

L'absurde sur YouTube, ce sujet sans succès

Définir une catégorie sur une vidéo YouTube est simple. Au moment de son ajout sur la plate-forme, il est proposé d'en choisir une dans une liste de mots-clés fixe. Cette liste reste néanmoins relativement limitée au vu des nombres de types de formats et de sujets étant aujourd'hui adaptés en vidéo. Les utilisateurs n'ont toutefois pas attendu une évolution de cette liste pour définir d'eux-mêmes de nouvelles catégories de vidéos, et il est aujourd'hui commun de définir officieusement une ou plusieurs (sous-)catégorie(s) pour une vidéo, voire une chaîne.

Humour, podcasts, tops, art, Histoire, sciences, biologie, cinéma, jeu vidéo, let's play, vulgarisation, lifestyle, musique, ... la liste n'est pas exhaustive, chacun fera la sienne, chacun choisira ses mots, mais l'on retrouve généralement les mêmes « séparations » d'une personne à l'autre.



Les catégories proposées par YouTube, inchangées depuis plusieurs années.

On ira jusqu'à classer ces catégories officielles selon leurs succès. On parlera d'un boom des podcasts, d'un succès des chaînes de let's play, d'un meilleur référencement des chaînes de tops, d'une mode des chaînes de vulgarisation, ... chaque année, un nouveau courant se révèle et fait l'objet de discussions et de débats. Il existe néanmoins une catégorie de vidéos existant depuis de longues années et ne parvenant que difficilement à se faire une place, celle des vidéos absurdes.

Définir une vidéo absurde est déjà un acte difficile en soi. L'on pourrait y inclure les vidéos avec un doublage alternatif (détournements, imitations), les vidéos remontées (remixes, YouTube Poops), catégories pouvant avoir un petit succès. Mais pour cet article, par vidéo absurde, on définira les sketches / fictions / animations / musiques / émissions usant d'une forme d'humour décalé et/ou parodique, de situations ne pouvant avoir lieu dans un monde rationnel (ou dans certains contextes très précis). Il est inévitable de dire que ce type de définition dispose de sa part de subjectivité, mais elle permet néanmoins de travailler dans un certain contexte.

Souvent, on se retrouvera donc face à des vidéos travaillées, ayant nécessité plusieurs dizaines d'heures de conception, ce avec un tournage, des décors particuliers, un montage bourré d'effets spéciaux, ... peut-être un seul élément de cette catégorie. Le résultat a pour but d'être imprévisible, de surprendre le spectateur, qu'il soit habitué ou non à des vidéos de ce style.

Pour autant, rares sont les chaînes à succès dans ce secteur. Beaucoup de paramètres entrent en jeu, faisant de la tenue d'une chaîne absurde une aventure au succès souvent compromis.

Un public de niche

C'est ce qui constitue la particularité de l'humour absurde, il se repose sur des gags décalés, déboussolants, étranges, sans règles, ... au risque même que les amateurs d'humour absurde puissent ne pas en rire. De par leur nature, la plupart des formes d'humour absurde fidélisent moins de personnes qu'une forme d'humour plus traditionnel. Certains y verront une forme d'humour élitiste réservée aux initiés, d'autres une forme d'humour dégénérée et peu élaborée.

Certaines variations de l'humour absurde utilisent parfois des blagues virant au trash, ou jouent volontairement sur un aspect « mal fait ». Une vidéo utilisant cette variation a alors tôt fait d'être taxée d'immature. Cela peut être un parti pris pour le vidéaste, mais en conséquence, ne s'agit-il pas d'un frein au partage, pour cette variation comme pour les autres ?

Partager une vidéo absurde se fait le plus souvent avec approbation de son contenu. La peur du jugement tiers ne pourrait-elle donc pas être davantage présente en comparaison d'une vidéo plus traditionnelle ? Veut-on vraiment assumer indirectement devant un proche avoir aimé une blague scatophile ou débile ? Ce n'est pas au spectateur de se braquer devant une blague qu'il apprécie, mais pour autant, désirera-t-il prendre le risque de s'exposer à une réflexion sur ce goût ?

Un référencement inadapté

Chaque vidéo dispose de données lui permettant d'être plus facilement trouvable via la barre de recherche YouTube ou ses suggestions. Les données utilisées sont entre autres le titre, la description et les mots-clés. D'autres paramètres interviennent, mais dépendent essentiellement du succès initial de la vidéo et/ou de la chaîne.

En tapant plusieurs mots dans la barre de recherche, les algorithmes utilisés sur YouTube chercheront des vidéos aux données pouvant correspondre de près aux mots entrés par l'utilisateur.

Il en va de même pour les suggestions de vidéos proposées sur chaque page de lecture, celles-ci se doivent de proposer un sujet similaire à la vidéo regardée au préalable par le spectateur.

On peut dès lors imaginer des cas pratiques. Un utilisateur tapant « la seconde guerre mondiale » trouvera des vidéos y étant associées, et sélectionner l'une de ces vidéos permettra aux suggestions d'en proposer d'autres. Il en va de même pour « les atomes » par exemple. Il devient dès lors simple de trouver des vidéos réalisées par des vidéastes du domaine de la vulgarisation.



The image shows a screenshot of a YouTube search results page for the query "les atomes". The page features a search bar at the top with the YouTube logo and the search term. Below the search bar, there are five video results listed. Each result includes a video thumbnail, the video title, the channel name, the upload date, the number of views, and a brief description. The first video is titled "LES ATOMES" by clipedia, with 3,336 views. The second is "Tout est atome : documentaire science en français" by danny chan, with 25,716 views. The third is "L'atome (partie 1) - 30 - e-penser" by e-penser, with 808,469 views. The fourth is "Des atomes pour expliquer" by e-penser, with 22,822 views. The fifth is "Mais où sont les atomes disparus ?" by CEASaclay, with 47,475 views.

Des vidéos de vidéastes français sont disponibles dès la première page des résultats de recherche pour « les atomes ».

Mais que taper dans la barre de recherche pour trouver une vidéo d'humour absurde ? Leur sujet est de base imprévisible, et peut potentiellement s'adapter à n'importe quel type de mots-clés. Il peut parfaitement être possible de trouver une vidéo absurde en cherchant « les atomes », ceci après plusieurs pages ayant listé des résultats plus pertinents. Et quelqu'un cherchant une vidéo consacrée aux atomes trouvera-t-il pertinent pour son usage de visionner une vidéo absurde ?

Faut-il alors taper « vidéo absurde » ou « vidéo what the fuck » pour trouver ce que l'on cherche ? Ça n'a pas de sens, on ne cherche généralement pas « vidéo de vulgarisation », mais plutôt le sujet traité par une vidéo de vulgarisation, ce qui est impossible à réaliser avec une vidéo absurde car on ne sait d'avance pas de quoi elle va traiter.

Et pour les mêmes raisons, les suggestions de vidéos proposées par les vidéos absurdes ne renvoient pas vers d'autres vidéos absurdes, hormis les vidéos de la même chaîne que celle ayant hébergé la vidéo initiale. La nature de la vidéo absurde fait qu'elle ne peut généralement se retrouver dans un système de référencement conventionnel.

Une monétisation boudée

Le système de publicités proposé par YouTube se base également en un sens sur le référencement de la vidéo. Une personne achetant un espace publicitaire aura tendance à y investir davantage d'argent si elle peut cibler un public avec sa promotion.

Publicités

Autoriser l'affichage de publicités à côté de mes vidéos

Ne s'applique pas aux vidéos que vous monétisez, ni aux vidéos revendiquées par des tiers.

Désactiver les annonces par centres d'intérêt 

Si vous sélectionnez cette option, aucune annonce personnalisée ne sera diffusée sur les vidéos de votre chaîne, comme les annonces basées sur les centres d'intérêt des spectateurs et les annonces de remarketing. Par conséquent, les revenus de votre chaîne risquent de baisser considérablement. De plus, les rapports sur les actions acquises et les listes de remarketing ne seront plus disponibles pour votre chaîne.

Chaque chaîne YouTube dispose d'un paramètre https://www.youtube.com/advanced_settings autorisant ou non le ciblage des publicités diffusées sur ses vidéos, chaque vidéaste peut le régler, même sans avoir activé la monétisation sur sa chaîne.

Dès lors, si publicité et vidéo partagent un sujet proche, et que le responsable de la chaîne a autorisé la monétisation avec ciblage publicitaire, le responsable de la publicité sera encouragé à placer davantage d'argent pour en obtenir l'emplacement, sachant qu'elle sera susceptible d'intéresser davantage de public qu'en cas de ciblage inexistant (et le créateur de la vidéo se verra donc souvent attribuer une partie de cet investissement plus conséquent). D'autres critères de ciblage existent, mais dépendant essentiellement du succès initial de la vidéo et/ou de la chaîne.

Ainsi, il peut être intéressant pour un éditeur de jeux vidéo ou un vendeur de matériel gaming d'afficher leurs publicités sur une vidéo de let's play, vidéo étant facilement identifiable car comportant un nom de jeu dès le titre dans la plupart des cas.

Qu'imaginer dès lors dans le cas des vidéos absurdes, que l'on sait difficilement identifiables ? À moins d'adapter sa vidéo à l'annonceur, impossible d'établir un ciblage publicitaire (l'argument est également valable pour le référencement). Cela est d'autant plus difficile de par la nature absurde, l'annonceur désire-t-il être associé à ce type de vidéo (on retrouve l'argument également employé pour la réticence au partage) ? Et quid du placement de produit ? Peut-on faire une publicité efficace dans une vidéo absurde ? Quel annonceur serait prêt à payer pour cela (considérant également le succès initiale de la chaîne) ?

Améliorer la situation

Les vidéos absurdes ne sont pas adaptées aux algorithmes de YouTube. Leur référencement est difficile, leur monétisation conséquente est rare. Ces problèmes sont rencontrés par la quasi-totalité des chaînes sur YouTube, mais l'absurde supporte davantage de contraintes de par sa nature.

Comme pour la quasi-totalité des chaînes YouTube, les chaînes d'absurde ne peuvent pour l'instant se financer décemment qu'avec l'aide de produits dérivés et / ou de sites de financement participatif comme Tipeee <https://www.tipeee.com/> ou Patreon <https://www.patreon.com/>. Le public d'une chaîne, réceptif à son humour, sera plus enclin à lui apporter son soutien qu'une régie publicitaire à la recherche des bons mots-clés ou de formats de vidéos plus conventionnels. Mais comme pour la quasi-totalité des chaînes YouTube, il faut suffisamment de donateurs.

Réaliser un algorithme de référencement prenant en compte les spécificités des vidéos absurdes semble être tâche impossible. Comment trouver efficacement des vidéos en utilisant une logique de programmation alors que ces vidéos en elles-mêmes ne suivent parfois aucune logique ?

Comme pour la quasi-totalité des chaînes YouTube, le partage humain se fait donc nécessaire. Mais il rencontre donc un problème de crédibilité, auprès d'un public qui ne sera pas forcément prêt à assumer publiquement (voire en privé) aimer une vidéo contenant un humour pouvant être jugé comme douteux ou marginal.

Des initiatives comme Le Méléze <https://twitter.com/LeMeleze> permettent de créer des endroits consacrés au partage de vidéos absurdes, mais ce type d'initiative rencontre les mêmes problèmes de visibilité que les vidéos dont elle parle. Le public réceptif aux partages de ce type de compte est réduit, comme le nombre d'amateurs d'humour absurde, amateurs qui préféreront également re-partager directement les vidéos qu'ils y découvrent ... si partager des vidéos absurdes leur convient. On peut y ajouter la subjectivité du responsable de ce type de compte qui va inévitablement intervenir, la vidéo entre-elle dans ses critères de partages ? Que considère-t-il comme vidéo absurde ?

L'absurde sur YouTube est-il condamné à ne jamais être visible ?