffusions indiquent clairement leur appréciation générale :

Greeeeeeen530 : c'était très chouette, je regrette pas l'insomnie

mNolib : Comme d'hab c'est quali et ça fait plaisir de retrouver ça mon cher

dazaikogami : merci à toi pour le divertissement

jumanji_ : C'était super

Elo350007 : C'était coool

Sakdos36 : du peu de temps que j'ai passé avec vous, c'était sympa

Brunettij : J'ai beaucoup aimé

Certains messages publiés par des membres de l'auditoire laissent également croire que notre mobilisation des différentes fonctionnalités de Twitch a plu à plusieurs d'entre eux-elles. En effet, certain-e-s ont manifesté leur appréciation du visuel des scènes et la qualité du son :

jumanji_ : le son est parfait live

jumanji_ : C'était vraiment bien visuellement

basicbadgamer : stylé de fou les scènes

D'autres soulignaient néanmoins l'inadéquation d'un élément visuel ou sonore avec leurs goûts personnels sur un ton humoristique :

daikong974 : s'il y a encore une musique de Hadès dans le blindtest je me désabonne

Greeeeeeen530 : mec tes séries c'est des trucs de boomer jpp [j'en peux plus] ahah

Certain-e-s exprimaient leur appréciation du décor en arrière-plan :

basicbadgamer : set up de fou

Noheymie : 1000/10 le set up

Urbanmatee a même suffisamment porté attention au décor pour remarquer les changements faits entre la deuxième et la troisième diffusion : « ta changer [*sic*] le set up de ta chambre yerly ennnnnn ».

La majorité semble avoir apprécié le contenu des jeux-questionnaires, en particulier celui des rondes dédiées aux images créées par une intelligence artificielle :

miniinfirmiere_ : mais incroyable ces refs

Greeeeeeen530 : OUTER WILD DANS MES VEINES OMAGAD [*sic*]

Sakdos36 : Ça change des autres jeux-questionnaires

daikong974 : les images [créées par l'IA] sont si belles

miniinfirmiere_ c'est vrai qu'elles sont incroyables [les images créées par l'IA]

la_claraclette : trop bien l'idée [des images créées par l'IA]

mNolib : très bon concept [les images créés par l'IA]

daikong974 : Le concept [des images créés par l'IA] est grave cool en vrai

Certain·e·s semblaient toutefois perplexes devant la variation du niveau de difficulté d'une question à l'autre, trouvaient qu'il y avait trop d'indices dans certaines questions ou encore que les questions n'étaient pas assez diversifiées :

Kyren972 : C'est quoi ces questions qui passent du niveau maternel à doctorat en pop culture ?

miniinfirmiere_ : beaucoup trop d'indices dans la question

Greeeeeeen530 : mais stop les questions histoire làààà

Nous avons d'ailleurs pris en compte ces commentaires afin d'ajuster le niveau de difficulté des questions de notre deuxième et troisième jeux-questionnaires et faire en sorte qu'ils plaisent au plus grand nombre.

Enfin, certains commentaires laissent croire que notre persona extravertie et énergique a plu aux membres de l'auditoire.

Urbanmatee : YERLY, JE TAIMEEEEEEEEE

Newtsaet : c'était très frais [en parlant de notre performance]

miniinfirmiere_ : J'offre mon prime au hasard chez quelqu'un qui a l'air sympas et c'est pour toi !!!

Malgré notre demande de *feedback* à la fin des deux premières diffusions, peu de personnes nous ont fait des suggestions et des idées d'amélioration pour que nous puissions ajuster notre contenu audiovisuel ou nos questions de jeu-questionnaire en conséquence. À la fin de la première diffusion, Elo350007 nous a suggéré de faire un événement Facebook pour les prochaines diffusions afin qu'il·elle·s puissent partager l'information avec leurs ami·e·s, ce que nous avons fait.

7.3 Participation

Si l'on se fie au nombre de personnes qui partageaient leur pointage dans la zone de clavardage à la fin de chaque ronde, entre le quart et le tiers des personnes qui regardaient nos diffusions en direct ont assurément participé aux jeux-questionnaires du début à la fin. Des messages dans la zone de clavardage (ex. jumanji_ : 27 points, 4 cerveaux) indiquaient même que la plupart des participant·e·s avaient rassemblé un groupe de joueur·se·s dans leur environnement physique pour y jouer. Le nombre de personnes qui participaient à nos jeux-questionnaires surpassait donc considérablement le nombre de personnes qui partageaient avec nous leur pointage.

Tableau 7.2 : Participation

	Nombre de personnes partageant leur pointage	Nombre moyen de messages publiés par personne
Diffusion 1	Début : 8 Fin : 8	10,57
Diffusion 2	Début : 5 Fin : 5	17,625
Diffusion 3	Début : 5 Fin : 5	13,54

Quant au nombre moyen de messages publiés par personne connectées durant nos trois diffusions d'environ une heure et demie, il indique que la participation du public aux discussions était généralement bonne. On remarque que cette participation était plus forte lors de la deuxième diffusion, possiblement en raison du nombre particulièrement important de commentaires publiés par *miniinfirmiere_*.

Il faut toutefois garder en tête que les messages ne traduisent pas tous le même niveau de participation aux discussions. Dans certains cas, les participant·e·s posaient des questions, lançaient des débats ou donnaient des informations complémentaires sur les jeux et références mentionnés :

Newtsaet : super jeu pour apprendre à faire du *speedrun*

Greeeeeen530 : mais meilleur retour sur investissement ahaha

miniinfirmiere_ : Y'a le 2 qui va être cool je pense d'ailleurs

daikong974 : T'en penses quoi de l'anime so far ?

Greeeeeen530 : il est dans le gamepass jcrois

Dans d'autres cas, les commentaires publiés en ligne étaient plutôt de courtes réactions spontanées et onomatopée favorisant moins le dialogue comme :

Newtsaet : OOOOOH

Greeeeeen530 : MA BOI

basicbadgamer : OHHHHHHH

Greeeeeen530 : AHAHAAHHAHAH

En outre, ce ne sont pas tou-te-s les membres de l'auditoire qui participaient aussi activement aux discussions dans la zone de clavardage. En réalité, un peu moins de la moitié d'entre eux·elles publiait des messages régulièrement. Ce ratio est néanmoins excellent lorsqu'on considère que les diffuseur·se·s ayant les zones de clavardage les plus actives ont un taux de participation autour de 30%¹⁸. Cela dit, notre proximité avec plusieurs membres de l'auditoire les a possiblement encouragé·e·s à être actif·ve·s. En effet, la majorité des personnes qui participaient activement à la conversation sont des ami·e·s ou des connaissances. Dès la première diffusion, mais surtout durant la deuxième et la troisième, nous avons cependant évité d'interpeller les individus que nous connaissions, d'utiliser leur prénom plutôt que leur pseudonyme et d'évoquer des anecdotes qui ne concernent que nous, pour ne pas que les ami·e·s de nos ami·e·s ou les inconnu·e·s se sentent comme des *outsiders*. Étant donné la participation active et décomplexée d'inconnu·e·s comme miniinfirmiere_ et Sakdos36, nous pensons avoir réussi à favoriser l'inclusion, à mettre tou-te-s les participant·e·s sur le même pied d'égalité et à instaurer une ambiance conviviale.

¹⁸ <https://streamscharts.com/news/twitch-streamers-most-active-chats-q1-2023>).

En ce qui concerne les éléments qui semblent avoir favorisé la participation, les compléments d'information que nous avons fournis sur les références populaires suscitaient souvent des réactions. Après avoir annoncé que Liam Hemsworth serait le remplaçant de Henry Cavill pour le rôle de Geralt de Rivia dans la série *The Witcher*, par exemple, des réactions immédiates ont émergé dans la zone de clavardage :

basicbadgamer : en vrai j'avais l'impression que la saison 2 [de la série *The Witcher*] c'était plus du build up

miniinfirmière_ : déçu, mais faut lui laisser sa chance [en parlant de Liam Hemsworth]

Après avoir conseillé aux membres de l'auditoire de visionner les courts métrages sur l'univers des personnages d'*Overwatch*, miniinfirmière_ répondit qu'elle irait les voir avec plaisir.

7.4 Interactions

La zone de clavardage en direct fut l'endroit central de nos interactions avec les membres de l'auditoire et des interactions entre eux·elles.

Les questions que nous leur posions et les compléments d'information que nous leur fournissions sur les jeux et les références amenaient souvent des participant·e·s à nous interpeller directement :

daikong974 : tu m'as appris que genji était le frère de Hanzo, une raison de plus de détester ce perso

basicbadgamer : jure elle est Suisse [en parlant d'une créatrice de contenu]

Kyren972 : Pokémon c'est devenu turbo trash tier de quoi tu parles

Le partage de nos expériences personnelles et de nos émotions avec notre auditoire semble en outre avoir incité certain·e·s à faire de même :

daikong974 : midjourney j'te [sic] jure à chaque fois que je lance l'IA il y a un vortex temporel qui s'ouvre et m'aspire c'est beaucoup trop chronophage

miniinfirmière_ Je vais pleurer toute ma vie [en pensant à Wall-E]

miniinfirmière_ : mais j'avoue qu'à 2h du matin seule, on a besoin d'évacuer [parle de son travail]

Ces échanges de confiance et de sentiments ont contribué à créer un climat de confiance et un sentiment de proximité entre nous et les participant-e-s.

Ce fut une agréable surprise de constater que les membres de l'auditoire s'interpellaient entre eux-elle-s, même s'il-elle-s ne se connaissaient pas.

miniinfirmiere_ : @brunettij J'aurai aimé que tu puisses le faire [offrir un abonnement à un de ses patient]

Greeeeeeen530 : coup dur@basicbadgamer

Dans le cadre d'une conversation sur les Pokémons de type plante de première génération, par exemple, Kyren972 répondait directement à dazaikogami :

dazaikogami : y'a pas simularbre! Jsuis choqué

Kyren972 : Simularbre c'est 2eme et il est de type roche

Kyren972 : Vous faites pas vos devoirs de pokemon [en s'adressant aux autres participant-e-s]

Nous avons même assisté à la naissance de petites rivalités entre les Québécois et les Suisses, entre Jumanji_et Greeeeeeen530 et entre Urbanmatee et Greeeeeeen530 :

Jumanji_ : On veut le 4 [souhaite revoir la question 4]

Greeeeeeen530 : imagine pas avoir le 4 [se moque amicalement de jumanji]

Urbanmatee : je sent [sic] que je vais me faire péter par green530

Greeeeeeen530 : 10 points pour la team Suisse, easy dude!

Noheymie : WoW le Québec connaît clifford !

Ces interactions entre les participant-e-s étaient d'autant plus étonnantes que la plupart d'entre eux-elles avaient formé des groupes dans leur environnement physique pour compléter les jeux-questionnaires. Ils avaient donc déjà à gérer beaucoup d'interactions dans leur environnement immédiat.

7.5 Engagement

Aux vues du nombre de personnes qui revenaient d'une diffusion à l'autre (7 à 10) et du nombre de personnes qui se sont mises à suivre notre chaîne (2 à 5) ou à s'y abonner durant ou après nos diffusions en direct (1 à 3), nous estimons avoir suscité l'engagement d'une bonne partie de notre auditoire. Les abonnements à notre chaîne sont une marque d'engagement d'autant plus forte qu'ils nécessitent un déboursement de 7,90 \$ par mois ou, pour les membres d'Amazon Prime, l'utilisation de leur unique opportunité mensuelle de s'abonner à une chaîne gratuitement. L'abonnement d'une inconnue (mimiinfirmiere_) à notre chaîne fut particulièrement encourageant :

mimiinfirmiere_ : Hello, je passe chez des petits streamer donner mon follow! [...] J'offre mon prime au hasard chez quelqu'un qui a l'air sympa et c'est pour toi!!! <3 Seems Good

Tableau 7.3 : Engagement

	Nombre de personnes ayant assisté aux diffusions précédentes	Nombre de nouveaux <i>followers</i>	Nombre de nouveaux abonnements
Diffusion 1	n/a	5	2
Diffusion 2	10	5	1
Diffusion 3	7	2	3

Le système d'alertes sonores et visuelles (*triggered attending*) que nous avons mis en place pour remercier et récompenser les personnes qui décidaient de suivre notre chaîne ou de s'y abonner semble avoir rempli sa fonction si on se fie à leur réaction :

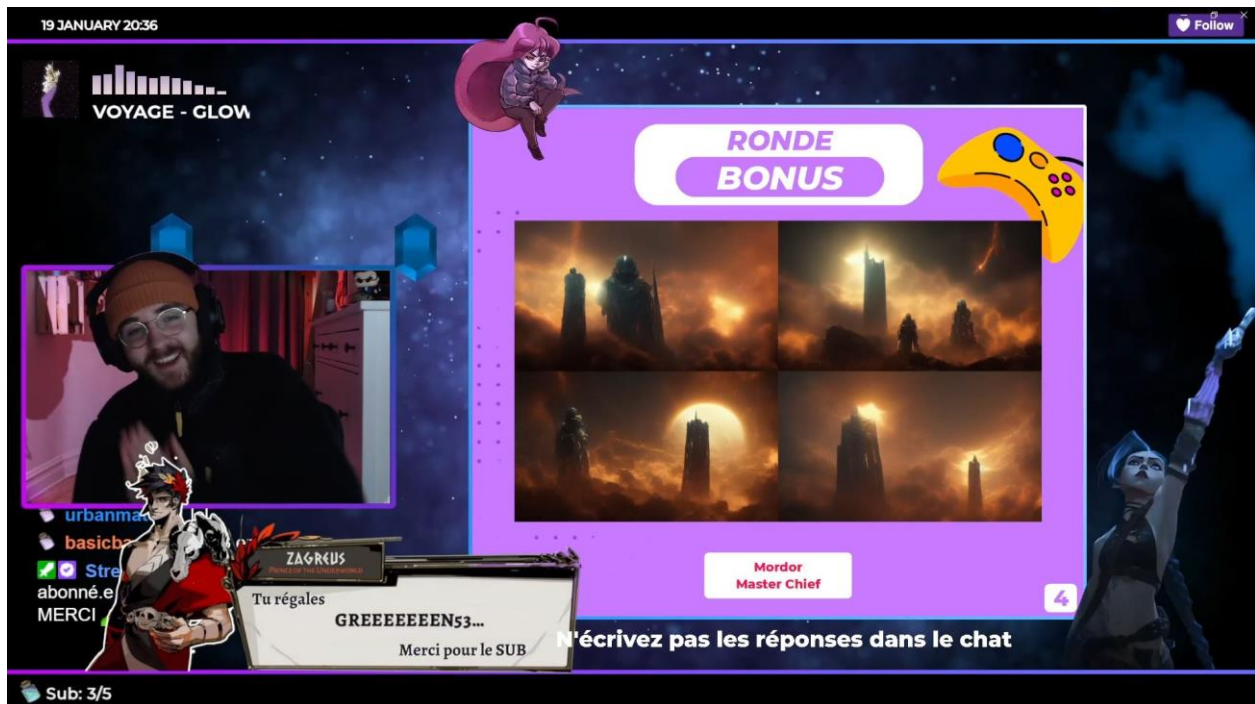
basicbadgamer : oueee [en réagissant à l'abonnement d'une autre personne]

Urbanmatee : LETSGOOOOOO [après s'être abonné-e]

Greeeeeeen530 : tah zag [*sic*] dans mes veines [en réagissant à une alerte]

Greeeeeeen530 : imagine tu sub et au lieu de zag t'as Yerly, cringe [en réagissant à une alerte]

Figure 7.1 Alerte d'abonnement pour Greeeeeen530



Cependant, les badges d'abonnement n'ont suscité aucune réaction chez ceux-celles qui en ont reçu un, alors qu'ils s'affichent pourtant devant leurs pseudo lorsqu'ils-elles écrivent dans la zone de clavardage. Il faut dire que nous avons oublié d'informer notre public de leur existence et de leur signification.

Somme toute, nos diffusions en direct semblent avoir réussi à remplir les trois conditions de la boucle d'engagement évoquées par Boer (2013). D'abord, l'annonce que nous avons publiée sur les réseaux sociaux semble avoir été suffisamment attrayante pour motiver un nombre honorable de personnes à assister à nos diffusions en direct. En effet, plus d'une vingtaine de personnes se sont connectées à notre chaîne à chaque diffusion, dont quelques-unes qui étaient en groupe de 2 à 4 personnes. Or, 95 % du contenu produit sur Twitch attire 5 personnes ou moins¹⁹. Ensuite, plusieurs participant-e-s ont effectué les actions que nous attendions d'eux-elles soit : poser des questions, partager leurs réactions, suivre notre chaîne ou s'y abonner. Enfin, notre feedback constant semble avoir aidé à créer un environnement interactif propice à la fidélisation des participant-e-s. Certains messages nous encourageaient d'ailleurs à poursuivre nos diffusions en direct :

¹⁹ <https://sullygnome.com/channels/365/metadata>

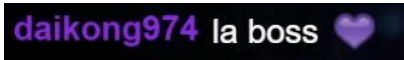



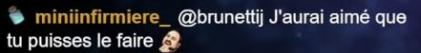

miniinfirmiere_ : Surtout ne lâche jamais, prend du plaisir dans ce que tu fais !

dazaikogami : mek [sic] si t'as envie n'hésite pas fonce au pire du pire sa [sic] foire

7.6 Communication

Pour ce qui est de la communication par l'usage des codes langagiers de Twitch, les participant·e·s ont parfois utilisé, en plus des messages écrits publiés dans la zone de clavardage, des *emotes* bien établies sur la plateforme pour exprimer leurs émotions, réagir au contenu et interagir les uns avec les autres.

Tableau 7.4 : Signification des *emotes* utilisée par les participant·e·s

Contexte d'utilisation	<i>Emotes</i>	Signifiant	Signifié
		Cœur violet	Exprime l'appréciation
		Visage qui pleure	Exprime la tristesse
		Visage du diffuseur TotalBiscuit qui rie	Exprime le rire et la joie

Malgré nos efforts pour créer quatre *emotes* personnalisées, seule l'ampoule fut utilisée à une seule reprise durant la deuxième diffusion. Nous avons pourtant encouragé les participant·e·s, dès la première diffusion, à les utiliser en leur expliquant dans la zone de clavardage la marche à suivre « Téléchargez BBTV pour pouvoir utiliser les *emotes* de la chaine [https : //betterttv.com/](https://betterttv.com/) » et en faisant la précision suivante à l'oral : « Si vous voulez utiliser les *emotes* de la chaine n'hésitez pas à installer Better TTV. Il faut télécharger l'extension que je vous ai mise sur le chat. Vous pouvez voir en bas de la chaine si vous scroller les différentes *emote* qu'il y a ». Durant la troisième diffusion, nous avons donc expliqué oralement la signification de l'*emote* ampoule : « Si vous voulez un indice vous mettez l'*emote* ampoule. Ça veut dire que vous avez besoin que la lumière s'allume hahaha ». Cela semble avoir porté fruit puisqu'elle fut utilisée à quatre reprises cette journée-là.

Il faut dire que créer une signification commune autour d'une *emote* en seulement trois diffusions d'une heure et vingt était, à la base, un défi de taille, car les significations d'une *emote* se cristallisent généralement à force d'utilisation engendrant des habitudes. Il se peut également que l'intention derrière nos *emotes* n'était pas assez claire pour que les participant-e-s puissent leur attribuer un sens et sachent dans quel contexte les utiliser. À cet égard, nous avons possiblement sous-estimé les différences entre les « encyclopédies » (Eco, 1985) de nos participant-e-s et la nôtre. En effet, ceux-celles-ci n'étaient peut-être pas aussi familier-ère-s que nous avec la culture de Twitch et le concept d'*emote*. Ceci rappelle l'importance de la clarté, de la familiarité culturelle et de la facilité d'interprétation des éléments visuels utilisés sur Twitch, afin de faciliter une communication efficace et, par ricochet, l'engagement du public. Même si c'est souvent ce que font les diffuseur-se-s en direct, il est aussi possible que l'utilisation d'une image de notre visage pour les *emotes* ait été un frein à leur appropriation par les participant-e-s. À cet égard, il aurait peut-être été préférable d'utiliser le visage d'un personnage de jeu vidéo connu à qui tout le monde peut s'identifier. Enfin, la complexité technique que requiert, pour les non abonné-e-s, l'installation d'une extension dans leur navigateur internet pour afficher nos *emotes* dans la zone de clavardage est aussi une explication plausible à leur faible utilisation.

Bref, des barrières temporelle, sémiotique et technique nuisaient à l'usage des *emotes* que nous avons créés par nos participant-e-s, ce qui ne nous a pas empêché-e-s de communiquer à l'aide d'autres codes langagiers propres à la plateforme Twitch et d'autres *emotes* dont le sens est bien établi au sein de la communauté Twitch.

7.7 Formation d'une communauté

Il est difficile de générer une communauté autour d'une chaîne Twitch sur une temporalité aussi courte que trois mois et avec seulement trois diffusions en direct. En effet, comme l'affirment Wu et ses collègues (2010), le sentiment de communauté s'accroît avec le temps, tandis que l'accumulation d'interactions favorise des relations plus complexes et complètes entre les membres.

Néanmoins, en nous fiant aux quatre critères d'une communauté énoncés par McMillan et Chavis (1986), il nous semble avoir contribué à la formation des germes d'une communauté autour de notre chaîne en favorisant : 1) l'adhésion, soit le sentiment d'appartenance de nos participant-e-s au groupe, visible à travers les interactions entre participant-e-s, les témoignages personnels et les abonnements; 2) le sentiment d'avoir une influence, soit l'impression de pouvoir contribuer aux décisions qui concerne la

communauté, visible à travers les quelques suggestions faites les participant·e·s et, surtout, à travers leurs contributions à nos performances via l'ajout de commentaires dans la zone de clavardage; 3) la satisfaction des besoins, visible à travers les messages connotant l'appréciation des participant·e·s et enfin 4) un lien émotionnel partagé, visible à travers les moments de rire complice, de partage, de confiance, de saines rivalités, etc.

CONCLUSION

Au fil de cette recherche-création, nous avons essayé de comprendre comment mettre à profit les fonctionnalités et les codes langagiers de Twitch dans le cadre d'une diffusion en direct pour susciter des interactions avec et entre les spectateur·rice·s, favoriser l'engagement de différents auditoires et former une communauté autour de notre chaine. Pour ce faire, nous avons, dans un premier temps, présenté la plateforme Twitch dans son ensemble en nous concentrant sur les caractéristiques qui font de la diffusion en direct une pratique médiatique singulière. Dans un deuxième temps, nous nous sommes construit un lexique des fonctionnalités et des codes langagiers de la plateforme Twitch, figurant dans le cadre théorique, qui nous a guidé tout au long de notre processus de recherche-création, notamment lors de nos performances. Après cela, nous avons présenté la méthodologie que nous avons adoptée pour mener à bien notre projet en insistant sur l'importance du processus itératif de création, se caractérisant par une alternance entre les phases d'expérimentation et de réflexion, de même que sur l'importance de documenter chaque étape du projet. Afin d'ancrer notre création dans son contexte, nous avons ensuite présenté les principaux diffuseur·se·s qui ont impact ·e·s notre processus créatif et nos performances. Par la suite, nous avons raconté le récit de notre pratique, de la création de notre chaine à la rédaction du « Yes quiz » en passant par le prototypage des sc enes. Après cela, nous avons présenté les différentes fonctionnalités et divers codes langagiers que nous avons utilisés dans notre création en spécifiant leur but communicationnel et leur possible impact sur l'engagement et le sentiment de communauté des spectateur·rice·s. Finalement, en reprenant les concepts de notre cadre théorique et en nous appuyant sur les données récoltées sur le terrain, nous avons fait le compte rendu de la réception de notre performance pour déterminer si nous avons atteint nos objectifs.

Aux vues de la participation et de l'engagement de nos spectateur·rice·s, nous pouvons considérer que nous avons réussi à mettre à profit les fonctionnalités et les codes langagiers de Twitch pour susciter des interactions avec nos spectateurs·rice·s et leur engagement envers notre chaine. Même s'il est difficile de construire un sentiment de communauté sur un court laps de temps, nous pensons avoir réussi à bâtir les fondations d'une communauté qui pourraient éventuellement se solidifier et grandir.

Bien que nous ne puissions pas généraliser nos constats à d'autres contextes de diffusion, entre autres parce que notre bassin de participant·e·s n'est pas représentatif de la diversité de la communauté Twitch dans son ensemble, nous pouvons avancer l'idée qu'une composition visuelle et sonore soignée dans les

scènes et que l'inclusion d'un aspect original dans le contenu de la diffusion favorisent l'appréciation globale des membres de l'auditoire. La qualité de la performance en termes d'animation, de complément d'information et de gestion de l'audience, encourage, pour sa part, la participation. La zone de clavardage, le partage d'émotions personnelles, ainsi que l'établissement d'un climat de confiance et d'un sentiment de proximité, renforcent les interactions. Quant au système d'alertes sonores et visuelles, il stimule l'engagement.

Il serait toutefois naïf de penser qu'on puisse diviser de manière aussi catégorique ces différents éléments, car en réalité, ils fonctionnent tous en symbiose. En effet, ils interagissent de manière complexe et complémentaire. Une expérience de diffusion réussie résulte souvent de l'harmonie entre ces différents aspects, soulignant ainsi l'importance de les considérer de manière holistique plutôt que de les diviser de manière fragmentée.

Notre recherche-crédation nous a permis de constater que Twitch est bien plus qu'une plateforme de diffusion en direct. C'est un espace où la communication et les interactions sont au cœur de l'expérience. Les diffuseur-se-s et les spectateur-ric-e-s développent des liens grâce aux fonctionnalités de la plateforme, mais aussi grâce au langage commun qui se développe dans l'usage et qui donne lieu à des rituels et des pratiques culturelles uniques à chaque chaîne renforçant l'engagement et le sentiment de communauté des membres de l'auditoire. Twitch est un exemple frappant de la manière dont le langage, les fonctionnalités et la culture convergent pour proposer une expérience transcendant le simple visionnage de contenu.

Sur une note plus personnelle, notre processus de recherche-crédation a définitivement fait évoluer notre pratique de la diffusion en direct. Sur le plan technique, nous avons appris à utiliser des logiciels tels qu'OBS et à comprendre les fonctionnalités essentielles de ces outils pour créer une expérience interactive et engageante. Nous avons également appris comment harmoniser différentes composantes visuelles et sonores pour créer un ensemble cohérent et attirant pour nos spectateur-ric-e-s. Grâce au processus itératif que nous avons adopté, nous avons pu améliorer nos compétences techniques en matière de gestion des éléments visuels, audios et textuels lors de nos diffusions en direct. En ce qui concerne le langage, nous avons appris à communiquer et interagir plus naturellement et efficacement avec notre auditoire en mettant à profit les codes langagiers présentés dans ce mémoire. Nous avons aussi constaté

à nos dépens qu'il est difficile de générer une signification commune autour d'une *emote*, même en imitant les conventions des diffuseur·se·s populaires.

Cette recherche-crédation a renforcé notre passion pour l'étude des médias numériques et de la culture en ligne. Nous avons l'intention de continuer à explorer les interactions complexes entre les individus et les plateformes numériques. C'est pourquoi, dans la continuité de ce travail, nous aimerions poursuivre nos diffusions en direct afin d'appliquer les éléments de réponses que nous avons obtenus sur les facteurs de réussite pour devenir un·e diffuseur·se populaire.

BIBLIOGRAPHIE

- Alshenqeeti, H. (2016). Are Emojis Creating a New or Old Visual Language for New Generations? A Socio-semiotic Study. *Advances in Language and Literary Studies*, 7(6).
<https://doi.org/10.7575/aiac.all.v.7n.6p.56>
- Anderson, K. E. (2018). Getting acquainted with social networks and apps: streaming video games on Twitch.tv. *Library Hi Tech News*, 35(9), 710. <https://doi.org/10.1108/LHTN-08-2018-0054>
- Anderson, S. L. (2017). Watching People Is Not a Game: Interactive Online Corporeality, Twitch.tv and Videogame Streams. *Game Studies*, 17(1). <http://gamestudies.org/1701/articles/anderson>
- Ask, K., Spilker, H. S. et Hansen, M. (2019). The politics of user-platform relationships: Co-scripting live-streaming on Twitch.tv. *14*. <https://doi.org/10.5210/fm.v24i7.9648>
- Barbieri, F., Espinosa Anke, L., Ballesteros, M., Soler, J. et Saggion, H. (2017). Towards the Understanding of Gaming Audiences by Modeling Twitch Emotes. Dans *Proceedings of the 3rd Workshop on Noisy User-generated Text* (p. 1120). Association for Computational Linguistics.
<https://doi.org/10.18653/v1/W17-4402>
- Blackstone, M., Given, L., Levy, J., McGinn, M., O'Neill, P., Palys, T. et van den Hoonaard, W. (2008). *Extending the Spectrum: The TCPS and Ethical Issues Involving Internet-based Research*. Interagency Advisory Panel and Secretariat on Research Ethics.
- Bingham, C. (2017). An ethnography of Twitch streamers: Negotiating professionalism in new media content creation.
<https://shareok.org/bitstream/handle/11244/50709/Bingham%20Twitch%20Dissertation.pdf?sequence=1>
- Boer, P. V. D. (2013). Introduction to gamification. *Charles Darwin University*, 4-13.
- Bonenfant, M., Trépanier-Jobin, G. et Lafrance St-Martin, L. I. (2020). L'approche communicationnelle en études du jeu : un apport des chercheurs de la Faculté de communication de l'UQAM. *Communiquer : revue de communication sociale et publique*.
<https://www.erudit.org/fr/revues/communiquer/2020-communiquer05245/1068860ar/>
- Bouillaguet, É. (2012). Roger Odin, Les espaces de communication - Introduction à la sémio-pragmatique. Collection « La communication en plus », Presses universitaires de Grenoble, 2011. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (1).
<http://journals.openedition.org/rfsic/199>
- Bourdieu, P. et Wacquant, L. J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. University of Chicago Press.
- Brisson, C. M. (2015). Hieroglyphs at our fingertips. See https://www.academia.edu/12568625/Hieroglyphs_at_Our_Fingertips_Language_Semiotics_and_Communication_through_Emoji.

- Candy, L. (2006). Practice based research: A guide. *CCS report*, 1(2), 119.
- Chan, A. (2017). Reflection, reflexivity, reconceptualisation: Life story inquiry and the complex positionings of a researcher. *Reconceptualizing educational research methodology*, 8(1). <https://doi.org/10.7577/term.2544>
- Consalvo, M. (2009). There is No Magic Circle. *Games and Culture*, 4(4), 408417. <https://doi.org/10.1177/1555412009343575>
- Consalvo, M. (2018). Kaceytron and transgressive play on Twitch. tv. *Transgression in Games and Play*, 8398.
- Danesi, M. (2016). *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. Bloomsbury Publishing.
- De Saussure, F. (2011). *Course in general linguistics*. Columbia University Press.
- Dibble, J. L., Hartmann, T. et Rosaen, S. F. (2016). Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures: Parasocial Interaction and Parasocial Relationship. *Human Communication Research*, 42(1), 2144. <https://doi.org/10.1111/hcre.12063>
- Diwanji, V., Reed, A., Ferchaud, A., Seibert, J., Weinbrecht, V. et Sellers, N. (2020). Don't just watch, join in: Exploring information behavior and copresence on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 105, 106221. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106221>
- Dresner, E. et Herring, S. C. (2010). Functions of the Nonverbal in CMC: Emoticons and Illocutionary Force. *Communication Theory*, 20(3), 249268. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01362.x>
- Eco, U. (2008). *Lector in fabula : Le rôle du lecteur ou La coopération interprétative dans les textes narratifs*. L.G.F. <https://bibliotheques.paris.fr/Default/doc/SYRACUSE/576716/lector-in-fabula-le-rolle-du-lecteur-ou-la-cooperation-interpretative-dans-les-textes-narratifs>
- Eco, U. (2013). *Sémiotique et philosophie du langage* (4 édition). Presses Universitaires France.
- Evans, V. (2017). *The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scaredy Cats*. Picador USA
- Frenette, M. (2009). *La recherche en communication : un atout pour les campagnes sociales*. PUQ.
- Ford, C., Gardner, D., Horgan, L. E., Liu, C., tsaasan, a. m., Nardi, B. et Rickman, J. (2017). Chat Speed OP PogChamp: Practices of Coherence in Massive Twitch Chat. Dans *Proceedings of the 2017 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (p. 858871). ACM. <https://doi.org/10.1145/3027063.3052765>
- Gandolfi, E. (2016). 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), 6382. https://doi.org/10.1386/jgvw.8.1.63_1

- Gaver, W. W. (1996). Situating Action II: Affordances for Interaction: The Social Is Material for Design. *Ecological Psychology*, 8(2), 111129. https://doi.org/10.1207/s15326969eco0802_2
- Goldman, E. (2018). *Emojis and the Law* (ID 3133412) [SSRN Scholarly Paper]. Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=3133412>
- Green, M. C., Brock, T. C. et Kaufman, G. F. (2004). Understanding Media Enjoyment: The Role of Transportation Into Narrative Worlds. *Communication Theory*, 14(4), 311327. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00317.x>
- Hamilton, W. A., Garretson, O. et Kerne, A. (2014). Streaming on twitch: fostering participatory communities of play within live mixed media. Dans *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (p. 13151324). ACM. <https://doi.org/10.1145/2556288.2557048>
- Hartmann, T. et Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl Revisited: Exploring Viewers' Experience of Parasocial Interaction. *Journal of Communication*, 61(6), 11041121. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01595.x>
- Horton, D. et Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. NYU Press.
- Jodén, H. et Strandell, J. (2021): Building viewer engagement through interaction rituals on Twitch.tv, *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1913211>
- Johnson, M. R. (2019). Inclusion and exclusion in the digital economy: disability and mental health as a live streamer on Twitch.tv. *Information, Communication & Society*, 22(4), 506520. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1476575>
- Johnson, M. R. et Woodcock, J. (2019). The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry. *Media, Culture & Society*, 41(5), 670688. <https://doi.org/10.1177/0163443718818363>
- Katz, E., Blumler, J. G. et Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509523. <https://www.jstor.org/stable/2747854>
- Kim, J., Wohn, D. Y., & Cha, M. (2022). Understanding and identifying the use of emotes in toxic chat on Twitch. *Online Social Networks and Media*, 27, 100180. <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2021.100180>
- Knobloch-Westerwick, S. et Hastall, M. R. (2006). Social Comparisons With News Personae: Selective Exposure to News Portrayals of Same-Sex and Same-Age Characters. *Communication Research*, 33(4), 262284. <https://doi.org/10.1177/0093650206289152>
- Kobs, K., Zehe, A., Bernstetter, A., Chibane, J., Pfister, J., Tritscher, J. et Hotho, A. (2020). Emote-Controlled: Obtaining Implicit Viewer Feedback Through Emote-Based Sentiment Analysis on Comments of Popular Twitch.tv Channels. *ACM Transactions on Social Computing*, 3(2), 134. <https://doi.org/10.1145/3365523>

- Kowert, R. et Daniel, E. (2021). The one-and-a-half sided parasocial relationship: The curious case of live streaming. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100150. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100150>
- Lancri, J. (2006). Comment la nuit travaille en étoile et pourquoi. La recherche création pour une *compréhension de la recherche en pratique artistique*, 9-20.
- Landay, L. (2014). Interactivity – The Routledge Companion to Video Game Studies. In M. J. P. Wolf & B. Perron (Eds.), New York: Routledge (pp. 173–184)
- Lenhart, A., Kahne, J., Middaugh, E., Macgill, A. R., Evans, C. et Vitak, J. (2008). *Teens, Video Games, and Civics: Teens’ Gaming Experiences Are Diverse and Include Significant Social Interaction and Civic Engagement*. Pew Internet & American Life Project. Pew Internet & American Life Project. <https://eric.ed.gov/?id=ED525058>
- Leonardi. (2011). When Flexible Routines Meet Flexible Technologies: Affordance, Constraint, and the Imbrication of Human and Material Agencies. *MIS Quarterly*, 35(1), 147. <https://doi.org/10.2307/23043493>
- Leve, A. M. (2012). *The Circuit of Culture as a Generative Tool of Contemporary Analysis: Examining the Construction of an Education Commodity*. Australian Association for Research in Education (NJ1). Australian Association for Research in Education. <https://eric.ed.gov/?id=ED544487>
- Lévy, P. (2003). Le jeu de l’intelligence collective. *Societes*, 79(1), 105122. <https://www.cairn.info/revue-societes-2003-1-page-105.htm>
- Luukkonen, J. (2017). *The semiotic and social functions of Twitch.tv’s emoticons in spoken interaction*. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/64107>
- Majchrzak, A., Faraj, S., Kane, G. C. et Azad, B. (2013). The Contradictory Influence of Social Media Affordances on Online Communal Knowledge Sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 3855. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12030>
- Matsui, A., Sapienza, A. et Ferrara, E. (2020). Does Streaming Esports Affect Players’ Behavior and Performance? *Games and Culture*, 15(1), 931. <https://doi.org/10.1177/1555412019838095>
- McGrenere, J., & Ho, W. (2000). Affordances: Clarifying and evolving a concept. In *Graphics interface* (Vol. 2000, pp. 179-186).
- Mcmillan, D. et Chavis, D. (1986). Sense of Community: A Definition and Theory. *Journal of Community Psychology*, 14, 623. [https://doi.org/10.1002/1520-6629\(198601\)14:13.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/1520-6629(198601)14:13.0.CO;2-I)
- Melhart, D., Gravina, D. et Yannakakis, G. N. (2020, 17 août). *Moment-to-moment Engagement Prediction through the Eyes of the Observer: PUBG Streaming on Twitch* (arXiv:2008.07207). arXiv. <http://arxiv.org/abs/2008.07207>
- Narassiguin, A., & Garnès, V. (2020). The influence of COVID-19 on Twitch audience: How lockdown measures affect live streaming usage

- <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-to-generate-175-8-billion-in-2021-despite-a-slight-decline-the-market-is-on-track-to-surpass-200-billion-in-2023>
- Odin, R. (2011). *Les espaces de communication: introduction à la sémio-pragmatique*. France: Presses universitaires de Grenoble.
- Odin, R. et Péquignot, J. (2017). De la sémiologie à la sémio-pragmatique, du texte aux espaces mentaux de communication. Entretien avec Roger Odin, réalisé par Julien Péquignot. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (20), 120140.
<https://doi.org/10.4000/communiquer.2296>
- Olejniczak, J. (2015). A LINGUISTIC STUDY OF LANGUAGE VARIETY USED ON TWITCH.TV: DESCRIPTIVE AND CORPUS-BASED APPROACHES. *Redefining Community in Intercultural Context*, 4(1), 329334.
<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=498628>
- Olsson, M. (2018). *“True gamer” culture on Twitch and its effect on female streamers*. Malmö universitet/Kultur och samhälle. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mau:diva-24013>
- Panneton, C. (2019). *Appropriating play: Examining Twitch. tv as a commercial platform* (Doctoral dissertation, The University of Western Ontario (Canada)). <https://ir.lib.uwo.ca/etd/6245>
- Paquin, L.-C. (2019). Faire de la recherche-crédation par cycles heuristiques, 28. http://lcpaquin.com/cycles_heuristiques_version_abregee.pdf
- Peirce, C. S. (1985). *Logic as semiotic: The theory of signs*. *Semiotics: An introductory anthology*, 1-23.
- Pellicone, A. (2016). Performing Play: Cultural Production on Twitch.tv. Dans *Proceedings of the 2016 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (p. 244248). ACM.
<https://doi.org/10.1145/2851581.2859022>
- Pellicone, A. J. et Ahn, J. (2017). The Game of Performing Play: Understanding Streaming as Cultural Production. Dans *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (p. 48634874). ACM. <https://doi.org/10.1145/3025453.3025854>
- Porter, C. E. (2004). A Typology of Virtual Communities: a Multi-Disciplinary Foundation for Future Research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(1). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x>
- Postigo, H. (2016). The socio-technical architecture of digital labor: Converting play into YouTube money. *New Media & Society*, 18(2), 332349. <https://doi.org/10.1177/1461444814541527>
- Ricksand, M. (2021). “Twere Well It Were Done Quickly”: What Belongs in a Glitchless Speedrun? *Game Studies*, 21(1). <http://gamestudies.org/2101/articles/ricksand>
- Robinson, N. E. I. (2019). *Performances and publics while watching and live-streaming video games on Twitch.tv*. <http://hdl.handle.net/11343/227046>
- Rodriguez, V. (2002). L’atelier et l’exposition, deux espaces en tension entre l’origine et la diffusion de l’œuvre. *Sociologie et sociétés*, 34(2), 121-138.

- Rohde, P. (2020). *The Stories Told in Professional Video Game Live Streaming: What Does It Mean To Be a Professional Video Game Streamer? A Case Study of the Most Popular Twitch-Streamer Ninja* [preprint]. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/jvsqg>
- Rubin, A. M., Perse, E. M. et Powell, R. A. (1985). LONELINESS, PARASOCIAL INTERACTION, AND LOCAL TELEVISION NEWS VIEWING. *Human Communication Research*, 12(2), 155-180. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00071.x>
- Runeson, A. (2017). *Performing on a digital stage : A Twitch.tv case study on streamer behavior*. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-329939>
- Schofield, D. et LeDone, R. (2019). The Motivations of a Video Game Streamers and their Viewers. *SCREEN THOUGHT*, 3(1), 13.
- Sjöblom, M. (2019). *Spectating play - Investigating motivations for watching others play games*. Aalto University. <https://aaltodoc.aalto.fi:443/handle/123456789/37234>
- Sjöblom, M., Törhönen, M., Hamari, J. et Macey, J. (2017). Content structure is king: An empirical study on gratifications, game genres and content type on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 73, 161-171. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.036>
- Sjöblom, M. et Hamari, J. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior*, 75, 985-996. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.019>
- Sjöblom, M., Törhönen, M., Hamari, J. et Macey, J. (2019). The ingredients of Twitch streaming: Affordances of game streams. *Computers in Human Behavior*, 92, 2028. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.012>
- Taylor, N. T. (2016). Now you're playing with audience power: The work of watching games. *Critical Studies in Media Communication*, 33(4), 293–307
- Taylor, T. L. (2012). *Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming*. MIT Press.
- Taylor, T. L. (2018). *Watch Me Play: Twitch and the rise of game live streaming* (Vol. 13). Princeton University Press.
- Thurlow, C., & Brown, A. (2003). Generation Txt? The sociolinguistics of young people's text-messaging. *Discourse analysis online*, 1(1), 30.
- Utz, S. (2008). Social identification with virtual communities. *Mediated Interpersonal Communication*, New York: Routledge, 252-270.
- Vonderlind, C. J. (2019). *Twitch TV Uncovered—Interactivity and Community in Video Game Live Streams* (Doctoral dissertation, Ohio University).
- Vorderer, P., Klimmt, C. et Ritterfeld, U. (2004). Enjoyment: At the Heart of Media Entertainment. *Communication Theory*, 14(4), 388-408. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00321.x>

- Weber, R., Behr, K. M., & DeMartino, C. (2014). Measuring interactivity in video games. *Communication Methods and Measures*, 8(2), 79-115. <https://doi.org/10.1080/19312458.2013.873778>
- Wu, J.-H., Wang, S.-C. et Tsai, H.-H. (2010). Falling in love with online games: The uses and gratifications perspective. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 18621871. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.07.033>
- Wulf, T., Schneider, F. M. et Beckert, S. (2020). Watching Players: An Exploration of Media Enjoyment on Twitch. *Games and Culture*, 15(3), 328346. <https://doi.org/10.1177/1555412018788161>
- Woodcock, J. et Johnson, M. R. (2019). Live Streamers on Twitch.tv as Social Media Influencers: Chances and Challenges for Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 321335. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1630412>
- Woodcock, J. et Johnson, M. R. (2019b). The Affective Labor and Performance of Live Streaming on Twitch.tv. *Television & New Media*, 20(8), 813823. <https://doi.org/10.1177/1527476419851077>
- Zillmann, D. (1971). Excitation transfer in communication-mediated aggressive behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7(4), 419434. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(71\)90075-8](https://doi.org/10.1016/0022-1031(71)90075-8)