

À la conquête de l'attention : Le phénomène des Shorts

Rania Mabrouk, Yasmina Kazakova, Laetitia Lopes, Inês Da Silva

Etudiantes en ingénierie des médias, 1^{ère} année, HEIG-VD

Découvrez l'histoire et l'impact des vidéos courtes dans notre monde numérique en constante évolution. Ces clips brefs ont transformé notre manière de créer, consommer et interagir en ligne. De Vine à TikTok, en passant par Instagram Reels, explorez le phénomène des vidéos courtes. Comprenez les raisons de leur succès, leur influence sur notre quotidien. Plongez dans l'univers du divertissement numérique où chaque seconde compte.

I. INTRODUCTION

Dans un monde où l'attention est une denrée rare et précieuse, les vidéos courtes se sont imposées comme des bijoux de la culture numérique, attirant des millions de spectateurs à travers le monde. Sur des plateformes comme TikTok, Instagram Reels et YouTube Shorts, ces clips brefs captivent l'audience instantanément, offrant une fenêtre sur un monde en perpétuel mouvement.

Texte Principal

II. TEXTE PRINCIPAL

L'émergence des vidéos courtes

Le 22 mai 1993, les collaborateurs d'une douzaine de laboratoires d'informatique assistent à une première mondiale : la diffusion du premier film en ligne, une œuvre de David Blair, « Wax Or the Discovery of Television Among the Bees » [10]. Résolution dégradée, quelques images par seconde, en noir et blanc, flous permanents, bande son coupée... une expérience qui a pourtant enthousiasmé les ingénieurs de l'époque ; l'ère de la vidéo sur internet pouvait commencer.

Le 23 avril 2005, Jawed Karim, co-fondateur de YouTube, postait son premier clip, le célèbre « Me at the zoo » [8]. En qualité amateur, il dure 18 secondes et symbolise une mutation profonde dans nos modes de consommation de l'image animée. Rares étaient les programmes télévisés de l'époque d'une durée inférieure à 30 minutes.

TikTok et la révolution des vidéos courtes

L'histoire des vidéos courtes remonte aux premiers jours d'Internet, mais c'est avec les smartphones et les réseaux sociaux que leur popularité a explosé [9]. Des pionniers

comme Vine ont introduit les vidéos de quelques secondes à un public avide de nouveautés. Vine, malgré son succès initial, a été fermé en 2016 en raison de difficultés financières et de la concurrence croissante [7]. Twitter, connu pour ses messages courts, avait racheté Vine, soulignant l'importance des formats brefs [6].

Après Vine, YouTube, Instagram et TikTok ont repris le flambeau. TikTok, lancé en 2016, a révolutionné le format en offrant des outils de création simples et une diffusion virale à grande échelle. De plus, l'internet pullule d'outils d'édition vidéo dédiés à TikTok, créant un marché de logiciels tiers pour la création de contenu [3].

Une image pour 1000 mots ?

Les vidéos courtes exercent un attrait puissant sur le public pour plusieurs raisons. Leur format concis s'aligne parfaitement avec notre monde en mouvement, offrant une bouffée de divertissement dans les interstices de notre emploi du temps chargé. Une minute de vidéo vaut 1,8 million de mots pour un consommateur, selon Forrester Research. Pour capter 70% de leur audience, les vidéos sur les réseaux sociaux doivent idéalement durer entre 15 et 60 secondes [1]. Leur potentiel de viralité en fait des outils de communication efficaces, capables de toucher des millions de personnes en un instant. De plus, leur capacité à stimuler la créativité et l'expression individuelle attire les utilisateurs en quête d'inspiration. Leur contenu diversifié garantit un attrait pour un large éventail d'audiences. Les vidéos courtes captivent par leur capacité à susciter des émotions en quelques secondes, créant ainsi une expérience immersive et mémorable pour les spectateurs.

Technologie et créativité : le duo gagnant

Les vidéos courtes résultent d'un mariage entre la technologie et la créativité. Les outils de montage simples offerts par les plateformes permettent aux créateurs de découper, ajouter des effets spéciaux, synchroniser la musique et réaliser des prouesses visuelles en quelques clics [2]. Leur format court impose un défi stimulant, incitant les créateurs à repousser les limites de l'expression artistique. Les algorithmes de recommandation des plateformes jouent un rôle crucial dans la diffusion des vidéos courtes. En analysant les préférences des utilisateurs, ces algorithmes mettent en avant le contenu le plus pertinent, garantissant une

visibilité maximale pour les créateurs et une expérience personnalisée pour les spectateurs. Le son et la musique jouent également un rôle essentiel, renforçant l'impact émotionnel des vidéos.

Du fun aux fonds : la monétisation

Pour inciter les créateurs à produire du contenu, YouTube et Instagram ont mis en place des fonds et des programmes de monétisation dédiés aux Shorts et Reels. Traditionnellement, les plateformes génèrent des revenus publicitaires grâce aux vidéos hébergées sur leurs sites. Les créateurs de contenu peuvent également tirer profit de partenariats de marque, de placements de produits et de parrainages [4]. Avec l'émergence de modèles d'abonnement et de dons sur certaines plateformes comme YouTube Shorts, les créateurs ont encore plus d'options pour rentabiliser leur travail. En 2023, le marché mondial de la publicité sur les vidéos courtes était estimé à plus de 10 milliards de dollars [5].

L'addiction aux vidéos courtes

L'addiction aux vidéos courtes est devenue une réalité pour de nombreux utilisateurs. La gratification instantanée qu'elles offrent, associée à leur contenu varié et à l'expérience sociale, crée un cocktail puissant incitant à les consommer de manière compulsive. Les notifications incessantes, les fonctionnalités de lecture automatique et les mécanismes de récompense tels que les likes et les commentaires renforcent cette dépendance [11]. Pour certains utilisateurs, l'excitation de découvrir du nouveau contenu et l'envie de rester connecté avec leur communauté virtuelle peuvent conduire à une utilisation excessive et à des effets néfastes sur le bien-être mental.

L'impact des vidéos courtes sur notre bien-être

Les vidéos courtes ont été critiquées pour leur impact sur la santé mentale, en particulier chez les jeunes utilisateurs. La nature addictive du contenu, combinée à des mécanismes de récompense tels que les likes et les commentaires, peut déclencher la libération de dopamine, créant une dépendance similaire à celle des jeux de hasard et des drogues. Cette exposition prolongée à des contenus édulcorés peut également affecter l'estime de soi et l'image corporelle en exacerbant les normes de beauté irréalistes [8].

Les voix critiques

Des voix éminentes, telles que Tristan Harris, ont soulevé des préoccupations quant à l'impact des vidéos courtes sur notre vie quotidienne. Harris, ancien designer éthique chez Google, a largement parlé de la manipulation de l'attention des utilisateurs par les algorithmes des médias sociaux et de l'exacerbation des divisions sociales. Il a mis en garde contre les conséquences des plateformes addictives et de la prolifération de la désinformation et des discours haineux. Ces critiques ont incité à un examen approfondi des pratiques commerciales et des politiques de régulation nécessaires

pour atténuer les effets néfastes des vidéos courtes sur notre bien-être collectif [9].

L'impact des vidéos courtes sur notre quotidien

Les vidéos courtes ont transformé notre vie quotidienne. Elles influencent nos habitudes de consommation de médias, nos interactions sociales, notre perception du temps et notre culture populaire. Leur omniprésence reflète une société en constante évolution où la créativité et la connexion sont valorisées plus que jamais. Les marques et les entreprises utilisent ce format pour promouvoir leurs produits de manière ludique et engageante, capitalisant sur la popularité des créateurs et des tendances virales.

La gratification instantanée qu'elles offrent, associée à leur contenu varié et à l'expérience sociale qu'elles permettent, crée un cocktail puissant qui incite les gens à les consommer de manière compulsive

III. CONCLUSION

Les vidéos courtes, de TikTok à Instagram Reels en passant par YouTube Shorts, ont révolutionné notre façon de consommer du contenu numérique. Leur format concis et engageant a su capter l'attention d'un public mondial, transformant notre paysage médiatique. Alors que ces clips continuent d'évoluer, ils offrent d'immenses opportunités créatives et commerciales tout en soulevant des défis importants en matière de bien-être et de régulation. En trouvant un équilibre entre innovation et responsabilité, les vidéos courtes peuvent continuer à enrichir notre expérience en ligne tout en minimisant leurs effets négatifs.

RÉFÉRENCES

- [1] Blog du Modérateur, YouTube Shorts : comment créer des vidéos courtes, [sans date]. Disponible à l'adresse <https://urlr.me/RGN18>
- [2] Codeur.com, YouTube Shorts : Guide complet, [sans date]. Disponible à l'adresse : <https://www.codeur.com/blog/youtube-shorts/>
- [3] TopoVideo, Comment faire des YouTube Shorts : le guide ultime, [sans date]. Disponible à l'adresse : <https://www.topovideo.com/blog/comment-faire-shorts-youtube>
- [4] HREF, YouTube Shorts : zoom sur les vidéos courtes, [sans date]. Disponible à l'adresse : <https://www.href.fr/youtube-zoom-sur-les-shorts/>
- [5] Le Figaro, Vine : des micro-vidéos pour un maxi-succès, 20 juin 2013. Disponible à l'adresse <https://urlr.me/BV1rd>

[6] RestoConnection, Application Vine : c'est quoi ?, [sans date]. Disponible à l'adresse : <https://urlr.me/Pthqd>

[7] Le Monde, Les raisons de la fermeture de Vine, ancienne star des réseaux sociaux, 31 octobre 2016. Disponible à l'adresse : <https://urlr.me/RWk6y>

[8] Wikipédia, YouTube Shorts, [sans date]. Disponible à l'adresse : https://fr.wikipedia.org/wiki/YouTube_Shots

[9] France Culture, Short, Reels, vidéos TikTok : une fascinante histoire sans contexte ni plan ni fin, 2023. Disponible à l'adresse : <https://urlr.me/Dr6B2>