

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

Triple diplôme de Master en communication politique internationale et risques
démocratiques - CORIS

Logiques d'émergence idéologique : Le libertarianisme à l'ère des plateformes

Auteur : Marc Garnier
Promotrice :
Sandrine Roginsky
Année académique 2025-2026

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication
Place Montesquieu, 4 bte L2.05.01, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique | www.uclouvain.be/espo

Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication

Triple diplôme de Master en communication politique internationale et risques
démocratiques - CORIS

Logiques d'émergence idéologique : Le libertarianisme à l'ère des plateformes

Auteur : Marc Garnier
Promotrice :
Sandrine Roginsky
Année académique 2025-2026

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication
Place Montesquieu, 4 bte L2.05.01, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique | www.uclouvain.be/espo

Les opinions exprimées dans ce mémoire sont celles de l’auteur-e et ne sauraient en aucun cas engager le directeur/ la directrice de mémoire ou les établissements qui co-portent le master CORIS.

Remerciements

Je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à ceux qui ont contribué de près ou de loin à ce mémoire de maîtrise.

Je remercie tout d'abord ma promotrice Sandrine Roginsky pour ses conseils au fil de la rédaction de ce travail.

Je remercie également Cesare Mattina, mon professeur de sociologie à Aix-Marseille Université qui m'a donné le goût de la recherche.

Je remercie mes parents qui m'ont aidé de toutes les manières possibles à travers mon parcours académique.

Je remercie particulièrement mes camarades Loïc Lelannier et Carlo-Elia Doncecchi.

Je tiens enfin à remercier chaleureusement ma compagne Thaïs Pleindoux, pour sa bienveillance et son soutien quotidien.

Sommaire

I. Introduction

II. Contexte et problématisation

1. Construction idéologique et opportunités numériques : du libertarianisme au cyber-libertarianisme
 - 1.1 Genèse et distinctions idéologiques : définir brièvement ce qui est libertarien de ce qui s'en éloigne.
 - 1.2 Le libertarianisme en ligne : la construction historique d'un courant resté marginal
2. La transformation de YouTube en espace d'expression idéologique
 - 2.1 YouTube, entre hiérarchisation de la visibilité et logiques algorithmiques du Web 2.0
 - 2.2 De l'utopie libertaire aux batailles du Web : YouTube dans l'histoire d'Internet
3. Problématisation et définitions des termes
 - 3.1 Objectifs

III. Cadre théorique

1. YouTube en tant qu'espace de visibilité
2. Les dispositifs de plateforme
3. Le cadrage du libertarianisme en ligne
4. Présentation de soi et construction de la crédibilité sur YouTube

IV. Methodologie

1. Grand Angle et Dave Smith : La sélection de deux vidéastes
2. Une analyse qualitative comparative de contenus et de dispositifs de plateforme
3. Grille d'analyse du corpus

V. Résultats

1. La constitution de deux visibilité
 - Les données de l'API
 - La stabilisations des formats de videos
 - Monétisation, auto-promotion des chaînes
2. Deux formes de crédibilité : parole incarnée et autorité pédagogique
 - Présentation de soi en contexte de plateforme
 - La présentation de soi comme indicateur de crédibilité
 - Dave Smith et la credibilité dissidente
 - Grand Angle et l'expertise pédagogique
 - Deux formes de crédibilité comparées
 - La plateforme comme condition de maintien des façades
3. Les seuils d'entrée du discours libertarien : titres, miniatures et formats
 - Les plateformes comme objet structurant
 - Formats de vidéos et dispositifs natifs de plateforme

Titres, miniatures et économie de l'attention

Auto-promotion, sponsors, chaînes annexes et extension de présence

4. Deux régimes discursif du libertarianisme

Entre critique de l'État, du déficit et des institutions, un cadrage libertarien différent

Une valorisation constante de l'autonomie individuelle

Le marché comme ordre de coordination légitime

Lexiques et omission

Un résultat comparatif pour deux vecteurs du libertarianisme en ligne

Synthese des resultats

VI. Discussions

Interprétation globale des résultats

Portée des résultats

Résultats attendus et inattendus

Les limites de la recherche

Recommandations

VII. Conclusion

Table des matieres

Bibliographie

Annexes

Symboles

API : Application Programming Interface

/pol/ : Sous-forum du site 4chan.org et destiné aux discussions sur la politique

LP : Libertarian Party

SEO : Search Engine Optimization ou la pratique pour améliorer le référencement d'un contenu sur internet

GaS : Réseau de podcasts

RFK JR. : Robert F. Kennedy Jr.

I. Introduction

Ce mémoire est consacré à la médiatisation émergente d'un courant de vidéastes libertariens sur la plateforme Youtube. Notre démarche initiale était d'analyser les pratiques communicationnelles des groupes de la Fondation Atlas¹. Nous avons choisi de préciser l'objet de recherche pour nous concentrer sur deux chaînes Youtube. Au départ, nous pensions réaliser cette recherche dans le champ du Youtube francophone. A la suite des recherches et observations préliminaires, il semble tout aussi pertinent de prendre en compte la sphère anglophone. Celle-ci partage de nombreuses similarités avec le Youtube français et offre un répertoire d'acteurs et de données conséquent à analyser. Ici, il s'agira de comprendre comment deux vidéastes, Grand Angle et Dave Smith, construisent leur visibilité sur la plateforme à travers leurs formats, les dispositifs de plateforme, leur organisation discursive et leur présentation de soi. Nous souhaitons mettre l'accent sur l'aspect historique de notre investigation. Nous pensons effectivement que notre objet est issu d'un processus socio-historique complexe qu'il est nécessaire de comprendre, avant tout début de récolte de données et d'analyse.

Pour approcher notre objet dans les meilleures conditions, il est nécessaire de passer par une étape de définition. Dans un premier temps, nous exposerons brièvement les bases idéologiques et historiques du libertarianisme en explicitant comment ses fondements doctrinaux prennent racine dans un libéralisme radical. Dans cette partie, nous proposerons des critères théoriques pour définir un acteur libertarien au sein de la plateforme Youtube. Nous ferons également état des déclinaisons du libertarianisme dans les mondes numériques, depuis l'émergence du cyber-libertarianisme des cypherpunks dans les années 1990, jusqu'aux communautés en ligne contemporaines du Web 2.0 comme celles de 4chan ou Reddit. Ce développement nous permettra de construire des critères d'identification pour choisir les deux chaînes Youtube que nous allons investiguer. Notre mémoire fera un focus sur la plateforme Youtube, dès lors, nous examinerons les transformations de

¹ La fondation Atlas est une association à but non lucratif basée en Amérique. Elle se compose d'une multitude de think tanks et d'instituts promouvant une vision du monde libertarienne.

YouTube en espace d'expression idéologique. Nous verrons comment la plateforme articule dynamiques techniques, logiques marchandes et algorithmiques, et opportunités de visibilisation pour les acteurs non-hégémoniques comme les libertariens. Ensuite, nous annonçons la problématique de notre projet et proposons une liste d'hypothèses pertinentes à tester pour notre enquête. Enfin, dans une ultime partie, nous exposerons notre méthodologie.

L'intérêt académique de ce mémoire vient du fait qu'il perçoit la plateforme comme un milieu dans lequel les idéologies doivent être retravaillées, mises en scène et reconnues selon des normes. Étudier le libertarianisme sur YouTube est dès lors l'occasion d'observer le phénomène plus global qu'est la transformation de courants idéologique en offres médiatique. La situation du Grand Angle et de Dave Smith donne à voir cette transformation au regard de deux contextes, l'un francophonique et économique, l'autre anglophone et politique. Nous souhaitons donc saisir comment le cadrage du libertarianisme devient visible, intelligible et attractif dans un espace numérique concurrentiel.

Dans cette perspective, YouTube ne peut pas être traité comme un simple support de diffusion. Comme nous allons le voir, les travaux de Cardon, van Dijck et Gillespie invitent à penser les plateformes comme des espaces qui organisent la visibilité des contenus à travers des formats, des métriques, des recommandations, des logiques de monétisation et des dispositifs d'attention. Cette approche permet d'analyser les vidéos non seulement comme des discours, mais comme des objets médiatiques pris dans une économie de plateforme. Nous mobiliserons également, de façon complémentaire et définitionnelle, la notion de cadrage, à partir d'Entman, pour analyser les formes discursives par lesquelles les vidéos définissent des problèmes, désignent des responsabilités et valorisent certaines solutions. Mais aussi, des auteurs comme Goffman ou Marwick seront utilisés pour étudier la présentation de soi des vidéastes et la construction de leur crédibilité, sans prétendre reconstituer leurs trajectoires sociales complètes. Enfin nous terminerons notre analyse par une discussion qui reviendra sur nos résultats et leur lien avec nos auteurs et notre cadre théorique. Nous répondrons à notre question de recherche et évoquerons de manière nuancée les implications et les limites de notre travail.

Sur le plan méthodologique, le mémoire se base sur une approche qualitative, comparative et multimodale, en recourant à l'analyse de discours, à l'étude des cadrages et à l'observation des dispositifs de plateforme. L'enquête articule quatre axes, afin de croiser ce qui est dit, comment cela est dit, comment cela est incarné et dans quelles conditions ce contenu circule au sein de l'écosystème YouTube. Les annexes assurent ici une fonction opératoire. L'annexe 4 permet d'effectuer le repérage des marqueurs libertariens ; les annexes conçues autour des chaînes, des transcriptions, des miniatures, des descriptions et des données SocialBlade/API permettent de situer l'analyse dans différents types de traces publiques, hétérogènes, mais complémentaires. Les données SocialBlade sont mobilisées comme des indicateurs de visibilité publique et pas comme des mesures exhaustives de la réception.

Quatre apports sont attendus du mémoire. D'abord, sur le plan théorique, il s'agit d'articuler de manière resserrée analyse des idéologies, théorie du cadrage et études de plateformes et de formats afin de démontrer qu'un répertoire idéologique ne se dote de sens et de valeur sur YouTube qu'au travers de dispositifs de visibilité et de crédibilité. Il contribue dès lors à déplacer le terrain d'étude du libertarianisme d'une perspective strictement doctrinale vers une appropriation communicationnelle et multimodale. Empiriquement, il propose une comparaison originale entre deux chaînes s'inscrivant dans des contextes distincts, mais fournissant un même outil d'analyse mobilisable pour d'autres objets idéologiques sur les plateformes.

II.Contexte et problématisation

1. Construction idéologique et opportunités numériques : du libertarianisme au cyber-libertarianisme

1.1 Genèse et distinctions idéologiques : définir brièvement ce qui est libertarien de ce qui s'en éloigne.

L'idéologie, c'est ce qui pense à votre place - Jean-François Revel (1977)

Notre mémoire analysera des acteurs proposant une vision politique et économique libertarienne, il est alors important de définir le spectre libertarien pour mieux comprendre les acteurs que nous allons étudier. Pour bien saisir les enjeux de cette enquête, il faut d'abord savoir distinguer le libertarianisme du libéralisme classique duquel il reprend une part significative de sa doctrine. D'après les écrits de la tradition libérale classique, le libéralisme repose sur l'idée que l'Etat est garant des droits fondamentaux des individus, que ce soit le droit à la vie, à la liberté ou à la propriété, et doit pouvoir intervenir pour corriger certains déséquilibres économiques ou sociaux (Locke, 1689). Cette liberté donnée par le politique implique un libéralisme institutionnel qui repose sur la séparation stricte des pouvoirs, législatif, exécutif et judiciaire (Montesquieu, 1748) pour contrer toute forme d'absolutisme et instaurer un équilibre des pouvoirs afin de s'écarter de l'arbitraire. Montesquieu (1748, Livre XI, chap. IV) eut une phrase célèbre : *“Pour qu'on ne puisse abuser du pouvoir, il faut que, par la disposition des choses, le pouvoir arrête le pouvoir”*. Enfin, le libéralisme classique implique une dimension économique qui voit les marchés comme des entités libres et guidées par une main invisible, une force structurée par l'ordre économique sans intervention étatique démesurée (Smith, 1776).

Il faut avoir à l'esprit que la notion de libéralisme possède une signification totalement différente en Amérique où il peut désigner une doctrine progressiste. Laurent Bouvet (2004) explique notamment que *“[...] c'est surtout le sens donné aux adjectifs français “libéral” et américain “liberal” qui renvoie le libéralisme à des univers politiques et économiques différents – le premier fait référence à la droite, le*

second plutôt à la gauche, à une conception à la fois plus sociale et plus favorable à l'intervention de la puissance publique". En général, la distinction se fait en parlant de libéralisme classique pour faire référence à la doctrine de John Locke par exemple (Bouvet, 2004).

Le libertarianisme, lui, est la forme radicale du libéralisme classique dont il reprend les principes fondamentaux (Conway, 2008). Le terme est historiquement associé à l'anarchisme de gauche anti-autoritaire, et a progressivement glissé sémantiquement, au milieu du XXe siècle, vers des positions davantage pro-capitalistes (Carson, 2014). Cette transition est initiée par des penseurs individualistes comme Nozick (1974) qui propose une défense philosophique du "minarchisme", un État minimal limité à la protection des droits naturels et régaliens : la sécurité, la justice et les contrats. Il s'oppose explicitement à la théorie de la justice de John Rawls (1971) prônant une équité parmi les citoyens, qu'il juge incompatible avec la liberté individuelle. Un autre auteur est important pour comprendre et définir le libertarianisme, il s'agit de Murray Rothbard (1973). Il est le fondateur de l'anarcho-capitalisme² et soutient notamment dans ses textes que toutes les fonctions étatiques doivent être assurées par des institutions privées opérant dans un contexte capitaliste et concurrentiel, où le processus de destruction créatrice (Schumpeter, 1942) est maître.

Enfin, bien qu'elle n'ait jamais revendiqué le terme "libertarienne" pour sa pensée, les écrits d'Ayn Rand (1957) ont largement influencé la dimension symbolique du libertarianisme dans le monde à partir des années 1950. Rand se démarque notamment par la mise en avant de la figure de l'entrepreneur et du concept d'égoïsme rationnel³ qui rendraient légitimes les comportements individualistes. Aujourd'hui le libéralisme classique et le libertarianisme coexistent comme deux branches d'une même famille idéologique et sont parfois, en fonction des contextes, amalgamés pour ne former qu'un groupe idéologique mêlant la croyance en l'auto-détermination des individus, l'individualisme bénéfique, la liberté

² Au sens de Rothbard, l'Anarcho-capitalisme rejette les fonctions de l'Etat et fait du capitalisme et de la propriété privée une vertu suprême et morale

³ Un égoïsme "altruiste" qui serait bénéfique pour la société et les individus

d'expression totale et la liberté d'entreprendre et de s'enrichir (Hamowy, 2008, p. 296). Cependant, le libertarianisme possède aujourd'hui de multiples nuances et sous-branches hétérogènes (voir annexe 1). Dans l'histoire, les libertariens ont eux-mêmes cherché à se définir, avec plus ou moins de succès, en témoignent les très longues tentatives de définition au fil de l'histoire (Hamowy, 2008). Le libertarien David Nolan a proposé lui-même un diagramme du spectre politique, composé de deux axes : liberté économique et liberté individuelle (voir annexe 2 et 3).

1.2 Le libertarianisme en ligne : la construction historique d'un courant resté marginal

C'est dans les années 1990 que les premières communautés numériques adoptent un discours libertarien motivé par l'idée qu'internet doit s'affranchir de toute autorité étatique. Des figures comme John Perry Barlow (2000) proclament alors que le cyberspace doit être un "marché sans friction" des idées et des biens, libéré des contraintes légales et sociales traditionnelles. Cette idéologie nouvelle trouve racine dans "*l'idéologie californienne*" décrite par Barbrook et Cameron (1995), qui combine l'héritage de la contre-culture des années 1960 à un techno-libertarianisme prônant le libre marché numérique (Hepp, Schmitz, & Schneider, 2023). De nouveaux lieux de discussion en ligne voient le jour : des forums Usenet et listservs qui rassemblent des militants prônant un État minimal, tandis que la mailing-list "Cypherpunks" (créée en 1992) popularise le manifeste crypto-anarchiste de Timothy May (1992).

Ces crypto-anarchistes, hauts adeptes du chiffrement, forment une communauté libertarienne technophile "*hautement éduquée, majoritairement libertarienne, et imprégnée d'anarchisme*" (Ramiro, de Queiroz, 2022). Un moment clé symbolisant ce nouvel esprit survient en 1996 avec la Déclaration d'indépendance du cyberspace de Barlow, qui affirme la souveraineté d'Internet face aux gouvernements nationaux. C'est un texte fondateur, revendiquant que les individus en ligne peuvent s'auto-organiser sans l'État. Nous voyons, par cette genèse, que l'espace numérique en ligne est investi très tôt par un courant libertarien mettant en avant la décentralisation, la liberté d'expression absolue et l'individu comme premier acteur du monde numérique. Cependant, plusieurs auteurs restent très critiques devant les

débuts utopistes d'internet. Astra Taylor relativise cet idéal et rappelle que *“malgré les formidables opportunités qu’offre Internet, on n’assiste pas à la démocratisation de l’accès à la culture, mais plutôt à sa réorganisation, avec de nouveaux gagnants et de nouveaux perdants”* (Taylor, 2014, p. 14).

Au début des années 2000, après l’utopie cyberlibertarienne initiale, le libertarianisme en ligne connaît une certaine accalmie dans un contexte de bulle internet et de normalisation du Web (Turner, 2006, p. 236). Cependant, dès le milieu de la décennie, un regain d’activisme émerge autour de la défense de la liberté numérique dans un contexte de massification d’internet et de l’essor du Tea Party, un mouvement de type libertarien, qui mobilise une idéologie anti-État sur les nouveaux réseaux sociaux (Rohlinger & Bunnage, 2017) . Ce tournant marque aussi l’arrivée des crypto-anarchistes, avec le Bitcoin en 2009 comme symbole d’un nouveau radicalisme libertarien opposé aux institutions financières qu’elles soient privées ou étatiques et pour une décentralisation de l’économie. (Golumbia, 2015).

Dans les années 2010 à 2020, les grandes plateformes du Web 2.0 (Reddit, Youtube, Twitter, etc...) deviennent les principaux vecteurs de nouveaux discours en ligne. Ces plateformes offrent aux idéologues libertariens une visibilité inégalée tout en reconfigurant les conditions de diffusion de leur message (Cardon, 2010). Reddit d’ailleurs, constitue un autre lieu central de la présence libertarienne. Des sous-forums comme r/Libertarian ou d’autres liés aux cryptomonnaies agrègent des communautés partageant des discours anti-fiscalité, pro-armes, ou pro-Bitcoin (Colacrai, Chen, Horne, & Joseph, 2024). L’exemple de 4chan aussi est très parlant de par sa radicalité. Cet imageboard⁴ et sa catégorie politique (/pol/) est devenue au fil du temps un incubateur des idées libertariennes et plus largement de l’alt-right américaine (Nagle, 2017). L’héritage de la philosophie cypherpunks et les principes de souveraineté numérique s’y mêlent avec l’ironie des *mèmes* politiques, ou encore avec des références à la culture techno-libertarienne. Cet espace à la modération presque inexistante a permis à certaines notions libertariennes de se radicaliser ou d’être réappropriées dans des mouvements plus radicaux. Ce phénomène numérique

⁴ Un imageboard est un forum Internet qui se base sur le partage d’images, de vidéos et sur les commentaires de ceux-ci des internautes.

finir par brouiller les frontières entre critique de l'Etat, individualisme numérique et idéologies autoritaires.

Dans le paysage politique d'aujourd'hui, les échecs historiques des deux principaux partis libertariens étasuniens (Tea Party et Libertarian Party) illustrent le caractère marginal de cette mouvance. Cependant, plusieurs chercheurs ont révélé que l'idéologie libertarienne influence significativement de manière occasionnelle la scène politique, notamment les partis positionnés à droite. Néanmoins, son impopularité structurelle le rend vulnérable au moment des urnes (Arlow, 2024). Dans son article, Jonathan Arlow argumente que, même quand le libertarianisme semble l'emporter en Argentine, *“il manque d'un parti politique [libertarien] compétitif pour soutenir ses réformes”* (Arlow, 2024, p. 1).

2. La transformation de YouTube en espace d'expression idéologique

2.1 YouTube, entre hiérarchisation de la visibilité et logiques algorithmiques du Web 2.0

Au fil des années, Youtube s'est imposé comme un espace de visibilité massive où l'attention du public est le principal enjeu. Dominique Cardon (2010) souligne que le Web n'a jamais été un espace totalement horizontal. Au contraire, il s'y déroule une hiérarchisation par la visibilité à travers des algorithmes qui favorisent les contenus les plus visionnés et mis en avant par les utilisateurs eux-mêmes (commentaires, clics, likes etc.). Plus une vidéo est vue, commentée ou recommandée, plus elle gagne en visibilité, tandis que d'autres contenus deviennent relativement invisibles. Cardon compare ce mécanisme aux citations dans les articles scientifiques⁵ : plus un article est cité, plus il est réputé important.

Sur YouTube, cette boucle de rétroaction se traduit par la mise en avant des vidéos “tendances” ou recommandées qui entretiennent un écosystème de popularité cumulative. En principe, les contenus extrêmes ou marginaux se retrouvent relégués en périphérie de la plateforme de par de cette hiérarchie algorithmique, ou sont tout

⁵ Cardon fait référence ici à l'indice H qui vise à quantifier et noter la production scientifique d'un chercheur en fonction du nombre de fois qu'un de ses articles est repris et cité.

bonnement supprimés par la modération ou le robot Youtube. Mais en pratique, la situation est plus complexe car les créateurs de contenu s'adaptent au système algorithmique, notamment par l'utilisation de titres "choc", vignettes accrocheuses, appels à l'abonnement pour optimiser leur visibilité dans le PageRank (Cardon, 2015).

Le code informatique même des plateformes comme Youtube ou encore Twitter entretiennent cette compétition pour capter l'attention d'une audience. YouTube a été perçu, dès ses débuts, comme une plateforme ouverte à tous, incarnant l'utopie du Web 2.0 dans laquelle chaque internaute peut uploader son propre contenu et atteindre un public mondial. José van Dijck (2013) rappelle ainsi qu'on voyait en YouTube et consorts l'opportunité de redonner la sphère publique *"entre les mains des citoyens ordinaires"* Loin des grands trusts médiatiques. En réalité, YouTube a progressivement intégré des logiques empruntées aux mass médias, basées sur la course à l'audience et aux contenus tendances, qui respectent les logiques imposées par les plateformes. En quelques années, les grandes plateformes sociales comme YouTube ont modifié leurs interfaces et leurs algorithmes pour maximiser deux ressources-clés : l'attention des utilisateurs et les données qu'ils génèrent.

Que ce soit le système algorithmique ou le design de l'expérience utilisateur lié aux recommandations des vidéos Youtube, ils ont souvent été critiqués par des chercheurs comme Becca Lewis pour leur rôle ambivalent dans l'orientation idéologique des parcours de visionnage. Il a été accusé de générer un effet indésirable comme celui de mettre en avant des contenus de plus en plus radicaux pour maximiser l'engagement des visiteurs. Des études ont même suggéré l'existence d'un "rabbit hole" idéologique sur la plateforme. Par exemple, un internaute regardant des vidéos conservatrices modérées pourrait se voir proposer rapidement des contenus beaucoup plus extrêmes qui iront toujours dans le sens de la vidéo précédente. Une enquête du Data & Society sur "l'Alternative Influence Network" (réseau d'influence alternative) a montré que YouTube sert de vecteur à une certaine radicalisation politique. Un phénomène qui se traduit par le fait que des personnes d'abord intéressées par des idées conservatrices ou libertariennes sont vite exposées à des thèses nationalistes blanches ou d'extrême droite (Lewis, 2018).

Pour Tarleton Gillespie, la circulation idéologique des plateformes repose sur deux piliers : la disruption et l'innovation de manière permanente. Ces logiques façonnent sans cesse les moyens de production et de diffusion des contenus. (Gillespie, 2018). Dès lors, les créateurs ne vont pas se contenter de produire simplement du contenu. Ils vont travailler leur visibilité et leurs engagements avec le public, brouillant ainsi les frontières entre idéologie et logique marketing. La visibilité devient, dans ce processus, une affaire de pouvoir (Van Dijck, Poell & de Waal, 2018) dans laquelle le créateur de contenu politique doit s'adapter s'il espère exister dans l'espace numérique.

2.2 De l'utopie libertaire aux batailles du Web : YouTube dans l'histoire d'Internet

YouTube est lancé en 2005, et comme nous l'avons relevé, la plateforme s'inscrit dans la vague du Web 2.0 où l'on promettait une démocratisation radicale de la production médiatique : chaque internaute devenant créateur de contenu ("Broadcast Yourself" était d'ailleurs le slogan initial de l'entreprise). La plateforme a d'abord été célébrée comme un outil de démocratie culturelle numérique qui permet aux citoyens de contourner les médias traditionnels pour publier leurs vidéos, que ce soit pour du divertissement, du témoignage ou de la propagande militante (Gillespie, 2010). YouTube a notamment joué un rôle dans la campagne présidentielle de 2008 aux États-Unis, où des outsiders politiques ont pu diffuser leurs messages viraux sans passer par la télévision (Wallsten, 2010). De même, lors du Printemps arabe en 2011 ou du mouvement Occupy Wall Street (Stelter, 2011), YouTube a servi de relais crucial pour propager des images de contestation et mobiliser l'opinion internationale.

Ce phénomène en ligne est nouveau et aurait été inimaginable quelques années plus tôt dans les grands médias. Ces épisodes ont alimenté l'idée que les plateformes numériques allaient renouveler l'espace public, en permettant l'irruption de voix alternatives, la documentation citoyenne en temps réel, et une participation politique plus directe. Certains auteurs comme Tarleton Gillespie (2010) ont largement parlé de la fonction politique des plateformes comme YouTube sur la démocratie, voyant dans la vidéo en ligne un moyen de responsabiliser les gouvernants et de revitaliser le débat public.

Philippe de Grosbois (2017) perçoit ces évolutions en termes de rapports de force politiques. Pour lui, Internet est un champ de batailles où s'affrontent différents projets de société à travers la maîtrise de l'outil numérique. D'un côté, il y a les forces du marché et du contrôle, qui visent à faire d'Internet un appareil de domination et de consommation se traduisant par un réseau centralisé au service d'intérêts commerciaux et étatiques, avec une surveillance accrue et une standardisation des contenus. De l'autre, il y a des mouvements citoyens, des hackers, des militants de la liberté numérique qui tentent de préserver voire d'étendre le potentiel émancipateur d'un réseau décentralisé et autogéré par une population éduquée au numérique.

De Grosbois insiste sur le fait que rien n'est joué d'avance. Internet reste un objet en construction et il importe de ne pas tomber dans l'analyse fausse du "technophile vs technophobe" pour regarder concrètement les compromis et luttes à l'œuvre. Appliquée à YouTube, cette grille de lecture met en lumière plusieurs batailles spécifiques : la bataille de la liberté d'expression (jusqu'où laisser parler, que censurer, qui décide ?), la bataille de la démocratisation culturelle (la plateforme va-t-elle avantager la diversité des créateurs amateurs ou les grands studios établis ?), la bataille de la désinformation (comment gérer la propagation de fake news et théories du complot qui fleurissent sur la plateforme ?), ou encore la bataille de la rémunération équitable des créateurs et la captation de la valeur du "*digital labor*" par YouTube/Google (Cardon, Casilli, 2015) . Chaque controverse, par exemple, l'affaire des "Adpocalypse" en 2017 où les annonceurs ont temporairement retiré leurs publicités après la découverte de contenus extrémistes monétisés, forçant YouTube à durcir sa modération – révèle ce tiraillement entre des exigences parfois contradictoires de liberté et de régulation.

On peut ainsi définir un espace d'expression idéologique en tant qu'espace numérique dans lequel des acteurs ne se contentent pas de publier des opinions, mais organisent leur visibilité, leur crédibilité et leur rapport au public selon les contraintes propres à la plateforme. Dans le cas de YouTube, l'expression idéologique ne passe pas seulement par le contenu des vidéos, mais aussi par les titres, les miniatures, les recommandations algorithmiques, les formats récurrents, les appels à l'engagement et la mise en scène du créateur. La plateforme transforme ainsi les prises de parole

politiques en contenus visibles, hiérarchisés et concurrencés, où les idées se déplacent selon des logiques d'attention, de popularité et d'adaptation aux règles techniques du Web 2.0. Parler de YouTube comme d'un espace d'expression idéologique coïncide ainsi avec le fait de considérer qu'elle est un lieu de diffusion d'idées, un dispositif de mise en visibilité, mais aussi un espace où s'affrontent les luttes pour imposer certaines interprétations du monde social, économique ou politique. Cette expression ne se faisant cependant pas en dehors de rapport de force : entre ouverture participative et logique marchande, entre liberté d'expression et modération, entre pluralisation des voix et concentration algorithmique de l'attention.

3. Problématisation et définitions des termes

Ce détour par l'histoire du libertarianisme et par la transformation de YouTube précise un premier questionnement. Les idéologies ne circulent pas dans un vide social ou technique, mais dans des milieux médiatiques qui les rendent plus ou moins visibles, crédibles et partageables. Le cadre théorique qui va suivre entend donc construire les outils d'analyse permettant d'explorer cette association entre idéologie, plateforme, cadrage et présentation de soi.

Dans une actualité de reconfiguration des espaces médiatiques et politiques à l'ère numérique, ce projet de mémoire questionne les potentialités que permettent les plateformes comme YouTube dans l'expression de courants idéologiques. Il constitue ici un point d'entrée pour comprendre comment certains cadrages proches du libertarianisme sont formulés, mis en forme et rendus crédibles à travers des dispositifs propres à la plateforme, tel que les formats vidéos, les titres les miniatures, les rythmes de publications ou encore les manières de monétiser le contenu publié

La problématique de ce mémoire peut alors être formulée de la manière suivante : **Comment des cadrages libertariens, entendus comme un répertoire idéologique articulant critique de l'État, valorisation de l'autonomie individuelle et légitimation du marché, sont-ils rendu visible et crédible, à travers les dispositifs de la plateforme YouTube, dans deux contextes distincts, à partir des chaînes Dave Smith et Grand Angle ?**

Dans ce mémoire, les dispositifs de plateforme désignent l'ensemble des éléments vidéos, techniques, graphiques ou éditoriaux qui permettent à un contenu d'exister, de *se rendre visible* sur la plateforme Youtube. Cette mise en visibilité renvoie à la manière dont une vidéo ou un contenu est rendu identifiable, attractive et interprétable par la plateforme et par les différents publics. Ces éléments orientent l'attention du spectateur, préparent sa réception et contribuent à construire la crédibilité du contenu. Au sens de Dominique Cardon, les plateformes comme YouTube sont avant tout des espaces concurrentiels et algorithmiques et doivent être compris comme un environnement qui organise les conditions d'apparition et de circulation des discours, ou les différents créateurs doivent adapter leurs formats pour se rendre visible. Cette logique implique alors, pour les créateurs, de réaliser un travail de distinction pour se démarquer et se rendre davantage visible parmi la masse de contenu disponible. Dans un environnement où de nombreux contenus sont en concurrence pour l'attention, les créateurs doivent produire des signes immédiatement reconnaissables et attractifs. Pour comprendre davantage ce dont on parle en matière de visibilité, nous évoquerons les travaux d'Andrea Brighenti, qui voit la notion de visibilité, non pas comme un qualificatif ou un objet singulier, mais plutôt comme une relation sociale située entre un contenu ou un acteur avec différents publics, rejoignant ainsi les explications de Dominique Cardon. Pour se rendre visible et se différencier, les créateurs jouent avec les dispositifs permis par la plateforme comme les styles visuels (miniatures), le ton (accroche et titre), les formats possibles (podcast long, vulgarisation...), les promesses éditoriales dans les description etc. Ils ne renvoient donc pas seulement à la vidéo du Youtubeur, mais à tout ce qui organise sa présentation dans l'environnement de la plateforme. Nous reviendrons plus en précision sur cette notion dans notre cadre théorique en évoquant plusieurs auteurs comme José van Dijck ou Tarleton Gillespie qui nous montre comment les formats et autres dispositifs sont structurés par la nature même de la plateforme.

Dans ce mémoire, nous préférons parler de cadrage libertarien plutôt que d'un libertarianisme objectif. Nous le faisons principalement par prudence et dans la mesure de ce qu'une recherche de mémoire permet réellement de produire. Nous utilisons aussi ce concept pour nous permettre d'évoquer les nombreux apports de Robert M. Entman en matière de cadrage politique. Il nous permettra d'observer comment les thématiques libertarienne, préalablement identifiées à l'aide de la

plateforme du Libertarian Party, organisent une lecture particulière des problèmes politiques. Nous verrons dans notre cadre théorique qu'Entman développe cette lecture en 4 niveaux : définir un problème, identifier les causes, formuler un jugement moral et suggérer une orientation ou une solution.

Dans notre questionnement, la notion de crédibilité désigne la capacité des deux créateurs à faire apparaître leur parole, leur discours, comme digne d'attention et suffisamment fiable pour être considéré et pris au sérieux par les publics de la plateforme. Cela implique donc de s'intéresser plus tard, dans notre cadre théorique, à la manière dont chaque vidéaste se présente, organise son discours et mobilise les formats propres à YouTube. Nous aborderons donc plusieurs concepts la notion de façade en liant Ervin Goffman, auteur classique de la sociologie, avec les notions plus contemporaines d'Alice Marwick comme la micro-célébrité, ou le self branding. A travers plusieurs auteurs, nous le verrons, cette crédibilité peut se construire selon différents registres tels que la compétence affichée, la pédagogie, l'usage de graphiques ou de données, l'humour, la sympathie etc. Tous les signes qui rendent la parole d'un créateur acceptable, reconnaissable et persuasive dans un environnement concurrentiel de visibilité.

3.1 Objectifs

L'objectif de ce mémoire est de comprendre comment des vidéastes, porteurs d'un discours politique, parviennent à construire leur visibilité sur YouTube. Il ne s'agit donc pas seulement d'étudier le contenu idéologique de leurs vidéos, mais d'analyser les dispositifs utilisés qui rendent ce discours visible et crédible dans l'espace numérique.

Nous pouvons déployer plusieurs objectifs, sous formes de niveaux (Annexe 33) et reliés à notre méthodologie à travers les travaux de Kress et Van Leeuwen sur la multimodalité. Il y en a quatre. Ils concernent, le discours, le design, la production et la distribution. Le premier, le *discours*, se verra identifier les cadrages libertariens mobilisés dans les vidéos, c'est-à-dire les manières dont les vidéastes construisent certains enjeux comme des problèmes publics, économiques ou politiques. Cela nous permet d'observer quels savoirs, valeurs et oppositions sont mis en *saillance* dans le discours (critique de l'État, de la fiscalité, de la bureaucratie, des médias dominants

ou de l'interventionnisme, mais aussi valorisation du marché, de l'autonomie individuelle, de l'entrepreneuriat, de la responsabilité et de la liberté d'expression.

Le deuxième objectif, relatif au *design*, est d'analyser, à travers les dispositifs, la mise en forme conceptuelle du discours dans une situation de communication donnée. Le design organise les ressources sémiotiques pour transformer un discours en interaction sociale. Dans le cas de Grand Angle et Dave Smith, cela revient à observer comment le propos est structuré pour être compris, crédible et persuasif.

Le troisième objectif renvoie à la *production*, la réalisation matérielle du discours. Chez Kress et van Leeuwen, la production se distingue du design : le design organise conceptuellement le discours, tandis que la production correspond à sa mise en œuvre concrète dans un support, avec des choix matériels, techniques, corporels et audiovisuels. Dans le cas de Grand Angle et de Dave Smith, il s'agit donc d'observer comment le discours prend forme à l'écran.

Enfin le quatrième objectif vise à comprendre la *distribution*, c'est à dire les conditions par lesquelles les vidéos deviennent visibles, circulent et se stabilisent dans l'écosystème de YouTube. Chez Kress et van Leeuwen, la distribution correspond au moment où le produit sémiotique est mis en circulation dans un environnement social et technique donné. Pour nous cela signifie qu'il faut aborder le contenu de nos youtubers comme des objets rendus accessibles, recommandable et reconnaissable sur la plateforme.

À partir de cette question de recherche, notre travail repose sur plusieurs hypothèses principales. La première est que les cadrages libertariens ne circulent pas sur YouTube comme des contenus doctrinaux, mais sont plutôt adaptés aux formats et aux dispositifs de la plateforme pour y être visibles. La seconde est que la crédibilité de ces cadrages repose fortement sur le mode de communication par lequel les vidéastes se présentent. Enfin, la troisième hypothèse postule que le libertarianisme étudié dans se memoire ne prend pas une forme homogène selon les contextes, mais ne se renvoie pas également selon les espaces nationaux, les formats médiatiques et les registres discursifs mis en jeu (plus politique, conflictuel et anti-institutionnel chez Dave Smith, plus économique, pédagogique et entrepreneurial chez Grand Angle) Ces hypothèses encadrent l'analyse du corpus et permettront de rendre compte du

fonctionnement des cadrages libertariens en matière de visibilité, de crédibilité et de reconnaissance au sein de l'espace concurrentiel dans lequel sont engagés les contenus mis en œuvre sur YouTube.

Cette recherche est une analyse, non normative. Il ne s'agit pas de se prononcer sur la validité politique, économique ou morale des positions développées par Dave Smith et Grand Angle, ni de trancher la question de savoir si leurs discours relèvent d'une vérité ou d'une erreur, mais d'un objectif plus modeste. Nous voulons comprendre comment certains cadrages idéologiques sont produits, organisés, incarnés et visibles sur YouTube. Cette posture implique de tenir ensemble deux exigences. D'une part, prendre au sérieux les contenus en tant que matériaux empiriques sans les réduire à des opinions individuelles. D'autre part, prendre de la distance et analyser les opérations de sélection, de saillance, d'omission et de mise en crédibilité grâce auxquelles ces discours sont présentés et deviennent recevables dans l'espace de la plate-forme.

III. Cadre theorique

1. YouTube en tant qu'espace de visibilité

L'analyse des chaînes YouTube nécessite d'abord de considérer cette plateforme comme un espace qui façonne la visibilité. YouTube ne se limite pas à être un simple hébergeur où des contenus sont déposés et consultés par des audiences déjà existantes. Au contraire, la plateforme façonne effectivement les conditions de diffusion des contenus grâce à divers mécanismes techniques, économiques et éditoriaux, tels que les algorithmes de recommandation, les pages d'accueil personnalisées, les indicateurs de performance, les abonnements et les notifications, ainsi que les formats de vidéos, qu'ils soient courts ou longs. Les recherches de Dominique Cardon (2015) montrent que les plateformes numériques ne se contentent pas de rendre visibles des contenus qui existent déjà. Elles procèdent à un classement, une hiérarchisation et une orientation de l'attention. La visibilité sur internet est le résultat de multiples médiations, tant techniques que sociales. Ce qui ressort à l'écran découle d'une architecture calculée, régie par des règles de classement, et se fonde sur des interactions mesurables entre les créateurs, les publics et les systèmes en place.

Les travaux de José van Dijck (2013) étendent notre réflexion et montre que les plateformes structurent des écosystèmes médiatiques où les pratiques sociales sont progressivement reconfigurées par des logiques de données, de monétisation et de connectivité. Sur YouTube cette approche invite à ne pas séparer le contenu politique de ses conditions de production et de circulation. Le discours des deux vidéastes que l'on a choisi pour ce mémoire s'inscrit dans un environnement où la visibilité dépend de la capacité à adopter des formats reconnaissables, à fidéliser une audience, à produire régulièrement et à inscrire ses contenus dans des circuits de recommandation. Un autre chercheur, Tarleton Gillespie, permet de penser le rôle politique des plateformes dans l'organisation de la parole publique. Ces dernières se présentent souvent comme des intermédiaires neutres, alors qu'elles interviennent en réalité dans la définition de ce qui est visible, acceptable, recommandable ou monétisable (Gillespie, 2018). Cette ambivalence est centrale pour étudier Youtube.

La plateforme donne accès à une parole politique alternative ou périphérique, tout en soumettant cette parole à des contraintes de format, d'attention, de modération et de performance.

YouTube sera ici donc analysé comme un espace de visibilité organisée. Nous n'allons pas réduire les vidéos à de simples expressions individuelles politisées. Ni de considérer que la plateforme détermine entièrement les discours. Nous allons observer comment les vidéastes composent avec les logiques propres à la plateforme pour rendre leurs prises de position visibles

De plus, pour définir en précision cette notion de visibilité, nous pouvons évoquer les travaux d'Andrea Brighenti (2010). Brighenti comprend la visibilité en tant que relation sociale située. Elle est un processus par lequel un contenu accède à une forme d'existence sociale. Une vidéo, un Youtubeur ou un discours se rend visible car il est en relation avec des publics, des dispositifs et des contextes qui rendent possible son apparition. Pour Brighenti, la visibilité implique toujours des niveaux de pertinence, d'attention et de classement sélectif. Elle constitue un champ d'action où se jouent à la fois des processus de reconnaissance ou des formes de contrôle. Elle peut renforcer l'existence publique d'un acteur, comme un Youtubeur, mais aussi le soumettre à des contraintes, à des évaluations et à des mécanismes de surveillance (Brighenti, 2010). L'approche de Brighenti permet donc de mieux saisir théoriquement le fonctionnement de la visibilité sur YouTube. Chez les vidéastes que nous allons investiguer, devenir visible ne se réduit pas au nombre de vue ou d'abonnés. Devenir visible suppose, chez eux, d'entrer dans un système de *d'intervisibilité* (Brighenti, 2010), qui se structure par les formats de la plateforme, les métriques d'audience et d'engagement, les algorithmes de recommandations ou tout type de normes implicites. La visibilité se comprend donc comme ressource stratégique pour les acteurs, car elle rend possible l'accès à des publics, et elle est à la fois une contrainte car elle impose à ceux qui se rendent visible d'adapter leur discours et leurs formats.

Au sein de son travail, Brighenti aborde comme Gillespie la dimension politique de la visibilité. Les régimes de visibilité vert l'espace et le temps sont pour lui gage du déplacement permanent d'une frontière entre le visible et le non-visible. En ce sens, Brighenti fait de la visibilité un enjeu de pouvoir : *deplacing the boundaries and,*

consequently, the balance between the visible and the invisible (Brighenti, 2010, p.175). Le visible devient le cadre de l'action sociale, politique. Il est traversée par des stratégies de visibilité concurrentes et nous invite à penser que les dispositifs de plateformes participent en cela à la mise en forme, ainsi qu'à la hiérarchisation de l'attention publique, en définissant ce qui est pertinent, recommandable, digne d'être vu et discuté.

La combinaison des travaux de Cardon, van Dijck, Gillespie et Brighenti nous permet de penser YouTube comme un régime de visibilité à la fois technique, économique, social et politique. Cardon éclaire la fonction des dispositifs de calcul dans le classement et la hiérarchisation de l'attention. van Dijck les articule à un écosystème de plateformes structuré par les datas, la connectivité et la monétisation. Gillespie, quant à lui, souligne la position ambivalente des plateformes, entre intermédiaires neutres et sélection de ce qui peut être rendu visible, acceptable ou recommandable. Brighenti rejoint l'argument du précédent en suggérant que la visibilité doit être conçue comme une relation sociale localisée, traversée par des rapports de reconnaissance, de contrôle et de pouvoir. Analyser des chaînes politiques sur YouTube consisterait dès lors à examiner non seulement le discours mais la manière dont ces discours deviennent visibles, circulent, se stabilisent et prennent une forme de présent public, dans un environnement sociotechnique qui organise et hiérarchise l'attention.

2. Les dispositifs de plateforme

Après avoir mis en avant la définition de la visibilité dans le cadre de YouTube, notre propos mobilise la notion de dispositif de plateforme. En effet, il s'agit de tous les éléments, formels, techniques ou éditoriaux qui viennent accompagner la mise en circulation d'une vidéo et qui viennent présider à sa réception avant même la mise au point du discours. Ces dispositifs sont, entre autres, le titre, la miniature, l'ouverture, le rythme de montage, le format vidéo, la durée de la vidéo, la description, les liens externes, les sponsorisations, les appels à l'abonnement, l'auto-promotion, la présence sur d'autres plateformes et la régularité de publication. Ces éléments ne sont pas seulement ornementaux. Comme le développe Gillespie à propos de ces dispositifs (Gillespie, 2010, 2018), ils préparent la manière dont le contenu sera

compris, et contribuent donc à définir la qualité du locuteur, l'intonation du discours, le public concerné, le degré de crédit accordé à la vidéo. Cela désigne des objets immédiatement visibles (titre, description, miniature), et aussi la manière dont le contenu est organisé et présenté (type de format, positions du contenu, montage...)

Le titre et la miniature, par exemple, condensent souvent une promesse interprétative. Ils cadrent déjà le problème traité. Une vidéo peut ainsi être présentée comme une révélation, une analyse rationnelle, une dénonciation, une mise au point ou une lecture alternative de l'actualité. L'accroche d'ouverture joue un rôle comparable en installant rapidement un enjeu, une opposition ou une tension narrative destinée à retenir l'audience. Le format vidéo participe également de cette mise en visibilité. Une vidéo longue, proche du podcast ou de l'entretien, peut construire une impression de profondeur, de spontanéité et de sérieux conversationnel. À l'inverse, une vidéo plus courte, montée de manière dynamique, peut privilégier l'efficacité pédagogique, la simplification et la mémorisation d'un argument. Dans les deux cas, le format ne se contente pas d'habiller le discours. Il contribue à produire une certaine relation au savoir politique. Les sponsors et les formes d'autopromotion jouent aussi un rôle important. Ils signalent l'inscription des vidéastes dans une économie de la création de contenu. Ils peuvent renforcer une posture d'indépendance par rapport aux médias traditionnels ou des institutions politiques, tout en révélant une dépendance à d'autres formes de financement par l'audience, la publicité, les produits dérivés, les formations, les partenariats et autres moyens de monétisations liés à ces plateformes. Cette économie de la visibilité n'est donc pas extérieure au discours politique. Elle participe à sa mise en crédibilité.

Les travaux de Burgess et Green (2009) permettent aussi d'approfondir cette notion de dispositif de plateforme dans l'histoire même de YouTube. Les auteurs rappellent que la plateforme s'est imposée en simplifiant l'accès à la publication vidéo. Son interface permettait aux usagers de publier, visionner et intégrer des vidéos en ligne sans compétence technique avancée, tout en fournissant des URL et du code HTML favorisant leur circulation vers d'autres espaces numériques. Le succès de Youtube repose sur un ensemble de fonctionnalités qui organisent l'activité autour des vidéos. Les deux auteurs en distinguent quatre. Les recommandations de contenus liés, liens de partage, commentaires, fonctions de réseau social et lecteur intégrable. Ces

dispositifs structurent la manière dont les vidéos sont rendues accessibles, reliées entre elles, commentées, partagées et intégrées à d'autres espaces. YouTube est un environnement de circulation et d'interaction, pas un simple répertoire de contenus audiovisuels. Pour Burgess et Green, YouTube et ses dispositifs constituent ensemble un *système culturel dynamique*, qui change au fil du temps, ainsi qu'un *lieu de participation à cette culture*, façonné par la nature de la plateforme, les créateurs et les différents publics.

3. Les cadrage du libertarianisme en ligne

Pour Robert M. Entman (1993), le cadrage est le processus par lequel un discours sélectionne certains aspects d'une réalité et les fait apparaître plus visibles ou plus remarquables à travers un agencement qui vise à établir une problématique, une causalité, une évaluation morale et une mode d'action. Cette définition montre que le cadrage se construit sur quatre fonctions : la définition d'un problème, une interprétation causale, une évaluation morale et enfin la suggestion d'une action ou d'une orientation. Le cadrage ne consiste donc pas seulement à informer, mais à organiser la perception d'un enjeu en orientant ce qui doit être vu, compris et jugé comme important. Alors, un cadrage ne correspond pas seulement à une prise de position explicite, mais il repose aussi sur des sélections en rendant des éléments plus visibles, plus saillants ou même problématiques. Dans notre mémoire, le libertarianisme est envisagé comme un ensemble de cadrages discursifs repérables, susceptibles de varier selon les contextes, les formats et les publics visés. Il désigne moins une appartenance idéologique revendiquée de manière uniforme qu'un répertoire d'arguments, de valeurs et d'oppositions. Ce répertoire peut inclure la critique de l'État, l'autonomie individuelle valorisée, la défense du marché, la méfiance à l'égard des institutions centralisées, la critique des médias officiels, la dénonciation de la bureaucratie, la glorification de l'individu d'exception ou le statut d'entrepreneur du changement, mais aussi une méfiance plus générale envers les formes de régulation publique. Ces thèmes ne sont pas des thèmes pris isolément dans ce mémoire, ce sont des opérations de cadrage.

Dans la mesure où le cadrage met en œuvre des opérations de sélection et de saillance, au sens d'Entman, un discours, par définition, ne présente jamais une réalité

exhaustive. Il choisit certains éléments. Pour l'auteur, cette opération de sélection peut passer par la répétition, la place accordée à certains arguments, l'usage de mots clés, d'images stéréotypées, de sources privilégiées ou d'associations avec des symboles culturellement familiers. Le cadrage se définit donc aussi par ses omissions. Ce qui n'est pas nommé, ce qui reste secondaire ou ce qui n'est pas problématisé participe également à la construction du discours (Entman, 1993). Cette précision est importante pour notre analyse, car elle permet d'étudier le libertarianisme non seulement à travers les thèmes explicitement revendiqués, mais aussi à travers les problèmes rendus saillants, les causes désignées, les responsabilités attribuées et les solutions implicitement valorisées dans les vidéos.

D'autre part, l'édition de William A. Gamson (1992) vient en appui de cette opération et nous incite à considérer le cadrage comme un ensemble interprétatif organisé autour d'au moins trois dimensions. *L'injustice, l'agency et l'identité*. En effet, la critique de l'État, de la fiscalité, de la bureaucratie ou des médias dominants peut alors être comprise comme une manière de rendre saillante une injustice. La mise en avant du marché, ou de l'autonomie individuelle comme mise en avant de la capacité d'agir et de ne pas être déterminé par ses conditions sociales. La valorisation de l'autonomie individuelle, du marché ou de l'entrepreneuriat comme une mise en avant de la capacité d'agir et de ne pas être déterminé par ses conditions sociales. Ou encore, la posture de dissident, d'avant garde comme une construction identitaire opposant des individus lucides à des institutions jugées contraignantes. Tous ces critères permettent ainsi de mobiliser les formes discursives au travers desquelles s'affiche un cadrage libertarien dans le corpus.

En ce sens, l'apport d'Entman peut aussi être prolongé par l'étude des travaux de Lasse Lindekilde (2014), consacrés à l'analyse du discours et aux cadres dans son étude des mouvements sociaux. Dans son chapitre consacré aux pratiques méthodologiques de l'analyse qualitative, Lindekilde rappelle que les acteurs mobilisés ne se contentent pas de défendre des idées déjà constituées. Ils sont impliqués à part entière dans la production du sens. Dans le sillage de Snow et Benford (1988) il les décrit comme des *signifying agents* (des acteurs qui sont capables d'interpréter des griefs, de définir des problèmes, de désigner des causes et des solutions). Ce point de vue renvoie directement à la définition du cadrage

proposée par Entman, où cadrer est un acte de sélection dans la réalité perçue qui n'est pas neutre, puisque sa fonction communicationnelle est de faire saillir dans le texte les aspects retenus pour faire comprendre la définition du problème que l'on veut donner, l'interprétation causale, l'évaluation morale, et/ou le traitement à apporter. Lindekilde permet ainsi de déplacer la notion de cadrage vers une analyse plus attentive aux pratiques de production discursive. Dans la perspective où Entman propose une définition du cadrage comme opération de sélection et de saillance, Lindekilde s'efforce de montrer que cette opération de sélection peut être prise en charge empiriquement dans des matériaux qualitatifs tels que les textes, communiqués, discours publics, sites web, vidéos, images, entretiens. Lindekilde insiste sur le fait que les cadres ne sont pas des regards sur et des points de vue forcément biaisés sur un problème mais des constructions interprétatives qui organisent la perception d'un problème, et orientent la compréhension du message. Cette approche qui permet, notamment, de rendre compte du cadrage dans les contenus YouTube par exemple, en observant comment un vidéaste hiérarchise certains éléments du réel, fait apparaître certains problèmes comme questions urgentes, attribue des responsabilités et propose, implicitement ou explicitement, des solutions à apporter, etc. Lindekilde reprend ainsi l'apport des travaux de Snow et Benford (1988) sur les trois fonctions majeures que remplit le cadrage. Le *diagnostic framing* renvoie à l'identification d'un problème et à l'attribution d'une responsabilité ; le *prognostic framing* au choix d'une solution ou d'un mode d'action ; enfin, le *motivational framing*, qui apporte l'adhésion à la problématique du diagnostic et au mode d'action proposé dans le *prognostic framing*, fournit la raison d'agir ou d'adhérer à une cause. Ces trois dimensions prolongent les fonctions identifiées par Entman qui consistent à faire des choix entre problèmes, à en déterminer les causes et ensuite à vérifier moralement les réponses à apporter. Entman permet de définir le cadrage comme opération de communication générale, Snow, Benford et Lindekilde permettent de mettre au jour les mécanismes à l'œuvre lors de l'opérationnalisation dans l'analyse des discours de mobilisation.

Voici la liste de critères d'identification des chaînes et de repérage des cadres. Elle nous servira donc aussi à comprendre à partir de quels signes peut-on considérer qu'un contenu mobilise un cadrage libertarien. Elle est construite concrètement sur la

base du Libertarian Party platform⁶, le plus gros groupe politique libertarien aux Etats-Unis.

Tableau 1

Dimension observée	Indicateurs actuels	Fonction de cadrage
Position sur l'État	Critique de l'État, dénonciation des fonctions redistributives, État minimal	Diagnostic : l'État est construit comme problème central ; prognostic : réduction de l'État, dérégulation
Conception de l'individu	Primauté de la liberté individuelle, liberté négative, rejet des droits sociaux	Évaluation morale : l'individu autonome est valorisé ; la dépendance à l'État est dévalorisée
Rapport au marché	Marché libre, concurrence, hostilité à la régulation, critique de l'État-providence	Prognostic framing : le marché est présenté comme solution naturelle ou optimale
Références idéologiques et lexicales	“Spoliation fiscale”, “marché libre”, “interventionnisme”, “libre arbitre”	Opérations de saillance : certains termes rendent visibles des problèmes et invisibilisent d'autres interprétations
Formes de mise en scène	Entrepreneur, dissident, outsider, avant-garde	Motivational framing : construction d'une posture crédible qui invite le public à se reconnaître dans une position critique ou contre-hégémonique

La trame d'analyse est ainsi fondée sur la contribution de Lindekilde, qui s'est inspiré des travaux de Snow et Benford qui distinguent trois tâches fondamentales du cadrage dans les mouvements sociaux. Le diagnostic framing indique le travail d'identification d'un problème et d'attribution de responsabilités. Le prognostic framing souligne la formulation d'une solution, d'une stratégie ou d'un objectif. Le

⁶ <https://lp.org/platform-page/>

motivational framing enfin recouvre le travail de production d'une raison d'agir ou de se rallier au mouvement. Cette manière de découper le cadrage permet de ne pas restreindre l'analyse à un simple relevé thématique des discours libertariens. Les différentes dimensions retenues dans la trame, position sur l'État, façon de concevoir l'individu, attitude face au marché, lexique idéologique et mise en forme, sont envisagées comme des opérations de cadrage dont on cherchera à établir de quelle manière les chaînes étudiées définissent certains problèmes publics, attribuent certaines causes, privilégient certaines solutions et installent une relation d'adhésion avec leur public.

Ce choix est cohérent avec l'approche d'Entman dans la mesure où celui-ci invite à identifier les cadres non seulement dans les prises de position explicites, mais aussi dans les éléments textuels qui organisent la saillance d'une interprétation. Le tableau permet de considérer comme relevant d'un cadrage libertarien les contenus qui, sans nécessairement se revendiquer comme tels, tendent à construire l'Etat comme problème, l'intervention publique comme la cause de ce problème, l'autonomie et liberté individuelle comme valeur centrale et la liberté de marché comme solution.

Établir ces codages permet d'étudier le libertarianisme comme une expression discursive. Nous allons observer comment certains éléments de la réalité perçue sont sélectionnés, formulés et vulgarisés sur YouTube afin de promouvoir une définition d'un problème, une explication causale, un jugement moral, et un remède approprié. Cette approche permet aussi de comparer des cas différents sans supposer qu'ils appartiennent exactement à un même univers doctrinal. Nous allons voir que, chez Dave Smith, le cadrage libertarien apparaît de manière explicite, à travers une critique directe de l'État, de la politique étrangère américaine, des médias mainstream et de l'interventionnisme à travers une posture de dissidence explicitée dans le corpus. Le format du podcast politique long lui permet d'articuler cette position à une posture de commentateur dissident, à la fois humoristique, polémique et idéologiquement revendiqué.

Et au contraire, dans le cas de Grand Angle, le cadrage est plus indirect. La chaîne ne se présente pas nécessairement comme libertarienne au sens doctrinal strict, mais certains motifs récurrents peuvent être analysés comme proches d'un imaginaire

libéral ou libertarien avec la critique de la dépense publique, la méfiance envers l'Etat providence, la valorisation de l'investissement

La comparaison entre ces deux chaînes permet ainsi de déplacer la question. Comment des cadrages libertariens ou proches du libertarianisme sont-ils rendus visibles, crédibles et acceptables dans des formats différents de production de contenu ? Cette formulation évite la circularité et permet d'analyser les variations concrètes du discours.

4. Présentation de soi et construction de la crédibilité sur YouTube

Nous sommes tous des acteurs qui tentons de contrôler et de gérer notre image publique, nous agissons en fonction de la perception que les autres pourraient avoir de nous - Erving Goffman

Dans l'espace de visibilité que représente Youtube, et à travers les différents dispositifs et cadrages que l'on vient de voir, les vidéastes étudiés apparaissent comme des locuteurs qui construisent une certaine image d'eux-mêmes devant leur public. En effet, les deux YouTubeurs que nous allons investigués se mettent tous les deux en scène dans leur vidéo, que cela soit par la présence à l'écran, dans l'audio ou même dans le contenu des sujets proposés. Dans le corpus, il a été remarqué à plusieurs reprises que les deux youtubeurs font souvent appel à leur propre identité en utilisant des éléments biographiques. Les contenus proposés et rendus visibles par les deux créateurs ne peuvent donc pas être analysés comme des objets indépendants de ceux qui les portent. Ils sont liés à l'image publique, au style d'énonciation et au positionnement que chaque vidéaste construit sur la plateforme. Alors dans ce mémoire, nous parlerons de *façade* (Goffman, 1973) pour nous permettre d'analyser les éléments par lesquels les vidéastes donnent une cohérence à leur position publique : décor, ton, posture corporelle, style vestimentaire, langage, références mobilisées, manière de s'adresser au public, manière de se présenter, de parler de soi et notamment de se distinguer des médias traditionnels ou des institutions. Ces éléments participent à la construction de la crédibilité située du locuteur, produite à la fois par le discours, la mise en scène de soi et la relation entretenue avec le public

Le terme *crédibilité*, au sens où nous l'utilisons dans ce mémoire, ne désigne pas la vérité objective du discours et la validité scientifiquement acceptable des arguments produits par les vidéastes, mais bien plus le processus qui rend possible la perception par les publics des locuteurs comme dignes de foi, compétents et légitimes. La tâche n'est donc pas de savoir si Dave Smith ou Grand Angle ont raison, mais plutôt d'identifier les signes de rendabilité comme discours recevables dans l'espace de YouTube. Comprendre la crédibilité c'est aussi comprendre comment elle se construit non pas seulement via le discours, mais aussi la mise en scène de soi, les supports visuels, les routines de publication et la relation aux audiences.

Cette perspective correspond à celle proposée par Fogg et Tseng (1999), pour qui la crédibilité est avant tout une qualité perçue. Un objet, une source ou encore un dispositif ne sont pas crédibles en soi ; ils deviennent crédibles aux yeux d'un récepteur particulier en une occasion donnée. Pour les deux chercheurs, deux éléments composent la crédibilité : la fiabilité, c'est-à-dire sa capacité à se montrer honnête, sincère, digne de confiance, d'un côté ; et d'autre part l'expertise, capacité à justifier ses raisons et le fait d'apparaître compétent, informé ou capable de produire un savoir pertinent (Fogg & Tseng 1999). Les travaux de McCroskey et Teven (1999) permettent de compléter cette définition. Dans leur réexamen de la *crédibilité de la source*, les auteurs indiquent qu'en plus des deux dimensions connues (compétence et confiance), il existe aussi une troisième dimension, la bienveillance qu'on peut associer à *goodwill*, qui est la perception que le locuteur se préoccupe de son public, prend en compte ses intérêts et ne parle pas seulement de lui-même. Selon les deux chercheurs, c'est une notion souvent marginalisée (McCroskey & Teven, 1999).

La notion de crédibilité peut être précisée à partir des travaux d'Alice Marwick (2013), chercheuse en communication. Elle a notamment travaillé sur la micro célébrité et le *self-branding*. Dans son ouvrage *Status Update*, elle montre que les médias sociaux transforment la présentation de soi en un travail stratégique de visibilité. La crédibilité ne renvoie donc pas seulement à la compétence réelle ou vérifiable d'un locuteur, mais à sa capacité à apparaître comme une figure identifiable, cohérente et digne d'attention dans un espace numérique concurrentiel. Dans le cas de la micro célébrité, Marwick évoque que celle-ci n'est pas juste un statut, mais aussi une pratique. Elle implique de créer une image de soi, de produire

du contenu en lien avec cette image et de s'adresser à ses abonnés comme à une audience ou une fanbase. Elle écrit notamment que la micro-célébrité est "*something someone does*", une manière active de se présenter et d'entretenir une relation avec un public.

L'approche de Marwick nous permet de définir la crédibilité comme une construction relationnelle et médiatique. Dans notre cas, un Youtubeur devient crédible quand il parvient à stabiliser une image publique et des formats reconnaissables. La stabilisation désigne le moment où une chaîne répète suffisamment certains éléments pour devenir reconnaissable sur YouTube. Il doit réaliser un travail à travers les dispositifs de plateformes pour rendre son discours cohérent avec cette image et aussi maintenir une relation suffisamment régulière avec son audience pour que sa parole soit prise au sérieux et qu'elle puisse créer de l'engagement auprès des internautes.

Marwick prolonge cette réflexion à l'aide de la notion de *self-branding* (2013), c'est à dire l'application des stratégies marketing à l'individu. Le créateur construit une identité qui soit reconnaissable, cohérente, différenciable, susceptible d'être suivie, jugée et partagée. La crédibilité d'une parole dépend aussi de la stabilité d'une image publique et de la capacité du vidéaste à transformer cette image en signe de fiabilité. L'intérêt de cette notion est de nous montrer que la crédibilité n'est pas seulement produite par le contenu argumentatif des vidéos. Il l'est aussi par la continuité d'une identité médiatique. Sur YouTube, un vidéaste devient crédible lorsqu'il parvient à rendre sa présence publique lisible et cohérente. Pour cela il doit être identifiable par un ton, un format, une manière de parler ou d'être. Cela permet d'entrevoir comment un vidéaste peut faire de sa propre personne un vecteur de crédibilité. La crédibilité des contenus repose sur le corps public qui les porte, sur la régularité de sa présence et sur leur cohérence entre discours, format et image.

Définir la crédibilité est donc essentiel pour comprendre nos deux vidéastes, sans supposer que leur crédibilité repose sur les mêmes registres. Nous le verrons plus tard dans nos résultats, sur YouTube, être crédible peut signifier plusieurs choses, notamment se présenter comme expert, pédagogue, authentique, dissident,

indépendant ou extérieur aux institutions. La crédibilité se construit donc à travers des signes visibles pour les viewers.

L'une des formes de présentation qui revient dans ce mémoire est la notion de dissidence, en particulier à travers l'exemple de Dave Smith. Cependant, nous aborderons la dissidence avec précaution, car elle ne se limite pas à une marginalité sociale clairement établie ni à une exclusion réelle de l'espace public. Dans le cadre de notre analyse, nous considérerons la dissidence comme une posture publique qui exprime une distance vis à vis d'un ordre dominant, que ce soit au niveau institutionnel, médiatique ou idéologique. Pour Václav Havel, la dissidence s'interprète avant tout comme un refus d'accepter un mensonge socialement accepté. Le dissident est celui qui choisit de "vivre dans la vérité", alors que le système impose un discours basé sur le mensonge (Havel, 1978 ; 1985). Cette dimension se retrouve aussi dans les propos de la *parrêsia* foucauldienne désignée par Michel Foucault comme une parole de vérité assumée, mais par conséquent potentiellement dangereuse pour celui qui la profère (Foucault, 2009). La dissidence postule donc une certaine forme de courage du discours qui l'anime, en parlant contre les évidences dominantes, en contestant les récits réputés légitimes et en revendiquant une position d'autonomie de la morale ou de l'intellect. La dissidence est donc analysée comme une forme particulière de présentation de soi. Cette posture discursive permet au locuteur de construire sa crédibilité en se positionnant à distance des autorités établies, en revendiquant une parole plus libre, plus franche ou moins contrainte. Dans le cas de Dave Smith, nous verrons que cette posture se manifeste particulièrement à travers ses critiques des médias traditionnels, de l'État, de la politique étrangère des États-Unis et des narrations institutionnelles.

Nous verrons, de manière différente, que Grand Angle construit une posture de pédagogue, expert des questions économiques à travers ses discours et ses formats. Ici, l'expertise ne désigne pas une compétence objectivement certifiée par des titres académiques. Elle est comprise dans ce mémoire comme une posture de crédibilité construite dans les vidéos. Cette posture se manifeste notamment par un ton explicatif, une structure de raisonnement souvent organisée autour d'un problème, d'une explication et d'une solution, ainsi que par l'usage de supports visuels comme les graphiques, les captures d'articles, les chiffres ou les exemples économiques.

Goffman (1959) peut être mobilisée pour interroger la mise en scène de soi dans les environnements numériques comme YouTube. Les créateurs de contenus peuvent être perçus comme des acteurs qui gèrent une image, adaptent des propos au public qui se trouve en face mais aussi usent des ressources expressives et des dispositifs sémantiques de la plateforme pour donner sens et susciter l'adhésion. La notion de "*façade*" développée par Goffman permet de positionner les vidéos dans le cadre de la présentation de soi dans un espace spécifiquement virtuel. On se sert ici de Goffman de manière complémentaire car il permet de décentrer l'analyse de l'idéologie, qui n'est pas vraiment le cœur du mémoire, vers les modalités de présentation dans un espace numérique. La notion est utilisée comme un outil permettant d'étudier la présentation publique des vidéastes dans leurs vidéos, et non comme une analyse complète de leur identité sociale. Ici, la présentation de soi doit être pensée en relation avec les dispositifs de plateforme car ces derniers ne sont pas séparés de l'image du locuteur.

Cet apport Goffmanien vient donc compléter ceux des autres auteurs comme Cardon. Sur YouTube, la visibilité d'un discours dépend de la figure de locuteur qui porte ce discours, mais aussi de la façon dont elle se présente et de la crédibilité que le locuteur parvient à construire avec son audience. La présentation de soi participe donc directement à la mise en visibilité du contenu. Une même idée n'aura pas la même circulation, portée par un vidéaste qui se présente comme expert, pédagogue, humoriste, entrepreneur, commentateur indépendant ou critique des institutions. Elle rend le locuteur identifiable, différenciable et potentiellement crédible dans un espace fortement concurrentiel. Analyser la présentation de soi aide à comprendre comment les cadrages politiques ou économiques étudiés dans ce mémoire s'incarnent dans des figures publiques comme les Youtubeurs.

IV. Methodologie

1. Grand Angle et Dave Smith : La sélection de deux vidéastes

Dans l'optique d'éviter de réduire l'approche libertarienne, de manière trop restrictive, à une simple auto-identification affirmative, nous nous référons également à Baradat et Phillips (2017), qui plaident pour une perception des idéologies politiques en tant que systèmes d'idées relativement ordonnés, articulant d'une part une lecture appréhendant le présent, d'autre part une projection en un futur souhaitable, et finalement une manière d'agir. Au regard de cette approche le cadrage libertarien trouve sa place non seulement dès lors qu'un vidéaste exprime explicitement sa position libertarienne, mais aussi lorsque c'est un ensemble cohérent de marqueurs idéologiques s'affichent dans le discours : prééminence des libertés individuelles, valeurs de la propriété privée, suspicion à l'égard de l'État, critique en direction de la fiscalité et mise en avant des mécanismes de marché.

Après une observation exploratoire, nous avons identifié deux cas à analyser pour notre mémoire. En amont, nous avons construit une série de critères d'identification de cadrage libertarien (annexe 4). Nous nous sommes servis de ces critères, construits à partir de la plateforme du Libertarien Party américain pour sélectionner nos deux youtubeurs. La plateforme est très explicite, elle affirme que le seul rôle légitime du gouvernement, lorsqu'il existe, est de protéger les droits individuels, et qu'il ne doit pas violer la vie, la liberté ou la propriété des individus. Elle rejette aussi l'idée d'un État autorisé à disposer de la vie des individus ou des fruits de leur travail. Le texte insiste sur la souveraineté des individus sur leur propre vie, mais aussi sur le droit de vivre comme il l'entend tant qu'il n'interfère pas par la force avec les droits légaux d'autrui, ainsi que sur le principe de *self-ownership* :

Individuals own their bodies and have rights over them that other individuals, groups, and governments may not violate. Individuals have the freedom and responsibility to decide what they knowingly and voluntarily consume, and what risks they accept to their own health, finances, safety, or life. - Libertarian Party Platform

Elle s'oppose aussi à la redistribution de la richesse et à la gestion publique du commerce. Elle défend l'idée que chacun doit conserver les fruits de son travail et appelle à la réduction, voire à l'abolition, de la fiscalité relative à l'impôt sur le revenu. Elle s'oppose à la censure gouvernementale, à la régulation des médias et technologies de communication, et associe la vie privée individuelle à la transparence de l'État. Les éléments de la plateforme permettent donc de créer un document définitionnel qui vont nous permettre de dégager des marqueurs récurrents à partir desquels un cadrage libertarien peut être empiriquement repéré dans le corpus.

A l'aide de ces critères d'identification et du visionnage de plusieurs vidéos youtube, deux vidéastes se sont révélés intéressants à investiguer. Richard Détente (alias Grand Angle) est un vidéaste et entrepreneur français, connu notamment pour l'animation de la chaîne Grand Angle sur laquelle il présente et vulgarise l'économie, la politique et la finance, toujours dans le contexte de l'actualité. Dans le podcast (Schweitzer, 2023) libéral/libertarien du média Contrepoint il se décrit comme un économiste accidentel, amateur de crypto-monnaie et de décentralisation. Sa chaîne YouTube principale comptabilise plus de 380 000 abonnés (voir annexe 7). Dave Smith, lui, est un humoriste reconverti en commentateur politique américain. Il est ouvertement libertarien et anime l'émission *Part of the problem* sur YouTube (Weissmueller, Gillespie & Thompson, 2022). Il est membre du *Mises Caucus* du Parti Libertarien (groupe de supporters), il est notamment connu pour son ton impolitiquement correct et ses apparitions médiatiques controversées comme celle chez Joe Rogan où il parle de ses idées libertariennes. Sa chaîne YouTube, comptabilise 318 000 abonnés (voir annexe 7).

Le choix d'analyser, à la fois une chaîne française comme Grand Angle et une chaîne américaine comme celle de Dave Smith repose sur une volonté comparative et analytique. Il permet notamment d'observer comment le discours libertarien, bien que reposant dans un même socle idéologique, se diffuse et s'adapte à deux contextes culturels, politiques et médiatiques différents. Cette démarche caractérise la dimension internationale de notre mémoire. Le but de la comparaison franco-américaine n'est nullement d'établir une stricte équivalence entre les deux espaces nationaux. Elle consiste plutôt à observer comment un même répertoire idéologique peut être retraduit dans des contextes médiatiques différents.

Nous avons sélectionné, de manière raisonnée, plusieurs vidéos issus de ces deux chaînes youtube. Le but n'était pas de constituer un échantillon statistiquement représentatif de l'ensemble de la production des deux chaînes, cela aurait été beaucoup trop long et peu pertinent à réaliser. Il fut décidé de retenir les vidéos jugées pertinentes pour répondre à notre problématique. Elles ont été choisies après une phase d'observation exploratoire du contenu publié par les deux créateurs. Cette première immersion a permis d'identifier des vidéos où apparaissaient nettement les dimensions centrales de notre enquête comme la critique de l'État, la valorisation de l'autonomie individuelle, le rapport au marché, les formes de mise en scène de soi etc.

Avec Grand Angle, les vidéos retenues permettent d'observer la manière dont un discours libéral radical ou libertarien est recadré dans un registre pédagogique, économique et pragmatique. C'est pour cela que les vidéos portant sur la dette américaine, le dollar, Javier Milei ou encore la défense morale du capitalisme ont été choisies parce qu'elles contiennent plusieurs éléments centraux de la chaîne tel que la critique des dépenses publiques, la valorisation de l'entrepreneur, défense du marché, l'usage de graphiques etc. Elles permettent donc de comprendre la façon dont Grand Angle rend visible un cadrage libertarien sans vraiment le revendiquer explicitement.

Pour la chaîne de Dave Smith, les vidéos qui ont été récoltées permettent d'observer une autre forme de visibilité sur la plateforme. Cette dernière est davantage basée sur la parole longue, la dissidence politique qu'il revendique, l'humour, l'actualité chaude et la critique des institutions. Les épisodes retenus tournent autour de Donald Trump, de Charlie Kirk ou de Robert F. Kennedy Jr. et donnent à voir les principaux traits de son positionnement qui se compose de la critique des médias mainstream, l'anti interventionnisme, la défense de la liberté d'expression, la dénonciation du *big government* ou encore la construction d'une relation de proximité avec le public.

Ainsi, le choix de ces vidéos répond aussi à notre volonté comparative qui structure une partie de ce mémoire. Les vidéos retenues ne sont pas seulement intéressantes pris séparément. Elles permettent aussi de comparer deux manières différentes de diffuser un même commun idéologique sur YouTube. Que cela soit un cadrage de pédagogisation économique ou un cadrage de dissidence politique incarnée. Cette

sélection de vidéo est évidemment située, et nous avons fait attention, dans les observations préliminaires, d'observer de manière étendue les deux chaînes Youtube.

Le corpus retenu doit donc être compris comme un corpus qualitatif et interprétatif, construit pour faire émerger des régularités, des différences et tout épiphénomènes reliables à notre cadre théorique. Ce corpus permet ainsi de croiser l'analyse des discours, des formats, des miniatures, des rythmes de publication, des dispositifs d'auto-promotion et des formes de présentation de soi. Ces éléments ont des natures multiples et doivent donc se comprendre comme des éléments de communication multimodaux, c'est-à-dire comme des productions où plusieurs ressources sémiotiques s'articulent pour rendre un discours visible et crédible sur la plateforme.

Le travail de recherche n'est donc pas directement lié à la manière dont les vidéos sont reçues par les publics. Cette recherche se place au niveau des createurs de contenus et des conditions de possibilité de la visibilité et de la crédibilité : ce que les vidéos donnent à voir, les formes qu'elles stabilisent, les figures qu'elles construisent, les cadrages qu'elles rendent. Cette circonspection permet de mieux cerner notre objet. Il ne s'agit pas ici d'étudier les effets du discours auprès des publics, mais des opérations mises en œuvre par un discours pour devenir publiquement identifiable et crédible dans un environnement comme YouTube.

2. Une analyse qualitative comparative de contenus et de dispositifs de plateforme

Notre mémoire repose sur une démarche qualitative et comparative visant à comprendre comment des cadrages libertariens, ou proches du libertarianisme, sont rendus visibles, crédibles à travers les différents dispositifs de la plateforme YouTube. L'objectif est donc d'analyser la manière dont deux chaînes YouTube, Dave Smith et Grand Angle, produisent, mettent en forme et légitiment des discours politiques ou économiques qui mobilisent certains motifs libertariens. Notre méthodologie provient directement du cadre théorique présenté plus haut. YouTube est envisagé comme un espace de visibilité organisée, l'analyse ne portera pas uniquement sur le contenu verbal des vidéos, mais aussi sur les dispositifs qui accompagnent leur mise en circulation (titres, miniatures, formats, accroche, descriptions, type de sponsorisations etc...).

Le discours sur YouTube comme discours multimodal

Pour analyser cet ensemble de dispositifs, nous devons supposer qu'ils vont bien plus loin que la simple dimension verbale de Dave Smith et Grand Angle. Les contenus étudiés de ces deux Youtubeurs ne sont pas juste constitués d'arguments ou de prises de position formulés oralement. Nous avons vu qu'ils articulent plusieurs modes de signification (la parole, l'image, le montage, le son, le décor, le cadrage visuel, les graphiques, les captures d'écran, les titres, les miniatures, le rythme de la vidéo...) . C'est en ce sens que les vidéos YouTube peuvent être comprises comme des discours multimodaux.

Les travaux de Gunther Kress et Theo van Leeuwen (2001) permettent de justifier cette approche. Dans *Multimodal Discourse*, ils expliquent notamment que l'analyse contemporaine de la communication ne peut plus séparer strictement les différents modes sémiotiques comme si chacun avait une fonction isolée. Ils défendent au contraire l'idée que le sens se construit par l'articulation de plusieurs ressources tel que le langage, l'image, le son, les gestes, la mise en page etc.... Ils écrivent ainsi qu'il faut partir de la manière dont les acteurs utilisent la variété des ressources qui leur sont disponibles pour créer du sens dans des contextes sociaux : "*the variety of semiotic resources to make signs in concrete social contexts*" (2001).

Les travaux de Kress et Van Leeuwen précisent donc ce que l'on entend par *discours* dans ce mémoire. Pour eux, les discours sont des connaissances ou des savoir socialement construits sur certains aspects de la réalité (p.14). Un discours organise une certaine manière de comprendre le monde, de nommer les problèmes, d'identifier les acteurs, de produire des évaluations et de rendre certaines interprétations légitimes. Cette définition rejoint notre intérêt pour repérer les formes discursives du libertarianisme et comprendre comment certains savoirs, valeurs et oppositions sont construits dans les vidéos. Les deux auteurs distinguent plusieurs niveaux dans la production du sens, notamment le discours, le design, la production et la distribution. Voilà comment ils distinguent ces niveaux dans leur ouvrage et comment nous pouvons faire le lien avec la plateforme YouTube et les deux créateurs que nous allons investiguer :

Tableau 2

Niveaux dans la communication	Définition selon Kress et van Leeuwen	Appliqué à Grand Angle et Dave Smith
Discours	Savoirs et interprétations mobilisés	Idées, représentation du monde transmis par la vidéo et mobilisé par le vidéaste(critique de l'État, du marché, des médias, de la bureaucratie...)
Design	Manière dont ces discours sont organisés	Structure problème → explication → solution, récit de crise, démonstration pédagogique, discussion de podcast, opposition entre <i>nous</i> et <i>eux</i>
Production	Réalisation matérielle de la communication	Face caméra, podcast filmé, décor, micro, studio, montage, ton de voix, rythme, humour, gestes, graphiques, captures d'écran, extraits médiatiques, musique, typographie, animation 2D, qualité visuelle et sonore.
Distribution	Conditions techniques de circulation du contenu	Publication sur YouTube, algorithmes de recommandation, abonnements, notifications, titres, miniatures, descriptions, tags, sponsors, commentaires, likes, partages etc...

Analyser une vidéo YouTube c'est en grande partie s'intéresser à un objet visuel. Alors, les apports de *Reading Images*, des travaux toujours issu des mêmes auteurs (Kress & Van Leeuwen, 2006) proposent des outils plus précis pour analyser certains dispositifs de notre corpus. Kress et van Leeuwen nous disent de prendre tous les visuels comme des formes de communication, et non comme de simples illustrations du texte verbal. Leur approche délimite notamment trois dimensions du sens visuel. *Le sens représentationnel, le sens interactionnel et le sens compositionnel*. Cette démarche nous sera utile pour construire notre grille d'analyse en nous montrant comment interpréter les miniatures, les captures d'écran, les graphiques, les cadrages en face caméra ou tout type de dispositifs visuels qui accompagnent la parole des vidéastes.

Tableau 3

Typologie des sens visuels	Définition selon Kress et van Leeuwen	Appliqué à Grand Angle et Dave Smith
Le sens représentationnel	ce qui est montré	Personnes visibles, animateur et invités, micros, décor de podcast, graphiques, drapeaux, images d'actualité, objets techniques, captures d'écran, illustrations animées
Le sens interactionnel	la relation construite avec le spectateur	Regard caméra ou adresse au public, posture face caméra, distance du cadrage, gros plan, plan rapproché, angle de vue, expression du visage, gestes, proximité créée
Le sens compositionnel	l'organisation des éléments dans l'image	Cadrage video, taille des titres, couleurs dominantes, contraste, hiérarchie entre texte et image, place du logo, cadrage du décor,

		organisation miniature/titre/image, mise en avant d'un invité, disposition des sponsors etc.
--	--	--

Avec ces outils, l'analyse portera sur ce que disent les vidéastes, mais aussi sur la manière dont leurs discours sont mis en forme, rendus visibles et distribués sur la plateforme YouTube. Il faut donc préciser le corpus sur lequel cette grille sera appliquée, ainsi que les critères ayant conduit au choix des deux chaînes étudiées.

Description du corpus

Le corpus principal est formé de vidéos (voir annexe 6) issues de deux chaînes qui ont été choisies parce qu'elles mobilisent, à des degrés divers, des cadrages a priori proches du libertarianisme c'est à dire centrés sur le libre marché et la critique de l'Etat. L'analyse commencera par l'examen de l'écosystème global de ses deux chaînes YouTube dont nous examinerons l'évolution longitudinale depuis leurs lancements tout en mettant en évidence des éléments notamment : les changements de direction artistique ou théorique, des événements spécifiques marquants. Pour ce faire, nous disposerons des données accessibles via l'API YouTube sur le site socialblade.com, qui nous fourniront des éléments d'information sur l'évolution de l'audience des deux chaînes (voir annexe 5). Les vidéos seront observées à partir des dimensions discursives, visuelles, et compositionnelles. Nous prêterons attention aux formats, aux registres rhétoriques, aux codes visuels, ainsi qu'aux stratégies d'énonciation de ses vidéos. Il s'agira de mettre en lumière les manières dont les créateurs construisent leur visibilité et leur identité par la vidéo, les moyens discursifs et les affordances de la plateforme. Puisque le libertarianisme est ici défini comme un ensemble de cadrages discursifs plutôt que comme une doctrine homogène, l'enquête cherchera à déterminer certains thèmes, oppositions et registres argumentatifs. C'est le pan comparatif de notre mémoire. Les deux chaînes retenues ne sont pas identiques, ainsi nous voulons comprendre comment des cadrages proches prennent des formes différentes selon les contextes, formats et stratégies adoptées pour se rendre visible sur la plateforme.

Cette démarche de recherche s'inspire partiellement du travail de Tristan Boursier sur la banalisation du suprémacisme blanc sur YouTube (Boursier 2025). Même si son corpus d'analyse est différent, puisque l'auteur s'intéresse au travail des influenceurs d'extrême droite français, sa méthode présente plusieurs points de convergence avec notre propre enquête. Boursier part d'une vidéo YouTube considérée comme un matériau discursif complexe, qui combine parole, images, références visuelles, humour, titres, extraits de médias d'informations, et codes de la culture numérique. De la sorte, ces matériaux audiovisuels et numériques ne peuvent être uniquement approchés par des méthodes ne relevant pas exclusivement de la théorie politique. Ce matériau impose en effet de mener une analyse des discours spécifiques à ce type de matériau audiovisuel et numérique. Notre mémoire reprend cette intuition méthodologique, tout en la déplaçant vers un autre objet : la visibilité du libertarianisme sur YouTube. Comme Boursier, nous ne produisons pas un échantillon statistiquement représentatif de l'ensemble des vidéos publiées mais visons à constituer un corpus qualitatif, multimodal, permettant de faire apparaître des régularités discursives, idéologiques et formelles. Son précédent est donc utile pour penser les vidéos YouTube comme des objets hybrides, à la fois politiques, médiatiques et multimodaux. L'enjeu principal réside cependant dans le fait que notre enquête ne porte pas sur l'extrême droite ou le suprémacisme blanc, mais sur la manière dont deux vidéastes, Grand Angle et Dave Smith, rendent visibles et crédibles des cadrages libertariens.

3. Grille d'analyse du corpus

La grille d'analyse proposée découle directement de notre cadre théorique et méthodologique. Elle prend pour principe transversal la multimodalité (Kress & van Leeuwen, 2001; 2006), l'idée que le contenu d'une chaîne YouTube combine parole, texte, images, sons, montage et dispositifs d'adresse. Les 4 axes d'analyse correspondent à un niveau distinct du discours multimodal selon Kress et Van Leeuwen, à savoir le discours (relatif au contenu interprétatif des deux youtubeurs), le design (organisation argumentative), la production (l'incarnation matériel de la communication) et la distribution (la visibilité de plateforme). Les catégories de la grille ne sont pas conçues comme des variables statistiques, mais comme des catégories de codage interprétatif permettant d'identifier des régularités discursives,

visuelles, argumentatives et sociotechniques dans le corpus. Les indicateurs de chaque axe renvoient aux travaux d'Entman pour les cadrages, de Goffman et Marwick pour la présentation de soi et la crédibilité, et de Cardon Van Dijck, Gillespie, et Brighenti pour les conditions de visibilité en contexte de plateforme. Les annexes fournissent les matériaux concrets à exploiter pour chaque axe, que cela soit les transcriptions vidéo, pages YouTube, données de chaîne, les captures d'écran etc. La grille finale (annexe 33) montre comment ces quatre niveaux sont opérationnalisés en questionnements, indicateurs et objets du corpus.

Comme nous l'avons vu avec Kress et van Leeuwen, l'analyse multimodale consiste à observer les vidéos selon plusieurs niveaux articulés. Ils définissent les discours comme des connaissances socialement construites et portant sur la réalité. Ils insistent sur le rôle conjoint du verbal, du visuel et de la mise en page pour produire du sens. Dans cette optique, le multimodal est le principe méthodologique général.

L'axe *Discours : cadrages libertariens* traite du contenu argumentatif et idéologique. Il est fondé sur Entman (1993) qui définit le cadrage comme une démarche de sélection et de mise en saillance de certains aspects d'une réalité pour promouvoir une définition particulière du problème, une interprétation causale, une évaluation morale. Nous examinerons donc quels problèmes (État, dette, médias, bureaucratie, etc...) sont mis en avant et qui est désigné comme responsable et quelles solutions (liberté de marché, entrepreneuriat, limitation de l'État, etc.) sont suggérées par Dave Smith et Grand Angle. Les indicateurs observables incluent, par exemple, la critique de l'Etat providence ou de la fiscalité, la dénonciation de "censure" et la valorisation de l'initiative individuelle. On s'appuiera sur les transcriptions de vidéos (Annexe 16), les titres et descriptions YouTube (Annexes 8, 10) et les passages vidéo sélectionnés. Par exemple, l'Annexe 16 (transcript) permet d'isoler les segments où le créateur délivre un jugement moral, tandis que les descriptions de chaînes (Annexes 8, 10) révèlent la promesse d'angle libertarien du contenu. Cette ligne de codage fait également appel à Baradat et Phillips (2017) dans le but de qualifier la structure idéologique de ces cadrages. L'enjeu est ainsi d'identifier si les prise de positions émises à l'égard de l'État, de la dette, de la fiscalité, des médias ou de la bureaucratie, relèvent d'une prise de position ponctuelle ou d'un agencement idéologique au sens

où celui-ci peut être défini par la valorisation de la liberté individuelle, du marché, de la propriété privée ainsi que la limitation de l'intervention étatique.

Le second axe de notre grille, *Design : organisation argumentative*, porte sur la structure narrative et formelle du discours. Il mobilise Kress & van Leeuwen et prolonge Entman pour les fonctions du cadrage pour comprendre comment le discours est-il organisé, cadré pour être persuasif et compréhensible ? On analysera le format médiatique (podcast, face caméra, animation 2D, type de décor) et la séquence du discours (par exemple, accroche introductive, problématisation, déroulement explicatif, conclusion), ainsi que les éléments d'accroche destinés au public (titres, miniatures, descriptions). Entman évoque la structure typique du cadrage tel quel : problème, causalité, solution. Elle nous servira de guide et on notera si la vidéo suit un schéma "*problème – explication – solution*" ou un autre récit (par exemple un récit de crise ou un débat). Les indicateurs incluent la présence d'une accroche initiale, d'exemples concrets, des illustrations (extraits d'articles de presse ou graphiques, de chiffres, de schémas), ainsi que de transitions explicites (appels à l'abonnement, coupures publicitaires, auto-promotion). On portera aussi attention aux tonalités revendiquées (pédagogie claire, humour, polémique). Les matériaux mobilisés sont les début et fin de chaque vidéo, les séquences de transition et de sponsorship, les miniatures et descriptions.

Le troisième axe est *Production : incarnation audiovisuelle, présentation de soi et crédibilité*. Il examine la prestation du créateur. Nous nous servirons de la notion de façade chez Goffman et sur le concept de micro-célébrité ou de *self-branding* de Marwick (2013). Goffman distingue le *décor* et la *façade personnelle* permettant au locuteur de jouer son rôle. Le décor (le studio, le mobilier...) et les éléments mobiles (vêtements, mimiques, ton de voix...). Nous identifierons aussi comment l'animateur construit son image par sa posture face caméra, son style vestimentaire, son ton (formel ou familier), son utilisation de l'humour si tel est le cas. Marwick complète ce cadre en rappelant que le self-branding est un ensemble de pratiques et une manière de penser le soi comme une *marchandise*. Le vidéaste fonctionne en micro-célébrité, veillant à présenter une authenticité calculée. Les indicateurs observables incluent l'affichage d'expertise ou d'expérience (ancien comédien entrepreneur...), la mention d'indépendance éditoriale, ou tout élément

autobiographique servant à bâtir la confiance. On utilisera, dans le corpus, les vidéos complètes et les captures d'écran, ainsi que les pages de présentation de chaîne (Annexes 8, 11...) pour les mentions explicites de l'animateur. Aussi, l'Annexe 12 (liste des invités) donne le contexte social (réseaux professionnels) influençant sa crédibilité.

Enfin, le quatrième axe, *Distribution : visibilité sur la plateforme*, concerne les conditions de circulation du contenu des deux chaînes Youtube. Les travaux de Cardon (2008), de Gillespie (2010) et de Brighenti (2010) insistent sur le fait que les plateformes structurent qui est visible et de quelle manière. On analysera donc comment YouTube façonne la visibilité des vidéos. Nous le ferons à travers les traces publiques tel que données de la chaîne via SocialBlade (date de création, nombre d'abonnés et de vues), le rythme de publication, et les métadonnées (titres, miniatures, tags, descriptions). Les indicateurs comprennent l'ancienneté de la chaîne, le nombre d'abonnés et de vues (mesurés via SocialBlade qui reprend l'API YouTube), les fréquences de publication (Annexe 6), ainsi que les caractéristiques des miniatures (images et textes cliquables) et la qualité du SEO (titres accrocheurs, descriptions complètes). On s'intéressera aussi aux réseaux de plateformes (chaînes affiliées, partenariats). Les matériaux du corpus pour cet axe incluent la page principale YouTube de chaque chaîne, les données SocialBlade/API (Annexe 11), l'historique de publication (Annexe 6), et les miniatures/descriptions (Annexes 8, 10) fournissant des informations concrètes sur le positionnement au sein de YouTube. Par exemple, l'Annexe 11 liste les chaînes annexes et permet d'évaluer la « constellation » de visibilité tandis que l'Annexe 6 offre la liste chronologique permettant de calculer le rythme de mise en ligne.

Voici la grille simplifiée, le détail de la grille complète se trouve en annexe 33 :

Niveau d'analyse	Question	Indicateurs	Types de matériaux mobilisés dans le corpus
1. Discours	Quels cadrages libertariens sont mobilisés ?	Critique de l'État, du marché régulé, de la fiscalité, de la bureaucratie, des médias dominants ;	Critères d'identification du libertarianisme ; transcriptions ; titres ;

		valorisation du marché, de l'autonomie individuelle, de l'entrepreneuriat et de la liberté.	descriptions. Annexes 4, 13 à 18, 23 à 28.
2. Design	Comment le discours est-il organisé et stabilisé ?	Structure de la vidéo ; accroche ; organisation problème → explication → solution ; récit de crise ; discours de dissidence ; démonstration pédagogique ; discussion de podcast ; titres et miniatures.	Vidéos complètes ; descriptions YouTube ; miniatures ; débuts et fins de vidéos ; observations de terrain. Annexes 8 à 10, 13, 23 à 25.
3. Production	Comment le discours est-il mis en scène et incarné ?	Face caméra ; podcast filmé ; animation ; décor ; montage ; ton ; humour ; gestes ; graphiques ; captures d'écran ; posture d'expert, de pédagogue ou de dissident revendiquée.	Vidéos complètes ; captures d'écran ; supports visuels ; passages de présentation de soi. Annexes 10, 20 à 22, 24, 29 à 32.
4. Distribution	Comment les contenus se sont-ils rendus visibles sur YouTube ?	Abonnés ; vues ; rythme de publication ; évolution des formats ; chaînes annexes ; sponsors ; likes ; descriptions ; appels à l'abonnement.	SocialBlade ; pages des chaînes ; historique des vidéos ; chaînes annexes. Annexes 5 à 7, 11, 12, 19, 30 à 32.

V. Résultats

1. La constitution de deux visibilité

Cette première partie correspond principalement à l'axe "*distribution*" de notre grille d'analyse. Elle vise à comprendre comment Grand Angle et Dave Smith rendent leurs contenus visibles sur YouTube à partir de traces publiques : ancienneté des chaînes, rythme de publication, données SocialBlade, descriptions de chaîne, premières et dernières vidéos, chaînes annexes, sponsors et formes d'auto-promotion. La visibilité désigne plus largement la manière dont une chaîne acquiert une présence reconnaissable dans l'environnement de YouTube. Les résultats montrent deux formes distinctes de visibilité. Grand Angle s'appuie sur une visibilité cumulative, régulière et pédagogique, tandis que Dave Smith s'appuie davantage sur une visibilité incarnée, événementielle et liée à l'actualité politique américaine.

Ce premier chapitre établit que les chaînes de Grand Angle et de Dave Smith ne relèvent pas simplement de deux modes différents, mais de deux formes de construction de visibilité numérique distinctes au sein de YouTube. À partir de notre grille et du corpus de vidéos, des transcriptions et des datas SocialBlade (voir annexe 5 et 33), il apparaît que Grand Angle s'est construit, dès le début, comme une chaîne de vulgarisation économique (voir Annexe 21), marquée par une cadence de publication élevée, une identité politique moins incarnée et une montée en gamme progressive vers des formats plus longs, plus spécialisés et plus entremêlés aux projets d'investissement personnels de Richard Détente (voir annexes 8 à 14 et 19 à 22). Sa chaîne commence avec son émission "*Base Eco*", qui vise à revenir sur certains fondements de l'économie.

Extrait Annexe 21 (Premières vidéos de Grand Angle)



Au fil du temps, les formats des vidéos ont évolué pour évoquer davantage l'économie et ses implications en matière de politique ou de géopolitique. Il n'évoque plus seulement les grands principes économiques, il les contextualise avec l'actualité, des affaires médiatiques en cours personnages publics (annexe 9). Contrairement à ses premières vidéos Grand Angle évoque se met en avant personnellement et évoque davantage sa situation dans son contenu (Annexe 22).

Extrait Annexe 9 (Videos recentes de Grand Angle)



Extrait Annexe 22



À l'inverse, au début de sa chaîne Dave Smith se présente comme un acteur déjà présent dans d'autres médias (carrière d'humoriste, stand-up, radio, Fox, réseau GaS Digital etc...). Ces premières vidéos sont des extraits de ses spectacles comique et des courtes capsules (vidéos de 3 à 5 minutes en face caméra) ou il décrypte un phénomène de manière critique. Sa chaîne devient plus tard l'endroit où il poste son podcast politique, explicitement libertarien dans sa description, fondé sur la parole longue, l'actualité chaude et une économie de sponsors récurrents (voir annexes 23 à 26 et 31 à 32). D'après SocialBlade, à partir du moment où Dave Smith poste son podcast sur sa chaîne YouTube, son nombre d'abonnés augmente de manière significative. Aujourd'hui sa chaîne poste uniquement son podcast et des courtes vidéos bonus qui sont des "moments forts" de ce dernier.

Extrait annexe 31



Ce premier contraste permet de préciser ce que nous entendons par construction de visibilité. Nous voulons observer comment elles stabilisent progressivement une manière d'apparaître sur YouTube. Grand Angle devient visible par la répétition d'un registre pédagogique. Il explique l'économie, revient sur des notions générales, puis les relie progressivement à des enjeux politiques ou géopolitiques contemporains. Dave Smith devient visible par un déplacement différent. Une chaîne initialement liée à la comédie et à des capsules courtes devient progressivement le support principal d'un podcast politique explicitement libertarien. Dans les deux cas, la visibilité repose sur la stabilisation d'une promesse adressée au public. Comprendre l'économie chez Grand Angle. Suivre une parole politique libertarienne, humoristique et réactive chez Dave Smith.

Les données de l'API

Les données SocialBlade fournies par l'API de Youtube permettent de situer les deux chaînes dans des temporalités distinctes. Les deux chaînes sont proches en volume cumulé de vues, mais très éloignées sur deux dimensions décisives comme l'ancienneté et l'intensité de publication. Rapporté à l'ancienneté de la chaîne, Grand Angle publie en moyenne un peu plus de 113 vidéos par an, contre environ 43 pour Dave Smith. Dave Smith affiche en moyenne davantage de vues par vidéo que Grand Angle. Ces chiffres objectivent déjà deux formes de visibilité. Grand Angle correspond à une logique de publication soutenue, sérielle, très cohérente avec sa description de chaîne : *“une vidéo de vulgarisation toutes les semaines pour comprendre l'économie”* (voir annexe 8). Le corpus indique que la chaîne travaille l'accumulation et la répétition des thématiques en lien avec l'économie et la disponibilité régulière. Dave Smith s'inscrit dans une logique de production moins soutenue mais plus concentrée, avec un positionnement plus immédiatement incarné. La description de chaîne met en avant *“Dave Smith and Robbie The Fire Bernstein”*,

la promesse d'épisodes politiques réguliers, l'ancrage dans le libertarianisme et l'arrière-plan du stand-up, de la radio et de la télévision (voir annexe 23). Grand Angle s'est construit, de manière récurrente, via ces vidéos de vulgarisation alors que Dave Smith a, au début, capitalisé sur sa carrière d'humoriste (annexe 31) pour ensuite proposer son podcast de réaction à l'actualité.

Ces données quantitatives ne sont pas mobilisées ici pour mesurer la réussite globale des chaînes, mais pour montrer empiriquement deux régimes de présence. La cadence élevée de Grand Angle suggère une stratégie de disponibilité régulière. La chaîne alimente une bibliothèque de contenus sur l'économie. Alors que les pics plus visibles de Dave Smith signalent une visibilité davantage indexée sur les controverses, les invités, les conflits politiques et les moments d'actualité chaude. On peut dire alors que Grand Angle construit une visibilité fondée sur l'accumulation de contenus explicatifs, tandis que Dave Smith construit davantage une visibilité de flux, fondée sur sa personne, la réaction et l'événement discursif.

Toujours d'après les métriques SocialBlade, sur les quatorze jours visibles au 16 avril 2026, la page SocialBlade de Dave Smith montre des journées à plus de 100 000 vues et plusieurs gains de 1 000 abonnés par jour. Celle de Grand Angle fait apparaître une progression plus régulière, avec des pics bien plus modestes mais une cadence de diffusion très stable. Cela suggère que la visibilité de Dave Smith est davantage arrimée à des événements discursifs évoqués dans son podcast (guerres, débats, controverses, invités etc...) tandis que celle de Grand Angle est davantage soutenue par une bibliothèque d'explications récurrentes sur la dette, le dollar, l'inflation, les marchés, en lien avec l'actualité et les crises (voir annexe 10).

La stabilisations des formats de videos

Chez Grand Angle, les annexes de terrain montrent d'abord une chaîne qui se définit comme une chaîne de vulgarisation économique, en lien avec la politique (vidéos de vulgarisation animée, longueur entre 20 et 35 minutes, thèmes centrés sur l'inflation, retraite, dette, immobilier, épargne, investissement, crises économiques, avec un ton posé, didactique et un usage fort de l'animation 2D, des graphiques et des banques d'images) (voir annexe 10). Il ne se présente pas comme un militant partisan, mais comme un pédagogue de l'économie. La description publique de la chaîne

promet d'ailleurs *une vision globale de l'économie avec un peu d'humour* (voir annexe 8). Cependant, on remarque dans le corpus que certaines vidéos montrent que cette vulgarisation économique peut devenir plus explicitement politique. La vidéo consacrée à la “méthode Milei” relie par exemple le cas argentin à la situation française, critique les subventions et valorise le rôle des entrepreneurs et des mécanismes de faillite. Le transcript lie la situation argentine à la situation française, critique les subventions et insiste sur le rôle des entrepreneurs et des mécanismes de faillite. Grand Angle ne se contente plus de commenter l'économie mondiale. La chaîne traduit aussi frontalement certains cas étrangers en leçon de politique publique.

D'une autre manière, la vidéo consacrée aux “*méchants capitalistes*” (annexe 17) déplace l'analyse vers une défense morale du capitalisme, en associant profit, enrichissement collectif et efficacité économique. Ces éléments montrent que la chaîne articule des prises de positions normatives derrière la vulgarisation économique proposée. Dans cette vidéo, il quitte volontairement le registre strictement macroéconomique pour répondre à une critique morale du capitalisme. Le transcript articule explicitement profit, capitalisme comme entité de bien commun et d'enrichissement des plus pauvres : “*globalement, je retiens que le capitalisme... c'est le profit qui nous sauve à l'échelle des sociétés*” ; “*les entreprises à succès ont enrichi la planète*” (voir annexe 17). Contrairement à ses débuts, la chaîne s'autorise désormais à défendre le capitalisme non seulement comme mécanisme économique, mais comme horizon moral. La pédagogie se double alors de prises de positions et de prescriptions, capables d'entrer dans des controverses normatives plus larges. Le recours aux graphiques, aux explications progressives et au ton didactique transforme des positions économiques situées en démonstrations apparemment rationnelles.

Enfin, la présence d'invités récurrents comme Charles Gaves, Didier Darcet ou Vincent Strauss et l'existence de formats de *table entre experts* (annexe 18), qui n'existaient pas autant dans les premières années de la chaîne, suggèrent une diversification des formats de la chaîne vers un écosystème multiples fait d'alliances avec d'autres personnages médiatiques, Charles Gaves possédant sa propre chaîne Youtube (Annexe 12). Au début, Grand Angle apparaissait la plupart du temps seul, devant un fond vert, valorisant des grands principes économiques comme nous

l'avons vu dans la partie précédente. Ce *design* donne au discours de Grand Angle une apparence de rationalité progressive. Le spectateur est conduit d'un constat économique vers une interprétation plus générale. Permettant à des prises de position, parfois normatives sur les subventions, l'État, la dette ou le capitalisme, de se présenter sous la forme d'une démonstration explicative plutôt que comme un discours partisan.

Chez Dave Smith, la description publique de la chaîne le situe d'emblée comme *stand-up comedian, radio personality, and political commentator*, tandis que *Part of the Problem* est présenté comme un podcast politique régulier, "*one of the leading voices in libertarianism*" (voir annexe 23). Sa chaîne convertit un sa carrière dans la comédie pour se rendre visible sur la plateforme. *Part of the Problem*, son podcast, ne repose pas seulement sur les arguments politiques de Dave Smith pour parler d'un sujet ou de l'actualité. Il repose aussi sur une personnalité médiatique identifiable de par son passé de comédien, un style conversationnel visible dans le corpus, un duo récurrent avec son ami Robbie Bernstein et une relation de proximité entretenue avec le public, envers lequel il s'adresse à plusieurs reprises dans ces émissions. La vidéo *Thoughts on Charlie Kirk* (annexe 27) cristallise bien cette relation entretenue avec le public. Le dispositif de la vidéo est sobre, le ton plus grave, plus affectif de par le sujet. Dave Smith y insiste sur le rapport intime construit avec l'audience à travers *hours and hours and hours* d'écoute, au point que les spectateurs ont le sentiment de *le connaître*.

La comparaison fait donc apparaître deux modes de stabilisation. Grand Angle stabilise un format de vulgarisation économique fondé sur des vidéos explicatives de sujets d'actualité, le montage, les supports visuels et la démonstration. Dave Smith stabilise un format de podcast politique fondé sur la parole incarnée, la conversation, l'humour et la relation continue avec le public. Dans les deux cas, le format participe à la visibilité du discours, à sa crédibilité et à son inscription durable dans l'environnement de YouTube.

Monétisation, auto-promotion des chaînes

La monétisation doit être analysée comme un élément de distribution, mais aussi comme un dispositif de crédibilité. Le corpus permet ainsi d'observer, à plusieurs

reprises, des formes de monétisation très différentes en fonction de nos deux chaînes Youtube. Bien qu'annexe dans ce memoire, il est important de les évoquer car elles ne sont pas nécessairement extérieures aux formats et aux discours. L'analyse se limite aux signes visibles dans les vidéos et les espaces publics associés : sponsors, auto-promotion, projets dérivés, sites personnels, podcasts associés, chaînes annexes et invités récurrents.

Chez Grand Angle, la structure récurrente de la vidéo comprend une auto promo pour ses projets d'investissement, invitant la communauté à investir avec lui (voir annexe 10). L'annexe 15 fait apparaître le projet Data Factory (un projet d'investissement de Richard Detente) comme point d'énonciation et comme prolongement concret du discours économique. Dès lors, la chaîne explique l'économie, mais elle suggère aussi où regarder, quelles structures suivre, quels secteurs valoriser, et à quels projets se joindre. L'auto-promotion n'est donc pas extérieure au discours. Elle s'insère dans une relation entre explication économique, orientation pratique et crédibilité entrepreneuriale. L'existence de chaînes annexes (voir annexe 11), d'invités récurrents (annexe 12) et de descriptions YouTube structurées (annexe 13) va dans le même sens. Chez Grand Angle, l'auto-promotion est donc fortement intégrée au contenu économique de ses vidéos. Elle apparaît comme un prolongement pratique de l'analyse de Grand Angle. Lorsque Grand Angle évoque ses projets d'investissement ou Data Factory, il se présente à la fois comme vulgarisateur, entrepreneur et acteur engagé dans les transformations économiques qu'il commente.

Pour Dave Smith, les formes de monétisation sont moins liées aux contenus. Elles sont plus directement visibles car elle est davantage évoquée et surtout plus "brut" (placement de produit, publicité en plein milieu de l'émission...). La vidéo de l'annexe 26 fait apparaître, avant même l'entrée dans le sujet de fond du podcast, la promotion du stand-up, du site web de Dave Smith, du podcast personnel de Robbie *Run Your Mouth*, puis plusieurs sponsors insérés au fil de l'épisode : Hexclad, ShipStation, BodyBrain, CovePure (voir annexe 26) qui n'ont souvent rien avoir avec le sujet. L'annexe 28 ajoute d'autres placements, par exemple Sheath Underwear et ZBiotics (voir annexe 28).

Ces différents constats préparent directement le chapitre suivant. Si deux trajectoire se constituent ici, il faut maintenant comprendre comment elles se mettent en scène et comment elles deviennent crédibles, c'est-à-dire revenir plus précisément sur les manière dont les deux youtubeurs se présentent.

2. Deux formes de crédibilité : parole incarnée et autorité pédagogique

Cette partie s'intéresse à la manière dont Dave Smith et Grand Angle tentent de construire leur crédibilité sur YouTube. La question n'est pas de savoir si leurs arguments sont vrais ou faux, ni de mesurer la manière dont leur public les perçoit effectivement, mais d'observer les procédés par lesquels leurs chaînes mettent en scène une parole crédible. La crédibilité est donc envisagée ici comme un travail de présentation. Elle se construit au travers du ton, du format, des supports visuels, des références personnelles, des invités, des sponsors, de la régularité des publications, des modes d'adresses au public. La comparaison permet alors de créer une distinction entre deux régimes de crédibilité. Dave Smith construit une parole incarnée, où la sincérité affichée, la proximité de conversation et la posture dissidente sont les caractères principaux. Grand Angle construit une autorité pédagogique, qui se nourrit de l'explication économique, de la simplification, de graphiques et de l'addition de la compétence d'entrepreneur. Cette partie montre ainsi que deux chaînes peuvent vouloir rendre leur discours crédible selon des modalités très différenciées.

Présentation de soi en contexte de plateforme

Dans la continuité du premier chapitre consacré aux trajectoires, ce chapitre s'intéresse plus particulièrement à la manière dont les deux créateurs se rendent socialement crédibles sur Youtube. Après avoir décrit une progression d'audience, une stabilisation de formats, nous allons observer comment Dave Smith et Grand Angle se présentent, s'exposent dans l'espace public digital. Nous rejoignons ici le cadre théorique du mémoire avec l'apport de Goffman (1973, 1975). Le mémoire rappelle également que les plateformes contemporaines organisent une "publication de soi" devenue ordinaire et dont on appelle communément les acteurs *Influenceurs*. Dans le cadre de notre mémoire, cette publication de soi est prise dans des logiques de reconnaissance, de traçabilité et de hiérarchisation algorithmique (Boullier, 2016 ; Cardon, 2015). Le contraste entre les deux cas est ici visible. D'un côté, Dave Smith

se présente comme un commentateur politique explicitement libertarien, anti-guerre, critique des médias dominants et des institutions, inscrit dans un univers discursif conflictuel, humoristique et fortement personnifié (voir annexe 24). De l'autre, Grand Angle se présente comme une chaîne de vulgarisation économique hebdomadaire, visant à “comprendre l'économie”, avec un ton posé et didactique, une identité politique “peu incarnée” et un positionnement dit “pragmatique”, centré sur l'agentivité individuelle et la critique de l'État providence (voir annexes 8 et 10). Ce qui différencie les deux cas n'est donc pas seulement l'intensité du marquage politique, mais la manière dont ils se rendent visible sur la plateforme. Chez Dave Smith, sa présentation se construit sur l'authenticité dissidente. Chez Grand Angle, sur l'autorité pédagogique.

La présentation de soi comme indicateur de crédibilité

Dans *La mise en scène de la vie quotidienne*, Goffman définit la façade comme l'ensemble des éléments expressifs et symboliques mobilisés par un acteur pour définir la situation et produire une impression crédible de lui même auprès du reste du monde (Goffman, 1973). Dans le cadre de Youtube, cette idée implique de ne pas se limiter au discours verbal. La façade de nos youtubeurs est composée du décor, du ton, du rythme, du cadrage, du montage, de la manière d'entrer en scène, des références culturelles et biographiques, des routines d'adresse au public. La notion de “publication de soi” proposée par Boullier est également très utile. Elle permet de penser les créateurs de plateformes comme des acteurs engagés dans une exposition répétée d'eux mêmes. Une exposition organisée par des dispositifs techniques et des attentes sociales de renouvellement permanent (Boullier, 2016).

Sur YouTube, publier n'est pas seulement mettre en ligne un contenu, c'est aussi entretenir une présence, s'inscrire dans des routines perceptibles, reconduire des marqueurs identitaires et alimenter une relation continue avec un public. La chaîne de Dave Smith annonce dès la description une publication politique “*three times a week*”, en associant explicitement la *libertarian philosophy*, humour et épisodes bonus (voir annexe 23). Celle de Grand Angle se présente comme une chaîne proposant “*une vidéo de vulgarisation toutes les semaines*” pour donner “*une vision globale de l'économie avec un peu d'humour*” (voir annexe 8). Dans les deux cas, la

présence régulière est constitutive de la crédibilité. La façade ne se joue pas seulement dans le contenu des idées, mais dans la répétition de signes reconnaissables.

Dave Smith et la crédibilité dissidente

La présentation de la chaîne de Dave Smith insiste essentiellement sur la personne médiatique qu'il représente avec son duo Robbie Bernstein. La description générale de la chaîne souligne la présence de Dave Smith et Robbie Bernstein, mais aussi la combinaison entre philosophie libertarienne et humour, ainsi que sur l'ancrage biographique de Smith dans le stand-up, la radio et le commentaire politique (voir annexe 23). Nos observations permettent de saisir cette personnalisation avec les podcast filmé, le format talk-show, les épisodes longs, le duo comique avec Robbie Bernstein, ainsi que la centralité de thématiques comme la critique des médias mainstream, l'actualité politique américaine, la politique étrangère, le libertarianisme et les débats culturels contemporains (voir annexe 24). Il en ressort une première configuration qui dit que Dave Smith n'apparaît pas comme un *“expert”* ou un intellectuel médiatique, mais comme une personnalité qui fait par de sa présence, de son humour et de son franc parlé devant une audience. Cette façade dissidente s'ouvre d'abord par le registre de la familiarité et de la sympathie. Dans la vidéo 1 du corpus (annexe 26), l'entrée en scène est immédiatement conversationnelle : *“What’s up everybody? Welcome to a brand new episode of Part of the Problem. I am Dave Smith. He is Robbie ...”* (voir annexe 26). Ce n'est pas du tout une prise de parole uniforme et l'ouverture installe une ambiance de connivence. Le spectateur n'est pas placé devant une conférence formelle avec une longue introduction. A l'image de ce qu'est le podcast, le spectateur est invité dans une relation déjà en cours, un rendez-vous. Très vite, la conversation bascule vers la vie du studio, l'humour, les projets de stand-up, le podcast personnel de Robbie *Run Your Mouth*, puis vers l'actualité politique chaude.

La présentation de Dave Smith se compose d'une continuité entre son passé de comédien et sa capacité à commenter la politique. D'après le corpus, le rôle de Robbie Bernstein dans cette configuration est important. Sa présence répétée permet d'éviter les blancs, d'introduire des relances, de la blague, du rythme, et donc de

construire une interaction qui ressemble une conversation captée entre deux amis. Cette structure renforce l'impression d'authenticité, de spontanéité. L'humour de Dave Smith, les digressions et les allers-retours entre actualité et plaisanteries donne une impression d'absence de filtre (voir annexe 24). Chez Dave Smith l'authenticité n'est pas seulement un style d'énonciation, c'est une revendication explicite dans ces vidéos et ces descriptions. Dans la vidéo 1, Dave Smith affirme *"I'm being completely honest here cuz that is my contract with the listeners/viewers"* (voir annexe 26). Dans la vidéo 2, au moment de revenir sur la mort de Charlie Kirk, il insiste encore sur le fait que les auditeurs ont l'impression de le connaître parce qu'ils l'ont écouté pendant des longtemps et que cette proximité n'est pas fausse (voir annexe 27). Smith ne se contente pas d'avoir l'air sincère. Il thématise sa sincérité comme principe de sa relation au public.

Cette sincérité performée se combine à une conflictualité assumée. Dans la vidéo 1, Smith explique que *"it is unbelievable the way war propaganda works"*, en revenant sur les déplacements de discours, les récits guerriers et la manière dont les mensonges se succèdent sans jamais réellement être sanctionnés (voir annexe 26). Il se présente comme celui qui voit clair dans le flou de l'espace public. La critique des war hawk⁷s, des médias, des *"grown-ups in the room"* ou du big government ne relève pas seulement d'une ligne idéologique. Elle sert à produire une figure de dissidence. C'est précisément en contestant les institutions de légitimation existantes que Smith se rend visible sur la plateforme. Cependant, c'est en tant qu'attitude presentation de soi que cette dissidence doit être considérée et non, quoiqu'il en fût, comme un état d'exclusion objectivée. Il se rend crédible lorsqu'il oppose sa voix à celle d'un média mainstream, d'un homme politique, d'un expert en politique internationale, d'un *"war hawk"*. Dans la même logique que ce que décrivait Havel (1978/1985) à propos de la dissidence, Smith apparaît comme celui qui révèle les contradictions, les mensonges ou les déplacements de discours que les institutions chercheraient à masquer. La dissidence est alors un dispositif de mise en crédibilité personnelle puisqu'elle transforme la défiance envers les institutions en preuve de lucidité personnelle.

⁷ Se dit d'une personne en faveur des conflits armés et de l'interventionisme militaire plutôt que la diplomatie pour négociateur

“I talk about on this show constantly the dishonesty of the corporate press and the propaganda and the misinformation they accuse us of spreading misinformation but the real misinformation that comes out [...]” - Dave Smith (Annexe 28)

“I’ve spent 20 years opposing this war, you know, like I’ve been in this game for 20 years. And this was the talk in 2006. Like when I [...] first became a libertarian [...] we were talking about war in Iran and talking about it since 9/11 at least. And so then last summer, you finally got these people who are arguing for this thing I’ve been arguing against the whole time.” - Dave Smith (Annexe 23)

La vidéo 2 est beaucoup plus affective et plus personnelle. Smith y parle d’un meurtre politique, de sa propre émotion, de son obligation à venir parler malgré son trouble. Il déclare qu’il n’avait pas envie de faire l’épisode, qu’il est *“very upset”*, qu’il a même du mal à trouver la bonne distance (voir annexe 27). Il montre que l’authenticité ne passe pas seulement par la dénonciation ou par l’humour, mais aussi par l’exposition de la vulnérabilité. En parlant de ses affects, Smith se présente comme un commentateur *“vrai”*, non bureaucratisé, opposé aux médiations *trop policées* du commentaire politique classique.

Grand Angle et l’expertise pédagogique

Le cas de Grand Angle est très différent. La chaîne se présente d’abord comme une chaîne de vulgarisation. *“une vidéo de vulgarisation toutes les semaines pour comprendre l’économie”*, avec pour objectif de donner *“une vision globale de l’économie avec un peu d’humour”* (voir annexe 8). L’observation de terrain précise cette orientation (voir annexe 10). Tout indique donc une posture moins personnalisée, moins frontalement politique, et plus proche de l’expertise pédagogique.

Des points importants ont été soulignés dans les observations : *“identité politique peu incarnée”*, *“pragmatique”*, *“comprendre pour mieux décider”*, *“agentivité de l’individu”*, *“l’économie d’abord, le social et culturel ensuite”* (voir annexe 10). Cette description montre que la chaîne ne nie pas tout positionnement, mais qu’elle les

reformule sous des catégories de compétence, de compréhension et de décision. C'est là une différence essentielle avec Dave Smith. Chez Grand Angle, la crédibilité ne passe pas d'abord par l'authenticité, mais par une pédagogie mise en scène dans ces vidéos, par diverses explications économiques et un décryptage de l'actualité. Dans la vidéo 1 (annexe 14), l'ouverture est immédiatement problématisante "*Les États-Unis ont un problème qui pèse 38000 milliards de dollars : leur dette*", Dans la vidéo l'ouverture présente par exemple les États-Unis comme confrontés à un problème de plusieurs dizaines de milliers de milliards de dollars. Le problème économique est ainsi immédiatement formulé comme un enjeu massif, puis progressivement rendu intelligible par l'explication de Grand Angle.

Une vidéo de Grand Angle pose d'abord une thématique sous la forme d'une proposition, puis développe un argumentaire à partir de graphiques, d'éléments de presse et d'arguments historiques ou théoriques. Ensuite elle fait un lien avec le présent et la politique actuelle, puis parfois une auto-promotion, comme nous l'avons vu, des projets d'investissement de Grand Angle (voir annexe 10). Grand Angle formule des prises de position économiques sous une forme pédagogique. Dans la vidéo consacrée à Javier Milei et à l'Argentine, la critique des subventions et la valorisation de l'entrepreneur sont intégrées à un raisonnement sur l'efficacité économique. Dans la vidéo consacrée aux "*méchants capitalistes*" (annexe 17), la défense du capitalisme est formulée à travers une argumentation morale et économique sur le profit, l'enrichissement collectif et l'État de droit. L'idéologie n'est pas effacée, elle est rendue présentable par le style de l'expertise, des graphiques, les screens d'articles et d'éléments historiques.

Grand Angle n'est pas "*apolitique*". Les observations l'ont montré : *critique de l'État providence et du socialisme, valorisation de l'agentivité individuelle, économie d'abord, social ensuite*" (voir annexe 10). Les transcripts rendent cela tout autant visible. Mais la chaîne construit un régime d'énonciation dans lequel ces positions prennent la forme du *bon sens* économique, de la démonstration ou de la solution purement pragmatique. Grand Angle déplace ponctuellement sa posture. Tantôt du pédagogue solo vers le coordinateur d'expertise quand il invite des économistes ou des entrepreneurs sur sa chaîne, avec Charles Gaves notamment. Là encore, la logique est très différente de Dave Smith. L'invité est une ressource de consolidation

de l'autorité cognitive. La chaîne s'entoure de noms, de formats susceptibles de stabiliser une position de savoir.

Enfin, la présence de projets comme Data Factory dans certaines vidéos, notamment celle de l'annexe 15 et l'annexe 16, permet à Grand Angle d'expliquer l'économie tout en orientant vers ses propres projets d'investissement, Grand Angle associe l'expertise à l'utilité *pratique* comme si sa vulgarisation justifiait ces propres stratégies d'investissement. Richard ne se présente pas seulement comme quelqu'un qui vulgarise des données et informations complexes, mais aussi comme quelqu'un qui agit, investit et propose des prolongements concrets à ces vulgarisations théoriques. Cela nous rappelle l'un des critères de l'annexe 4 qui est *la mise en avant de soi comme individu autonome ou entrepreneur*. Pour Grand Angle, cette crédibilité prend la forme de la compétence appliquée grâce à la théorie. C'est sous le prisme de cette promesse de valeur éducative que doit être appréhendée l'association de miniatures, c'est ce que permet d'illustrer l'Annexe 9. Les titres de miniatures ne se contentent pas de présenter un projet de sujet économique, ils s'énoncent comme une promesse dévoilante ou explicative : « De Youtubeur Fauché à 100'000'000€ » associe dans la première une promesse pédagogique au récit de trajectoire d'un individu de la trajectoire de réussite et de l'enrichissement et « Ce que j'ai découvert en Chine et dont PERSONNE ne parle ! » découvre une logique du dévoilement : la chaîne serait capable de rendre visible ce qui restait ignoré ou peu traité ailleurs dans les médias. Ces éléments contribuent aussi à la construction d'une crédibilité pédagogique. Grand Angle n'apporte pas seulement une opinion, il propose un accès à un savoir plus large et mieux informé du monde économique.

Extrait annexe 9



Deux formes de crédibilité comparées

La comparaison permet maintenant de dégager un résultat plus général. Dave Smith et Grand Angle partagent plusieurs dimensions comme la critique du rôle de l'Etat, la valorisation de l'individu, la confiance dans le marché, la défiance envers l'interventionnisme, ou encore la mise en avant de figures autonomes ou dissidentes (voir annexe 4). Pourtant, ils ne rendent pas ce socle crédible de la même manière.

Dave Smith construit sa crédibilité dans un registre de sincérité dissidente. Le créateur apparaît comme quelqu'un qui parle sans filtre, qui se tient à distance des institutions, qui dit ce qu'il pense, qui ironise, qui s'élève, mais qui reste fidèle à un *contrat* (annexe 26) de franchise avec son public (McCroskey & Teven, 1999). C'est une présentation fondée sur la personne, sur le style, sur la consistance morale de l'adresse, non pas sur la rigueur des propos ou des argumentaires.

Chez Grand Angle, sa mise en crédibilité sur la plateforme repose davantage sur la mise en avant d'une figure de pédagogue et d'expert. Il se présente comme un pédagogue qui rend visible ce que les autres ne voient pas. La simplification, les graphiques, le ton calme, la structure problème-explication-solution, les références croisées, les invités et les prolongements entrepreneuriaux visibles dans le corpus composent cette présentation.

La plateforme comme condition de maintien des façades

Les façades présentées ici ne se résument pas à un style individuel. Elles relèvent d'une répétition dans la publication, et ainsi de dispositifs propres à YouTube . Le *self-branding* ou la présentation de soi repose sur une répétition observable (Marwick, 2013). Dave Smith annonce sur sa chaîne une actualité politique traitée trois fois par semaine avec lui même et Robbie Bernstein ; à cela s'ajoutent la promesse d'une philosophie libertarienne teintée d'humour, une rubrique bonus... Cela installe d'emblée la chaîne dans une relation régulière à son public. Grand Angle, quant à lui, se définit comme une chaîne aux productions hebdomadaires de vulgarisation économique, en vue de *comprendre l'économie*, avec l'objectif de faire entendre l'économie dans son ensemble et un peu d'humour... Dans les deux cas, la crédibilité dépend donc d'un engagement temporel. Il faut assurer un retour, produire

régulièrement du nouveau et continuer à faire reconnaître. Ce raisonnement est présent dans les formats eux-mêmes (Marwick, 2013). Chez Dave Smith, le maintien de la façade dissidente passe par le maintien d'un podcast filmé, d'épisodes longs, du duo avec Robbie Bernstein, des réactions à l'actualité brûlante, des séquences humoristiques, des sponsors et de l'autopromotion. La structure constatée dans les annexes présente une forme relativement fixe : jingle, entrée conversationnelle, commentaire politique, publicité intégrée, punchline et relance. Dit autrement, l'authenticité ne tient pas seulement à ce que se dit Dave Smith à propos de lui-même. Elle est produite par un agencement récurrent qui donne l'impression au public de reprendre les mêmes codes, le même espace de parole et la même relation de proximité. Même à l'intérieur du sponsoring, il ne rompt pas complètement cette façade en étant intégré à la fluidité du podcast pris en charge dans la voix du créateur. Au sein de Grand Angle, le maintien de la prégnance de la façade pédagogique repose sur d'autres éléments empiriquement repérables : vidéo vulgarisatrice de 20 à 35 minutes, animation 2D, graphiques, citations d'articles de presse, ton modéré, banque d'images, simplification des mécanismes économiques, structuration argumentative régulière. Les vidéos partent souvent d'un problème massif (dette, politique en Argentine, crise française, inflation) puis l'expliquent par une succession de statistiques, d'exemples historiques ou de raisonnements économiques. La chaîne ne se contente pas de produire du contenu en forme de discours pédagogique ; elle produit un format de pédagogie. Cette répétition qui stabilise la figure de Grand Angle comme expert accessible, le spectateur retrouve une même façon d'ordonner les crises, de les rendre intelligibles et de les prolonger vers des conseils pratiques ou projets d'investissements.

La comparaison montre ainsi que les deux manières dont les vidéastes se présentent sont des *façades* de plateforme au sens empirique du terme, elles existent parce qu'elles sont répétées dans des formats, des rythmes et des dispositifs visibles. Dave Smith doit rester reconnaissable comme commentateur libertarien franc, humoristique, réfractaire à la guerre et critique des médias dominants ; Grand Angle doit rester reconnaissable comme pédagogue économique et entrepreneur capable de transformer une crise en diagnostic intelligible. La crédibilité n'est donc une fois pour toutes acquise. Elle est reconduite vidéo après vidéo, par la régularité des

publications, la stabilité des formats, la cohérence des thèmes et la continuité des styles d'énonciation.

Cette observation permet aussi de situer le rôle de YouTube sans en faire une cause abstraite ; il ne s'agit pas d'affirmer que la plateforme détermine mécaniquement le discours des créateurs mais de constater que les deux chaînes organisent leur crédibilité dans l'économie de visibilité de YouTube : titres, miniatures, formats récurrents, rendez-vous réguliers, segments sponsorisés, liens vers des projets annexes, extraits ou contenus faibles. Les façades constituent des formes pratiques de stabilisation dans un environnement où il faut être identifiable, mémorisable et régulièrement présent. Sous cet angle, Dave Smith et Grand Angle ne diffusent pas seulement des idées proches du libertarianisme ; ils offrent deux façons différentes de rendre ces idées reconnaissables et crédibles dans un espace de visibilité numérique.

3. Les seuils d'entrée du discours libertarien : titres, miniatures et formats

Dans cette section, nous allons analyser comment les cadrages libertariens relayés par Dave Smith et Grand Angle se diffusent non seulement par le biais d'arguments explicites mais par une couplage entre discours, design, production et diffusion. En s'appuyant sur les quatre niveaux de la grille d'analyse, nous allons montrer comment les vidéos, d'abord, construisent des problèmes publics, ensuite organisent ces problèmes dans des formats compréhensibles, les incarnent matériellement par des styles audiovisuels distincts puis les rendent visibles dans l'écosystème YouTube. Il ne s'agit donc pas de traiter les titres, miniatures, formats, sponsors, descriptions et dispositifs d'auto-promotion comme des éléments périphériques, mais comme des matériaux empiriques qui permettent d'observer la mise en visibilité d'un cadrage idéologique.

Les plateformes comme objet structurant

Ce troisième chapitre déplace l'analyse des deux individus vers les formes de circulation qui les rendent visibles, crédibles et durables sur YouTube. Nous avons montré que Dave Smith et Grand Angle construisent deux figures publiques distinctes. L'une davantage fondée sur l'authenticité dissidente, l'autre sur l'expertise pédagogique. Il faut maintenant s'intéresser aux dispositifs discursifs et techniques

qui permettent à ces figures d'exister et de s'imposer. Autrement dit, la question n'est plus seulement qui parle ? Mais aussi : dans quelles formes, avec quels signes d'appel, selon quelles conventions de publication ? Sous quel *Design*. Comme le soulignent Cardon et Brighenti, la visibilité numérique ne s'improvise pas. Elle est le fruit d'une hiérarchisation, d'une orientation et d'un travail minutieux effectué par les architectures de plateforme, tout comme par les stratégies mises en œuvre pour se faire remarquer (Cardon, 2010, 2015 ; Brighenti, 2010). De son côté, van Dijck montre que les plateformes ne sont pas de simples supports techniques. Elles organisent les interactions à travers des logiques de données, de circulation, de connexion et de monétisation qui affectent directement les formes de publication (van Dijck, 2013 ; van Dijck, Poell, & de Waal, 2018). Gillespie parle lui de la dimension politique de ces infrastructures. La plateforme sélectionne, hiérarchise et contribue à définir ce qui devient visible cet espace public numérique (Gillespie, 2010, 2018). Le format d'une vidéo, le choix d'un titre, l'organisation d'une miniature, l'insertion d'un sponsor sont des éléments pour se rendre visible sur la plateforme.

Formats de vidéos et dispositifs natifs de plateforme

Du côté de Dave Smith, le corpus et nos observations le décrivent comme un podcast filmé, au format talk show, souvent avec Robbie Bernstein, à la fois proposé en duplex sur Youtube, avec des épisodes longs, des highlights et surtout une articulation forte entre humour, actualité politique américaine, politique étrangère, critique des médias mainstream et libertarianisme revendiqué (voir annexe 24) La description officielle de la chaîne insiste elle aussi sur l'association entre politique, philosophie libertarienne et humour, ainsi que sur l'inscription de Dave Smith dans un univers plus large de podcasts et de stand-up (voir annexe 23). La forme centrale n'est donc pas la vidéo montée, mais la conversation filmée longue, adossée à une présence vocale et relationnelle. La forme centrale n'est donc pas la vidéo montée, mais la conversation filmée longue, adossée à un rapport vocal et relationnel. L'ouverture, très vite, est suivie d'une conversation sur la scène, le podcast partenaire, les spectacles programmés et, les interactions entre Dave Smith et Robbie Bernstein avant que l'épisode parte vers l'actualité politique (voir annexe 26).

La politique arrive donc au sein d'une coprésence médiatisée. Aussi, la longueur de ce type de format, permis par YouTube est structurante (entre 40 et 120 minutes). Elle permet les digressions des deux présentateurs, les anecdotes, les blagues sans que cela freine entièrement l'impression d'un flux conversationnel. Les images en annexe 29 nous montrent un plateau de podcast très identifiable, avec des micros visibles, des décors stables, des cadrages fixes et présence frontale du ou des intervenants. Un bandeau promotionnel s'insère au centre de l'écran pendant que Dave Smith reste en situation de parole, ce qui montre bien que la publicité n'intervient pas comme élément extérieur au dispositif, mais comme une composante intégrée du format de Dave Smith (voir annexe 29). D'une autre manière, la vidéo 2, "*Thoughts on Charlie Kirk*", montre une autre déclinaison de ce même format. Le ton y est plus grave et plus personnel. Mais la structure reste celle d'une prise de parole longue, face caméra.

Les formats de Grand Angle reposent sur une logique très différente. Comme nous l'avons déjà évoqué, la chaîne se présente comme de la vulgarisation économique. Nos observations du corpus décrivent plus précisément des vidéos animées, entre 20 et 35 minutes, portant sur l'inflation, la dette, l'épargne, l'investissement, les crises économiques ou parfois la géopolitique économique, avec un recours marqué aux graphiques, aux screenshots d'articles de presse, à la simplification forte et aux banques d'images (voir annexe 10). À la différence de Dave Smith, la scène n'est pas structurée par la conversation étirée, mais par le montage et la démonstration d'une thèse, d'une idée. Ses vidéos ne sont donc pas des conversations ouvertes, mais davantage une réduction progressive de la complexité en une ligne interprétative claire, qui corrobore, dans la totalité des vidéos analysées avec le libertarianisme. L'observation du corpus mentionne explicitement des vidéos thématiques avec animation 2D, présentation de graphiques, articles de presse et simplification forte (annexe 20). Les captures d'écran en annexe 20 nous montrent en effet des cartes, des schémas, des écrans de journaux, des tableaux, mais aussi des moments hybrides de *facecam* ou de discussion avec des invités dits "*experts*".

On est donc face à un format qui donne à voir des preuves visuelles de sérieux, de rationalité et de rigueur. Dans ses formats Grand Angle met en avant la démonstration et l'exposition de preuves et d'arguments. La vidéo 2 du corpus, "*Le Roi Dollar est*

MORT, vive les USA !”, va encore plus loin dans cette logique. Elle s’ouvre sur la formule très forte, écrite en majuscule (voir annexe 15). L’utilisation de ce titre est immédiatement réinscrite dans un discours économique et politique plus large sur le déficit, la dédollarisation, les droits de douane, l’empire américain ou la Chine. L’effet d’annonce initial que permet le format natif d’une vidéo YouTube sert d’accroche et est ensuite absorbé dans une démonstration. La vidéo 3, centrée sur Javier Milei et la France permet d’observer cette dynamique de format. Le format est plus court mais il repose sur la même séquence, celle de poser un diagnostic, de simplifier, et d’en tirer une leçon. Le transcript insiste sur le fait *qu’“au bout du compte, ce sont les entrepreneurs qui prennent de bonnes décisions”* (voir annexe 16). Ici encore, le format monté transforme une prise de position normative en conclusion apparemment rationnelle. Le format argumentatif des émissions du Grand Angle obéit ainsi à un schéma relativement uniforme : un problème de macroéconomie est tout d’abord mis en évidence dans les dispositifs, puis sourcé et argumenté grâce à des chiffres, des exemples historiques et des supports visuels, pour être ensuite reconverti en solution ou résolution pratique ou politique. L’annexe 10 donne d’ailleurs un bon échantillon de cette forme : la vidéo pose d’abord une thématique avec une proposition, puis développe un argumentaire à partir de graphiques, d’articles de presse ou d’arguments historiques, pour enfin relier le problème à la politique actuelle et se terminer parfois par une auto-promotion sur des projets d’investissement de Richard Dété. La vidéo sur Milei répond aussi de ce format : la France est d’abord menacée par la dette, le FMI et la destruction du tissu économique, l’Argentine, présentée comme contre-exemple, devient un modèle, avant de conclure sur un remède explicite, prescriptif : déréguler, réduire le poids de l’administration, alléger le poids des impôts. Le format pédagogique transforme donc un cadrage idéologique en raisonnement apparemment technique : la critique de l’État devient une leçon d’économie.

Ces deux formats répondent à des logiques différentes de visibilité. Le podcast filmé long de Dave Smith mélange actualité, humour, invités, publicité et auto-promotion. La vidéo avec montage de Grand Angle favorise la compréhension, la circulation de sujets complexes sous forme narrative, la partageabilité et l’effet d’expertise. Dans la description de sa chaîne, Grand Angle nous dit que tout le monde peut comprendre l’économie et doit la comprendre pour s’en servir à son avantage.

Titres, miniatures et économie de l'attention

Le deuxième résultat de ce chapitre est que la visibilité ne commence pas avec le développement argumentatif de la vidéo, mais bien avant de cliquer. Les titres et miniatures constituent un niveau discursif fondamental pour se rendre visible sur la plateforme. Les miniatures peuvent être lues comme des objets multimodaux au sens de Kress et van Leeuwen (2001). Elles combinent ce qui est représenté, la relation construite avec le spectateur et l'organisation compositionnelle de l'image. Ces dispositifs ne disent pas tout, mais ils annoncent le regard du spectateur, orientent son attente et le mettent dans une situation d'urgence. Ici, les analyses de Cardon (2010, 2015), de van Dijck (2013) et de Gillespie (2018) sont très heuristiques. La concurrence pour l'attention impose des formes de signalement immédiat, capables de rendre d'emblée une offre vidéo repérable parmi d'autres.

Les miniatures et captures de Dave Smith montrent une première initiative visuelle. L'annexe 25 donne à voir des thumbnails très directement centrés sur des figures politiques ou médiatiques, associées à des titres brefs, très lisibles. Ils sont souvent rédigés en grandes lettres rouge et blanc, avec le logo de *Part of the Problem*. Les captures d'écran, visibles en annexe 29, montrent par exemple les miniatures de "Thoughts on Charlie Kirk", "Trump is Incredible" ou encore "RFK JR." (voir annexes 25 et 29). Cette économie visuelle repose sur l'identification immédiate du sujet, une inscription dans l'actualité (souvent des sujets chauds). Le titre "Thoughts on Charlie Kirk" suggère plusieurs choses. Il ne promet pas une explication exhaustive ni un exposé neutre comme pourrait le faire Grand Angle. Il promet un point de vue personnel sur une personne reconnue et un sujet chaud. De la même manière, "Trump is Incredible" n'annonce pas une synthèse sur la présidence Trump. Il met en avant une exclamation qui appelle déjà un partage d'affect ou de jugement. À travers ce type de titrage, la chaîne Dave Smith ne pré qualifie pas d'abord le monde comme problème abstrait pour le résoudre ensuite par une série d'argumentations. Elle le pré qualifie comme situation à commenter. Visuellement, cette dynamique d'attention se traduit par l'importance des visages, des expressions et du texte dans la miniature. Les screenshots montrent un design graphique avec des arrière-plans contrastés, une figure centrale bien identifiable, un texte court, et la répétition du branding bleu blanc rouge de la chaîne (voir annexe 25).

Grand Angle repose sur un régime visuel différent, beaucoup plus explicitement orienté vers la dramatisation analytique. Les miniatures en annexe 9, puis les captures d'écran de l'annexe 20 et par les aperçus des premières et dernières vidéos en annexes 21 et 22, montrent une forte homogénéisation graphique (logo de la chaîne, gros caractères, visages très expressifs, couleurs saturées, références à des chiffres massifs ou à des catégories globales comme la *dette* ou la *crise*, et formulations qui promettent à la fois simplification et révélation) (voir annexes 9, 20, 21 et 22). La miniature de la vidéo sur le dollar en donne une bonne illustration. Elle associe le visage de Donald Trump à une pièce de monnaie, sur fond de couleurs vives, avec la formule visuelle "R.I.P DOLLAR" en lettres massives et avec une pierre tombale (voir annexe 20). Avant même d'entrer dans l'argumentaire économique, le spectateur est placé dans un régime de catastrophe simplifiée. Toujours dans cette dynamique de simplification au préalable.

Il en va de même pour la vidéo sur Bretton Woods, dont la miniature exhibe un drapeau américain, Donald Trump et surtout le chiffre gigantesque de la dette "DETTE 38 000 MILLIARDS" (voir annexe 22). La complexité macro économique est condensée en un motif visuel simple et anxiogène typique de l'économie de la visibilité décrite par Cardon (2015) dans le chapitre 4 de son ouvrage sur les algorithmes. Les titres renforcent ce travail de cadrage en amont. La formule "*et personne n'en parle*" est typique d'une promesse de révélation cachée. Elle dit qu'un savoir important est disponible, mais occulté ou négligé, et qu'il faut donc cliquer pour être plus éduqué que la moyenne. Le titre "Comment sauver l'économie en 6 mois ?" ajoute une promesse de solution rapide à un problème national. Quant à "Pourquoi Les 'Méchants' Capitalistes n'iront pas en Enfer", il combine polémique morale, ironie et simplification dramatique en répondant à un prêtre d'église très connu sur Youtube. Dans tous ces cas, le titre ne se contente pas d'annoncer le contenu. Il cadre d'avance la relation du spectateur à ce contenu. Il promet une révélation, une clarification ou une résolution.

Cette différence entre les deux chaînes est importante pour comprendre les nuances entre nos deux libertariens. Dave Smith mobilise une économie de l'attention principalement fondée sur la personnalisation et le commentaire. Il utilise des figures politiques ou médiatiques bien identifiables, des réactions brèves et tranchées, un

style presque conversationnel dès le titre. Grand Angle mobilise une économie de l'attention fondée sur la dramatisation cognitive avec les typologies relatives à la crise, le danger, la dette, les solutions, la vérité cachée et les enjeux géopolitiques. Dans le premier cas, l'entrée repose davantage sur l'animateur et sur son regard ; dans l'autre, sur un problème spécifique et sa résolution.

Néanmoins, nous pourrions éviter une opposition trop forte. Dans les deux cas, titres et images remplissent la même fonction. ils préqualifient idéologiquement le public potentiel. Ici, un dispositif passe par l'identification de l'espace discursif à une parole franche, parfois polémique, portant sur les figures de l'actualité. Là, le cadrage est une expertise accessible, à même d'expliquer ce qu'on ne dit pas, de poser une crise ou de délivrer une méthode. Les dispositifs ne sont pas identiques, mais remplissent la même fonction généralisante de convertir la concurrence attentionnelle (Cardon, 2015).

On remarque que les premières et dernières vidéos de Grand Angle en annexes 21 montrent une montée en homogénéité graphique et en saturation des signaux visuels (Couleurs plus vives et accrues, photomontage, typographie mise en avant...). De même, les miniatures de Dave Smith montrent une évolution. En termes de plateforme, ces éléments fonctionnent comme des opérateurs de reconnaissance et de mémorisation pour le public. L'évolution des miniatures et du branding suggère une adaptation progressive aux codes visuels de la plateforme, sans que l'analyse permette de reconstituer les apprentissages internes ayant conduit à ces choix.

Auto-promotion, sponsors, chaînes annexes et extension de présence

Le troisième résultat de ce chapitre est que la visibilité sur la plateforme ne se joue pas seulement dans le contenu des vidéos ni dans leur visuel. Elle s'inscrit aussi dans une économie pratique et commerciale de la présence. Autrement dit, pour se rendre visible sur YouTube, un créateur doit aussi financer, prolonger, diversifier et entretenir sa présence. Cette dimension est particulièrement bien éclairée par van Dijck (2013) et van Dijck, Poell et de Waal (2018), pour qui la plateforme articule constamment visibilité et monétisation. Elle peut également être lue avec Boullier (2016), si l'on considère que la "publication de soi" n'est jamais seulement expressive. Elle s'inscrit dans des infrastructures, des rythmes et des investissements

durables, en tout cas pour des influenceurs professionnels, qui engendrent des revenus via leur contenu, comme nos deux acteurs.

Chez Dave Smith, cette présence apparaît très explicitement dans les transcripts. Dès les premières minutes de la vidéo 1, la parole politique s'ouvre sur l'annonce de dates de spectacle et sur la mention du site personnel : *“comedavesmith.com for all the ticket links. Of course, as Rob mentioned, go check out Run Your Mouth”* (voir annexe 26). Plus loin, l'épisode intègre une séquence sponsor : *“All right, guys, let's take a moment and thank our sponsor for today's show”* (voir annexe 26). Ces segments ne sont ni exceptionnellement dissimulés ni placés à l'extérieur du dispositif. Ils sont au contraire intégrés au flux même de l'épisode. Ce point mérite d'être souligné car il suggère que la publicité ou l'auto promotion interrompent le *“vrai”* contenu. Cette transition montre que le sponsor ne constitue pas un à-côté invisible du contenu, mais une partie du design du podcast. La monétisation est absorbée par la conversation. Elle ne rompt pas complètement l'adresse au public, elle suggère au contraire le fonctionnement professionnel et régulier de l'émission. Cela distingue Dave Smith de Grand Angle

Chez Grand Angle, nos observations précisent que la structure d'une vidéo comprend parfois, à la fin, une auto-promotion pour ses projets d'investissement (Data Factory), avec invitation à la communauté à investir avec lui (voir annexe 10). Les transcripts des vidéos 2 et 3 rendent cette logique beaucoup palpable. Dans la vidéo 2, on voit apparaître à plusieurs reprises le nom de Data Factory, associé à une stratégie d'investissement thématique :

“si vous voulez savoir un peu plus qui je suis pour comprendre d'où je parle, sachez que mon métier ce n'est pas de faire des vidéos YouTube. Je suis le chairman d'une société industrielle dans l'infrastructure électrique qui s'appelle Data Factory...” (voir annexe 16).

La différence avec Dave Smith est marquée. Pour Grand Angle, ce prolongement prend la forme d'une extension entrepreneuriale. Il explique l'économie, analyse les crises, identifie des secteurs stratégiques et, dans le prolongement de cette analyse,

propose des instruments ou des projets d'investissement. La connaissance et l'investissement se servent mutuellement. De plus, les annexes 11 et 12 suggèrent que cette extension dépasse la aussi la seule chaîne principale avec des invités souvent présents, comme Charles Gaves, Didier Darcet ou Vincent Strauss. Suggérant alors que Grand Angle ne fonctionne pas comme une simple chaîne isolée. Mais comme un petit écosystème articulant chaîne principale et secondaires, invités récurrents et circulation de ressources cognitives et économiques.

L'analyse des formats de plateforme et des dispositifs permet de préciser de manière décisive la réponse à la problématique du mémoire. Ce ne sont pas seulement les idées libertariennes de Dave Smith et de Grand Angle qui circulent sur YouTube. Mais plutôt des formes de mise en visibilité adaptées à la plateforme, capables de convertir un contenu idéologique en offre médiatique crédible et durable. Dave Smith et Grand Angle n'occupent pas la même place dans cet espace. Cependant ils montrent tous les deux qu'un discours peut se rendre visible, accumuler de l'audience, dès lors qu'il s'inscrit dans des formats, des seuils d'entrée visuels et des économies de présence suffisamment stabilisées. Le chapitre suivant pourra dès lors pousser plus loin la comparaison, en revenant au cadrage idéologique et aux manières de se rendre visible entre dissidence politique explicite et pédagogisation économique.

4. Deux régimes discursif du libertarianisme

À ce moment de l'analyse, nous avons déjà vu comment Grand Angle et Dave Smith se rendent visibles sur YouTube, comment ils construisent leur crédibilité et comment les dispositifs de plateforme orientent l'entrée dans leurs contenus. Maintenant, nous allons dégager le résultat comparatif du mémoire à partir du des transcriptions des vidéos. La dernière partie s'intéresse ainsi principalement à l'axe *discours* de la grille d'analyse : les cadrages libertariens observés, les représentations du monde social et les oppositions politiques ou économiques construites dans les transcriptions. Nous essayerons de comprendre quels types de problèmes les deux chaînes construisent, quels responsables désignent-elles, et quelles solutions, implicites ou explicites, leur rendent-elles pensables ?

Plus précisément, le questionnement de cette dernière étape est de ne pas réduire le libertarianisme à une étiquette revendiquée et monolithique. Alors que Dave Smith se déclare beaucoup plus explicitement libertarien, Grand Angle se présente d'abord comme une chaîne de vulgarisation économique. Et pourtant, les critères d'identification que nous avons construits dans l'annexe 4 nous permettent de repérer de fortes convergences. Le résultat n'est pas que les deux chaînes seraient identiques, mais que deux cadrage d'un même imaginaire libertarien sont disponibles : chez Dave Smith, un cadrage politique, conflictuelle et anti-institutionnelle ; chez Grand Angle, un cadrage économique, pédagogique et entrepreneuriale.

Entre critique de l'État, du déficit et des institutions, un cadrage libertarien différent

Le premier cadrage partagé par les deux chaînes est bien du type *diagnostic framing*, c'est-à-dire un État ou institution étant construit comme problème central, ce sur quoi renvoie notre observation de la mise en cause de l'État, de ses prérogatives redistributives et finalement de l'enseignement d'un État minimal souhaité. Le *diagnostic* a pour effet de faire de l'État, la cause du problème, alors que la solution serait au fond, une sorte de réduction de son rôle, une dérégulation ou une défense de la liberté individuelle.

Chez Dave Smith, cette peur prend une forme très politiquement articulée, croisant lutte contre la guerre, propagande, appareil policier et liberté d'expression restreinte. Dans sa vidéo avec RFK Jr, il affirmait notamment “...*alliance between big business and big government that is screwing over average Americans...*” (voir annexe 28). Elle inscrit État, médias et récits de l'autorité dans une perspective générale de manipulation et du mensonge. L'appareil institutionnel n'est pas ici un producteur de bien commun, mais d'illusion et de violence.

Toujours avec Robert F. Kennedy Jr., il prolonge cette critique dans un registre plus explicitement anti-institutionnel. On y trouve notamment l'énoncé suivant “*they went after first freedom of speech...*” (voir annexe 28). La puissance publique n'est pas seulement jugée inefficace, elle est aussi perçue comme dangereuse parce qu'elle menacerait les libertés fondamentales aux USA, ici le premier amendement. La critique de l'État se déploie donc sur un double plan. D'une part, l'État comme

machine de guerre et de propagande. D'autre part, l'État comme instance susceptible de restreindre les libertés civiles. La défiance envers la centralisation politique s'y combine avec la valorisation des libertés individuelles. Chez Dave Smith, ce diagnostic prend une forme politique. L'État est associé à la guerre, à la propagande, à la surveillance, aux médias hégémoniques et à la restriction des libertés civiles. Il dépeint une alliance entre le *big business* et le *big government* qui serait nuisible aux "*petits citoyens*". Cela s'accompagne d'une critique de la censure et des atteintes à la liberté d'expression. Le *framing du diagnostic* proposé par Dave Smith propose donc une réalisation du monde social comme conflictuelle. Dans son discours, les institutions centralisées sont suspectes, les médias produisent du mensonge et le citoyen libre doit tenir à distance les récits du main stream.

Chez Grand Angle, la méfiance envers l'Etat est moins incarnée politiquement. Elle prend plutôt la forme d'une critique économique des dépenses publiques, des subventions, des choix administratifs, de l'inefficacité de l'État providence et du poids bureaucratique. Dans sa vidéo sur Javier Milei du corpus, il est affirmé de manière très claire "*Fondamentalement, une subvention, c'est une décision d'investissement économique dont personne n'est responsable du résultat. En conséquence de quoi, en moyenne, elle dégrade l'économie d'un pays*" (voir annexe 16). Dans la vidéo la subvention est définie comme une décision économique dont personne n'assume vraiment le résultat. La méfiance envers l'action publique prend une forme économique. Ainsi l'état est aussi décrit en tant que problème, toutefois d'un point de vue économique. Il est placé au cœur du problème de la dette, des dépenses publiques, d'une mauvaise administration, de l'impôt et de l'inefficacité. Dans la vidéo de Javier Milei, la subvention est décrite comme un investissement qui n'appartient à personne. Ici, le problème n'est donc pas formulé comme une atteinte directe à la liberté d'expression, mais comme une mauvaise allocation des ressources. Il s'agit d'un État acteur irresponsable, qui ne subit pas les conséquences de ses choix économiques. Le diagnostic libertarien est chez Grand Angle un diagnostic de l'interventionnisme.

Si les deux chaînes cadrent différemment cette critique, la convergence de fond est nettement remarquable au sens de notre grille (annexe 4). Dave Smith attaque l'État comme appareil de contrainte, de guerre et de censure. Grand Angle l'attaque comme

appareil de dépense, de subvention et d'irresponsabilité. Dans les deux cas, l'État apparaît moins comme solution que comme problème structurel.

Une valorisation constante de l'autonomie individuelle

La deuxième dimension de la grille porte sur la conception de l'individu. Là encore, les deux chaînes convergent, même si elles le font différemment. Chez Dave Smith, l'individu valorisé est souvent celui qui est résilient, qui pense contre les récits dominants, qui défend sa liberté de parole et refuse les injonctions institutionnelles. L'entretien avec RFK Jr. en donne plusieurs exemples, notamment lorsque les politiques publiques sont lues comme des atteintes aux libertés fondamentales (voir annexe 28). Dans le corpus de Dave Smith, l'individu crédible est celui qui s'oppose, qui ne se laisse pas discipliner, qui maintient sa parole malgré la pression. Le libertarianisme prend ici la figure du sujet dissident qui n'a pas besoin de l'État pour lui dire quoi faire et comment vivre, notamment en matière de mesure sanitaire.

Chez Grand Angle, l'individu valorisé est un acteur économique autonome, responsable de sa situation. Cette orientation se retrouve explicitement dans le corpus. Dans la vidéo 1, on lit *“Il faut donc des entrepreneurs qui fassent des tentatives et qui soient soumis à l'épreuve de la faillite”* (voir annexe 14). Dans la vidéo 3, Grand Angle affirme que *“ce sont les entrepreneurs qui prennent de bonnes décisions”* (voir annexe 16). L'entrepreneur est donc présenté comme plus *légitime* parce qu'il engage concrètement ses propres ressources et subit les conséquences de ses choix. L'autonomie individuelle devient compétence pratique, indice moral et principe d'efficacité, de performance.

Le deuxième cadrage concerne la figure de l'individu valorisé. Chez Dave Smith, l'individu positif est celui qui conserve sa liberté de parole, se méfie des récits institutionnels et refuse certaines injonctions de l'État. L'individu est donc présenté à travers une logique de résistance politique ou de vigilance face aux institutions. Chez Grand Angle, la figure valorisée est différente. Il s'agit plutôt de l'entrepreneur, de l'investisseur ou de l'acteur économique responsable. Dans les vidéos analysées, l'entrepreneur est présenté comme celui qui prend des décisions, engage ses ressources et assume les conséquences de ses choix. L'épreuve de la faillite est ainsi décrite comme un mécanisme de responsabilisation.

Nous voyons donc que le cadrage libertarien n'est pas que critique de l'État. Il repose aussi sur une conception morale de l'individu. Baradat et Phillips (2017) replacent le libertarianisme dans un récit plus large des idéologies politiques américaines en associant le Libertarian Party à une forme de *rugged individualism*⁸ et à une certaine volonté d'en finir avec les politiques publiques d'atténuation des effets de la puissance économique des plus favorisés. Cette caractérisation est importante pour ce mémoire puisqu'elle autorise à penser la critique de l'État comme un élan de valorisation de l'autonomie, de la propriété, de l'initiative individuelle et de la responsabilité personnelle.

Dans l'approche de Grand Angle, la vision en question n'est pas toujours formulée comme une doctrine politique, mais elle est manifeste dans la distribution des rôles dans la vidéo : l'État dépense, subventionne, déresponsabilise ; l'entrepreneur prend des risques, décide, crée la richesse. Dans l'approche de Dave Smith, cette dimension est moins économique dans les vidéos. Il faut donc rester prudent. Les vidéos analysées permettent d'observer une défense de la liberté individuelle, de la liberté d'expression, du désamour pour l'État qu'un développement critique sur la structure de la propriété ou du fonctionnement du marché. Mais la défense des libertés civiles correspond bien au cadre libertarien sous-jacent à la méthodologie : l'individu est moralement premier, l'institution est suspecte, dès lors qu'elle prétend organiser, contrôler, limiter l'action de l'individu.

Le marché comme ordre de coordination légitime

En matière de rapport au marché, Grand Angle et Dave Smith ne formulent pas exactement les choses de la même façon, cependant ils convergent dans la valorisation d'un ordre social moins piloté par l'État et davantage indexé à des mécanismes décentralisés. Chez Grand Angle, cette valorisation est explicite et répétée. La vidéo 4 du corpus, consacrée au capitalisme et à la morale chrétienne, est particulièrement claire à cet égard. On y lit notamment que "*c'est le profit qui nous sauve à l'échelle des sociétés*", et aussi que "*L'État de droit consiste à dire que la Loi est la même pour tous*" (voir annexe 17). Cela montre comment le marché n'est pas

⁸ Baradat et Phillips identifient le *rugged individualism* à la tradition américaine de l'imaginaire de la *frontière* où l'individu est pensé comme capable de se faire par lui-même, sans dépendre au premier chef des institutions collectives, insistant sur le fait que cette *mystique* s'inscrit dans une société atomisée, où se déduisent que *l'individu vient en premier* et que la société tend à devenir « secondaire » (Baradat & Phillips, 2017, p. 157).

seulement défendu comme mécanisme économique, mais comme ordre moral et juridique permettant la coopération entre individus libres. Le profit, loin d'être présenté comme corruption du lien social, est ici présenté comme le vecteur de l'adaptation, de l'innovation et d'une certaine forme de justice procédurale. La relation au marché occupe donc une place centrale dans le prognostic framing de Grand Angle. Le marché devient ainsi une réponse à l'irresponsabilité présumée de l'État y est cadré comme un mécanisme d'épreuve et de responsabilisation.

La vidéo 1 joue un rôle complémentaire. La phrase sur les "*entrepreneurs*" soumis à "*l'épreuve de la faillite*" donne au marché une fonction d'épreuve, de sélection et de responsabilisation (voir annexe 14). Le marché n'est pas juste l'espace de l'échange entre les citoyens. Il est l'espace où les décisions sont testées et où les erreurs sont sanctionnées. La faillite elle-même acquiert une positivité analytique. Chez Dave Smith, le rapport au marché apparaît dans la critique du *big government*, dans la valorisation des espaces non contrôlés par l'Etat, dans la défense des libertés civiles et dans l'environnement médiatique référentiel relevé dans l'observation de terrain (voir annexe 24). Chez Dave Smith, le rapport au marché est moins directement développé dans les vidéos analysées. Nous devons donc rester prudents. Les vidéos retenues ne permettent pas d'analyser une théorie économique complète chez Dave Smith.

Lexiques et omission

La comparaison des lexiques nous montre cette différence de registre. C'est une dimension essentielle car elle permet de montrer que le libertarianisme peut être détecté dans des mots, des catégories, des oppositions et des figures souvent évoquées. Chez Dave Smith, le lexique du corpus insiste sur la propagande, la liberté d'expression, la violence d'État, la guerre, la peur, les mensonges et l'anti-mainstream. Chez Grand Angle, le lexique est celui de la dette, des dépenses publiques, du déficit, de la subvention, de l'entrepreneur, de l'investissement, de la faillite, de la responsabilité, du capitalisme, de l'État de droit et parfois du profit. Il s'agit d'un lexique économique, mais fortement normatif. Il ne se contente pas de décrire des mécanismes ; il distribue des légitimités. "*Dépenses du gouvernement*", "*vraie taxe*", "*subvention*", "*faillite*", "*État de droit*", "*capitalistes*" Tous ces

termes sont pris dans une polarité claire entre contrainte étatique et coordination libre, entre bureaucratie et responsabilité. Entre dépense publique et décision entrepreneuriale (voir annexes 14, 16 et 17). La comparaison de ces lexiques montre bien que la différence entre les deux chaînes est davantage une différence de registre qu'une différence de matrice idéologique. Dave Smith traduit la défiance libertarienne en langage de conflit politique, de liberté menacée et de propagande. Grand Angle va la traduire en langage de dette, d'incitation, de risque et de performance économique. Mais dans les deux cas le même clivage fondamental porte le discours d'un l'individu libre contre l'institution centralisée.

Ce qui est également intéressant dans l'approche par le cadrage est aussi ce qui n'est pas dit et reste en arrière plan. Comme le rappelle la méthodologie autour d'Entman, le cadrage c'est aussi ce qui n'est pas montré, ce qui est secondaire ou invisible. Les mises en saillance dans le corpus de Dave Smith de la propagande, du *big government* et de la censure relégués au second plan d'autres interprétations possibles des politiques publiques, par exemple leur justification en tant que protection collective, régulation démocratique, réduction des inégalités. Dans le corpus de Grand Angle la mise en saillance de la dette, des subventions et de l'inefficacité publique tend à invisibiliser d'autres cadrages possibles de l'État, par exemple l'État producteur de droits sociaux, l'État correcteur d'inégalités, l'État acteur de solidarité. Cette fonction d'omission nous rappelle que le libertarianisme fonctionne moins comme une doctrine explicitement récitée que comme une manière de sélectionner les causes légitimes, les solutions pensables.

Un résultat comparatif pour deux vecteurs du libertarianisme en ligne

Ce chapitre montre donc que Dave Smith et Grand Angle ne diffusent pas le libertarianisme de la même manière, même s'ils participent tous deux à la circulation de cadrages libertariens. Cadrages eux-mêmes qu'il convient de présenter par trois opérations. D'une part, ils portent un diagnostic : l'État, la grande presse, la bureaucratie, les subventions ou plus généralement l'interventionnisme seraient les causes des désordres. D'autre part, ils prescrivent une solution : il s'agit de réduire l'État, défendre la liberté individuelle, responsabiliser les acteurs, promouvoir le marché ou encourager l'entrepreneuriat. Troisièmement enfin, ils désignent une

raison d'adhérer : il s'agirait de devenir un individu lucide, autonome, capable de "voir ce que ne perçoivent pas les institutions, voire ce que celles-ci cachent".

La principale différence concerne le registre dans lequel ces opérations sont effectuées. Dave Smith traduit le libertarianisme selon un registre politique, conflictuel et dissident. Son cadrage repose sur la dénonciation du big government, de la guerre, de la propagande, de la censure et du *mainstream médiatique*. Grand Angle le traduit selon un registre économique, pédagogique et entrepreneurial. Son cadrage repose sur la critique de la dépense publique, des subventions, de la bureaucratie et de l'irresponsabilité économique, ainsi que sur la valorisation du marché, du profit, de l'investissement et de l'entrepreneur.

Le libertarianisme étudié dans ce mémoire n'est donc pas entendu comme une doctrine homogène, se transportant d'un espace de visibilité à un autre. Ici, le libertarianisme fonctionne plutôt comme un répertoire de cadrages, devant s'adapter à chaque format. Un cadre libertarien chez Dave Smith devient une forme de dissidence contre des institutions politiques et médiatiques américaines. Un cadre libertarien chez Grand Angle devient une pédagogie économique de la responsabilité, du marché et de l'autonomie individuelle. On peut donc identifier des cadrages libertariens même lorsqu'ils ne sont pas toujours explicitement revendiqués, à partir des problèmes rendus saillants, des responsabilités endossées, des solutions valorisées et des figures positives offertes au public.

Synthese des resultats

L'analyse des résultats montre que les cadrages libertariens étudiés sont toujours pris dans des formats, des rythmes, des figures de locuteurs et des dispositifs de plateforme. La visibilité reposant chez Dave Smith, par exemple, sur la parole longue, l'actualité politique et la posture dissidente ou chez Grand Angle, sur la pédagogie économique, l'accumulation de contenus explicatifs et la figure de l'entrepreneur compétent, ces différences ne gommant pas les convergences idéologiques. Dans les deux cas, l'État est régulièrement construit comme problème, l'individu autonome comme figure positive et le marché, comme solution ou horizon de décision. Cela ouvre alors la discussion sur la portée théorique et méthodologique de l'analyse, car ces résultats viennent confirmer l'intérêt à étudier les idéologies non seulement

comme des systèmes d'idées, mais bien comme des formes médiatisées et rendues crédibles par les dispositifs de plateforme.

VI. Discussions

Dans cette partie nous allons revenir sur le plan de recherche. Ce mémoire s'appuyait sur l'hypothèse que la circulation du libertarianisme sur la plateforme YouTube ne peut être comprise ni à partir de l'appartenance doctrinale des vidéastes, ni à partir d'une simple analyse thématique des messages véhiculés. C'est pourquoi notre cadre théorique considère YouTube comme un espace de visibilité organisée, soumis à des logiques de classement, de recommandation, de rémunération et de présentation de soi, tandis que la méthodologie déploie une grille d'analyse multimodale articulant quatre niveaux d'analyse : *discours, design, production, et distribution* (Kress & van Leeuwen, 2001). Les résultats obtenus tendent à confirmer la pertinence de cette architecture, dans la mesure où les écarts observés dans Grand Angle et Dave Smith ne portent pas seulement ce qu'ils disent, mais sur la manière dont leurs positions sont inscrites, incarnées, rendues crédibles et stabilisées sur la plateforme.

Dès lors, la discussion doit être construite autour de trois arguments principaux. Le premier et le principal est que chez nos deux YouTubeurs, le libertarianisme circule comme un répertoire de cadrages. Le deuxième est que l'effectivité de ces cadrages se perçoit à travers des formes de visibilité propres à YouTube. Le troisième est que la crédibilité des deux chaînes repose sur deux figures publiques différentes, qui traduisent un libertarianisme dans deux styles de persuasion distincts : la dissidence politique chez Dave Smith et la pédagogisation économique chez Grand Angle. Cette hiérarchisation permet de sortir de la pure lecture descriptive du constat et de montrer ce que les résultats apportent à la question générale du mémoire.

Interprétation globale des résultats

Notre méthodologie annonçait que l'enquête ne devait pas servir à vérifier une auto-identification libertarienne, mais à mettre en repérage l'ensemble convergent de marqueurs idéologiques : critique de l'État, valorisation de la liberté individuelle, centralité de la propriété, défense du marché, soupçon envers la fiscalité, la bureaucratie et les médias dominants. Le choix méthodologique était lui-même directement lié à l'appui pris sur Baradat et Phillips (2017), qui définissent les

idéologies comme des systèmes d'idées relativement ordonnés, organisant lecture du présent, futur souhaitable et façon d'agir, mais pas comme de simples étiquettes déclaratives. Les résultats vont dans ce sens : Dave Smith revendique explicitement son attachement au libertarianisme, alors que Grand Angle ne le revendique pas comme identité doctrinale, tout en convoquant toutefois des cadrages proches, repérables dans les problématiques qu'il pose, les responsabilités assignées, et les solutions mises en avant.

Aussi, le mémoire précisait qu'une vidéo YouTube devait être lue comme un objet de communication composé de plusieurs ressources sémiotiques et de plusieurs niveaux d'organisation. Les résultats ont bel et bien validé que l'axe discursif seul ne suffisait pas : titres, miniatures, rythmes de publication, dispositifs d'auto-promotion, formats de podcast ou de vulgarisation, graphismes, studios, sponsors, descriptions, ont bel et bien joué un rôle dans la circulation des cadrages repérés. Notre méthode a donc donné les moyens possibles pour éviter le rétrécissement du corpus à une lecture textuelle des transcriptions.

Portée des résultats

Les résultats suggèrent que le libertarianisme manifesté ici comme un réseau d'opérations de cadrage plutôt que comme une doctrine homogène transposée de manière identique d'un contexte à l'autre. Le cadre théorique mobilisant Entman (1993), Gamson (1992), Snow et Benford (1988), ainsi que Lindekilde (2014) définissait le cadrage comme une sélection de certains aspects du réel pour proposer une définition du problème, une interprétation causale, une évaluation morale et une orientation pratique. Les résultats montrent une conformité à cette logique. Chez Dave Smith, le *diagnostic framing* rend principalement l'État, le big government, la guerre, la propagande, les médias dominants et la censure responsables d'un désordre politique et moral. Chez Grand Angle, le *diagnostic framing* vise comme causes primordiales la dette, les subventions, les dépenses publiques, la bureaucratie et l'inefficacité. Dans les deux situations, le *prognostic framing* valorise une réduction de l'intervention publique, une responsabilisation des acteurs, une plus grande autonomie individuelle et, surtout chez Grand Angle, des mécanismes de marché. Enfin, le *motivational framing* place le public dans une position valorisante : celle du

dissident lucide chez Dave Smith, ou celle du sujet économiquement compétent chez Grand Angle. Le mémoire ne constate donc pas seulement que les deux chaînes “parlent” de l’État ou du marché ; il montre comment elles agencent leurs visions du monde par des opérations de cadrage cohérentes.

Cette conclusion peut être mise en relation avec les analyses proposées antérieurement par Baradat et Phillips (2017). Comme ils l’ont formulé en termes « généraux », les idéologies politiques sont destinées à de larges publics, formulées de façon relativement simple, orientées vers l’action, mais également, vers la mobilisation, un point qui nous a semblé important à discuter, car il nous permet d’expliquer pourquoi les vidéos n’ont pas pris des formes doctrinales. Ces vidéos ne se présentent pas comme des traités idéologiques, mais plutôt comme des traductions médiatiques d’un imaginaire politique, adaptées forcément à YouTube, pour lesquelles Dave Smith et Grand Angle ne sont pas seulement des *porteurs d’idées* mais également des *médiateurs* rendant certaines visions du monde, simplifiées, hiérarchisées et rendues pragmatiques. Le résultat montre comment, chez les deux YouTubeurs, une des cadrages libertariens devient visible sous une forme audiovisuelle, sélective, orientée et socialement efficace.

Le second grand résultat touche à la plateforme elle-même. Le cadre théorique proposait de voir YouTube non comme un simple support neutre, mais comme un espace de visibilité organisée dans lequel l’attention est hiérarchisée par des dispositifs de recommandation, de classement, de notation, d’abonnement, de mise en forme et de monétisation. Les résultats valident fortement cette hypothèse. Grand Angle et sa visibilité cumulative, régulière et bibliothécaire : cadence de publication élevée, promesse de vulgarisation, formats explicatifs récurrents, cohérence de l’édifice pédagogique, prolongements entrepreneuriaux. Au contraire, Dave Smith et sa visibilité davantage indexée sur l’événement, sur l’actualité chaude, la controverse et la réactivité du podcast politique. Cette distinction de nature témoigne de la différenciation des modalités de circulation des cadrages libertariens, qu’ils soient pris dans la logique d’une bibliothèque explicatrice comme Grand Angle ou d’un flux incarné comme Dave Smith, ce résultat prolongeant directement les propositions de Cardon (2010,2015) de van Dijck (2013), de Gillespie (2010, 2018), de Brighenti (2010). La visibilité n’est ni donnée, ni simplement mesurée par les vues, elle dépend

d'un environnement sociotechnique, pris dans des jeux de relations entre producteur de contenu, dispositifs et publics, qui favorise certains modes de présence publique.

Le troisième résultat majeur concerne la crédibilité. Le cadre théorique, développé avec Goffman (1973), Fogg et Tseng (1999), McCroskey et Teven (1999), Marwick (2013), proposait que la crédibilité devait se comprendre comme qualité perçue, produite par la cohérence d'une façade, par la stabilité d'une image publique, par le couplage entre contenu, format et relation au public. Les résultats suggèrent que Dave Smith construit sa crédibilité par la revendication d'une sincérité dissidente, de l'humour, des longues paroles, des partages d'anecdotes personnelles, une conflictualité assumée et une posture de franchise. Grand Angle est davantage dans un registre de vulgarisation, ton explicatif, graphiques, raisonnements progressifs, éléments chiffrés, cadrage économique des problèmes et prolongements entrepreneuriaux. La discussion soulignera que la crédibilité n'est pas une variable annexe du mémoire, mais elle fait partie des mécanismes par lesquels les cadrages libertariens deviennent visibles.

Résultats attendus et inattendus

Une partie des résultats correspond à ce qui était attendu. Que Dave Smith, qui se prétend lui-même libertarien et dont la chaîne est centrée sur un podcast politique, fasse une critique frontale de l'Etat, de la politique étrangère américaine, des médias dominants et de la restriction des libertés civiles, était attendu ; que Grand Angle, identifié méthodologiquement à partir de marqueurs plus obscurs, formule une critique plus économique de l'intervention publique, de la dette, des subventions et de la bureaucratie tout en élevant l'entrepreneur et le marché, l'était tout autant. Ces convergences faisaient partie des critères de sélection du corpus ainsi que de la grille d'identification du cadre libertarien.

Cependant, plusieurs résultats se révèlent plus marquants que ce que l'on pouvait inscrire initialement dans l'attendu. D'abord, il y a l'étendue de la convergence idéologique entre deux cas très éloignés du point de vue national, du style et du traitement. Ce mémoire met en lumière un clivage similaire qui oppose, dans les deux situations, l'individu autonome à l'institution centralisée. Cependant, ce clivage s'exprime différemment : chez Dave Smith, il s'agit d'une lutte contre la propagande,

tandis que chez Grand Angle, il se manifeste par une critique des dépenses publiques. Un autre constat, plus surprenant, concerne le lien étroit entre l'idéologie et l'économie de la plateforme. Les éléments tels que les sponsors, l'auto-promotion, la régularité des formats, les titres, les miniatures et les initiatives entrepreneuriales ne sont pas dissociés du discours. Au contraire, ils contribuent à sa crédibilité et à sa pérennité. Le troisième élément, plus étonnant, est que Grand Angle, même dans son registre pédagogique, émet parfois des prises de position normatives très explicites au sujet du profit, du capitalisme et de la faillite, le rapprochant d'un cadrage libertarien ou libéral-radical plus nettement qu'attendu. À l'opposé, le marché chez Dave Smith demeure moins systématisé comme objet théorique que la critique du pouvoir politique, ce qui nuance la prétention à un libertarianisme symétriquement économique dans les deux cas.

Les éléments ayant permis d'atteindre les objectifs de recherche peuvent également être discutés. Le premier a été la cohérence entre le cadre théorique et la grille méthodologique. La distinction entre discours, design, production et distribution a été un instrument très opératoire pour ordonner les observations et éviter la dispersion. Le 2e a été la richesse des matériaux annexés : transcriptions, descriptions de chaîne, pages YouTube, données SocialBlade, captures d'écran, formats visuels et éléments d'auto-promotion ayant permis une enquête véritablement multimodale. Le 3e a été le choix comparatif lui-même : la confrontation entre un cas explicitement libertarien américain et un cas français très différents a permis de rendre visibles des régularités que l'étude d'un seul cas aurait probablement laissées dans l'ombre. À l'inverse, plusieurs facteurs ont freiné l'avancement du projet. La masse du matériau à traiter sur YouTube, l'instabilité temporelle des pages de chaîne et des métriques, l'hétérogénéité linguistique du corpus entre français et anglais, tout comme le devoir de reconstruire des régularités à partir de traces publiques plutôt qu'à partir d'un accès direct aux logiques algorithmiques ou aux publics.

Les limites de la recherche

La première des limites réside dans le corpus. La méthodologie ne manque pas de préciser que les vidéos sont sélectivement choisies et qu'il ne s'agit pas de dresser un échantillon relevant d'une représentativité statistique de l'ensemble des publications

de Grand Angle et de Dave Smith. En phase avec une logique qualitative et interprétative certes, mais qui implique que les résultats du travail ne sont pas à lire comme une mesure exhaustive d'une présence du libertarianisme sur le réseau social des vidéos. Le mémoire permet donc de dégager des formes de cadrage, des styles de visibilité et des régimes de crédibilité, mais non d'établir une fréquence générale de ces phénomènes au sein de l'ensemble de YouTube.

La seconde limite vient de l'asymétrie des cas comparés. Dave Smith est un commentateur politique américain qui se revendique comme libertarien, tandis que Grand Angle est une chaîne française de vulgarisation économique qui ne se déclare pas au même titre comme libertarienne. C'est cette asymétrie qui est méthodologiquement féconde puisque, à l'encontre d'une logique strictement doctrinale, elle rend compte d'une circulation du libertarianisme au-delà de la seule revendication. Cependant, opérer cette distinction rend compte d'un écart de contexte politique, culturel, linguistique ou encore médiatique, sans possibilité d'une comparaison strictement symétrique. La discussion ne doit donc pas se risquer à conclure à une stricte équivalence entre les deux chaînes, mais plutôt parler de deux traductions situées d'un même imaginaire idéologique.

La troisième limite touche à l'adéquation ou à l'ancrage définitionnels du cadrage libertarien. Les critères permettant de les identifier ont été construits au départ de la plateforme du Libertarian Party américain puis articulés à Baradat et Phillips pour penser l'idéologie comme un système d'idées. Cette assise permet de bien expliciter les indicateurs empiriques mais peut aussi un biais *d'américanisation* du concept (il n'y a pas de parti libertarien en France), en rendant plus visibles certains marqueurs : État minimal, propriété, fiscalité, marché, liberté négative, au détriment d'autres traditions libérales ou anti-étatistes plus présente en France. Il faut bien, dès lors, admettre que ce choix définitionnel cadre aussi l'enquête. La recherche montre bien comment des contenus se donnent à voir comme libertariens aux yeux de ces critères mais elle ne se propose pas d'épuiser toutes les variantes imaginables du libertarianisme en ligne.

La quatrième limite touche au dispositif d'enquête lui-même est aussi en jeu. La recherche repose sur des traces publiques : vidéos, descriptions, miniatures, données

SocialBlade, historiques de publication, sponsors, éléments de façade visibles. Le cadre théorique rappelle justement que la visibilité sur plateforme dépend aussi de mécanismes moins accessibles à l'enquête, recommandations algorithmiques précises, trajectoires individuelles de navigation, notifications, arbitrages de modération et pratiques réceptives des publics. En l'absence d'entretiens avec les créateurs, de données internes à la plateforme ou d'enquête des publics, le travail ne peut pas mesurer directement comment les publics reçoivent, interprètent ou réinvestissent, tout au moins les cadrages observés. Il montre certes comment ils sont rendus visibles et crédibles, mais pas comment ils sont pleinement appropriés et réorientés par les spectateurs.

Recommandations

Une première piste de recherche consisterait à prolonger la comparaison à un corpus plus large comprenant, par exemple, d'autres chaînes françaises, américaines et pourquoi pas d'autres espaces linguistiques. Une telle extension pourrait permettre de tester la robustesse de l'argument central du mémoire : le libertarianisme circule-t-il vraiment comme répertoire de cadrages adaptable à des contextes nationaux et à des formats très diversifiés, ou bien ces deux cas relèvent-ils d'une configuration plus singulière ? Une hypothèse de recherche ultérieure pourrait donc comparer explicitement des chaînes libertariennes, des chaînes d'économie politique, des acteurs proches de l'univers du *web3*, voire des commentateurs conservateurs recourant à des motifs analogues, mais n'entravant au fond aucune logique propre au libertarianisme doctrinal. Cela continuerait dans une logique d'ouverture du champ propre au prolongement d'une démarche comparative déjà en cours dans le propos méthodologique.

Une autre trajectoire possible, sans doute prioritaire, mais qui n'a pas pu être mise en œuvre dans ce travail de mémoire consisterait à inclure une investigation de la réception. Ce mémoire montre déjà comment les vidéos proposent des raisons d'adhérer en positionnant le public comme sujet lucide, autonome ou compétent. Mais cette dimension *motivational framing* gagnerait à être testée empiriquement par l'étude des commentaires, des communautés d'abonnés, d'entretiens avec des spectateurs, voire par une ethnographie numérique de la circulation de ces contenus

sur d'autres plateformes. Cela permettrait de passer d'une analyse des conditions de crédibilité à une analyse des effets de résonance, d'appropriation, ou de contestation des cadres proposés par les YouTubeurs.

Il serait aussi souhaitable d'explorer la temporalité des plateformes. Les résultats montrent déjà que Dave Smith est plus dans une logique de visibilité événementielle, tandis que Grand Angle s'inscrit dans une logique cumulative, voire, sérielle. Il semble pertinent d'entreprendre une recherche plus approfondie sur une période plus longue, et de faire une analyse sur plusieurs mois ou plusieurs années des relations entre controverses, invités, format, pics de vues, miniatures, sponsorisations et déplacements idéologiques du contenu. Cette approche donnerait une meilleure compréhension de la manière dont se stabilisent, se radicalisent, se déplacent ou s'adaptent au contexte concurrentiel de YouTube des cadrages politiques.

Une quatrième voie serait d'approfondir le lien entre idéologie et économie de la création de contenu. Le cadre théorique révèle que les sponsors, l'auto-promotion, la dérivation et le self-branding ne sont pas nécessairement des éléments extérieurs à la crédibilité du discours. Les résultats vont dans le même sens, à commencer par Dave Smith qui inclut la monétisation au flux conversationnel de son podcast, ou Grand Angle, qui prolonge l'analyse économique par des projets d'investissement et les formes entrepreneuriales. Ce lien pourrait devenir l'objet d'une recherche ultérieure, à condition de mieux prendre en compte les modèles de financement, les partenariats, les produits dérivés, ou les circuits de recommandation dans la constitution des formes contemporaines de légitimité politique en ligne. Et aussi, au même titre que le point précédent, comprendre la recevabilité de ces dispositifs par les publics.

Pour finir, il serait utile de poursuivre l'analyse des omissions et des contre-cadrages. Le mémoire montre déjà que les deux chaînes sélectionnent certains problèmes et en invisibilisent d'autres : l'État comme appareil de guerre ou de dépense est très visible, quand l'État comme producteur de droits sociaux, de solidarité ou de régulation reste en arrière-plan. Un axe de recherche, très riche, serait donc de comparer systématiquement les cadrages libertariens aux contre-cadrages concurrents : sociaux-démocrates, républicains, conservateurs ou socialistes, afin de mieux saisir les luttes d'interprétation qui structurent l'espace politique de YouTube. Cela

permettrait de replacer les deux cas étudiés dans une cartographie plus générale des conflits de visibilité et des concurrences idéologiques en ligne.

VII. Conclusion

Il ressort de l'enquête que les cadrages libertariens ne s'avèrent pas visibles et crédibles sur YouTube que par la simple présence d'idées hostiles à l'État ou favorables au marché, mais s'apaisent en réalité à la croisée de quatre dimensions désormais au centre de notre enquête : une dimension du discours qui sélectionne les problèmes et les responsables, une dimension design qui construit la promesse de son édition, une dimension qui produit le locuteur en tant que figure crédible et une dimension distributionnelle qui place la parole dans les logiques distributives de circulation de la plateforme elle-même. Ainsi la comparaison entre Dave Smith et Grand Angle fait apparaître deux traductions concordantes d'un même répertoire idéologique : une traduction dissidente, incarnée et conflictualisée chez Dave Smith ; une traduction pédagogique, économique et cumulative chez Grand Angle. Notre démarche a permis de montrer à la fois ce qui est dit et comment cela devient visible et croyable sur YouTube.

En réponse à la problématique, nous affirmons que les cadrages libertariens se rendent visibles sur YouTube par la mise en forme partagée d'un répertoire idéologique commun. Ce répertoire articulé dans les deux cas une critique de l'État, une valorisation de l'autonomie individuelle et une légitimation du marché mais n'acquiert pas la même texture discursive, ni la même force de persuasion selon les chaînes. Chez Dave Smith, on aura une parole politique explicitement libertarienne, dissidente et réactive à l'actualité américaine. Chez Grand Angle, il s'agit d'une pédagogie économique intégré à un raisonnement explicatif sur la dette, les subventions, l'investissement, le capitalisme ou la responsabilité individuelle.

Cette différence réside dès lors dans un rapport au style. Elle confirme que le cadrage doit être pensé comme une opération de sélection et de saillance englobant autre chose que le seul plan verbal. Les vidéos ne se contentent pas de commenter le réel, mais elles définissent les problèmes légitimes, désignent les causes, établissent un certain ordre de priorité, privilégient certaines solutions en permettant d'en envisager d'autres dans l'ombre. La méthode du mémoire montre que cette opération se réalise

à travers des dispositifs multiples, dans les transcriptions, dans les titres et miniatures, dans les formats de parole, dans les supports graphiques définis, dans les routines de publication...

La comparaison révèle également une contribution théorique plus précise. Le mémoire montre que les fonctions classiques du framing (diagnostic, pronostic, motivation) sont non seulement construites par une argumentation explicite, mais aussi dans l'architecture de la vidéo et dans l'environnement de circulation : la crise politique de la liberté est diagnostiquée par Dave Smith et est imputée au big government, à la guerre, à la propagande, aux médias dominants et à la censure. La crise économique de l'interventionnisme est diagnostiquée par Grand Angle, mais elle est imputée à la dette, à la dépense publique, aux subventions et à l'irresponsabilité administrative. Dans les deux cas, la solution renvoie à la réduction l'emprise institutionnelle au profit de l'autonomie individuelle, mais l'adhésion se fonde autant sur la lucidité dissidente du côté de Smith que sur la compétence économique du côté de Grand Angle.

L'enquête confirme l'intérêt de Baradat et Phillips (2017) à penser l'idéologie comme une sorte de simplification, orientée vers le grand public et vers l'action. YouTube étant un milieu tout particulièrement favorable à cette circulation, non pas parce qu'il délivrerait de façon automatique telle ou telle doctrine, mais parce qu'il donne à voir des schémas interprétatifs, répétés et incarnés. La notion de *rugged individualism* permet d'éclairer un point important du cas de Dave Smith, qui trouve une forte valorisation dans la figure de l'individu dissident, autosuffisant et méfiant envers les institutions ; mais la comparaison montre aussi que cet imaginaire individualiste peut être retraduit dans un autre cadre, chez Grand Angle, sous l'image de l'entrepreneur responsable.

D'un point de vue méthodologique, cette recherche met donc en avant l'intérêt d'une grille multimodale à quatre axes pour travailler sur les idéologies numériques. En ne se bornant pas à la seule revendication explicite pour identifier les positions libertariennes, l'enquête permet de croiser des cadrages convergents dans des univers par ailleurs différents. Le croisement des transcriptions, des titres, des miniatures, des descriptifs, des données de chaîne, des sponsors, des rythmes de publication, des

décors, des supports visuels et des formes de présentation de soi permet ainsi de traiter YouTube comme un espace de visibilité organisée. L'un des apports de cette méthode réside précisément dans le fait qu'elle montre comment une des principes idéologiques se matérialisent, se scénarisent et se stabilisent dans un environnement où les formats, les métriques comptent autant que les arguments eux mêmes.

Nous devons rester nuancés au regard des résultats et de nos choix empiriques. Le corpus est qualitatif et construit sur deux cas, et il ne vise pas à produire une généralisation statistique portant sur YouTube, ensemble de supports, ou sur l'ensemble des productions libertariennes présentes sur Internet. Certes, l'analyse repose sur des traces publiques et sur des contenus sélectionnés du fait de leur pertinence à la question. Elle permet de formuler une description des mécanismes de visibilité et de crédibilité, sans permettre de raconter les effets produits sur les publics ou d'ouvrir la *boîte noire* des systèmes de recommandation. Aucune de ces limites n'affecte la validité du résultat principal, mais elle limite son champ d'étude. Il s'agit de logiques d'aide à la visibilité idéologique dans deux configurations exemplaires, et non d'une loi d'effet circulatoire général sur les plateformes.

Globalement cette recherche invite à redéployer l'analyse des idéologies politiques en fonction de leurs conditions d'existence numériques. Sur YouTube, une idéologie ne se donne pas seulement à lire dans des arguments ou des références doctrinales. Nos observations font également émerger la nécessité d'une réflexion plus grande : comprendre comment les plateformes participent à la recomposition des cultures politiques contemporaines, non en imposant directement des idées, mais en favorisant certains types de visibilité, certaines modalités de parole, certaines manières de consensus. Alors, l'enjeu est de s'intéresser aux formes sous lesquelles elles deviennent repérables, accessibles et désirables pour des publics connectés.

Table des matieres

I. Introduction.....	8
II. Contexte et problématisation.....	11
1. Construction idéologique et opportunités numériques : du libertarianisme au cyber-libertarianisme.....	11
1.1 Genèse et distinctions idéologiques : définir brièvement ce qui est libertarien de ce qui s'en éloigne.....	11
1.2 Le libertarianisme en ligne : la construction historique d'un courant resté marginal.....	13
2. La transformation de YouTube en espace d'expression idéologique.....	15
2.1 YouTube, entre hiérarchisation de la visibilité et logiques algorithmiques du Web 2.0.....	15
2.2 De l'utopie libertaire aux batailles du Web : YouTube dans l'histoire d'Internet.....	17
3. Problématisation et définitions des termes.....	19
3.1 Objectifs.....	21
III. Cadre theorique.....	23
1. YouTube en tant qu'espace de visibilité.....	23
2. Les dispositifs de plateforme.....	25
3. Les cadrage du libertarianisme en ligne.....	27
4. Présentation de soi et construction de la crédibilité sur YouTube.....	32
IV. Methodologie.....	37
1. Grand Angle et Dave Smith : La sélection de deux vidéastes.....	37
2. Une analyse qualitative comparative de contenus et de dispositifs de plateforme.....	40
3. Grille d'analyse du corpus.....	45
V. Résultats.....	50
1. La constitution de deux visibilité.....	50
Les données de l'API.....	52
La stabilisations des formats de videos.....	53
Monétisation, auto-promotion des chaînes.....	55
2. Deux formes de crédibilité : parole incarnée et autorité pédagogique.....	57
Présentation de soi en contexte de plateforme.....	57
La présentation de soi comme indicateur de crédibilité.....	58
Dave Smith et la credibilité dissidente.....	59
Grand Angle et l'expertise pédagogique.....	61
Deux formes de crédibilité comparées.....	64
La plateforme comme condition de maintien des façades.....	64
3. Les seuils d'entrée du discours libertarien : titres, miniatures et formats.....	66
Les plateformes comme objet structurant.....	66
Formats de vidéos et dispositifs natifs de plateforme.....	67
Titres, miniatures et économie de l'attention.....	70
Auto-promotion, sponsors, chaînes annexes et extension de présence.....	72

4. Deux régimes discursif du libertarianisme.....	74
Entre critique de l'État, du déficit et des institutions, un cadrage libertarien différent..	75
Une valorisation constante de l'autonomie individuelle.....	77
Le marché comme ordre de coordination légitime.....	78
Lexiques et omission.....	79
Un résultat comparatif pour deux vecteurs du libertarianisme en ligne.....	80
Synthese des resultats.....	81
VI. Discussions.....	83
Interprétation globale des résultats.....	83
Portée des résultats.....	84
Résultats attendus et inattendus.....	86
Les limites de la recherche.....	87
Recommandations.....	89
VII. Conclusion.....	91
Table des matieres.....	94
Bibliographie.....	95
Annexes.....	101

Bibliographie

- Arlow, J. (2024). Measuring libertarian ideology with party manifesto data. *Contemporary Politics*, 30(2), 1–25. <https://doi.org/10.1080/13569775.2024.2432187>
- Baradat, L. P., & Phillips, J. A. (2017). *Political ideologies: Their origins and impact* (12th ed.). Routledge.
- Barbrook, R., & Cameron, A. (1995). *The Californian Ideology*. Mute.
- Barlow, J.-P. (2000). Déclaration d'indépendance du cyberspace. Dans O. Blondeau, *Libres enfants du savoir numérique : Une anthologie du "Libre"* (p. 47–54). Éditions de l'Éclat.
- Becker, H. S. (1952). Science, culture, and society. *Philosophy of Science*, 19(4), 273–287.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Boellstorff, T. (2008). *Coming of age in Second Life: An anthropologist explores the virtually human*. Princeton University Press.
- Boullier, D. (2016). *Sociologie du numérique*. Paris : Armand Colin.
- Bouvet, L. (2004). La fin du libéralisme américain ? *Raisons politiques*, (16), 25–44. <https://doi.org/10.3917/rai.016.0025>
- Boursier, T. (2025). La banalisation du suprémacisme blanc sur YouTube : Analyse des convergences et des influences idéologiques au sein de l'extrême droite française. *Politique et Sociétés*, 44(1), 35–62. <https://doi.org/10.7202/1114896ar>
- Brighenti, A. M. (2010). *Visibility in social theory and social research*. Palgrave Macmillan.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity.

- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet : Promesses et limites*. Paris : Seuil.
- Cardon, D. (2015). *À quoi rêvent les algorithmes ? Nos vies à l'heure du big data*. Seuil.
- Cardon, D., & Casilli, A. A. (2015). *Qu'est-ce que le digital labor ?* Paris : INA Éditions.
- Carson, K. (2014, June 15). What is left-libertarianism? Center for a Stateless Society. <https://c4ss.org/content/19765>
- Colacrai, M., Chen, J., Horne, W., & Joseph, K. (2024). Navigating multidimensional ideologies with Reddit's Political Compass: Economic conflict and social affinity. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2401.13656>
- Conway, D. (2008). Freedom of speech. In R. Hamowy (Ed.), *The encyclopedia of libertarianism* (pp. 295–298). SAGE; Cato Institute. <https://doi.org/10.4135/9781412965811.n112>
- Dahlberg, L. (2018). Cyberlibertarianism. In J. Hartley, J. Burgess, & A. Bruns (Eds.), *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society* (pp. 1–5).
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fogg, B. J., & Tseng, H. (1999). The elements of computer credibility. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 80–87. Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/301353.301402>
- Foucault, M. (2009). *Le courage de la vérité : Le gouvernement de soi et des autres II*. Cours au Collège de France, 1984. Gallimard/Seuil.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.
- Gillespie, T. (2010). The politics of “platforms”. *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>

- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne : La présentation de soi* (Tome 1). Paris : Les Éditions de Minuit. (Ouvrage original publié en 1959)
- Golumbia, D. (2015). Bitcoin as politics: Distributed right-wing extremism. In G. Lovink, N. Tkacz, & P. de Vries (Éds.), *MoneyLab Reader: An intervention in digital economy* (pp. 117–131). Institute of Network Cultures.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2589890>
- Grosbois, P. de. (2017). *Les batailles d'Internet : Assauts et résistances à l'ère du capitalisme numérique*. Montréal : Écosociété.
- Hamowy, R. (Ed.). (2008). *The encyclopedia of libertarianism*. SAGE Publications; Cato Institute.
- Havel, V. (1985). *The power of the powerless: Citizens against the state in Central-Eastern Europe* (J. Keane, Ed.). M. E. Sharpe. (Texte original publié en 1978)
- Hepp, A., Schmitz, A., & Schneider, N. (2023). Afterlives of the Californian Ideology: Tech movements, pioneer communities, and imaginaries of digital futures – Introduction. *International Journal of Communication*, 17, 4142–4160.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21405>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.
- Lewis, R. (2018). *Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube*. Data & Society Research Institute.
<https://datasociety.net/library/alternative-influence/>

Lindekilde, L. (2014). Discourse and frame analysis: In-depth analysis of qualitative data in social movement research. In D. della Porta (Ed.), *Methodological practices in social movement research* (pp. 195–227). Oxford University Press.

Locke, J. (1992). *Deuxième traité du gouvernement civil* (A. Prévost, Trad.). Paris : Vrin. (Ouvrage original publié en 1689)

Marwick, A. E. (2013). The fabulous lives of micro-celebrities. In *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age* (pp. 112–162). Yale University Press.

Marwick, A. E. (2013). Self-branding: The safe-for-work self. In *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age* (pp. 163–202). Yale University Press.

May, T. C. (1992). *The Crypto Anarchist Manifesto*.
<https://www.activism.net/cypherpunk/crypto-anarchy.html>

McCroskey, J. C., & Teven, J. J. (1999). Goodwill: A reexamination of the construct and its measurement. *Communication Monographs*, 66(1), 90–103.

Montesquieu, C. de. (2000). *De l'esprit des lois*. Paris : GF-Flammarion. (Ouvrage original publié en 1748)

Nagle, A. (2017). *Kill All Normies: Online Culture Wars From 4chan and Tumblr to Trump and the Alt-Right*. Zero Books.

Nozick, R. (1988). *Anarchie, État et utopie* (M. Cohen-Halimi, Trad.). Paris : PUF. (Ouvrage original publié en 1974)

Ramiro, A., & de Queiroz, R. (2022). Cypherpunk. *Internet Policy Review*, 11(2).
<https://doi.org/10.14763/2022.2.1664>

Rand, A. (1957). *Atlas Shrugged*. Random House.

Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice*. Harvard University Press.

Revel, J.-F. (1977). *La nouvelle censure*. Paris : Jean-Jacques Pauvert.

- Rohlinger, D. A., & Bunnage, L. (2017). Did the Tea Party movement fuel the Trump-train? The role of social media in activist persistence and political change in the 21st century. *Social Media + Society*, 3(2).
<https://doi.org/10.1177/2056305117706786>
- Rothbard, M. N. (2011). *Pour une nouvelle liberté : Le manifeste libertarien* (M. Lepesant, Trad.). Paris : Institut Coppet. (Ouvrage original publié en 1973)
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper & Brothers.
- Smith, A. (1991). *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations* (G. Garnier, Trad.). Paris : Flammarion. (Ouvrage original publié en 1776)
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *International Social Movement Research*, 1, 197–217.
- Taylor, A. (2014). *Démocratie.com : Pouvoir, culture et résistance à l'ère des géants de la Silicon Valley* (N. Calvé, Trad.). Lux Éditeur. (Ouvrage original publié en 2014)
- Turner, F. (2006). *From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism*. University of Chicago Press.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>
- Wallsten, K. (2010). “Yes We Can”: How online viewership, blog discussion, campaign statements, and mainstream media coverage produced a viral video phenomenon. *Journal of Information Technology & Politics*, 7(2–3), 163–181.
<https://doi.org/10.1080/19331681003749030>

Articles de presse

- Stelter, B. (2011, December 11). *Occupy Movement Shows Potential of Live Online Video*. The New York Times.

<https://www.nytimes.com/2011/12/12/business/media/occupy-movement-shows-potential-of-live-online-video.html>

Weissmueller, Z., Gillespie, N., & Thompson, D. (2022, June 15). Inside the Mises Caucus takeover of the Libertarian Party. Reason.
<https://reason.com/2022/06/15/inside-the-mises-caucus-takeover-of-the-libertarian-party/>

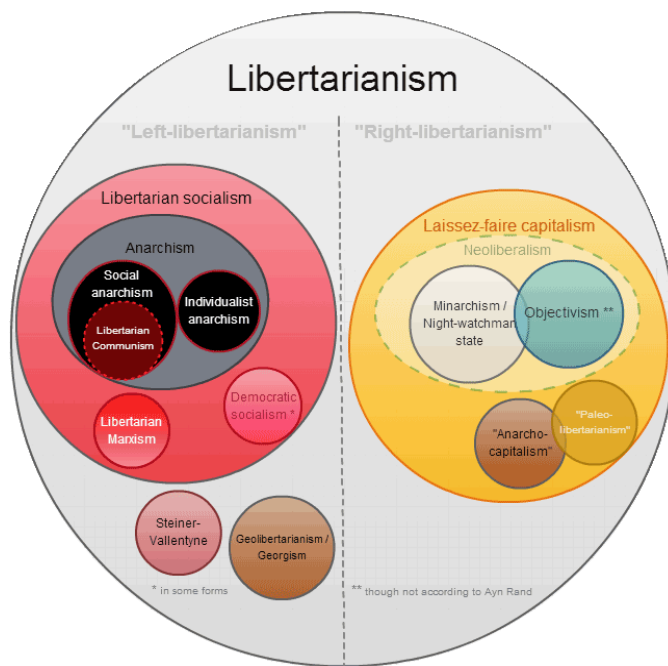
Schweitzer, P. (Réalisateur). (2023, 3 septembre). Les clés de la réussite économique dans un monde qui change, avec Richard Détente [Épisode 39, podcast]. Contrepoints. <https://www.contrepoints.org>

Annexes

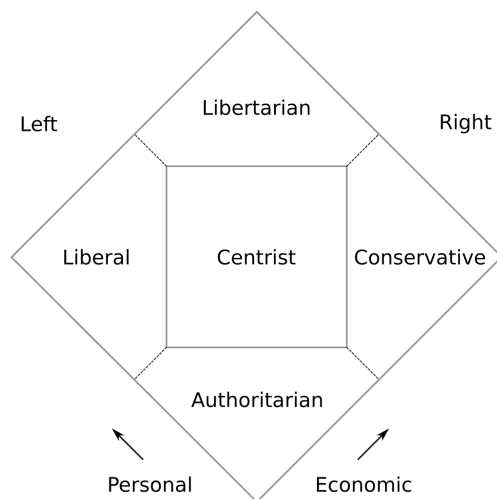
Liste des tableaux et graphiques

- Tableau 1 : Critères d'identification des chaînes et de repérage des cadrages libertariens p. 31
- Tableau 2: Niveaux d'analyse du discours multimodal appliqués à Grand Angle et Dave Smith p. 43
- Tableau 3 : Typologie des sens visuels selon Kress et van Leeuwen appliquée au corpus p. 44
- Tableau 4 : Grille simplifiée d'analyse du corpus p. 51

Annexe 1 : *A diagram of the typology of beliefs in libertarianism (both left and right, respectively)* - Finx. public domain. English Wikipedia.



Annexe 2 : *The Nolan Chart in its traditional form*



Annexe 3 : *David Nolan with a Nolan Chart at the 1996 Libertarian Party Convention in Washington, DC. 4 July 1996*

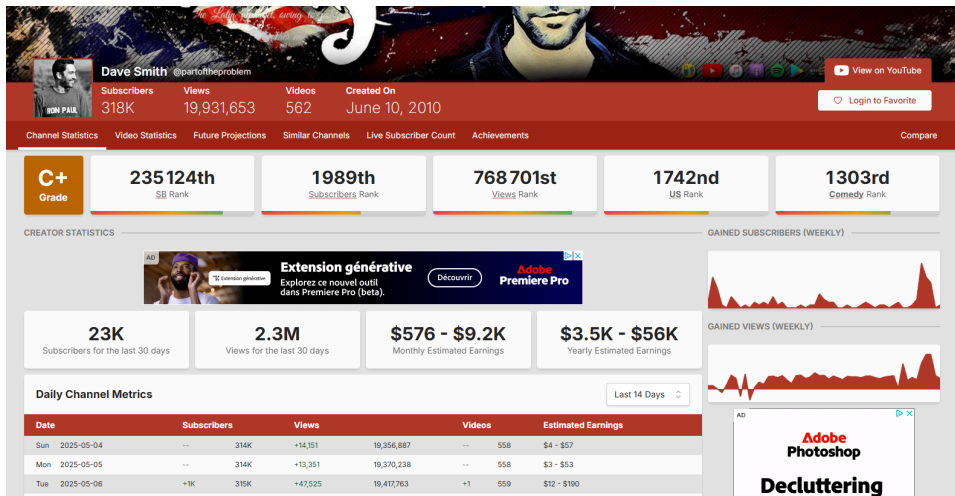
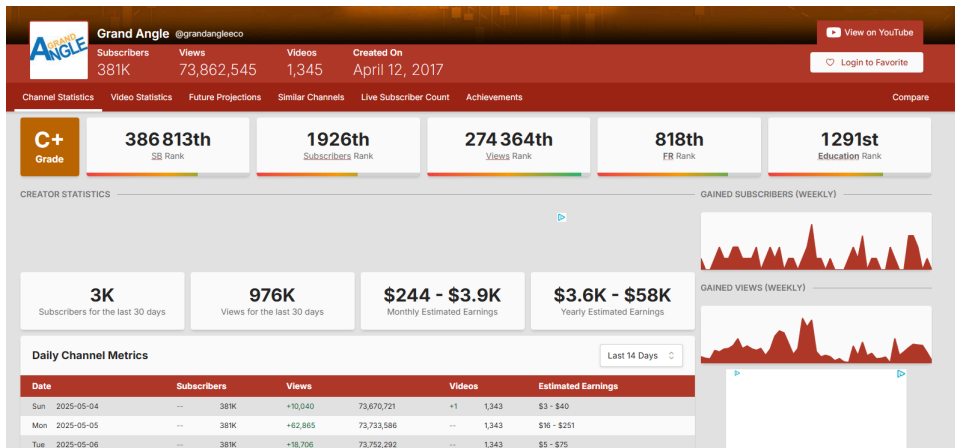


Annexe 4 : critères d'identification des chaînes et du socle libertarien, construite sur la base de la [plateform](#) du Libertarian Party

Position sur l'État	Critique systématique du rôle de l'État, en particulier de ses fonctions redistributives ; Défense d'un Etat minimal limité au régalien.
Conception de l'individu	Primauté totale de la liberté individuelle comme valeur politique fondamentale ; Affirmation que la liberté négative prime sur les droits sociaux.
Rapport au marché	Glorification du libre marché et de la concurrence comme mécanisme optimal d'allocation des ressources ; Hostilité manifeste à la régulation économique, aux aides publiques, à "l'Etat-providence" ; Tendance à appliquer une logique marchande à tous les domaines de la vie sociale.
Références idéologiques et lexicales	Vocabulaire caractéristique type "spoliation fiscale", "marché libre", "interventionnisme", "libre arbitre", etc. ; Références scientifiques presque exclusivement empruntées au champ des économistes.
Formes de mise en scène	Mise en avant de soi comme individu autonome, entrepreneur, ou dissident intellectuel ; culture de la contestation contre-hégémonique, posture d'outsider ou d'avant-garde.

Annexe 5 : SocialBlade des chaînes de Grand Angle et Dame Smith (<https://socialblade.com>)

Sont retenues les principales métriques mise en évidence sur la page: Le nombre total d'abonnés, le nombre total de vues, Le nombre de vidéos publiées et l'intensité de publication, L'ancienneté de la chaîne



Annexe 6 : séries de vidéos utilisées

<https://www.youtube.com/watch?v=mSgkMymmh6w>

https://www.youtube.com/watch?v=0ykbt_WGOZE

<https://www.youtube.com/watch?v=zQMPNLYCKow>

<https://www.youtube.com/watch?v=z34XN9sXZD0>

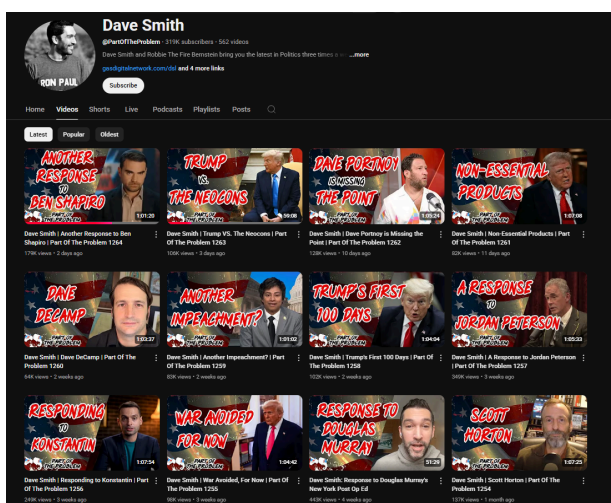
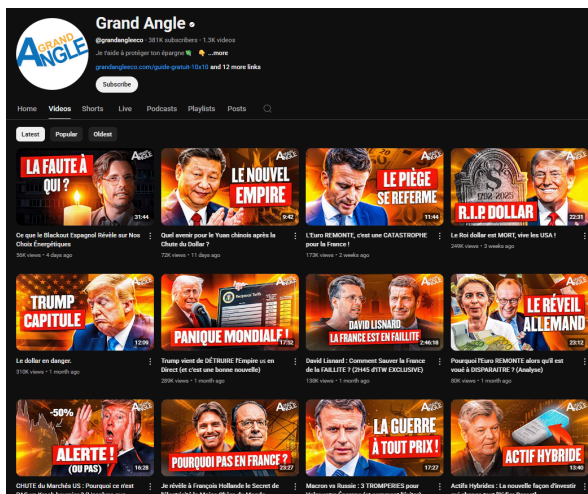
<https://www.youtube.com/watch?v=KcNBldvyJaE>

<https://www.youtube.com/watch?v=OItaIIRqsO8&t=1s>

<https://www.youtube.com/watch?v=Xto5nDuF0oY>

<https://www.youtube.com/watch?v=4mRMXblM-YY>

Annexe 7 : chaîne YouTube Grand Angle et Dave Smith

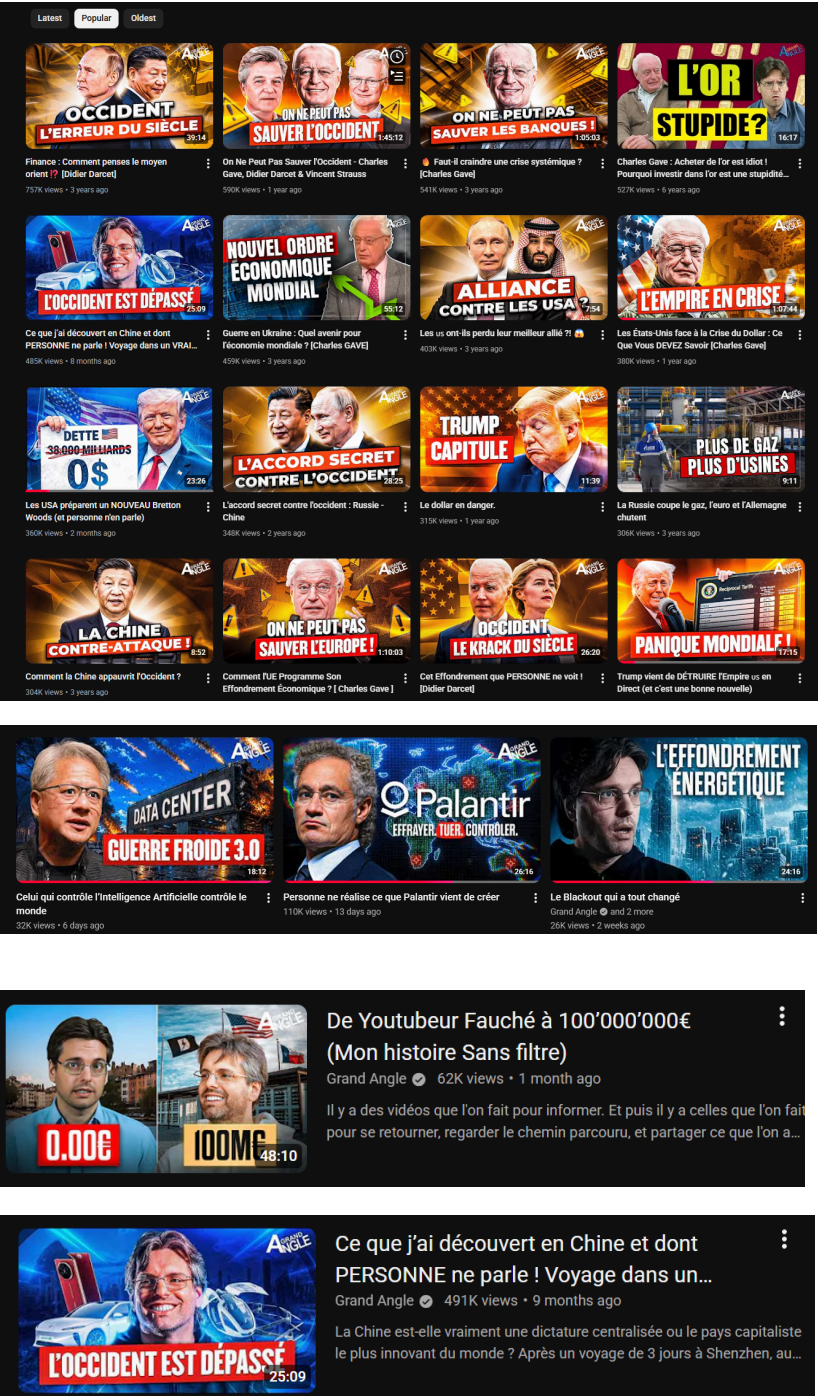


Annexe 8 : Description affichée sur Youtube

Grand Angle, c'est une vidéo de vulgarisation toutes les semaines pour comprendre l'économie.
L'objectif de cette chaîne est de donner une vision globale de l'économie avec un peu d'humour

Annexe 9 :

APPERCU VIDEOS MINIATURES (videos *popular* et *latest*)



Annexe 10 : Description de Grand Angle (observation de terrain)

<u>Global</u>	Videos de vulgarisation animé Longueur entre 20 et 35 minutes Themes sur inflation, retraite, dette,
---------------	--

	immobilier, épargne, investissement, crises économiques parfois géopolitique économique Critique de l'État providence et du socialisme en politique “Les concepts économiques accessibles à tous”
<u>Chaines similaires:</u>	Money Radar Finary Yomi Denzel CRESUS
<u>Positionnement</u>	Identité politique peu incarnée “pragmatique” (comprendre pour mieux décider) Agentivité de l'individu l'économie d'abord, le social et culturel ensuite
<u>Format:</u>	Vidéos thématiques, avec animation 2D + présentation de graphiques, d'articles de presse... Vidéos podcasts avec un invité autour d'une table, entrecoupé d'image d'article, de graphique pour appuyer le podcast Ton posé, didactique Simplification forte Utilisation de banque d'image et d'illustration
<u>Structure d'une video:</u>	1. Pose une thématique avec une proposition (pourquoi vous devriez faire cela, pourquoi ceci est bien...) 2. Argumentaire (graphiques, éléments de presse, arguments historiques ou théorique) 3. Lien avec le présent et la politique actuelle 4. auto promo pour ses projets d'investissement (il invite sa communauté à investir avec lui)

Annexe 11 : CHAÎNES ANNEXES

Grand Angle Nova ✕

Description

Inscrivez-vous à notre newsletter 📧
<https://grandanglenova.short.gy/newsletter>

Grand Angle Nova explore les trois piliers de la croissance de demain :

- l'intelligence artificielle et les nouvelles technologies de production de la connaissance (dont le High Power Computing),
- l'énergie comme base de la croissance économique,
- le système monétaire (avec Bitcoin) comme outil de transport et de stockage de la valeur.

À travers des analyses solidement ancrées dans l'actualité et aux travers d'interviews d'invités de marque, nous décryptons ensemble ces grandes mutations technologiques et économiques.
Ici, nous explorons le futur pour vous donner les clés de compréhension, d'anticipation et d'investissement face aux transformations qui façonnent notre monde.
Rejoignez nous pour investir ensemble dans l'avenir !

Links

 **Newsletter Grand Angle Nova**
grandanglenova.short.gy/newsletter

 **Newsletter GA Invest**
grandangleinvest.activehosted.com/f/3

More info

 www.youtube.com/@grandanglenova

GAC ✕

Description

Bitcoin and cryptos are transforming our society.

Our mission at GAC is to get as many people as possible on board this revolution, which has already begun.

We fundamentally believe that bitcoin and crypto can give us access to a certain kind of freedom: the freedom to do what we want with OUR money.

This new and expanding universe is full of opportunities, but also appears complex and inhospitable. That's why we've decided to guide you through this new world.

Unfortunately, you won't necessarily be able to keep up with all the developments in this burgeoning sector. That's why we've condensed several days of research into short, easy-to-watch videos.

Every week, we share a video on our channel to help you grasp the concepts of Bitcoin, cryptocurrencies and DeFi

More info

 www.youtube.com/@grandanglebitcoin

 Switzerland

 Joined May 25, 2021

 122K subscribers

Annexe 12 : INVITÉS SOUVENT PRÉSENTS

Charles Gaves (<https://www.youtube.com/@CharlesGaveIDL>)

Didier Darcet

Vincent Strauss

Robbie Bernstein



Annexe 13 : EXEMPLE DE DESCRIPTION YOUTUBE:

149,764 views Jul 27, 2025 #Milei #france #Économie

La L'Argentine de Javier Milei : miracle économique ou recette à copier pour la France ? Découvrez comment Milei a relancé la croissance, fait chuter la pauvreté de 53% à 35% en quelques mois, et supprimé des milliers de postes administratifs pour redresser le pays. Analyse complète de la méthode Milei, ses résultats spectaculaires, et les leçons à tirer pour sortir la France de la crise.

Dans cette vidéo, nous décryptons les réformes radicales de Milei : réduction massive des subventions, coupes dans l'administration, simplification des normes, baisse des dépenses publiques et fiscalité allégée. Pourquoi la France s'enfoncé-t-elle dans la dette et la destruction de son tissu économique ? Quelles solutions concrètes pour réindustrialiser, libérer l'entrepreneuriat et restaurer la compétitivité ? Focus sur les exemples de l'Argentine, du Texas et de la Suisse pour inspirer une véritable renaissance économique française.

#Milei #Argentine #france #Économie

Montage & Stratégie YouTube
GA PROD
<https://www.gaproduct.agency>

👉 SOMMAIRE 👈

00:00 Miracle argentin : croissance et baisse de la pauvreté
01:23 Pourquoi la France s'enlise
04:28 Les secrets de la méthode Milei
07:24 Les solutions concrètes pour la France
10:51 Leçons internationales

Chapters View all

Annexe 14 : Transcript video Grand Angle 1

<https://www.youtube.com/watch?v=z34XN9sXZD0>



00:00:00

Les États-Unis ont un problème qui pèse 38000 milliards de dollars leur dette. Mais comme dans tous les pays avec une dette importante, le vrai sujet ce sont les dépenses du gouvernement. Comme je l'ai déjà dit, gardez l'œil sur une chose et une chose seulement. Combien le gouvernement dépense parce

que c'est la vraie taxe. Tout budget est équilibré.

00:06:54

compliqué. Il faut donc des entrepreneurs qui fassent des tentatives et qui soient soumis à l'épreuve de la faillite pour qu'on puisse trier ceux qui avaient raison de ceux qui se sont trompés. Ensuite, fort de ses avantages, les USA ont gardé leur or ainsi que ceux de leurs alliés, leur appareil industriel qui a relancé la machine économique à plein tube et ils ont imposé au monde leur dollars adossé.

Annexe 15 : Transcript video Grand Angle 2

<https://www.youtube.com/watch?v=KcNBldvyJaE>

Le Roi dollar est MO...



= Dans cette vidéo, j'explique comment Trump a échoué dans sa confrontation avec la Chine,...

00:00:00

Le dollar est mort. Vive les États-Unis d'Amérique. Reprenons rapidement ce que je vous ai expliqué dans mes deux derniers vidéos avant d'en arriver là.

00:11:31

C'est pour ça que du point de vue de Data Factory, on est très satisfait de la tournure que prennent les choses. Pousser l'industrialisation, c'est alimenter notre business.

Annexe 16 : Transcript video Grand Angle 3

<https://www.youtube.com/watch?v=OIaIIRqsQ8&t=1s>

Comment sauver l'éc...   



AR L'Argentine de Javier Milei : miracle
économique ou recette à copier pour la Fran...

00:05:04

Premièrement, les subventions. Fondamentalement, une subvention, c'est une décision d'investissement économique dont personne n'est responsable du résultat. En conséquence de quoi, en moyenne, elle dégrade l'économie d'un pays car il n'y a pas de processus de sélection pour éliminer les mauvaises subventions.

00:05:04

Au bout du compte, ce sont les entrepreneurs qui prennent de bonnes décisions, qui restent, survivent et permettent au pays de créer de la richesse. C'est pour cela que Milei s'est attaqué à deux maladies françaises bien connues.

00:13:40

Enfin, si vous voulez savoir un peu plus qui je suis pour comprendre d'où je parle, sachez que mon métier ce n'est pas de faire des vidéos YouTube. Je suis le chairman d'une société industrielle dans l'infrastructure électrique qui s'appelle Data Factory et que je m'engage fortement à partir de la rentrée dans la réindustrialisation de la France sur le secteur stratégique de l'intelligence artificielle de façon très ambitieuse.

<https://www.youtube.com/watch?v=Xto5nDuF0oY>



00:12:31

Donc, personnellement, je mets ici l'État de droit qui est une valeur cardinale de toute libérale capitaliste. L'État de droit consiste à dire que la Loi est la même pour tous et qu'elle s'applique de la même façon à tous. De plus, ajouter à l'État de droit, le respect de la dignité humaine est aussi une base car le libérale capitaliste pense que tout être humain est responsable et capable. Donc plus vous élargissez la base des être humains

00:19:07

Bref, globalement, je retiens que le capitalisme libérale ça marche. Et quel est le secret de sa réussite ? Attention, je vais choquer les oreilles les plus pieuses : c'est le profit. Pourquoi ? il affirme que toute action à large échelle qui ne fait pas de profit est vouée à foirer. Si la solidarité prévaut dans son cercle intime, c'est le profit qui nous sauve à l'échelle des sociétés. Le doux commerce comme le disait Montesquieu. Et cela s'applique aussi à votre épargne. Fondamentalement chaque personne ...

Annexe 18 : Transcript video Grand Angle 5

<https://www.youtube.com/watch?v=4mRMXblM-YY>



Annexe 19 : EXEMPLES DE COMMENTAIRES SOUS SES VIDÉOS

@breuss4570 7 months ago
Très bonne vidéo, merci pour ça
👍 🗨️ Reply

@CamusArthur 8 months ago
Bon courage !
👍 🗨️ Reply

@Univers-OR 8 months ago
Le problème des politiques français c'est qu'ils sont des incapables , incompetents et pour couronner le tout ils ne veulent pas le bien du peuple, ils préfèrent nous appauvrir au maximum pour ne pas que le peuple se rebelle et que eux politiques français puissent s'en mettre pleins les poches sur notre dos et voté des lois pour leurs donnés toujours plus d'avantages.privilèges.
-
Read more
👍 9 🗨️ Reply
4 replies ▾

@skafrix 8 months ago
Même si je reste sceptique sur de nombreux points, ça fait plaisir une vidéo qui propose des solutions, j'en déprimai de voir des vidéo d'analyses. Même si bon... je me doute que ce ne sera pas aussi simple.
👍 🗨️ Reply

@darcotsg 6 months ago
Tout est dit merci
👍 🗨️ Reply

@AlexandreBRAY-v4f 7 months ago
Un grand merci pour cette vidéo

@graphistecs7830 2 days ago
La gifle que m'a mise ta vidéo ! Je l'attendais, mais honnêtement, je ne pensais pas recevoir une telle valeur. Cela soulève beaucoup de questions sur mon patrimoine, notamment sur sa dimension fragile ou anti-fragile. J'avais déjà intégré certains des principes que tu décris, mais tu les as poussés à un niveau de clarté et de simplicité particulièrement marquant. Je pense la revoir plusieurs fois afin d'ancrer certains concepts (notamment sur les shorts)...
Read more
👍 4 🗨️ Reply

@guillaume1611 2 days ago
Cette vidéo c'est de l'or en barre.
Merci pour tout ce que tu fais depuis quelques années déjà.

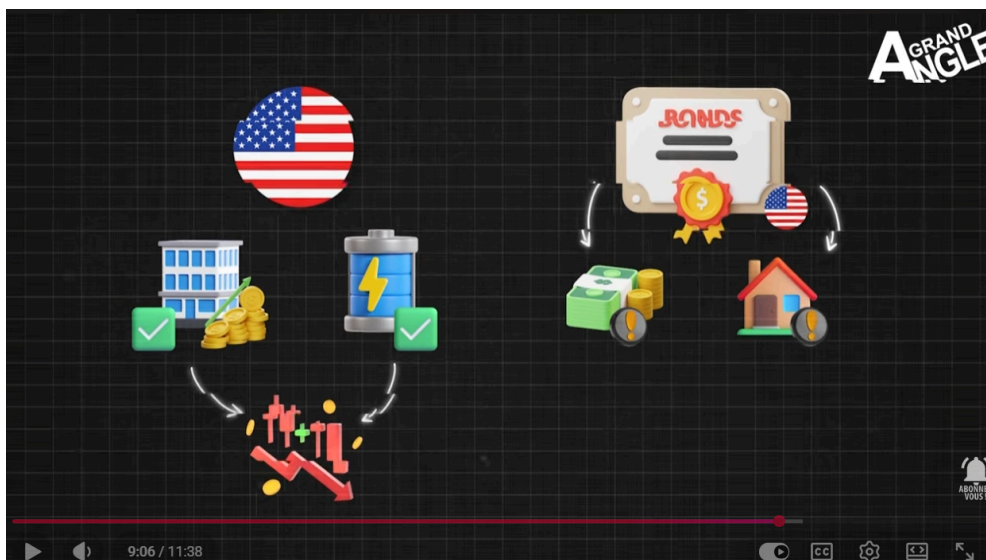
Je te suis depuis un moment maintenant, depuis mes débuts où je cherchais à en apprendre davantage sur BTC loin des vendeurs de rêves, jusqu'à ...
Read more
👍 2 🗨️ Reply

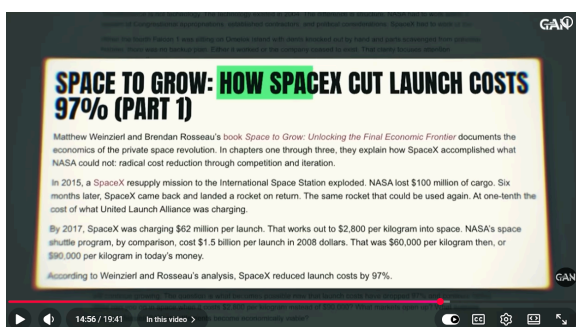
@onsiknoto2932 2 days ago
Ah ravi de constater que tu as créé une société dans mon pays!
👍 3 🗨️ Reply

@ArnaudRuelle-yo6vk 2 days ago
Merci pasteur ! Le dimanche est devenu tellement plus excitant ! MERCI pour tant d'abondance, d'être imparfait à comblé il n'y a visiblement qu'un angle!

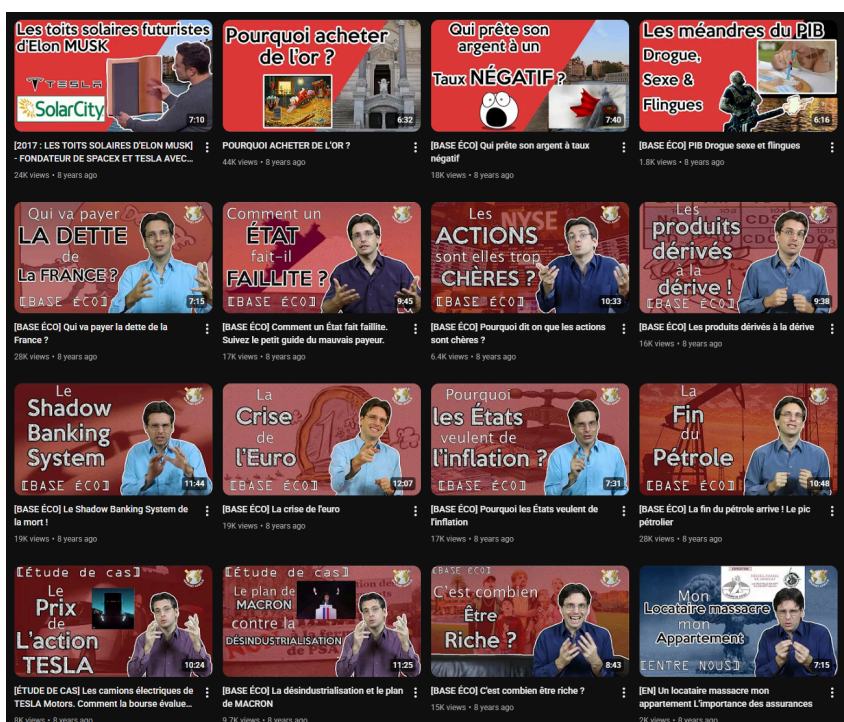
Bref, vivement le chaos, soyons anti-fragile et que le temps fasse son œuvre.
👍 4 🗨️ Reply

Annexe 20 : SCREENS PRIS DANS SES VIDÉOS:

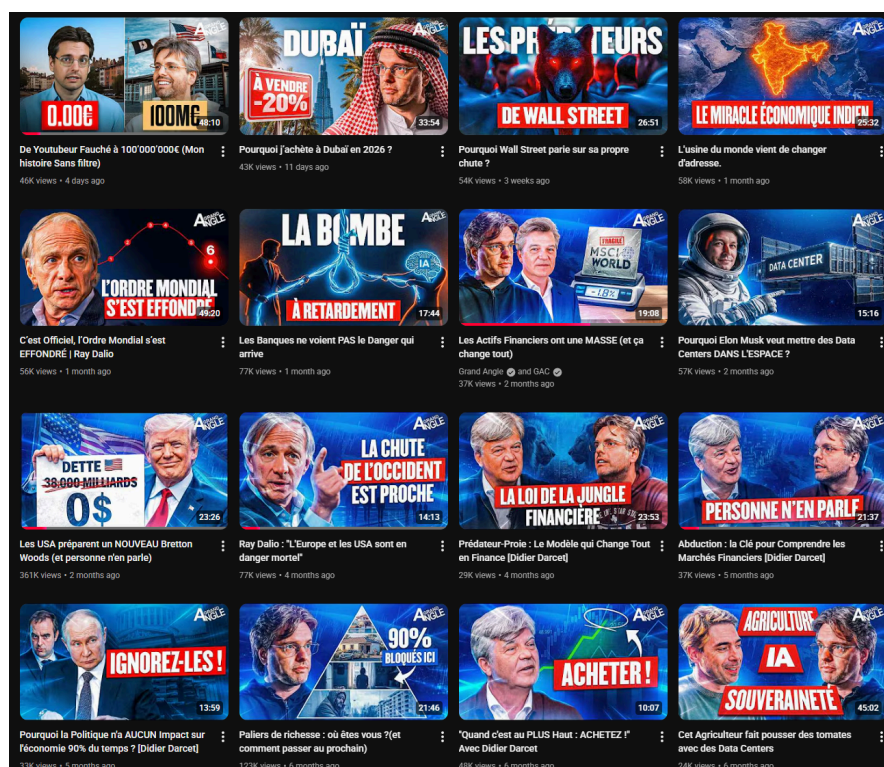




Annexe 21 : Premières vidéos de Grand Angle



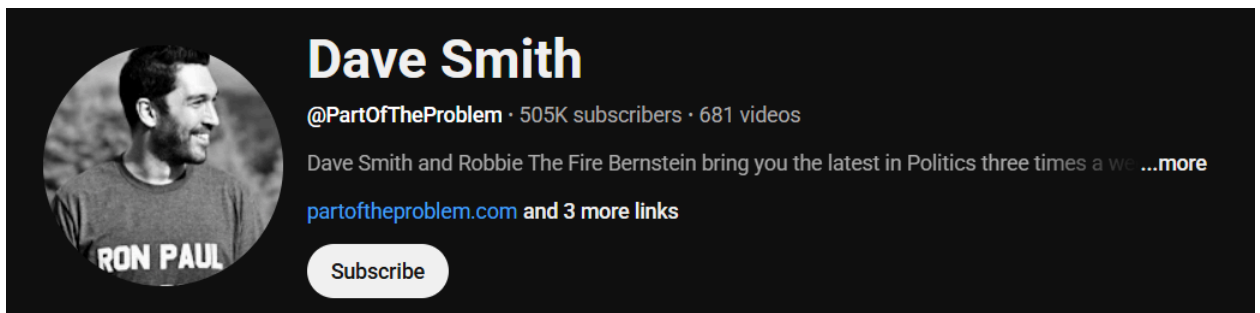
Annexe 22 : Dernières vidéos de Grand Angle



Dave Smith

Annexe 23 : Description présente sur sa chaîne

“Dave Smith and Robbie The Fire Bernstein bring you the latest in Politics three times a week, with the promise of bonus episodes! Libertarian Philosophy mixed with a sense of humor, POTP is one of the leading voices in libertarianism. Dave Smith is a New York based stand-up comedian, radio personality, and political commentator. Dave can be seen regularly on “The Greg Gutfeld Show” and “Red Eye” on Fox News, as well as “Kennedy” on Fox Business Network. In 2013 Dave was featured as one of the New Faces at the prestigious Just For Laughs Comedy Festival in Montreal. He was also a featured performer on the New York Comedy Festival’s “New York’s Funniest” showcase in 2014 and 2015. Dave's outlet for his social commentary is his podcast, “Part of the Problem,” which is available on iTunes. Dave is also co-host of “The Legion of Skanks” podcast, available on the GaS Digital Network.”

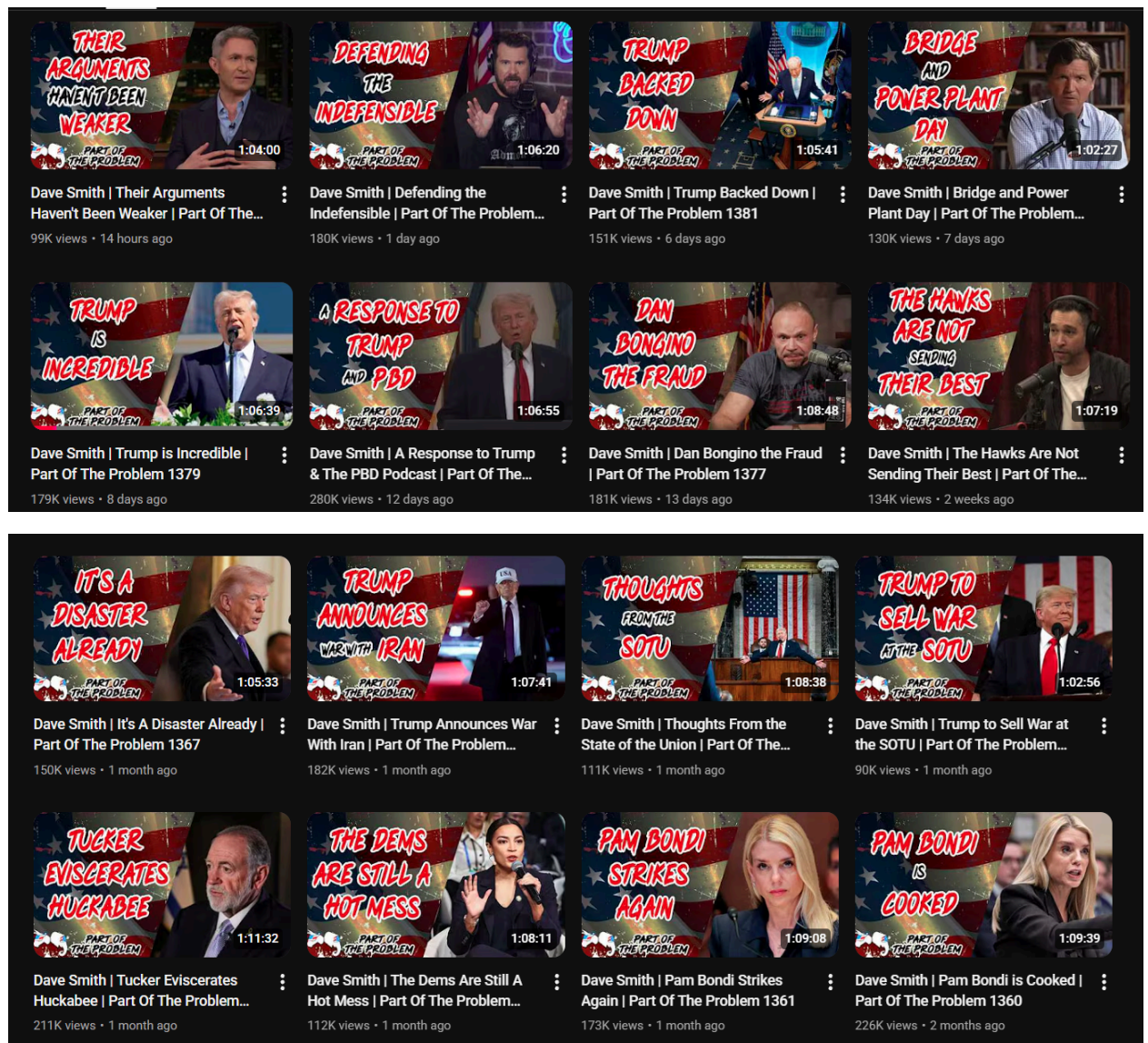


Annexe 24 : Description de Dave Smith (observation de terrain)

<u>Global</u>	Podcast solo ou accompagné actualité politique américaine (Trump, élections, guerres...) critique des médias mainstream politique étrangère libertarianisme débat culturels
<u>Chaines similaires:</u>	PowerfulJRE (Joe Rogan) Ben Shapiro Lex Friedman Jordan B Peterson
<u>Positionnement</u>	Libertarien revendiqué (Ron Paul, Rothbard) anti-guerre critique du “big government” et des institutions
<u>Format:</u>	podcast filmé - format talk - duplex (YouTube + audio) épisodes longs (1h à 2h) Highlights souvent en duo avec Robbie Bernstein
<u>Structure d’une video:</u>	1. Jingle et réaction à l’actualité récente 2. déconstruction d’un discours médiatique 3. analyse politique solo ou avec l’invité 4. Publicité / placement de produit / auto promo

4. punchlines / humour tout le long de l'épisode

Annexe 25 : Exemple de miniatures



Annexe 26 : Transcript video de Dave Smith 1

<https://www.youtube.com/watch?v=mSgkMymmh6w>



00:00:01

What's up everybody? Welcome to a brand new episode of Part of the Problem. I am Dave Smith. He is Robbie the Firebird Stan. How are you, sir? How was your weekend, Rob? Uh good weekend. I took all the Adderall and completely rebuilt my studio. So, if you've never checked out Run Your Mouth, now's your time. We got a new million-dollar studio. Took out a mortgage. Yeah, it doesn't uh and there's something that um money can only buy so much, but the passion of an Adderall-fueled Robbie the

00:01:27

Go check out uh Run Your Mouth. Um and uh yeah. Okay, anything else, Rob? Is that debate happening tomorrow? Uh oh, okay. Here, I'll give you a quick update on that, man, because it is just Dude, the amount of interest in this is almost nutty. Like, I You know, uh so, the latest that happened, uh trying to remember. Okay, so, I had the We recorded the last episode. At when we recorded the last episode, I want to say, if I'm remembering this correctly, they had offered me the...

00:04:38

Like I said, I'm I've accepted. I'm willing to do it. I do not understand why this makes sense for anybody, least of all Adam. He needs to wait for the song to stop playing in his head so that he can free up the space to read something and prepare. Can I tell you something, man? Um I Even listening to that all weekend? The Yeah, listen, I have been listening to it. I'm being completely honest here cuz that is my contract with the the listeners/viewers. It's been going through my head quite a

00:05:36

No choice but to talk about uh to to not keep talking about this. Um Okay. Things are going great, Rob. It's Has So, I don't know uh where to start, but I guess we could start because it's just it It is

unbelievable. No matter how many times you live through it, it's unbelievable the way war propaganda works, the way the lies of 5 minutes ago get exposed and everybody just moves on from that, the way the goal posts continue to move. There's a bunch of that that I wanted to uh talk about

00:41:18

Their constitution to make dumbass part of Russia all right guys let's take a moment and thank our sponsor for today's show which is zebiotics if you've ever skipped a workout because of drinks the night before or you've just had a rough morning after drinks the night before go check out zebiotics zebiotics pre-alcohol probiotics is the world's first genetically engineered probiotic it was invented by PhD scientists to tackle rough mornings after drinking here's how it works when you drink

Annexe 27 : Transcript video de Dave Smith 2

https://www.youtube.com/watch?v=0ykbt_WGOZE



00:01:18

kind of say what I have to say. I'm gonna try my best to kind of give my thoughts on what is a um an enormous event like culturally and politically, but um it's I you know I got to just admit off the top here that I'm I'm really rattled by this. I mean really this really uh [__] me up. Um, and you know, I was I was literally just tweeting that I'm going to go do an episode now and it'll be out soon. And I just wrote uh, you know, I'll be giving my thoughts on the assassination of Charlie Kirk

00:01:56

And even writing it was just a, you know, I don't know. It's so it's weird because that does not feel real, man. Like none of this feels real to me. It's just really, it's hard to describe. And of course, it's, you know, it's a bit of a um it's a bit of a challenge to like try to analyze something and break it down and give your thoughts on it while when you're personally kind of rattled uh by the whole situation. So, but I'll try and maybe I would start by saying this

00:02:28

because I bet you know, it's it's like I'm talking about my perspective on it, but I bet this is the truth for a lot of people listening. You know, I get um all the time I get uh people who like when I meet people like after comedy shows or just out like in life and I'll I'll you know, meet people who are uh who are fans of the show. And one of the things that I hear people say all the time, which it's a funny thing, and I mean I get this so much, uh, but people will come up to me and they'll be like, uh,

00:03:28

"Oh, I feel like I know you." I often tell them that I know exactly how you feel because like I've met people whose shows I listen to for many years and I felt like I knew them and in many cases then I got to actually know them and I realized I did know them. I did know them the whole time. Uh because you get to know somebody, especially when people aren't being duplicitous. Like you get to know somebody if you listen to them for hours and hours and hours. And so, you know, like somebody who's listened

Annexe 28 : Transcript video de Dave Smith 3

<https://www.youtube.com/watch?v=zQMPNLYCKow>



00:00:40

excited about this show uh we have joining us uh guest who I'm thrilled to have on the show he is a current candidate for president of the United States on the Democratic party he is one of the most interesting political figures in America today at least in my humble opinion Mr Robert F Kennedy Jr thank you so much for taking some time you know I've I've known of you for a long time but I became really interested in you during the covid the response Insanity it was really nice to see people of prominence who hadn't

00:01:13

lost their mind uh during that time and of course I've been very interested in your your presidential campaign um well I I where should I start here did you uh was it just in your blood that you were destined to run for president did you think you were going to run for president if I thought I was going to run for president but I um you know that what happened during covet was just it seemed like not only the country but the party my party had completely gone off the rails and had was departing from all of the you

00:01:47

know um the the principles and beliefs that liberals Democrats were he's always stood for we became the party of War uh when Democrats were always skeptical of War we became the party of fear and you know fdrs had the only thing we have to fear is fear itself and the reason that he said that he said that in 1932 during his inaugural address for his inaugural during his first uh presidency and he said that because the Depression had scared everybody and uh there were people in our country who were you know taking their money out

00:04:18

all had to abandon our constitutional rights and they you know they they dismantled the car in front of my eyes they dismantled the Constitution they went after first freedom of speech which Madison Hamilton Adams said we put that in a free expression the First Amendment there's all the other amendments are dependent on it if a government can silence its critics it has license for any atrocity and as soon as they realize okay they're putting up with it you know they're actually going to put up with

00:27:32

is this Unholy alliance between big business and big government that is screwing over average Americans and I really love that because I you know I don't think I don't know that there's been a president campaign since I would say Ron Paul's campaigns got it that I don't really think there's been a presidential campaign since where that has been the central issue of what they're saying that it's like look this is obviously all all of it like all the major crises that are facing this

00:42:22

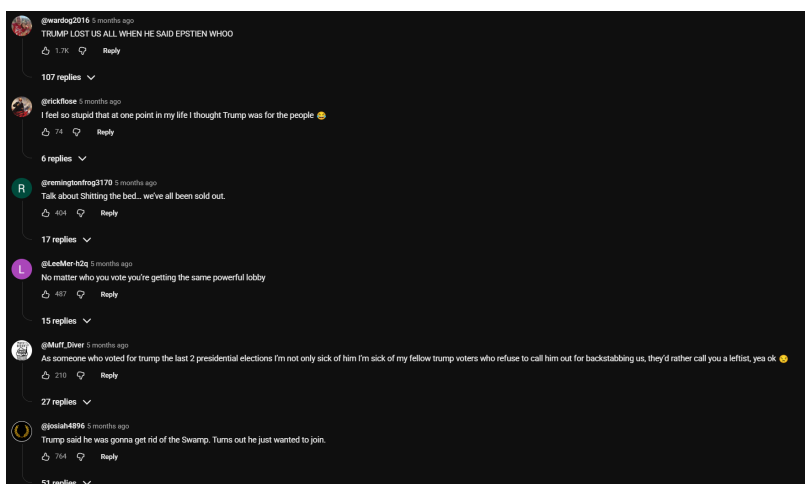
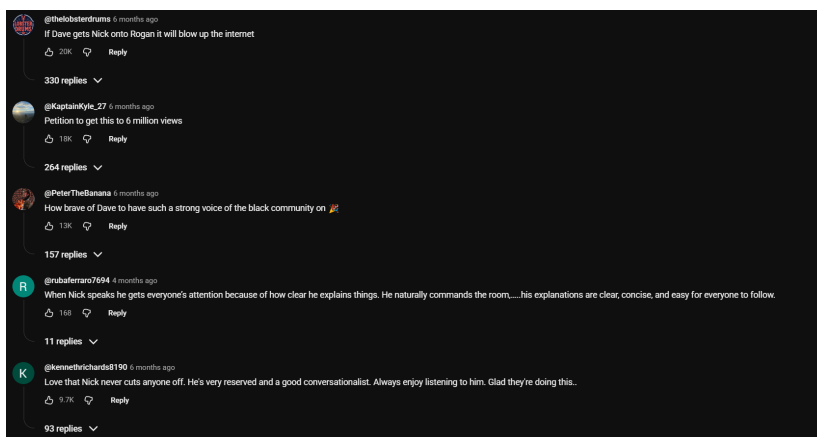
use at checkout zbiotics is backed with a 100 money back guarantee so if you're unsatisfied for any reason they'll refund your money no questions asked remember head over to zebiotics.com potp and use the promo code potp at checkout for 15 off big thank you to zebiotics for sponsoring this episode all right let's get back into the show you know a couple things that that come to mind and I know you know this um but the in that cable um from that was released by Wikileaks the net means yeah memo back to...

Annexe 29 : SCREENS PRIS DANS SES VIDÉOS:





Annexes 30 : EXEMPLE DE COMMENTAIRES SOUS SES VIDEOS:



Exemple de description d'une de ses videos:

Support Our Sponsors:
MASA Chips - <https://www.masachips.com/DAVE>

Cornbread - <https://www.cornbreadhemp.com/POTP> Use code POTP for 30% off your first order!

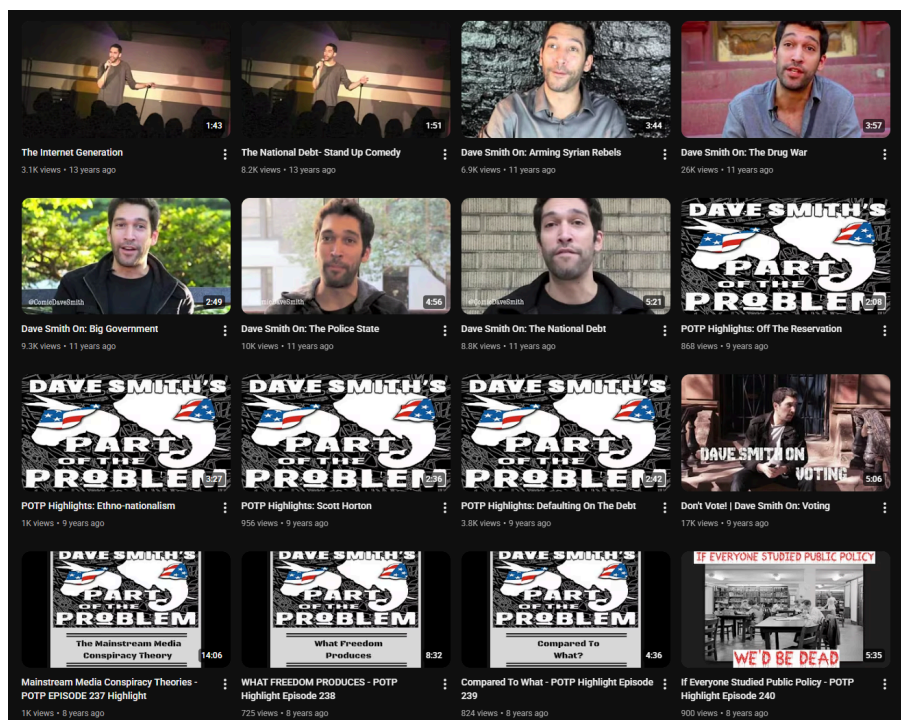
Part Of The Problem is available for early pre-release at <https://partoftheproblem.com> as well as an exclusive episode on Thursday!

ROB LIVE DATES HERE:
PORCH Tour: www.porchtour.com
Vegas: <https://www.wiseguyscomedy.com/nevada...>
Houston Texas: <https://www.eventbrite.com/e/robbie-t...>

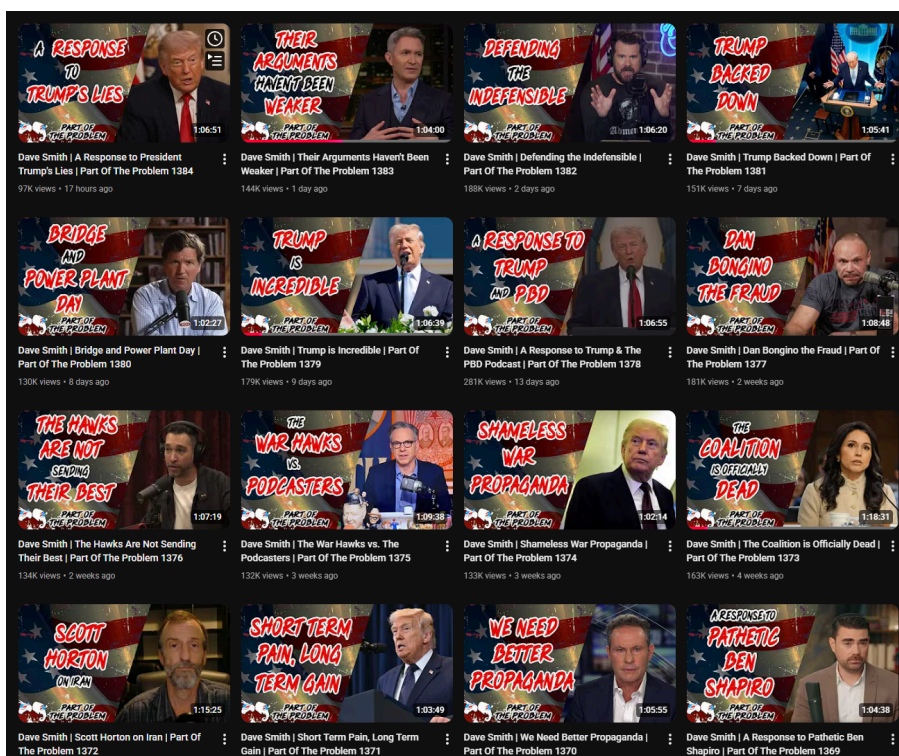
Find Run Your Mouth here:
YouTube - [@runyourmouth](https://www.youtube.com/@runyourmouth)
iTunes - <https://podcasts.apple.com/us/podcast...>
Spotify - <https://open.spotify.com/show/4ka50RA...>

Follow the show on social media:
X:
<http://x.com/ComicDaveSmith>
<http://x.com/RobbieTheFire>

Annexes 31 : Premieres videos de Dave Smith



Annexes 32 : Dernieres videos de Dave Smith



Annexe 33 Grille d'analyse

Niveau d'analyse	Questionnement	Indicateurs observables	Matériaux du corpus mobilisés
1. Discours : cadrages libertariens	Quels savoirs, valeurs et problèmes sont construits dans les transcriptions des vidéos? Comment sont ils constitués en tant que problèmes publics, économiques ou politiques ?	Critique de l'État, de la fiscalité, de la bureaucratie, de la dette publique, des médias mainstream, de l'interventionnisme, de la censure ; valorisation du marché, de l'autonomie individuelle, de l'entrepreneuriat, de la responsabilité individuelle, de la liberté d'expression ; définition du problème, attribution causale, jugement moral, solution proposée ou implicite.	Transcriptions des vidéos ; titres ; descriptions ; passages argumentatifs ; moments où sont formulées les critiques de l'État, des médias, de la bureaucratie ou des institutions ; extraits où apparaissent des solutions ou alternatives.
2. Design : organisation argumentative	Comment le discours est-il organisé pour être compris, rendu saillant et persuasif ? Quelle promesse est	Structure problème → explication → solution ; récit de crise ; démonstration pédagogique ;	Début et fin des vidéos ; plans de vidéo ; introductions ; transitions internes ; séquences de

	adressée au public ?	discussion de podcast ; opposition entre “nous” et “eux” ; accroche initiale ; promesse de révélation, d’explication ou de commentaire ; exemples, citations, blagues, références à l’actualité ; transitions vers sponsors ou auto-promotion.	sponsorisation ; descriptions YouTube ; titres et miniatures comme promesse d’interprétation ; phrases d’accroche.
3. Production : matérialité audiovisuelle, présentation de soi et crédibilité	Comment le discours est-il matériellement réalisé et incarné par le vidéaste ? Quelle figure publique construit-il ? Sur quoi repose sa crédibilité ?	Face caméra ; podcast filmé ; décor ; micro ; studio ; montage ; ton de voix ; rythme ; humour ; gestes ; posture corporelle ; style vestimentaire ; références personnelles ; authenticité ; expertise ; pédagogie ; dissidence ; indépendance revendiquée ; graphiques ; captures d’écran ; extraits médiatiques ; animation 2D ; qualité visuelle et sonore.	Vidéos complètes ; captures d’écran ; séquences face caméra ; moments de présentation personnelle ; passages humoristiques ou pédagogiques ; éléments de décor ; supports visuels utilisés dans les vidéos ; graphiques ; captures d’articles ; extraits d’actualité ; interactions avec le public.
4. Distribution : visibilité de plateforme et circulation du contenu	Comment les vidéos deviennent-elles visibles et circulent-elles dans l’écosystème YouTube ? Comment la chaîne stabilise-t-elle sa présence publique ?	Ancienneté de la chaîne ; rythme de publication ; nombre d’abonnés ; vues ; régularité ; évolution des formats ; titres ; miniatures ; descriptions ; tags ; sponsors ; appels à l’abonnement ; commentaires ; likes ; partages ; chaînes annexes ; présence sur d’autres plateformes ; projets dérivés ; changements de studio ou d’identité visuelle.	Page principale des chaînes ; historique des vidéos publiées ; données SocialBlade/API YouTube ; descriptions de vidéos ; titres ; miniatures ; commentaires ; métriques visibles ; liens externes ; sponsors ; pages ou chaînes annexes ; archives de publication.

Table des annexes

Annexe 1 : A diagram of the typology of beliefs in libertarianism, p. 102

Annexe 2 : The Nolan Chart in its traditional form, p. 103

Annexe 3 : David Nolan with a Nolan Chart at the 1996 Libertarian Party Convention in Washington, DC, p.	103
Annexe 4 : Critères d'identification des chaînes et du socle libertarien, p.	104
Annexe 5 : Données SocialBlade des chaînes Grand Angle et Dave Smith, p.	104
Annexe 6 : Série de vidéos utilisées dans le corpus, p.	105
Annexe 7 : Chaînes YouTube Grand Angle et Dave Smith, p.	105
Annexe 8 : Description affichée sur YouTube : Grand Angle, p.	106
Annexe 9 : Aperçu des miniatures de vidéos de Grand Angle, p.	106
Annexe 10 : Description de Grand Angle : observation de terrain, p.	107
Annexe 11 : Chaînes annexes associées à Grand Angle, p.	109
Annexe 12 : Invités récurrents ou associés à Grand Angle, p.	109
Annexe 13 : Description et métadonnées de vidéos Grand Angle, p.	110
Annexe 14 : Transcription Grand Angle : vidéo 1, p.	110
Annexe 15 : Transcription Grand Angle : vidéo 2, p.	111
Annexe 16 : Transcription Grand Angle : vidéo 3, p.	112
Annexe 17 : Transcription Grand Angle : vidéo 4, p.	113
Annexe 18 : Transcription Grand Angle : vidéo 5, p.	114
Annexe 19 : Exemples de commentaires sous les vidéos de Grand Angle, p.	114
Annexe 20 : Captures d'écran issues des vidéos de Grand Angle, p.	115
Annexe 21 : Premières vidéos de Grand Angle, p.	116
Annexe 22 : Dernières vidéos de Grand Angle, p.	117
Annexe 23 : Description affichée sur YouTube : Dave Smith / Part of the Problem, p.	117
Annexe 24 : Description de Dave Smith : observation de terrain, p.	118
Annexe 25 : Aperçu des miniatures de vidéos de Dave Smith, p.	119
Annexe 26 : Transcription Dave Smith : vidéo 1, p.	120
Annexe 27 : Transcription Dave Smith : vidéo 2, p.	121
Annexe 28 : Transcription Dave Smith : vidéo 3, p.	122
Annexe 29 : Captures d'écran du dispositif de podcast filmé de Dave Smith, p.	123
Annexe 30 : Exemples de commentaires sous les vidéos de Dave Smith, p.	125
Annexe 31 : Premières vidéos de Dave Smith, p.	126
Annexe 32 : Dernières vidéos de Dave Smith, p.	126
Annexe 33 : Grille complète d'analyse du corpus, p.	127

Resumé

Le but de ce mémoire est de s'interroger sur les modalités de mise en visibilité et de crédibilisation de cadrages libertariens sur YouTube. A partir de la confrontation de deux chaînes sur cette plateforme tel que la chaîne Grand Angle, chaîne francophone de vulgarisation économique, et Part of the Problem, une émission politique animée par Dave Smith, aux États-Unis. L'objectif est donc de tenter de cerner comment certains motifs idéologiques (critique de l'État, valorisation de l'autonomie individuelle, défiance envers les institutions, légitimation du marché ou de l'entrepreneur) sont configurés, incarnés et distribués au sein de l'environnement concurrentiel de la plateforme.

Notre recherche repose sur une méthodologie qualitative, comparative et multimodale. La grille d'analyse mobilise les différents travaux, notamment sur le cadrage, la visibilité, les plateformes numériques et ses dispositifs, la présentation de soi et la multimodalité. Le mémoire étudie les vidéos en tant qu'objets médiatiques, où le sens se construit à partir des

arguments verbaux mais également à partir des images, du montage, du décor, des formats, des métriques d'audience...

Les résultats nous suggèrent que les deux chaînes participent à la circulation de cadrages proches du libertarianisme, mais selon des registres bien différents. Dave Smith construit une visibilité fondée sur la parole longue, la réaction à l'actualité politique, l'humour, la critique des médias dominants et sur sa posture dissidente explicitement libertarienne. Grand Angle rend ces cadrages visibles par l'intermédiaire de la vulgarisation, d'une critique de la dépense publique et d'une valorisation de la figure de l'entrepreneur comme figure de responsabilité. Dans les deux cas, la crédibilité du discours repose sur la stabilité d'une figure publique, d'un format identifiant et d'une promesse faite au public.

Mots-clés : YouTube ; libertarianisme ; plateformes numériques ; cadrage ; visibilité ; crédibilité ; Grand Angle ; Dave Smith ; multimodalité ; idéologie politique.