

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

RAPPORT FINAL

"BECOME THE MAN YOU WERE MEANT TO BE" (TRIPP KRAMER, 2024)

ANALYSE EXPLORATOIRE DES COMMENTAIRES YOUTUBE SUR LA CHAÎNE  
D'UN COACH EN SÉDUCTION POUR HOMMES :  
POSTURES ET DISCOURS FACE À UN PARADIGME DE LA SÉDUCTION

TRAVAIL PRÉSENTÉ À

DR THOMAS DELAWAS-SAÏADE, Ph.D.

DANS LE CADRE DU COURS

PSY6010 – ACTIVITÉ DE RECHERCHE EN PSYCHOLOGIE

(THÈSE DE SPÉCIALISATION)

Par

MANUEL GUERCHE - GUEM21069202

SOUS LA SUPERVISION DE

DRE MARIE-AUDE BOISLARD, Ph.D.

DRE GHAYDA HASSAN, Ph.D.

25 AVRIL 2025

- RÉSUMÉ	I
- REMERCIEMENTS	II
- INTRODUCTION	1
a. Problématique	1
b. Recension de littérature	2
1. Les dating coachs pour hommes sur YouTube : une réponse algorithmique à l'incertitude relationnelle contemporaine ?	2
2. De la culture PUA aux discours d'amélioration personnelle sur YouTube	3
3. Vers une circulation banalisée de la misogynie ?	3
c. Cadres conceptuels	5
1. Les discours masculinistes de la manosphère	5
2. L'héritage lexical des PUAs	5
3. La misogynie numérique comme cadre d'analyse discursif flexible	6
- OBJECTIF	7
- MÉTHODE	8
a. Choix des vidéos, récolte et stockage des commentaires	8
b. Traitement et anonymisation de l'échantillon	9
c. Méthode d'analyse	9
d. Cadre général des vidéos	10
e. Enjeux analytiques et solutions	11
- RÉSULTATS	11
Tableau 1. Répartition des commentaires selon les postures discursives identifiées.	11
1. Prises de position autour d'un cadre de la séduction	12
A. La posture pragmatique	13
Une logique vitale de pratique et d'amélioration	13
Rationaliser la séduction	14
Simplifier et hiérarchiser les relations avec les femmes	14
B. La posture pessimiste	15
Partager ses difficultés	15
Rejeter l'amélioration de soi comme solution	15
Critiquer les privilèges des femmes	16
C. La posture hybride / nuancée	16

Encourager l'authenticité .....	17
Critiquer la manipulation et l'influence de la manosphère.....	17
Nuancer les discours sur les femmes .....	17
2. Les discours de contestation du cadre.....	18
A. Position de rejet / appel à l'indépendance .....	18
B. Position masculiniste critique viriliste .....	19
- DISCUSSION - .....	20
- LIMITES - .....	21
- CONCLUSION - .....	22
- RÉFÉRENCES - .....	24
Annexe 1.....	32
Annexe 2.....	36
Annexe 3.....	40
Matériel Supplémentaire 1.....	42

## - RÉSUMÉ -

Cette recherche exploratoire propose une analyse qualitative des commentaires laissés sous les 44 vidéos publiées en 2024 sur YouTube par le coach en séduction pour hommes Tripp Kramer. À l'aide d'un script de collecte automatisée, 1229 commentaires ont été extraits puis analysés selon une démarche interprétative, mobilisant un cadre théorique issu des études sur la manosphère. L'étude examine les postures discursives adoptées par les commentateurs face à un cadre implicite de la séduction hétérosexuelle, tel que formulé par les vidéos et repris dans certains commentaires. Ce cadre repose sur trois principes structurants : une asymétrie des rôles genrés, une hiérarchisation de la valeur masculine, et une logique de compétition dans l'obtention du succès. Trois grandes postures émergent : une posture pragmatique, orientée vers l'optimisation stratégique ; une posture pessimiste, marquée par le désenchantement ; et une posture hybride, réflexive, qui prend ses distances avec les logiques dominantes. Sans prétendre à une généralisation, les résultats offrent un premier regard sur les formes contemporaines de socialisation masculine en lien avec les conseils de séduction en ligne, où s'entrelacent vulnérabilité, performances genrées et dynamiques idéologiques. L'étude souligne l'importance d'examiner ces espaces intermédiaires, à la croisée du développement personnel et des idéologies genrées.

**- REMERCIEMENTS -**

Je remercie ma partenaire, dont les encouragements à reprendre mes études et le soutien constant, même dans les moments difficiles, ont été essentiels à ce travail. Merci à mes parents, qui m'ont transmis la curiosité et le goût de la rigueur. Ma reconnaissance va à Pre. Marie-Aude Boislard, pour son exigence inspirante et son accompagnement stimulant, et à Pre. Ghayda Hassan, dont la clarté d'analyse et la présence bienveillante ont été d'un grand soutien. Merci aussi à mes ami-es, pour leur présence fidèle malgré la distance, et pour leur énergie portée jusque dans les silences. Enfin, à celles et ceux qui s'efforcent de créer des espaces plus habitables, ouverts au dialogue plutôt qu'à la peur : ce travail s'inscrit humblement dans cette intention.

## - INTRODUCTION -

### a. Problématique

La plateforme YouTube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)) héberge une multitude de chaînes spécialisées dans les conseils amoureux (*dating advice*), proposant des stratégies pour séduire, gagner en confiance ou développer son charisme pour réussir dans un contexte romantique hétérosexuel décrit comme de plus en plus complexe (Brown, 2020 ; Denby & Van Hooff, 2023 ; McClain & Gelles-Watnick, 2023 ; Seymour, 2023). Depuis 2019, l'intérêt pour les mots-clés liés aux dating coachs sur cette plateforme croît en Amérique du Nord, comme l'indiquent les données de Google Trends (s.d.). En décembre 2024, le site FeedSpot recensait 691 créateurs et créatrices se présentant comme « dating coachs » sur YouTube, cumulant des dizaines de millions de vue et un public grandissant (FeedSpot, 2024). Parmi eux, plusieurs s'adressent spécifiquement aux hommes hétérosexuels, dans un langage mêlant développement personnel, performance amoureuse, et techniques spécifiques. Tripp Kramer, fondateur de la chaîne Tripp Advice, est l'un des créateurs les plus visibles de ce créneau. Il affirme avoir été actif dans la communauté des Pick-Up Artists (PUA) jusqu'en 2008, expérience qu'il présente comme fondatrice de son expertise (Tripp Advice, 2024). Aujourd'hui, sa présence numérique repose sur une image de marque soignée et professionnelle : une chaîne YouTube comptant plus d'un million d'abonnés, un podcast hebdomadaire (*How To Talk To Girls Podcast*), un livre audio (Magnetic, 2016), deux sites commerciaux ([trippadvice.com](http://trippadvice.com) ; [coachedbytripp.com](http://coachedbytripp.com)), ainsi que des profils sociaux à l'esthétique épurée (Kramer, s.d.-a ; Kramer, s.d.-b ; Coached By Tripp, s.d.). Malgré cette apparente légitimité entrepreneuriale, peu d'informations sont pourtant disponibles sur ses qualifications professionnelles ou académiques. Aucun diplôme ni accréditation n'est mentionné dans sa présence numérique, et son profil LinkedIn se limite à la mention de son rôle de « *Men's Dating Coach & Founder of Tripp Advice* » (Kramer, s.d.-a). Ce contraste entre son autorité perçue et l'absence de références vérifiables soulève des questions éthiques, en particulier lorsqu'il s'agit de conseiller des hommes vulnérables sur des enjeux intimes. Or, comme le suggèrent Dayter et Rüdiger (2022), plusieurs coachs issus de l'univers PUA ont su se repositionner comme mentors ou figures de développement personnel, tout en continuant à diffuser certains principes issus du paradigme PUA sous une forme plus lissée. Ces contenus, bien qu'en apparence bienveillants, peuvent contribuer à la normalisation de dynamiques genrées inégalitaires. Cette étude s'inscrit dans un courant de recherche interdisciplinaire qui vise à comprendre comment les discours de la manosphère, dans ses formes explicites comme implicites, circulent et se

réarticulent sur des plateformes de grande écoute comme YouTube (Han & Yin, 2023 ; Ging & Siapera, 2018 ; Lilly, 2016). L'analyse des commentaires publiés sous 44 vidéos de Tripp Advice vise ici à explorer, d'abord de façon descriptive, puis conceptuellement, quelles formes de discours se manifestent dans les interactions des spectateurs. Elle s'appuie sur une posture interprétative et qualitative, assumant l'ancrage subjectif du regard posé sur les discours, dans une visée exploratoire qui cherche à rendre visible des formes de socialisation masculine numériques et leurs résonances idéologiques dans ce cadre spécifique.

## **b. Recension de littérature**

### *1. Les dating coaches pour hommes sur YouTube : une réponse algorithmique à l'incertitude relationnelle contemporaine ?*

YouTube, aujourd'hui la plateforme de partage de vidéos la plus populaire aux États-Unis (Sidoti et al., 2024), attire particulièrement les jeunes hommes : cinq cents millions de jeunes hommes entre 18 et 34 ans y passent en moyenne 40 minutes par jour à visionner des vidéos (GMI Research Team, 2024). Cette audience, jeune et connectée, trouve sur la plateforme une variété de contenus allant du divertissement à l'apprentissage (Lagger et al., 2017). Pour répondre à cette diversité de besoins, YouTube encourage ses créateurs à se spécialiser dans des niches culturelles (Hou, 2019 ; Khamis et al., 2017 ; Lobato, 2016), notamment à travers la catégorie "*How-To*", la plus populaire sur la plateforme (Maekersuite, s.d.) et qui regroupe tutoriels et autres conseils. Dans ce contexte, les conseillers en relations amoureuses pour hommes trouvent une place de choix, en proposant des conseils adaptés à un monde relationnel en mutation : les normes genrées, les modalités de rencontre, et les attentes sociales envers les hommes changent (Denby & Van Hooff, 2023 ; Seymour, 2023 ; Bonilla-Zorita et al., 2021 ; DePaulo & Morris, 2005), ce qui peut rendre les interactions amoureuses plus difficiles à naviguer pour certains jeunes hommes (McClain & Gelles-Watnick, 2023 ; Kislev, 2024 ; Jovanovic & Williams, 2024). Certains travaux soulignent que YouTube peut offrir un espace d'apprentissage réflexif à ces utilisateurs, notamment grâce aux vidéos créées par des dating coaches (Stoicescu & Rughinis, 2020). Le format de la plateforme renforce aussi un sentiment de proximité avec le créateur, qui peut être perçu comme une figure de mentorat accessible (Ladhari et al., 2020 ; Hou, 2019), tout en favorisant l'adhésion à une communauté d'intérêt (Burgess & Green, 2018). Les algorithmes de recommandation de YouTube, qui visent à maximiser l'engagement des utilisateurs, favorisent la création de chambres d'écho en alignant les suggestions avec leurs préférences (Bartolome & Niu, 2023 ; Bishop, 2019 ; Hoiles et al., 2017). Un jeune homme recherchant des conseils sur les relations pourrait ainsi être

rapidement exposé à plusieurs vidéos de la même chaîne, renforçant son engagement avec un style de discours ou une vision particulière du monde amoureux. La chaîne Tripp Advice, qui comptait en novembre 2024 plus de 1,07 million d'abonnés et 275 millions de vues cumulées, avec environ 5000 nouveaux abonnés par mois (SocialBlade, s.d.), illustre bien ce phénomène. Elle constitue un point d'entrée pertinent pour interroger les réactions aux discours masculins contemporains autour du dating sur YouTube.

## 2. *De la culture PUA aux discours d'amélioration personnelle sur YouTube*

Certains conseillers en relations amoureuses pour hommes, comme Tripp Kramer, semblent incarner une évolution de la communauté des Pick-Up Artists (PUA) vers un rôle de dating coach plus socialement acceptable sur les plateformes numériques. Cette transformation peut être interprétée comme une reformulation des messages de la culture PUA (historiquement décriée, puis associée à la manosphère) en un modèle de *life coaching* adapté au format YouTube et à la popularisation des figures influentes sur les réseaux sociaux (Dayter & Rüdiger, 2022). La culture PUA, popularisée par le livre *The Game* de Neil Strauss (2005), valorise des techniques de séduction stratégiques axées sur la domination masculine et la performance assertive (Ribeiro et al., 2021 ; Dayter & Rüdiger, 2016). Ces pratiques reposent sur une conception des relations genrées comme un « jeu », avec des règles implicites à maîtriser (Chen, 2016). Les vidéos de Tripp Kramer prolongent ces logiques : les titres populaires comme *How To Make A Girl Squirt In Under 3 Minutes!* ou *Where To Touch A Girl Before You Kiss Her* suggèrent une approche technique et mécaniste de la séduction. Cette logique performative se retrouve aussi dans son modèle économique, où des produits numériques et du mentorat payant sont proposés, souvent accompagnés de promesses d'efficacité universelle. Tripp Kramer se positionne ainsi comme un « expert » capable d'aider les hommes à séduire des femmes jugées idéales (« en forme, amicales et féminines », Tripp Advice, s.d.), ce qui rappelle les stratégies commerciales et discursives des PUAs (Han & Yin, 2023). En adoptant un ton plus libéral et un style adapté au contexte post-féministe (Messner, 2016), ces nouveaux coachs masqueraient une continuité avec des discours antérieurs problématiques. Sans nécessairement revendiquer une idéologie masculiniste, leurs contenus participeraient à la banalisation de normes hétéronormatives et de logiques genrées stratégiques, dans un langage plus socialement acceptable mais potentiellement porteur des mêmes structures idéologiques sous-jacentes.

## 3. *Vers une circulation banalisée de la misogynie ?*

La reformulation des discours PUA en contenus plus socialement acceptables pourrait contribuer à une diffusion insidieuse de dynamiques genrées problématiques dans des espaces numériques grand public. Le masculinisme, tel que défini par Blais et Dupuis-Déri (2012), repose sur l'idée d'un déclin du pouvoir masculin et attribue cette perte à des changements sociaux associés au féminisme. Han et Yin (2023), Ging (2019) et Lilly (2016) soulignent que ces idées se réorganisent au sein de la manosphère, créant une architecture discursive anti-féministes et misogynes où se côtoient des communautés regroupées sous la philosophie RedPill, comme les PUAs, les Men Going Their Own Way (MGTOW) ou les incels. Dans ce contexte, Ging et Siapera (2018) introduisent le concept de "misogynie en réseau" (networked misogyny) pour désigner l'influence de ces idéologies anti-féministes et la prolifération de dynamiques hostiles envers les femmes qui, sans s'exprimer par une violence physique directe, s'insinuent par des stéréotypes persistants, des représentations réductrices et une dévalorisation normalisée dans les interactions numériques sur des espaces numériques apparemment neutres. Tripp Kramer, bien qu'il nie toute affiliation avec le monde des PUAs (« I'm not a PUA coach. » – Tripp Kramer, 2024), semble reprendre certains codes caractéristiques de cette culture, reconnue pour sa misogynie (Han & Yin, 2023 ; Bratich & Banet-Weiser, 2019 ; Chen, 2016). Parmi eux : une vision stratégique de la séduction fondée sur la maîtrise technique, l'encouragement à la performance masculine, et une tendance à réduire les femmes à des cibles d'optimisation relationnelle. Ces éléments, inscrits dans une logique plus large de communication virale et de captation algorithmique, peuvent participer, même involontairement, à la banalisation de visions genrées problématiques. Ce type de contenu se propage dans un environnement algorithmique conçu pour maximiser le temps d'engagement et propice à la création de chambres d'écho (Schmitt et al., 2018). Papadamou et al. (2021) ont montré que des vidéos liées à la manosphère peuvent ainsi se retrouver dans les recommandations d'utilisateurs qui n'avaient initialement exprimé aucun intérêt pour ces contenus. Ce glissement peut exposer les jeunes hommes à des idées plus radicales de façon graduelle, surtout lorsqu'ils sont en quête de repères relationnels ou affectifs (Renström & Bäck, 2024). Des chercheurs comme Czerwinsky (2024) et Ebner (2023) soulignent que des figures mainstream, présentées comme neutres ou bienveillantes, peuvent jouer un rôle de passerelle vers des idéologies plus extrêmes. Cette exposition répétée à des discours genrés normatifs, combinée à l'absence de contre-discours visibles dans les recommandations, pourrait favoriser la création d'un environnement où certaines formes de misogynie se banalisent. Dans ce contexte, la chaîne de Tripp Kramer pourrait, sans intentionnalité explicite, fonctionner comme un vecteur de consolidation idéologique, où l'adhésion à des logiques

genrées stratégiques devient un point d'entrée vers des formes plus affirmées de rejet ou de méfiance envers les femmes.

### **c. Cadres conceptuels**

À la lumière de la recension de littérature effectuée, il nous a paru pertinent de nous appuyer sur un cadre conceptuel capable de rendre compte des dynamiques complexes en jeu. La section suivante expose les ancrages théoriques qui ont guidé l'analyse des commentaires dans cette étude exploratoire, mené avec l'intuition que des discours de la manosphère pourraient être présents. Ces cadres permettent de situer les discours observés à la croisée de la masculinité numérique, des héritages PUA, et de la misogynie banalisée dans les espaces numériques contemporains.

#### *1. Les discours masculinistes de la manosphère*

Dans l'analyse des commentaires laissés sous les vidéos de Tripp Kramer, cette recherche mobilise un cadre conceptuel exploratoire inspiré de travaux récents sur la manosphère, afin d'identifier d'éventuelles affinités discursives avec les récits idéologiques qui y circulent. Han et Yin (2023), s'appuyant sur Lilly (2016), distinguent deux grands types de discours dans la manosphère : un discours masculiniste pragmatique, qui repose sur des stratégies individuelles en contexte hétéronormatif ; et un discours plus idéologique, qui remet en cause les dynamiques égalitaires et les acquis du féminisme. Ces deux formes de discours se rejoignent dans leur rejet de la masculinité inclusive, telle que définie par Anderson (2009), soit une conception égalitaire de la masculinité, souvent alignée avec des valeurs féministes. Cette typologie offre une grille d'analyse utile pour comprendre la diversité des discours qui peuvent émerger des commentaires. Sans préjuger de l'adhésion explicite des commentateurs à une quelconque mouvance idéologique, il s'agit d'évaluer comment certains éléments discursifs peuvent s'inscrire dans une logique plus large, en résonance avec les tendances identifiées dans la littérature sur la manosphère.

#### *2. L'héritage lexical des PUAs*

Les travaux de Dayter et Rüdiger (2022) apportent un éclairage pertinent pour aborder les commentaires liés aux contenus de Tripp Kramer. Ces auteures identifient trois dynamiques clés dans les discours des Pick-Up Artists (PUAs) : la scientification, le jeu de séduction genré, et la dynamique de communauté de pratique. La scientification renvoie à la tendance à présenter les interactions genrées comme des phénomènes régis par des lois quasi scientifiques, justifiant l'usage d'un lexique emprunté à la science, à l'économie ou à la technique. On y

retrouve des termes comme "game", "neg", ou encore des références chiffrées, destinés à produire une impression d'objectivité et de maîtrise rationnelle. Le jeu de séduction genré constitue une deuxième dimension importante : il repose sur des scripts relationnels hétéronormatifs, où l'homme joue un rôle actif et stratégique, et la femme, un rôle passif et évaluatif. Ces scripts orientent les comportements vers une performance séduisante, souvent présentée comme optimisable. Enfin, la dynamique de communauté de pratique souligne le rôle des échanges communautaires dans la consolidation de ces normes. Les espaces numériques, comme les forums ou les chaînes YouTube, deviennent des lieux où les conseils sont expérimentés, ajustés, validés collectivement et transmis à d'autres membres. Ces interactions permettent une certaine homogénéisation des discours et renforcent leur légitimité perçue. Ces trois dimensions permettent d'aborder les commentaires non seulement comme des réactions individuelles, mais aussi comme des productions potentiellement ancrées dans des cadres discursifs partagés, présentant certaines similarités avec ceux identifiés dans la culture PUA telle que décrite par Dayter et Rüdiger.

### 3. *La misogynie numérique comme cadre d'analyse discursif flexible*

Dans le cadre de cette recherche, la misogynie numérique est abordée comme un phénomène discursif susceptible d'émerger de manière banalisée dans les commentaires analysés, souvent sans être explicitement nommé comme tel. S. P. Wrisley (2023), une théoricienne féministe, souligne que la notion de misogynie demeure théoriquement contestée, en partie parce qu'elle englobe des dimensions à la fois idéologiques, émotionnelles et relationnelles. Ce flou, loin d'en réduire la pertinence, invite à l'appréhender comme un processus social dynamique, traversé par des affects, des tensions normatives et des rapports de pouvoir symboliques. Nous utilisons ici la définition élargie de la misogynie numérique proposée par Ging et Siapera (2018), qui la conçoivent comme une forme de discours pouvant ne pas impliquer de violence explicite, mais produisant néanmoins des torts psychologiques, professionnels, réputationnels ou physiques, ou contribuant à rendre les espaces numériques moins sûrs, moins équitables ou moins inclusifs pour les femmes et les filles (p. 516). Cette définition considère les formes banalisées de misogynie non comme des anomalies isolées, mais comme des éléments constitutifs et normalisés de certains espaces discursifs masculins en ligne, en lien avec le concept de misogynie en réseau. Dans ce cadre, les commentaires sont analysés non comme des expressions individuelles isolées, mais comme des fragments potentiellement symptomatiques d'une misogynie ordinaire, diffuse et parfois implicite, et regroupés en thèmes de misogynie tels que compris par l'auteur. Le cadre théorique permet

ainsi de circonscrire certaines tendances discursives à partir desquelles des formes de misogynie normalisée peuvent être interprétées de manière nuancée.

### - OBJECTIF -

Tripp Kramer, créateur de la chaîne Tripp Advice, est un coach en séduction américain actif sur YouTube depuis plus d'une décennie. Dans une vidéo publiée en 2024, il affirme avoir été membre d'un « pickup artist lair » dès 2008, une expérience qu'il décrit comme fondatrice de son expertise relationnelle (Tripp Advice, 2024). Ce récit personnel de transformation rappelle les dynamiques analysées par Dayter et Rüdiger (2022), selon lesquelles certaines figures issues de la communauté des Pick-Up Artists (PUA) se repositionnent comme coachs en développement personnel. Ces figures, bien qu'adoptant un ton plus modéré, perpétuent souvent des éléments discursifs du paradigme PUA : stratégies de persuasion, récits de surpassement, et vision genrée inégalitaire de la séduction. Ce type de contenu s'inscrit également dans une logique néolibérale de subjectivation masculine, où l'échec amoureux est interprété comme un manque d'effort individuel, et la réussite comme fruit d'une amélioration de soi continue (Han & Yin, 2023). Dans ce contexte, cette recherche se penche non pas sur les vidéos de Tripp Kramer elles-mêmes, mais sur les commentaires laissés par les spectateurs. Ces interventions spontanées constituent une source précieuse pour saisir comment les conseils proposés sont perçus, réappropriés ou détournés. L'analyse des commentaires permet ainsi d'explorer les formes de réception de ce discours dans un espace encore peu étudié : celui des fils de commentaires sur les vidéos de coachs issus, au moins partiellement, de l'héritage PUA. Ce matériau offre une fenêtre sur les discours masculins qui circulent à l'intersection du conseil bienveillant, de la marchandisation des relations, et de tensions idéologiques plus ou moins explicites. En cohérence avec les travaux de Han et Yin (2023), Ging et Siapera (2018) ou encore Bratich et Banet-Weiser (2019), cette étude part de l'hypothèse que ces espaces numériques, même lorsqu'ils se présentent comme apolitiques ou bienveillants, peuvent participer à la diffusion d'une « misogynie en réseau », normalisée par les algorithmes. Ces dynamiques peuvent renforcer le sentiment de frustration chez certains hommes et potentiellement alimenter des trajectoires de radicalisation affective, en particulier lorsque les promesses de transformation échouent à répondre aux vulnérabilités émotionnelles. L'étude des commentaires vise à mieux comprendre ces points de tension, entre accompagnement et idéologie, entre transformation personnelle et reproduction d'un système genré, dans une perspective critique et exploratoire.

Question de recherche : Quels discours émergent des commentaires laissés en 2024-2025 sous les vidéos YouTube de Tripp Kramer, dating coach pour hommes ?

## - MÉTHODE -

### a. Choix des vidéos, récolte et stockage des commentaires

Avant d'entamer l'analyse proprement dite, le chercheur a mené une phase d'exploration ethnographique en ligne, inspirée de la méthode proposée par Hine (2015). Entre juin et septembre 2024, il s'est immergé dans l'écosystème des dating coaches pour hommes actifs sur YouTube, en observant leurs pratiques discursives, les formats de contenu proposés, ainsi que les dynamiques à l'œuvre dans les sections commentaires. Cette immersion a permis d'identifier certaines figures centrales de cette niche, de comprendre les modes d'interaction entre créateurs et abonnés, et de repérer les chaînes les plus représentatives pour une analyse qualitative des discours masculins dans ces chaînes. À l'issue de cette phase, la chaîne Tripp Advice, animée par Tripp Kramer, a été retenue comme point d'ancrage pour l'étude. Ce choix repose sur plusieurs critères : sa popularité (plus d'un million d'abonnés), sa constance éditoriale (publication régulière de vidéos depuis plus d'une décennie), ainsi que son positionnement intermédiaire entre conseils grand public et héritage discursif de la culture PUA. Le corpus récolté regroupe les commentaires de l'ensemble des 44 vidéos publiées sur la chaîne entre le 17 janvier 2024 et le 14 janvier 2025. Cette période de douze mois a été choisie pour ancrer l'analyse dans un cadre temporel récent et pertinent, tout en assurant un volume de données suffisant pour assurer la transférabilité temporelle des résultats. La collecte a été effectuée le 14 janvier 2025, à l'aide d'un script de dataminage développé avec l'assistance de ChatGPT dans le langage de programmation Python (voir **Matériel supplémentaire 1**). Le dataminage, défini comme un processus automatisé d'extraction de données pertinentes à partir de grandes quantités d'informations en ligne (Fayyad, Piatetsky-Shapiro & Smyth, 1996), a ici permis de récupérer un total de 1229 commentaires, incluant 791 commentaires principaux et 438 réponses. La plupart des commentaires sont individuels (563), d'autres sont groupés entre 228 fils de discussions de plusieurs commentaires (moyenne de 2.92 commentaires par fil) esquissant une série de réponses à partir d'un commentaire principal. L'ensemble des données a été archivé sur un espace sécurisé affilié à l'université, conformément aux bonnes pratiques éthiques de gestion des données en recherche qualitative.

## **b. Traitement et anonymisation de l'échantillon**

Avant l'analyse, les données ont été anonymisées : les identifiants des utilisateurs et les dates de publication ont été retirés. Seules les informations textuelles jugées pertinentes pour l'analyse ont été conservées, tandis que l'ensemble du corpus initial (n = 1229 commentaires) a été archivé de manière sécurisée dans un dossier crypté sur l'ordinateur personnel du chercheur. Le corpus a ensuite été épuré : les commentaires non anglophones et les doublons sans variation significative ont été supprimés afin de réduire les commentaires susceptibles d'être de la pollution numérique. Par ailleurs, 56 commentaires publiés par Tripp Kramer ont été retenus, en raison de leur pertinence analytique (**voir Annexe 1**). Le corpus final comprend ainsi 896 commentaires (670 commentaires principaux et 226 réponses), émis par 626 commentateurs distincts.

## **c. Méthode d'analyse**

L'analyse a suivi une approche thématique descriptive et réflexive, inspirée du cadre proposé par Braun et Clarke (2023). Le paradigme choisi est un cadre constructiviste-critique, ancré dans une création collaborative avec les données mais avec une lunette féministe visant à mettre en évidence des liens avec les discours de la manosphère. Entre janvier et avril 2025, le chercheur s'est d'abord immergé dans les données à travers une lecture attentive des commentaires, accompagnée de cartes mentales visant à identifier les premières tendances discursives émergentes. Plusieurs cycles de codage ont été menés, permettant un passage progressif d'une lecture descriptive à une structuration plus conceptuelle. C'est dans ce cadre qu'a émergé l'idée d'un cadre implicite structurant une part importante des discours, celui de la séduction hétérosexuelle (embrassé par Tripp et une partie de son auditoire). Les catégories analytiques ont d'abord été construites à partir des contenus des commentaires eux-mêmes, de leur tonalité et de leurs formes récurrentes, avant d'être mises en relation avec les éléments du cadre conceptuel (Han & Yin, 2023 ; Dayter & Rüdiger, 2022). Les commentaires, considérés comme des prises de parole individuelles réagissant aux contenus proposés par Tripp Kramer ou d'autres commentateurs, ont été interprétés selon une double logique : d'une part dans leur dynamique propre, d'autre part comme des échos possibles à des récits plus larges identifiés dans la littérature sur la manosphère et mis en évidence dans le cadre conceptuel. Une attention particulière a été portée aux propos portant sur les femmes : une classification transversale a été construite pour identifier les formes que pouvait prendre la misogynie dans cet espace discursif. Cette catégorisation, bien qu'ancrée dans les données, n'a pas vocation à être exhaustive : elle constitue une lecture située des discours saillants observés dans l'échantillon.

#### d. Cadre général des vidéos

Les 44 vidéos analysées abordent une variété de thématiques liées au dating contemporain en alternant plusieurs formats : récits personnels, guides pratiques, et réflexions mises en forme comme des leçons. Toutes les vidéos se concluent par une invitation à s'inscrire à un cours d'optimisation personnelle proposé par Tripp Kramer sur sa plateforme numérique. Ce corpus peut être regroupé en trois grandes catégories thématiques : des vidéos proposant des explications concrètes de stratégies ou techniques de séduction (26 vidéos), des vlogs axés sur la responsabilisation personnelle et l'amélioration relationnelle (8 vidéos), et des contenus portant un regard critique sur certaines femmes ou sur la société perçue comme défavorable aux hommes (10 vidéos). La liste complète des vidéos et les données liées figure en **Annexe 2**. Les discours proposés par Tripp Kramer naviguent ainsi entre des approches stratégiques objectifiantes et des perspectives introspectives ou critiques. Cette diversité produit une forme de tension ou d'inconsistance que plusieurs commentateurs eux-mêmes soulignent. Par exemple, certaines vidéos comme *7 Sneaky Psychology Tricks To Make Her Like You* (mai 2024) ou *Make Women Say "Yes" With One Line* (janvier 2024) présentent des conseils très pragmatiques centrés sur l'activation de leviers d'attraction. À l'inverse, d'autres vidéos encouragent une posture plus lente, douce et tournée vers le développement personnel, comme *If You Can't Still Get A Girlfriend, Please Watch This* (décembre 2024) ou *How I Got A Girlfriend Fast By Using Slow Attraction* (décembre 2024). Enfin, un troisième ensemble de vidéos adopte un ton plus critique, voire réactionnaire, vis-à-vis de la société contemporaine, de certaines femmes ou du féminisme, comme en témoignent *Surviving An Anti-Male / Pro-Female Society* (mai 2024) ou *5 Types Of Women That Will Cheat On You* (septembre 2024). Ces contenus n'énoncent pas nécessairement une condamnation globale des femmes, mais invitent plutôt les hommes à adopter une posture d'analyse critique, de préservation personnelle, et à éviter les contextes perçus comme nuisibles à leur bien-être ou à leur réussite relationnelle. Les commentaires déposés sous ces vidéos entre janvier 2024 et janvier 2025 témoignent d'une diversité notable. Certains internautes se contentent d'approuver brièvement les propos du coach (« *Good advice* », commentateur 78), tandis que d'autres rédigent des réflexions élaborées s'étalant sur plusieurs paragraphes. Cette diversité suggère une réception différenciée des contenus selon les trajectoires personnelles, mais aussi la richesse et la complexité des discours masculins contemporains sur la séduction. Ces discours, interprétés comme émanant majoritairement d'hommes — selon une lecture prudente fondée sur le style d'écriture, les référents culturels et les postures discursives — oscillent entre reproduction de

normes hétérosexuelles classiques, ajustements réflexifs, et formes plus ou moins explicites de résistance ou de retrait.

#### e. Enjeux analytiques et solutions

Les éléments présentés précédemment soulèvent plusieurs défis méthodologiques liés à la nature même du corpus. Quatre enjeux principaux ont été identifiés : (1) la diversité des formats et des registres discursifs mobilisés dans les vidéos ; (2) l'inconsistance stratégique des messages véhiculés par Tripp, parfois contradictoires, mais articulés autour de principes récurrents ; (3) l'hétérogénéité de l'engagement des commentateurs selon les vidéos, certaines générant peu de réactions, d'autres suscitant des échanges plus soutenus ; et (4) le caractère unilatéral, contextuel et parfois fragmentaire des commentaires, qui laisse une marge importante à l'interprétation. Pour répondre à ces défis, les résultats ont été structurés selon une organisation systématique et descriptive. Un cadre central, celui de la séduction, a été retenu comme fil conducteur transversal, en raison de sa présence diffuse dans les vidéos, dans les commentaires des spectateurs, et dans les interventions du coach lui-même. Ce cadre a ensuite servi de point d'ancrage pour analyser les différentes postures adoptées par les commentateurs, qu'elles soient adhérentes, critiques ou ambivalentes. Les discours alternatifs ou en rupture ont également été examinés comme autant de contrepoints révélateurs des tensions internes à ce système de référence. Cette structuration n'a pas pour vocation de figer les interprétations, mais bien d'offrir une lecture située de la richesse discursive du corpus. En articulant un cadre interprétatif clair à une pluralité de prises de position, cette approche permet de faire émerger une carte de discours mettant en lumière certaines dynamiques masculines contemporaines autour de la séduction hétérosexuelle en ligne. Dans les sections suivantes, nous explorerons d'abord en profondeur ce cadre dominant, avant d'analyser les différentes postures discursives qui s'y rattachent, s'en distancient ou tentent de le redéfinir.

### - RÉSULTATS -

Les résultats présentés ci-dessous sont issus d'une analyse thématique des commentaires laissés sous les vidéos de la chaîne Tripp Advice. Ils mettent en lumière la diversité des postures discursives adoptées par les commentateurs face au cadre implicite de la séduction proposé par le coach, ou en réaction contre celui-ci. Ces postures, réparties entre adhésion, ambivalence et contestation, sont résumées dans le **Tableau 1**.

**Tableau 1. Répartition des commentaires selon les postures discursives identifiées.**

	Posture attribuée	Nombre de commentaires
<b>1. Prises de position autour d'un cadre de la séduction</b>	A. POSTURE PRAGMATIQUE	501
	B. POSTURE PESSIMISTE	133
	C. POSTURE HYBRIDE / NUANCÉE	117
<b>2. Discours de contestation</b>	A. POSITION DE REJET / APPEL À L'INDÉPENDANCE	123
	B. POSITION MASCULINISTE CRITIQUE VIRILISTE	22
<b>Total général</b>		<b>896</b>

Note : le total exclut les commentaires non codés ou hors-catégorie.

### 1. Prises de position autour d'un cadre de la séduction

Ce qui se dégage de l'analyse des commentaires, c'est l'existence d'un espace discursif structuré autour d'un cadre implicite de la séduction. Ce cadre peut être défini comme un ensemble de règles, de normes et de manières de faire, présentées de manière plus ou moins tacite comme des faits ou des évidences. Il repose sur trois principes clés :

- **Une asymétrie genrée et naturelle dans les rôles de séduction**, où les hommes sont appelés à l'action, tandis que les femmes sont positionnées comme évaluatrices passives. Plusieurs commentateurs entérinent cette logique : « *men [are] expected to do all the work* » (538), « *A woman will often play no part in her own seduction* » (411). Tripp lui-même affirme cette dynamique : « *Women don't approach.* » Cette répartition active/passive semble constituer un socle normatif implicite dans de nombreuses interactions.
- **Une échelle de valeur des hommes**, qui doivent démontrer une « valeur ajoutée » pour être considérés comme désirables par les femmes. Ce principe, central dans les recommandations de Tripp, s'exprime par l'injonction à devenir « la meilleure version de soi-même ». L'idée d'une sélection féminine fondée sur l'hypergamie est largement reprise : « *They want a protector and a provider* » (411), « *Money? She definitely would say YES!* » (38). Les commentateurs semblent exprimer ici une vision de la masculinité comme un capital à construire activement, où la désirabilité repose sur un travail constant d'amélioration de soi.
- **Une logique de compétition masculine pour l'attention féminine exaspérée** par les mécanismes des applications de rencontre et les changements contemporains. Plusieurs commentateurs perçoivent le dating comme un marché saturé, où la rareté perçue de l'attention féminine exacerbe la rivalité entre hommes : « *Women have never had this many access to potential mates than on these apps* » (377), « *it's always a competition between*

*myself and the other 100 guys* » (402). Certains l'acceptent avec résignation : « *You are not competing with a celebrity. You are competing with other average guys* » (330).

Ces trois principes, asymétrie des rôles, hiérarchisation de la valeur masculine et dynamique compétitive, dessinent un cadre normatif implicite mais structurant. C'est autour de ce référentiel commun que se cristallisent trois grandes postures discursives, selon que les internautes adhèrent aux messages des vidéos plus pragmatiques, s'en lassent ou en contestent les stratégies données par Tripp. Ces trois grandes postures discursives sont : une posture pragmatique, centrée sur l'apprentissage et l'optimisation au sein de ce système ; une posture pessimiste, marquée par le découragement et un début d'amertume face à un système perçu comme verrouillé ; et une posture hybride, qui interroge ou redéfinit les règles proposées au profit de logiques relationnelles plus nuancées, sans pour autant en sortir.

#### A. *La posture pragmatique*

Majoritaire dans l'échantillon, cette posture représente le public-cible de Tripp, engagé dans l'idée que l'on peut réussir en séduction à condition d'en comprendre les règles et de travailler sur soi, parfois avec l'appui de ressources externes. Le ton est aligné avec les nombreux messages promotionnels du coach : « *To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you become a more charismatic and charming man [...] just apply today.* » (Tripp Kramer). Le dating y est conçu comme un système à maîtriser par la prise de distance émotionnelle, l'application de stratégies efficaces et la compréhension des femmes sous une lunette souvent simpliste ou objectivante. Les commentateurs oscillent entre novices en quête de repères (« *Tripp, did you only do a boost for Tinder or all 3 apps?* » – 232) et « vétérans » aguerris : « *As a veteran of the 'approach wars' who is now happily married [...] TAKE ACTION* » (547). Tous valorisent une approche structurée, disciplinée et engagée d'amélioration personnelle pour mieux se positionner sur le marché du dating.

#### *Une logique vitale de pratique et d'amélioration*

« *Do, or do not. There is no try.* » (335). Pour une majorité d'internautes, la pratique des techniques et les échanges entre pairs sont des leviers d'amélioration continue. « *Stop being a helpless victim where your perspective is the universe is working against you and not for you, these vids will never help you ever if that's your mindset, sack up, take responsibility, and move forward* » (25). On incite à tenter des approches : « *Start cold approaching (you'll get better with practice)* » (367), et l'échec est valorisé comme outil d'apprentissage : « *Failure is the best teacher* » (451). Le coaching et les ressources proposées par Tripp sont perçus comme des

soutiens légitimes : « *What's it bud, i gonna take your coaching* » (356). L'atteinte de résultats repose sur l'optimisation de son apparence (« *There's a vast difference in looks between someone who goes to the gym every day and someone who doesn't* » - 339) et de sa posture avec les femmes (« *Long text conversations are the best way to ruin attraction.* » - 603).

### Rationaliser la séduction

Certains commentateurs proposent une lecture techniciste des relations : « *So human relations are a game is what you're saying* » (364). Le détachement émotionnel et la recherche d'efficacité sont fortement valorisés : « *pursue multiple options [...] until you're sure* » (559), « *Act like you don't care* » (617), « *Quit being a simp* » (177). Le rejet devient un indice de productivité : « *Rejection is a time saver* » (470). Des formulations pseudo-scientifiques apparaissent : « *trigger a woman's instinctual mating mechanisms* » (544), « *2k approaches/5years per 1gf/7yr marriage? What's the ROI on that* » (437). Quelques références explicites à la culture PUA et à la manosphère (« Stirling Cooper », « Corey Wayne », « Jon Sinn », « The Game », « *Make Mgtow videos* » – 97) ancrent ce discours dans une logique d'optimisation genrée du comportement amoureux.

### Simplifier et hiérarchiser les relations avec les femmes

Cette posture repose sur une analyse qui tend à simplifier les femmes et à hiérarchiser les interactions avec elles. Certains commentaires envisagent les relations sexuelles comme finalité (« *how can I get her to bed* » – 266), tandis que d'autres dénoncent ce qu'ils perçoivent comme des traits négatifs généralisés : « *it is true that there are many women [that are] incredibly superficial* » (369). Les « red flags » proposés par Tripp servent à classer les femmes : instables (« *WOMEN ARE EMOTIONAL CHILDREN* » – 496), peu désirables (« *High Body Count* » – 655 ; « *signs of mental illness - tattoos, neon hair, face piercings, actual MN Rx's, "Toxic Abusive" Ex, already divorced, kids* » - 183), ou dangereuses (« *Bro I just got away from my psychotic gf* » – 126). L'évaluation des partenaires devient une compétence stratégique : « *Young men, start looking at the levels of peace this woman can provide over everything* » (515).

La posture pragmatique articule une vision méritocratique de la séduction, où la performance, la discipline et la connaissance des règles permettent d'augmenter ses chances de succès. Elle valorise un idéal de masculinité proactive et stratège, mais repose également sur une vision rationalisée et hiérarchisante des dynamiques relationnelles. Ce type de discours, bien qu'en apparence inoffensif, participe à la naturalisation d'un ordre genré où la valeur des hommes est

évaluée en fonction de leur efficacité et de leur capacité à performer et où les femmes sont vues comme un prix à gagner.

### *B. La posture pessimiste*

En parallèle de la posture pragmatique, un ensemble de commentaires moins nombreux mais significatif adopte un ton marqué par la désillusion, la fatigue et le doute. Certains expriment leur désarroi face à la difficulté de devoir toujours essayer de mieux faire : « *The real question is how do you get the mindset and keep it..* » (46) ; d'autres posent un diagnostic tranchant : « *The first guy is living on Nightmare mode, while the second guy is living on Easy mode* » (557). Ces internautes ne remettent pas toujours en cause le cadre général de la séduction, mais expriment une détresse face à l'impossibilité de s'y inscrire avec succès. Pour eux, les règles du jeu sont connues, mais inaccessibles. L'effort demandé semble excessif, l'amélioration de soi inefficace, et pour certains, l'asymétrie genrée est profondément injuste.

#### *Partager ses difficultés*

Nombre d'internautes partagent des récits d'échecs répétés ou de solitude prolongée, parfois malgré une tentative sincère d'appliquer les conseils reçus : « *Makes sense, but what a pain in the ass* » (522). Sans nécessairement contester le cadre d'optimisation proposé par Tripp, ils s'en sentent progressivement exclus : « *What a dumb game to play - the dating game.* » (562). D'autres confient leur lassitude face aux rejets : « *I get passed over by girls all the time. I always lose out* » (578), ou expriment un découragement plus profond : « *44 year old virgin here. I might die a virgin* » (612). La perte de repères est parfois liée à un sentiment de deuil ou de retard de vie : « *I feel that my 20s were a waste [...]* » (36). Chez ces commentateurs, on ne cherche plus à apprendre ni à s'améliorer, mais à verbaliser une forme d'abandon.

#### *Rejeter l'amélioration de soi comme solution*

Plusieurs critiques ciblent la promesse d'amélioration comme étant illusoire pour les hommes les moins avantagés. Le système, selon eux, favoriserait uniquement ceux qui possèdent déjà les attributs désirés : « *Be confident despite endless rejection. Be successful, interesting and fit but also spend every waking moment approaching thousands of women* » (545). D'autres soulignent que l'apparence suffit à effacer tous les autres efforts : « *Or you just look good. then you can do whatever you want. They still want you* » (540). Le sentiment d'injustice structure plusieurs commentaires : « *Step 1. Be tall, Step 2. Be good looking. Step 3. It won't go well if step 1 and 2 are not followed* » (468). Même la confiance en soi serait inutile sans capital physique : « *A guy can have all the self-confidence his brain can take, but if he doesn't have*

*the looks [...] he's going to be rejected* » (495). Le ton devient souvent sarcastique, comme un mécanisme de retrait : « *just say you have 20 million dollars inheritance, that's all folks* » (498). L'impossibilité de réussir en étant soi-même les amène à une désillusion pessimiste : « *So tired of these games. In other words, being yourself is never good enough* » (503).

### Critiquer les privilèges des femmes

Un autre pan de cette posture repose sur une critique des normes genrées en matière de séduction. Plusieurs commentateurs dénoncent une asymétrie dans les efforts attendus : « *Women don't bother to shoot their shot, I want to see a little of that from women* » (599). Certains expriment leur ressentiment face à une dynamique qu'ils perçoivent comme déséquilibrée, un double standard relationnel : « *all men [...] are required to constantly improve [...] while women just need to exist and consume and discard as they please* » (577) ; « *A woman doesn't need to know or learn how to talk to, interact with men, it's only men that need to know or learn how to talk to, interact with women* » (80). Dans un registre plus affectif, un commentateur dit ressentir une colère sourde, alimentée par l'injonction à accepter cette réalité : « *It just fills me with a lot of anger and rage* » (36). Dans un moment d'auto-identification, il confesse : « *I sometimes still feel like an incel despite having a girlfriend, well ex girlfriend now.* ».

La posture pessimiste donne à voir un ensemble de discours traversés par une désillusion graduelle, marquée par la lassitude, le doute et une remise en question du mérite. Les normes relationnelles y sont perçues comme inaccessibles ou injustes, et le sentiment d'être exclu du jeu amoureux alimente des réflexions tantôt résignées, tantôt critiques sur les femmes ou la société. Si ces commentateurs n'appellent pas à transformer le système, ils en dessinent les impasses à travers une parole désabusée, vulnérable et parfois empreinte d'amertume. Cette posture trace un espace discursif particulier, où la parole devient une manière de survivre symboliquement à un sentiment d'échec.

### C. La posture hybride / nuancée

Entre adhésion stratégique et rejet désabusé, une portion plus restreinte d'internautes adopte une posture ambivalente, souvent exprimée dans les vidéos centrées sur le développement personnel ou en réponse à des commentaires plus techniques. Leurs apports témoignent d'une réflexion plus nuancée sur les relations amoureuses, s'éloignant d'un rapport rationnel plus prononcé : « *You don't need tricks. Just get out there and make connections.* » (202). Ils voient les conseils de Tripp comme un outil utile, mais pas absolu, et adhèrent à ses

vidéos plus introspectives : ils essaient de se montrer authentique et critiquent la manipulation implicite de certaines stratégies.

### Encourager l'authenticité

Au cœur de cette posture se trouve un attachement à l'authenticité. Des internautes encouragent une approche sincère et incarnée de la séduction : « *Be courageously imperfect* » (484), « *The practice of being authentic [...] brings people into your life that are meant to be there* » (458). Certains gardent une logique stratégique, mais préfèrent miser sur la qualité de la connexion : « *build a fun but sincerely atmosphere [...] then I open the door for her* » (532). D'autres expriment leur malaise face à une culture de la performance dans le dating, qui nuit à l'expression de soi : « *I want to be loved for who I am, not who someone else wants me to be* » (586). Dans cette optique, fluidité et spontanéité sont valorisées : « *when you're talking about just getting a girl to like you, there's really no trick to it. Just be you.* » (202).

### Critiquer la manipulation et l'influence de la manosphère

Cette posture s'accompagne souvent d'un rejet explicite des stratégies perçues comme artificielles ou manipulatrices : « *It's creepy when it's manipulation* » (616). Pour ces commentateurs, séduire devrait rester un échange sincère et non pas une mise en scène dénaturalisante : « *In short, be a bit of a jerk, someone you don't like yourself* » (349), critique un commentateur. Certains dénoncent les approches de Tripp comme trompeuses : « *Liar. Don't listen to this con act* » (122). D'autres saluent une prise de distance de sa part vis-à-vis des discours masculinistes : « *Thank you man. No red pill bullshit [...]* » (480). Toutefois, quelques voix le perçoivent comme véhiculant des idées Red Pill de façon déguisée : « *Eh, just Redpill bollocks* » (321).

### Nuancer les discours sur les femmes

Ce positionnement plus réflexif inclut aussi des efforts pour réhumaniser la figure féminine et rejeter les discours simplificateurs. Certains rappellent que la confiance mutuelle repose sur l'investissement relationnel : « *I was married for 23 years to a saint [...] she trusted me because I proved my trustworthiness* » (628). D'autres s'interrogent sur les titres ou conseils proposés, en pointant leur tonalité genrée : « *If I saw a video aimed at women with the same title only reversing the genders, I'd be worried* » (42). Quelques commentaires s'opposent frontalement à la vision proposée : « *Women are people, everyone* » (81), ou déconstruisent l'approche du coach : « *He does not view women as equals [...] hypnotizing a woman is more important than showing her the real version of yourself* » (139).

La posture hybride offre une perspective singulière : celle d'hommes qui, sans rejeter complètement les conseils de Tripp, cherchent à s'en distancer ou à les adapter à une vision plus relationnelle et éthique. Elle révèle l'existence d'une tension entre aspiration à l'efficacité et besoin de cohérence personnelle, entre stratégies et quête d'authenticité. Dans cet espace intermédiaire, la séduction n'est plus une technique à maîtriser, mais un terrain de négociation identitaire, émotionnelle et sociale. Ces voix, bien que minoritaires, suggèrent qu'un autre rapport au dating est possible, moins prescriptif, plus réflexif, et potentiellement porteur de renouveau.

## 2. Les discours de contestation du cadre

Au-delà des postures d'adhésion, de désillusion ou de nuance face au cadre implicite de la séduction, certains commentateurs adoptent une position plus radicale. Plutôt que de composer avec les règles du système relationnel proposé, ils en contestent les fondements mêmes. Ces discours signalent une rupture : ils ne remettent pas simplement en cause les méthodes de séduction, mais le cadre relationnel proposé par Tripp dans son ensemble.

### A. Position de rejet / appel à l'indépendance

Contrairement à la posture pessimiste, marquée par une lassitude résignée, cette posture affirme un rejet explicite des conseils du coach, perçus comme infantilisants ou inefficaces : « *Basically, try and entertain them like children. Bolxx to that. [...] Walk your own path fellas* » (549). Des commentateurs expriment une désaffection volontaire envers les relations avec les femmes occidentales, jugées trop exigeantes ou émotionnellement risquées : « *Women in general these days have more red flags than a communist parade* » (658), « *I don't need the drama anymore. No time or money to waste* » (460). Cette critique se cristallise surtout dans les vidéos les plus polémiques, où des hommes évoquent un retrait volontaire du couple comme stratégie de protection : « *Women expect much and bring too little to the table. The financial risks are great for men* » (424). Pour ces internautes, la solitude devient un choix d'autonomie : « *To hell with getting married and having kids. [...] Being alone is freedom* » (143), « *Simple solution: Stay single and invest the time for yourself* » (302). Ce désengagement se présente comme une reconquête de soi, réorientée vers des activités perçues comme plus enrichissantes : « *Why not chase a foreign language or learn other valuable skills?* » (403). Certains internautes adoptent des logiques de retrait encore plus marquées, proposant des substituts perçus comme plus sûrs et moins contraignants : prostitution, relations avec des intelligences artificielles ou expériences sexuelles virtuelles. Ces solutions sont décrites comme plus directes, sans enjeux affectifs : « *I'm just going to a brothel and pay for it [...]* » (17), « *Get an*

*AI GF, problem solved* » (662), « *Comparing 2D porn to VR sex is like chipped beef on toast vs prime filet mignon* » (500). Parallèlement, d'autres commentateurs envisagent une émigration idéologique et géographique, s'alignant avec la rhétorique des "Passport Bros" : « *Move to new country better women* » (710), « *I enjoy traveling to Thailand and leaving the entitled B in America* » (322). Ce rejet radical s'accompagne d'une critique acerbe des femmes modernes, perçues comme égoïstes, matérialistes ou incompatibles avec les attentes masculines : « *F women. I like women body, face, I don't like women at all. Meaning their personality is f garbage, NPC. [...] all they see you is an asset, wallet, what you can provide to them* » (350). L'influence du féminisme dans la culture populaire est explicitement ciblée : « *meh – already abroad, happy to leave them for the bears in the woods. Not my Circus - Not my Monkeys* » (183), ou plus directement : « *Hint: Check their voter registration... If they vote left... Run to the Philippines and shop there* » (687). Cette posture de rejet ne se contente pas de critiquer les règles du jeu : elle refuse de jouer. Elle propose des sorties symboliques, technologiques ou géographiques, en réponse à une perception du système amoureux comme hostile, biaisé ou irrémédiablement corrompu. Minoritaires mais significatives, ces voix expriment une volonté d'indépendance radicale, parfois teintée de cynisme, où le refus de participer devient en soi une affirmation identitaire ancrée dans une misogynie virulente et un rejet de la société contemporaine.

### B. *Position masculiniste critique viriliste*

Certains internautes adoptent une posture critique à l'égard de Tripp et de son public, qu'ils perçoivent comme incarnant une masculinité soumise ou inefficace. Tripp est qualifié de « naïf Beta » (350), tandis que ses efforts sont jugés absurdes : « *You approached 2000 women in 5 years? [...] I can't do anything with a man who is so lost he's constantly approaching ladies* » (463). Le *mirroring*, technique recommandée dans plusieurs vidéos, est vu comme un signe de soumission : « *If I am mirroring her body language [...] she may view it as submissive [...] an attraction killer* » (200). Pour ces commentateurs, l'homme idéal est direct, affirmé, détaché du besoin de plaire : « *Real man wants a particular woman, up front with her [...] Being real and upfront is greater seduction, no tricks and games* » (117). Cette masculinité repose sur la direction, la constance et l'indépendance : « *Women like men with purpose/vision/character in their life. Not someone running around asking women out all the time* » (521). Un idéal masculin se dessine, appuyé sur des attributs identifiés comme valorisés par les femmes elles-mêmes : « *Most women tend to appreciate masculine traits* » (186). Ce principe semble légitimer l'idée d'un leadership viril comme stratégie relationnelle. Dans cette posture, les

rapports de genre sont structurés autour d'une logique de polarisation. Plusieurs commentateurs expriment leur frustration face à ce qu'ils perçoivent comme une féminisation des hommes contemporains, présentée comme une cause de leur échec : « *Modern men [...] have feminized themselves and reject logic and reason for emotion and feelings* » (177). Pour certains, l'équilibre relationnel serait menacé par une inversion des énergies : « *I find [women] are quite masculine energy-wise these days. I try to remain rooted in my masculine [...] but can't seem to breakthrough* » (413). Cette remarque traduit l'idée d'un ordre genré naturel ou complémentaire, dans lequel chaque sexe aurait des rôles précis, et où la transgression de ces rôles, notamment par les femmes, serait à l'origine d'un malaise. Ces discours rejettent à la fois les conseils de Tripp et le cadre qu'ils sous-tendent. Ils promeuvent une masculinité hiérarchique, intransigeante et fondée sur des principes supposément « naturels ». « *Male vulnerability and weakness are repulsive to women, they are constantly assessing a man's manhood* » (177) : la séduction devient un lieu de réaffirmation identitaire, où seuls les hommes capables de résister à la féminisation ambiante seraient en position de réussite. Ce rejet du compromis s'accompagne souvent d'une mise en accusation implicite des femmes modernes, accusées d'empiéter sur un territoire symbolique masculin.

## - DISCUSSION -

Ce travail exploratoire visait à explorer les discours émergents dans les commentaires YouTube d'un coach en séduction pour hommes, Tripp Kramer, afin de mieux comprendre les types de positionnements masculins que ce type de contenu peut entretenir. L'analyse a mis en lumière un espace discursif structuré autour d'un cadre implicite de la séduction hétérosexuelle, marqué par l'asymétrie genrée, la compétition intermasculine et la valorisation de la performance individuelle. Ce cadre, bien qu'aucunement explicité dans les vidéos, semble tacitement partagé entre Tripp et sa communauté, structurant les échanges et contribuant à la construction de postures distinctes chez les commentateurs. Il rappelle les principes fondamentaux de la philosophie Red Pill, qui repose sur l'idée que les relations de genre sont biaisées en faveur des femmes, et que les hommes doivent « s'éveiller » à cette vérité cachée pour regagner du pouvoir (Han & Yin, 2023 ; Van Valkenburgh, 2018). Les postures analysées (pragmatique, pessimiste, hybride, viriliste hiérarchique et rejet radical) n'équivalent pas aux sous-communautés de la manosphère, mais elles en partagent certaines dynamiques affectives et les logiques discursives. La cartographie émergente, disponible en **annexe D**, peut être observée par rapport aux catégories idéologiques recensées dans les travaux de Han et Yin (2023) et Ribeiro et al. (2021) : PUAs, Red Pill, MGTOW et incels. La posture pragmatique,

par exemple, se rapproche du discours des PUAs par sa logique de performance, de rationalisation des émotions et de valorisation de la discipline individuelle (Dayter & Rüdiger, 2022). La posture pessimiste révèle quant à elle un désalignement douloureux avec ce système de performance, rejoignant certains éléments d'impuissance affective et de sentiment d'injustice aggravée identifiés dans la littérature sur les incels (Lindsay, 2022 ; Bratich & Banet-Weiser, 2019). La posture hybride quant à elle montre un potentiel de résistance, mais aussi une vulnérabilité idéologique, un entre-deux fragile pouvant potentiellement être instrumentalisé par des discours plus radicaux (Han & Yin, 2023). Les postures de rejet du cadre (critiques virilistes et départ du dating occidental) révèlent une forme d'extrémisation de la rhétorique relationnelle. Ces discours rejoignent les représentations MGTOW et Passport Bros, proposant un éloignement actif du système relationnel, souvent motivé par une perception des femmes comme hostiles, vénales ou corrompues par le féminisme. Ce rejet va parfois jusqu'à une misogynie virulente, où les femmes sont comparées à des parasites ou des agents déshumanisés, rejoignant les travaux de Ging & Siapera (2018) sur la misogynie diffuse et ceux de Ging, Brace & Baele (2023) sur les dynamiques de contagion idéologique de la manosphère en ligne. L'ensemble de ces discours contribue à la construction d'un environnement numérique hostile aux femmes et normalise, parfois insidieusement, des formes de haine et de retrait masculin identitaire. La plateforme YouTube jouerait ici un rôle central. Comme le rappellent Papadamou et collègues (2021) et Ribeiro et collègues (2021), les algorithmes de recommandation, la monétisation et la viralité favorisent la circulation d'idées simplificatrices, polarisantes ou antiféministes. Ces mécanismes amplifient la visibilité de figures comme Tripp Kramer, dont le discours, bien qu'en apparence modéré, peut participer à une trajectoire d'exposition idéologique problématique. La métaphore de l'oignon idéologique, évoquée dans les recherches sur les pipelines de radicalisation (Lewis, 2018 ; Main, 2018), permet de penser ces contenus comme des couches extérieures attirantes, dissimulant une exposition progressive à des logiques radicales.

### - LIMITES -

Cette étude présente plusieurs limites. Tout d'abord, les données analysées ne permettent pas d'identifier avec certitude le genre, l'âge, la localisation ou les trajectoires des commentateurs. L'interprétation repose sur une lecture discursive située, éclairée par le contexte de la chaîne et des vidéos analysées, elle ne permet donc pas de tirer de conclusion définitive sur les motivations et raisons pour lesquelles ceux-ci décident de poster leurs commentaires sous les vidéos. Ensuite, cette recherche ne porte que sur les commentaires liés

à un seul créateur de contenu, ce qui limite la généralisation des résultats. Enfin, bien que certaines références discursives à des concepts clés de la manosphère soient présentes, aucune affiliation explicite ne permet de conclure à une appartenance directe à des communautés de la manosphère (Red Pill, MGTOW, PUA, incels). L'analyse basée sur le cadre conceptuel se fonde sur des proximités idéologiques et des dynamiques discursives, et non sur une autoidentification des participants. Malgré tout, cette recherche est la première à s'intéresser aux dynamiques discursives des commentaires sur les vidéos d'un dating coach pour hommes actif, et à apporter plus de détails sur cet univers encore peu exploré dans la littérature.

### - CONCLUSION -

Cette recherche propose une première cartographie des discours masculins présents dans les commentaires d'un coach en séduction sur YouTube, révélant comment des conseils apparemment anodins peuvent résonner avec des logiques genrées proches de la manosphère. Ces discours s'organisent autour de postures contrastées (adhésion stratégique, désillusion, hybridité, rejet viriliste ou rupture critique) qui traduisent des tensions contemporaines autour de l'identité masculine, des dynamiques affectives et du rapport aux femmes dans les environnements numériques. Si ces propos émanent d'un échantillon circonscrit de commentateurs, ils résonnent possiblement avec un public plus large, silencieux mais exposé, comme en témoignent les millions de vues sur la chaîne de Tripp Kramer. Des figures comme Tripp Kramer, en conjuguant coaching bienveillant et normes hétéronormatives sous couvert de maximiser leur audience en quête de conseils relationnels dans un contexte de relations romantiques difficiles, augmenté par les normes sociales changeantes et les critiques sur les modèles de masculinité existants, peuvent constituer en ce sens des points d'entrée vers des idéologies problématiques. L'environnement algorithmique de YouTube (monétisation, viralité, chambre d'écho) joue ici un rôle structurant dans la visibilité et la diffusion de ces récits (Papadamou et al., 2021 ; Ribeiro et al., 2021). Des recherches futures pourraient documenter l'évolution des discours dans le temps (analyse longitudinale), suivre les trajectoires d'exposition à travers les recommandations de la plateforme, ou cartographier les interactions entre postures dans une perspective mixte. Il serait également pertinent d'approfondir les passerelles idéologiques entre désarroi masculin, rejet des femmes et glissements vers des récits extrêmes. S'inscrivant dans les travaux féministes sur les effets de la culture numérique sur les rapports de genre (Ging, 2019 ; Ging & Siapero, 2018 ; Blais & Dupuis-Déri, 2012, et de nombreux autres auteur.es), cette étude appelle à une vigilance accrue face à la normalisation des idées de la manosphère, y compris dans des formes plus «

soft ». Mieux comprendre les logiques inhérentes à la Red Pill, et son potentiel de captation affective, est crucial pour concevoir des interventions sociales et cliniques adaptées à une polarisation des visions des relations hommes-femmes. Car la colère masculine, lorsqu'elle n'est pas entendue, peut devenir un levier puissant pour les mouvements réactionnaires (Ging, Brace & Baele, 2023 ; Main, 2018), qui exploitent ce ressentiment pour légitimer des visions du monde autoritaires, antiféministes et ultraconservatrices.

- RÉFÉRENCES -

- Anderson, E. (2009). Inclusive Masculinity : The Changing Nature of Masculinities. *Inclusive Masculinity: The Changing Nature of Masculinities*, 1-190. <https://doi.org/10.4324/9780203871485>
- Bartolome, A., & Niu, S. (2023). A Literature Review of Video-Sharing Platform Research in HCI. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-20. <https://doi.org/10.1145/3544548.3581107>
- Bishop, S. (2019). Managing Visibility on Youtube Through Algorithmic Gossip. *New Media & Society*, 21(11-12), 2589-2606. <https://doi.org/10.1177/1461444819854731>
- Blais, M., & Dupuis-Déri, F. (2012). Masculinism and the Antifeminist Countermovement. *Social Movement Studies*, 11(1), 21-39. <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.640532>
- Bratich, J., & Banet-Weiser, S. (2019). From Pick-Up Artists to Incels : Con(fidence) Games, Networked Misogyny, and the Failure of Neoliberalism. *International Journal of Communication*, 13. <http://eprints.lse.ac.uk/102183/>
- Braun, V., & Clarke, V. (2023). Thematic analysis. Dans H. Cooper, M. N. Coutanche, L. M. McMullen, A. T. Panter, D. Rindskopf, & K. J. Sher (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology: Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological* (2e ed., pp. 65–81). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000319-004>

- Brown, A. (2020). *Nearly Half of U.S. Adults Say Dating Has Gotten Harder for Most People in the Last 10 Years*. Pew Research Center. [https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2020/08/PSDT\\_08.20.20.dating-relationships.full\\_report.pdf](https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2020/08/PSDT_08.20.20.dating-relationships.full_report.pdf)
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. John Wiley & Sons, Cambridge, Royaume-Uni.
- Chen, A. (2016). *The Gamer and « The Game » : Pick-Up Artists from the Perspective of Game Studies*. [Thèse doctorale, Macquarie University]. <https://doi.org/10.25949/19432793.v1>
- Coached By Tripp. (s.d.). Coaching. Récupéré le 8 mai 2025, à partir de <https://www.coachedbytripp.com/coaching>
- Czerwinsky, A. (2024). Aggressive Communication Online : From Familiar Anti-women Sentiments to Misogyny Influencers and Male Supremacism in the Manosphere. Dans S. L. Connaughton & S. Pukallus (Éds.), *The Routledge Handbook of Conflict and Peace Communication (1st ed.)*. Routledge.
- Dayter, D., & Rüdiger, S. (2022). *The Language of Pick-Up Artists: Online Discourses of the Seduction Industry*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003041313>
- Dayter, D., & Rüdiger, S. (2016). Reporting from the Field : The Narrative Reconstruction of Experience in Pick-up Artist Online Communities. *Open Linguistics*, 2(1). <https://doi.org/10.1515/opli-2016-0016>
- Denby, A., & van Hooff, J. (2023). ‘An Emotional Stalemate’: Cold Intimacies in Heterosexual Young People’s Dating Practices. *Emotions and Society*, 6(2), 171–187. <https://doi.org/10.1332/263169021x16740853641050>

- DePaulo, B. M., & Morris, W. L. (2005). Singles in Society and in Science. *Psychological Inquiry*, 16(2-3), 57-83. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2005.9682918>
- Dynel, M. (2014). Participation Framework Underlying YouTube Interaction. *Journal of Pragmatics*, 73, 37-52. <https://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2014.04.001>
- Ebner, J. (2023). *Going Mainstream : How Extremists Are Taking Over*. Ithaka.
- Fayyad, U., Piatetsky-Shapiro, G., & Smyth, P. (1996). From Data Mining to Knowledge Discovery in Databases. *AI Magazine*, 17(3), 37-54. <https://doi.org/10.1609/aimag.v17i3.1230>
- FeedSpot. (2024, 1er décembre). 50 Relationship Advice YouTubers You Must Follow in 2024. Récupéré le 2 décembre 2024, à partir de [https://videos.feedspot.com/relationship\\_advice\\_youtube\\_channels/](https://videos.feedspot.com/relationship_advice_youtube_channels/)
- Ging, D., Brace, L., & Baele, S. J. (2023). From Incels to Extremism: Mapping Online Contagion. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. <https://spir.aoir.org/ojs/index.php/spir/article/view/13007>
- Ging, D. (2019). Alphas, Betas, and Incels : Theorizing the Masculinities of the Manosphere. *Men and Masculinities*, 22(4), 638-657. <https://doi.org/10.1177/1097184X17706401>
- Ging, D., & Siapera, E. (2018). Special issue on online misogyny. *Feminist Media Studies*, 18(4), 515-524. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447345>
- GMI Research Team. (2024, 3 novembre). *YouTube Users Statistics 2024: Data and Trends*. Global Media Insight. Récupéré le 15 novembre 2024, à partir de <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>

Google Trends. (n.d.). *dating coach*. Récupéré le 10 octobre 2024, à partir de [https://trends.google.com/trends/explore?date=all\\_2008&geo=US&gprop=youtube&q=dating%20coach&hl=en](https://trends.google.com/trends/explore?date=all_2008&geo=US&gprop=youtube&q=dating%20coach&hl=en)

Google Trends. (s.d.). *dating coach*. Récupéré le 10 octobre 2024, à partir de [https://trends.google.com/trends/explore?date=all\\_2008&geo=CA&gprop=youtube&q=dating%20coach&hl=en](https://trends.google.com/trends/explore?date=all_2008&geo=CA&gprop=youtube&q=dating%20coach&hl=en)

Google Trends. (s.d.). *dating advice*. Récupéré le 10 octobre 2024, à partir de [https://trends.google.com/trends/explore?date=all\\_2008&geo=US&gprop=youtube&q=dating%20advice, dating%20coach&hl=en](https://trends.google.com/trends/explore?date=all_2008&geo=US&gprop=youtube&q=dating%20advice, dating%20coach&hl=en)

Google Trends. (s.d.). *dating advice*. Récupéré le 10 octobre 2024, à partir de [https://trends.google.com/trends/explore?date=all\\_2008&geo=CA&gprop=youtube&q=dating%20advice, dating%20coach&hl=en](https://trends.google.com/trends/explore?date=all_2008&geo=CA&gprop=youtube&q=dating%20advice, dating%20coach&hl=en)

Han, X., & Yin, C. (2023). Mapping the manosphere. Categorization of reactionary masculinity discourses in digital environment. *Feminist Media Studies*, 23(5), 1923-1940. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1998185>

Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003085348>

Hoebanx, P. (2019). *Dating Scripts on Social Media : A Case Study of Matthew Hussey's YouTube Videos*. [Mémoire, Concordia University]. <https://spectrum.library.concordia.ca/id/eprint/985312/>

Hoiles, W., Aprem, A., & Krishnamurthy, V. (2017). Engagement and Popularity Dynamics of YouTube Videos and Sensitivity to Meta-Data. *IEEE Transactions on Knowledge*

and *Data Engineering*, 29(7), 1426-1437.

<https://doi.org/10.1109/TKDE.2017.2682858>

Hou, M. (2019). Social Media Celebrity and the Institutionalization of YouTube. *Convergence*, 25(3), 534-553. <https://doi.org/10.1177/1354856517750368>

Iveson, M., & Formato, F. (2022). Men of today, soyboys of tomorrow : Constructions of masculinities in YouTube responses to Gillette's *The Best Men Can Be*. *Discourse, Context & Media*, 49, 100628. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100628>

Jovanovic, J., & Williams, J. C. (2024). Sexuality in the 21st Century : A Feminist and Queer Theoretical Perspective on Sex and Sexuality in Emerging Adulthood. Dans M. Hojjat & A. Moyer (Éds.), *Modern Relationships : Romance, Friendship, and Family in the 21st Century*. Oxford University Press.

Kemp, S. (2024, 24 avril). *Digital 2024 April Global Statshot Report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-april-global-statshot>

Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-Branding, 'Micro-Celebrity' and the Rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191-208. <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>

Kislev, E. (2024). Being Single in the 21st Century : Reasons and Consequences. Dans M. Hojjat & A. Moyer (Éds.), *Modern Relationships : Romance, Friendship, and Family in the 21st Century*. Oxford University Press.

Kramer, T. [@TrippAdvice]. (s.d.-a). Profil LinkedIn. <https://www.linkedin.com/in/max-tripp-kramer-2b2a686/>

Kramer, T. [Tripp Advice]. (s.d.-b). Tripp Advice – Page principale. Récupéré le 8 mai 2025, à partir de <https://trippadvice.com/>

- Ladhari, R., Massa, E., & Skandrani, H. (2020). Youtube Vloggers' Popularity and Influence : The Roles of Homophily, Emotional Attachment, and Expertise. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.102027>
- Lagger, C., Lux, M., & Marques, O. (2017). What Makes People Watch Online Videos : An Exploratory Study. *Computers in Entertainment*, 15(2), 1-31. <https://doi.org/10.1145/3034706>
- Lewis, R. (2018). Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube. *Data & Society Research Institute*. <https://datasociety.net/library/alternative-influence/>
- Lilly, M. (2016). *'The World is Not a Safe Place for Men': The Representational Politics Of The Manosphere*. [Mémoire]. University of Ottawa. <http://hdl.handle.net/10393/35055>
- Lindsay, A. (2022). Swallowing the Black Pill: Involuntary Celibates' (Incels) Anti-Feminism within Digital Society. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, 11(1), 210–224. <https://doi.org/10.5204/ijcjsd.2138>
- Lobato, R. (2016). The Cultural Logic of Digital Intermediaries : YouTube Multichannel Networks. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(4), 348-360. <https://doi.org/10.1177/1354856516641628>
- Maekersuite. (s.d.). *Youtube: 45+ Statistics, Data & Trends for 2023*. Récupéré le 18 octobre 2024, à partir de <https://maekersuite.com/blog/youtube-video-statistics>
- Main, T. J. (2018). *The Rise of the Alt-Right*. Brookings Institution Press.
- McClain, C., & Gelles-Watnick, R. (2023). *From Looking for Love to Swiping the Field: Online Dating in the U.S.* Pew Research Center. [https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2023/01/PI\\_2023.02.02\\_Online-Dating\\_FINAL.pdf](https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2023/01/PI_2023.02.02_Online-Dating_FINAL.pdf)
- Messner, M. (2016). Forks in the Road of Men's Gender Politics : Men's Rights vs Feminist Allies. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, 5, 6-20. <https://doi.org/10.5204/ijcjsd.v5i2.301>

- Moloney, M. E., & Love, T. P. (2017). #TheFapping : Virtual Manhood Acts in (Homo)Social Media. *Men and Masculinities*, 21(5), 603-623. <https://doi.org/10.1177/1097184X17696170>
- Papadamou, K., Zannettou, S., Blackburn, J., De Cristofaro, E., Stringhini, G., & Sirivianos, M. (2021). « How over is it? » Understanding the Incel Community on YouTube. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1-25. <https://doi.org/10.1145/3479556>
- Renström, E. A., & Bäck, H. (2024). Manfluencers and Young Men's Misogynistic Attitudes : The Role of Perceived Threats to Men's Status. *Sex Roles*. <https://doi.org/10.1007/s11199-024-01538-2>
- Ribeiro, M. H., Blackburn, J., Bradlyn, B., De Cristofaro, E., Stringhini, G., Long, S., Greenberg, S., & Zannettou, S. (2021). The Evolution of the Manosphere across the Web. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 15, 196-207. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v15i1.18053>
- Schmitt, J. B., Rieger, D., Rutkowski, O., & Ernst, J. (2018). Counter-messages as prevention or promotion of extremism?! The potential role of YouTube: Recommendation algorithms. *Journal of Communication*, 68(4), 780–808. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy029>
- Seymour, L. N. (2023). *“IT’S EXHAUSTING” : A Narrative Exploration of Black Millennials’ Experiences with Online Dating*. [Dissertation doctorale, Texas Woman’s University]. <https://hdl.handle.net/11274/16190>
- Sidoti, O., Gelles-Watnick, R., Faverio, M., Atske, S., Radde, K., Park, E., & Dawson, W. (2024, 13 novembre). *Social Media Fact Sheet*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/?tabItem=5b319c90-7363-4881-8e6f-f98925683a2f>

Social Blade. (s. d.). *Tripp Advice's YouTube Stats (Summary Profile)*—*Social Blade Stats*.

Consulté le 25 novembre 2024, à partir de

<https://socialblade.com/youtube/user/trippadvice>

Stoicescu, M., & Rughinis, C. (2020). Learning About Self and Society Through Online Dating

Platforms. *eLearning and Software for Education*, 3, 513-522.

<https://doi.org/10.12753/2066-026X-20-239>

Tripp Advice. (s. d.). *Home* [Chaîne YouTube]. Consulté le 2 décembre 2024, à partir de

<https://www.youtube.com/channel/UCjTMOi3cpslA7JUmpdfD6MQ>

Tripp Advice (Réalisateur). (2024, mai 30). *I Was Part Of A Pick Up Artist Lair* [Vidéo].

Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=D\\_bXsvHQImE](https://www.youtube.com/watch?v=D_bXsvHQImE)

Tripp, T. (2016). *Magnetic: Cultivate Confidence, Become Rejection-Proof and Naturally*

*Attract the Women You Desire* [Livre audio]. Audible.

<https://www.audible.com/author/Tripp-Kramer/B01BPAAGQQ>

Van Valkenburgh, S. P. (2018). Digesting the Red Pill: Masculinity and Neoliberalism in the

Manosphere. *Men and Masculinities*, 21(5), 578–598.

<https://doi.org/10.1177/1097184X18816118>

Wachowski, L., & Wachowski, L. (1999). *The Matrix*. Warner Bros.

Wrisley, S. P. (2023). Feminist Theory and the Problem of Misogyny. *Feminist Theory*, 24(2),

188-207. <https://doi.org/10.1177/14647001211039365>

## Annexe 1.

Liste des commentaires postés par @TrippAdvice retenus pour l'analyse.

Vidéo	Commentaires
<a href="#">How I Got A Girlfriend Fast By Using Slow Attraction</a>	My wife. Was worth the wait
<a href="#">Video For Practicing Your Flirting Skills</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you flirt with women like a natural, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">7 Laws Of Seduction That Changed My Life</a>	It's going to be a work in progress. You got this.
<a href="#">Surviving An Anti-Male / Pro-Female Society</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you overcome the anti-male culture so you can become the man you were meant to be, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">This Simple Dating System Got Me 18 Dates</a>	The point is I changed my profile to be better which then helped me get more matches and attention.   I did notice it took a bit to get going again after I changed the profile. As if the algorithm was changing on my behalf.
<a href="#">Make Women Say "Yes" With One Line</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you get girls to relax back at your place, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">4 Dark Methods To Make Her Sexually Obsessed</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you get the you want to become obsessed with you, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">How To Walk Like A Sexy Man</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you walk and move in a way that women find sexy, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">How To Sustain Long Conversations With Girls</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you learn to talk comfortably with girls as long as you want, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">Boost Your Storytelling Skills With Women</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you find your stories that girls will enjoy hearing, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	Nah just find a good one
<a href="#">7 "Nice Guy" Sexual Attraction Killers</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help fix your nice guy issues and be more attractive to girls, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">If She Has Any Of THESE...Drop Her Bro</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you turn yourself into the type of guy that attracts only high quality women, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">6 Common Sexual Fantasies Of Women</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you have more of the sexual experiences that you want, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">Male Physical Qualities Women Love (Science)</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you appear more physically attractive to women, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">6 Tips To Boost Sexual Charisma</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you become a more charismatic and charming man, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">7 Laws Of Seduction That Changed My Life</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you meet and seduce more beautiful women, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .

<a href="#">Fatal Sign Your Relationship Is Doomed</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you meet and date only emotionally stable and high quality women, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">Do Not Date These 5 Types Of Girls</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you avoid the crazies and get more dates with high quality fun loving women, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">How To Make Dating Multiple Women Effortless</a>	I never said sleep with all these women. But dating a few women at once will not harm anyone.
<a href="#">How To Make Dating Multiple Women Effortless</a>	I hear you. And nobody needs to do it this way. But if you want to save time then I see no other options.
<a href="#">How To Turn Awkwardness Into Confidence</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you go from being socially awkward to confident and charismatic around women, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">This Simple Dating System Got Me 18 Dates</a>	I only boosted Tinder since it was doing so poorly for me. It worked and got me more likes, but not from anyone I would be interested in. I never did a boost anywhere else. I also used all my roses up and whatever little perks the apps gave me in my first 2 days. Which is funny, because even those didn't help with a bad profile.
<a href="#">This Simple Dating System Got Me 18 Dates</a>	The point is I had 6x more opportunities than the original dating profile. Huge win! Sorry dating has been tough for you.
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	Shift priorities. Or don't.
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	Definitely not too late my man. It's possible for you.
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	Yes social circle game is great! The con is that it's limited.
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	The rules of the attraction never change
<a href="#">7 Tricks To Spice Up Your Sex Life</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you spice up your dating life or make your relationship feel fun again, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">7 Mistakes In Conversation Women Hate</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you become a smooth talker with beautiful women, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">Chatting Up Women In Bars 101</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you get better at approaching women at bars and other public places, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">Dirty Secrets About Women Men Don't Know</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you learn the secret thoughts of women so you can fulfill their desires, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">Ultimate Guide For Sexual Kinks And Fetishes</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you become more bold in the bedroom and create an exciting dating life, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">Every Month I Reboot My Relationship</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you get into a relationship with the girl of your dreams, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">System To Fill Your Calendar With Dates</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you fill your calendar with as many dates as you want, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a> .
<a href="#">7 Sneaky Psychology Tricks To Make Her Like You</a>	Nah you won't get caught. Just don't do it for every single movement they make. Either way you don't have to use it but it's cool to know

<a href="#">7 Sneaky Psychology Tricks To Make Her Like You</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you learn more ways of getting a girl to like you and eventually want to date you, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a>.
<a href="#">How To Make Dating Multiple Women Effortless</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you create a busy dating life filled with girls that want to hookup, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a>.
<a href="#">5 Things Smart Men Should Not Do With Women</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you avoid these mistakes and meet the perfect girl for you, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a>.
<a href="#">I Was Part Of A Pickup Artist Lair</a>	To schedule a call with one of our coaches so we can personally help you learn how to pickup women, find a wingman, and get more dates, or with any challenge you're having with your dating life, just apply today – <a href="https://trippadvicecoaching.com/">https://TrippAdviceCoaching.com</a>.
<a href="#">This Simple Dating System Got Me 18 Dates</a>	Yes get a photographer to take pics of you for your profile
<a href="#">This Simple Dating System Got Me 18 Dates</a>	I think everyone should be doing both online and in person. And never just one
<a href="#">This Simple Dating System Got Me 18 Dates</a>	I hear you. However I was trying to do the best prompts as well. The second profile was a full upgrade. And any average guy can use some that lingo. Although I only really used "exotic" which could be anywhere with sun and a beach.
<a href="#">I Approached 2,000 Women In 5 Years... Here's What I Learned</a>	It helped me find the right woman and now I am dedicated to connecting with her
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	You can work your way there.
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	It's never too late to start
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	There's ways to fix this
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	100 days and you'll be a new person, not necessarily get a gf. If you're doing all those things right then it sounds like a volume issue and not talking to enough women. Don't meet women at work.
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	You're right it's not easy per se. And much harder if you aren't doing the right things
<a href="#">If She Has Any Of THESE...Drop Her Bro</a>	No
<a href="#">Fatal Sign Your Relationship Is Doomed</a>	Yeah it's a big one right?
<a href="#">Fatal Sign Your Relationship Is Doomed</a>	It seems to happen quite a bit for sure
<a href="#">This Simple Dating System Got Me 18 Dates</a>	That's alright. With enough volume and the right strategy those girls will get filtered out. Try a new app too
<a href="#">This Simple Dating System Got Me 18 Dates</a>	Yeah not so good in the US imo
<a href="#">I Approached 2,000 Women In 5 Years... Here's What I Learned</a>	Women don't approach
<a href="#">If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This</a>	Of course women like looks. But it's just not everything



**Annexe 2.**

Tableau recapitulatif des vidéos choisies pour l'analyse des commentaires.

Catégorie de vidéo	Titre	Date de publication	Nombre de commentaires analysés	Vues (avril 2025)
Vlogs axés sur la responsabilisation personnelle et l'amélioration personnelle	7 Ways To Desexualize Your Brain In 24 Hours	20/08/2024	7	5600
	Every Month I Reboot My Relationship	05/05/2024	3	1800
	How I Got A Girlfriend Fast By Using Slow Attraction	22/12/2024	50	40000
	How I Unf*cked My Dating Life	13/01/2025	17	5200
	If You Still Can't Get A Girlfriend, Please Watch This	15/12/2024	62	11000
	6 Masculine Habits That Boost Sexual Attraction	13/08/2024	7	6700
	7 Laws Of Seduction That Changed My Life	17/03/2024	21	20000
	I Approached 2,000 Women In 5 Years... Here's What I Learned	08/10/2024	263	99000
Explications concrètes de stratégies / techniques de séduction	4 Dark Methods To Make Her Sexually Obsessed	04/02/2024	11	10000
	5 Sex Moves That 10x Her Orgasm	04/08/2024	8	36000
	5 Words That Make Women Think About Sex	29/07/2024	13	6200
	6 Common Sexual Fantasies Of Women	08/02/2024	5	17000

	6 Tips To Boost Sexual Charisma	22/02/2024	1	4600
<b>Explications concrètes de stratégies / techniques de séduction</b>	7 Mistakes In Conversation Women Hate	25/01/2024	7	5200
	7 Sneaky Psychology Tricks To Make Her Like You	19/05/2024	10	6000
	8 Things To Do Before She Comes Over	15/02/2024	5	3400
	Boost Your Storytelling Skills With Women	25/02/2024	10	6800
	Chatting Up Women In Bars 101	20/02/2024	5	3200
	Crush Approach Anxiety Forever	01/02/2024	10	3800
	How To Make Dating Multiple Women Effortless	23/05/2024	20	2500
	How To Sustain Long Conversations With Girls	18/02/2024	8	4400
	How To Turn Awkwardness Into Confidence	26/05/2024	7	3000
	How To Walk Like A Sexy Man	06/02/2024	8	5000
	I Was Part Of A Pick Up Artist Lair	30/05/2024	8	2400
	Make Women Say "Yes" With One Line	30/01/2024	11	3700
	Male Physical Qualities Women Love (Science)	13/02/2024	2	5700
	Say This To Get Her Wet	25/08/2024	10	7900

	She Can't Resist This Bad Boy Trick	21/01/2024	3	4800
	This Simple Dating System Got Me 18 Dates	30/06/2024	<b>38</b>	6000
<b>Explications concrètes de stratégies / techniques de séduction</b>	Using Digital Body Language To Attract Women	07/04/2024	8	3500
	Video For Practicing Your Flirting Skills	31/04/2024	19	10000
	7 Tricks To Spice Up Your Sex Life	23/01/2024	1	4300
	Ultimate Guide For Sexual Kinks And Fetishes	03/05/2024	4	3500
<b>Regard critique sur certaines femmes ou sur la société perçue comme défavorable aux hommes</b>	5 Details To Know About Her Before Sex	01/09/2024	14	7200
	5 Things Smart Men Should Not Do With Women	28/05/2024	12	3600
	5 Types Of Women Who Will Cheat On You	08/09/2024	13	6100
	7 "Nice Guy" Sexual Attraction Killers	17/01/2024	15	6300
	7 Signs She Might Be Secretly Crazy (The Red Flag Test)	06/01/2025	<b>85</b>	<b>24000</b>
	Dirty Secrets About Women Men Don't Know	21/04/2024	14	12000
	Do Not Date These 5 Types Of Girls	28/04/2024	19	4100
	Fatal Sign Your Relationship Is Doomed	24/03/2024	12	2700
	If She Has Any Of THESE...Drop Her Bro	28/01/2024	11	4700

	Surviving An Anti-Male / Pro-Female Society	07/05/2024	18	2200
<b>Total général</b>			<b>896</b>	<b>432600</b>

### Annexe 3.

Arbre thématique des positions prises par les internautes dans les commentaires et comparaison avec les discours reconnus des mouvements de la manosphère (Han & Yin, 2023).

	Postures dégagées	Expression dans les résultats	Affinité potentielle	Discours idéologiques reconnus (Han & Yin, 2023)
Réactions au cadre de la séduction	Pragmatique	Optimisation personnelle ; Stratégisation	PUA (Pick-Up Artist)	Discours pragmatique, dominant
	Pessimiste	Humour noir ; Auto-dévalorisation ; Fatigue émotionnelle.	Proximité incel (glissement potentiel pour certains)	Discours individuel antiféministe ; Victimisation
	Hybride / Nuancée *	Réflexivité ; Quête de sens ; Critiques morales du coach	Position flottante (comparable à la classification Blue Pill dans le lexique de la manosphère)	Ambivalence ; Critique ; Remise en question morale
Réactions contestataires	Masculine critique	Attaques sur la masculinité des commentateurs ; Rejet du coach comme pas assez "viril"	Philosophie Red Pill masculiniste	Affirmation virile ; Rejet de la masculinité soumise
	Discours de sortie	Narration de rupture Retrait du système Rejet global de la société occidentale	MGTOW / Passport Bros / Incel / Philosophie Red Pill	Rejet idéologique global ; Victimisation masculine + rupture

\*Posture ne faisant pas partie des idéologies de la manosphère reconnues par Han & Yin (2023), mais liée dans le cadre de cette analyse au cadre de la Blue Pill.



## Matériel Supplémentaire 1.

*Programme de datamining utilisé pour récupérer les commentaires des vidéos de Tripp Advice sur YouTube (Python).*

```

from googleapiclient.discovery import build
import pandas as pd
from langdetect import detect
from datetime import datetime
import tkinter as tk
from tkinter import messagebox
import webbrowser

def parse_published_date(published_at):
    """Formate la date de publication au format jj/mm/aaaa."""
    try:
        return datetime.strptime(published_at, "%Y-%m-%dT%H:%M:%S.%fZ").strftime('%d/%m/%Y')
    except ValueError:
        return datetime.strptime(published_at, "%Y-%m-%dT%H:%M:%SZ").strftime('%d/%m/%Y')

def clean_video_url(video_url):
    """Nettoie l'URL en supprimant les espaces et caractères
    invalides."""
    return video_url.strip().replace("\n", "").replace("\r", "")

def extract_video_id(video_url):
    """Extrait l'ID de la vidéo à partir de l'URL YouTube."""
    cleaned_url = clean_video_url(video_url)
    if "watch?v=" in cleaned_url:
        return cleaned_url.split("watch?v=")[-1].split("&")[0]
    else:
        raise ValueError("URL invalide. Assurez-vous d'utiliser un lien
        YouTube valide.")

def get_comments_with_replies(api_key, video_id, max_comments):
    """Récupère les commentaires YouTube avec leurs réponses."""
    youtube = build('youtube', 'v3', developerKey=api_key)
    comments = []
    request = youtube.commentThreads().list(
        part='snippet,replies',
        videoId=video_id,
        maxResults=999 )

    while request and len(comments) < max_comments:
        response = request.execute()
        for item in response['items']:
            if len(comments) >= max_comments:
                break

```

```

main_comment =
item['snippet']['topLevelComment']['snippet']['textDisplay']
author =
item['snippet']['topLevelComment']['snippet']['authorDisplayName']
published_at =
item['snippet']['topLevelComment']['snippet']['publishedAt']
comment_id = item['snippet']['topLevelComment']['id']
like_count =
item['snippet']['topLevelComment']['snippet'].get('likeCount', 0)
formatted_date = parse_published_date(published_at)
try:
    comment_language = detect(main_comment)
except:
    comment_language = "Unknown"
direct_link =
f"https://www.youtube.com/watch?v={video_id}&lc={comment_id}"

comments.append([
    comment_id,
    None,
    author,
    main_comment,
    formatted_date,
    'Top-level Comment',
    like_count,
    comment_language,
    direct_link
])

if 'replies' in item:
    for reply in item['replies']['comments']:
        if len(comments) >= max_comments:
            break
        reply_text = reply['snippet']['textDisplay']
        reply_author = reply['snippet']['authorDisplayName']
        reply_published_at = reply['snippet']['publishedAt']
        reply_comment_id = reply['id']
        parent_id = reply['snippet']['parentId']
        reply_like_count =
reply['snippet'].get('likeCount', 0)
        reply_formatted_date =
parse_published_date(reply_published_at)
        try:
            reply_language = detect(reply_text)
        except:

```

```

        reply_language = "Unknown"
        reply_direct_link =
        f"https://www.youtube.com/watch?v={video_id}&
        lc={reply_comment_id}"

        comments.append([
            reply_comment_id,
            parent_id,
            reply_author,
            reply_text,
            reply_formatted_date,
            'Reply',
            reply_like_count,
            reply_language,
            reply_direct_link
        ])

        request =
        youtube.commentThreads().list_next(request, response)
    return comments

def save_to_excel(comments, video_id, video_title):
    """Sauvegarde les commentaires dans un fichier Excel avec un lien
    hypertexte vers la vidéo."""
    df = pd.DataFrame(comments, columns=[
        'Comment ID', 'Parent ID', 'Author', 'Comment', 'Published At',
        'Type', 'Like Count', 'Language', 'Direct Link'
    ])

    # Ajouter le titre de la vidéo et un lien cliquable
    df.insert(0, 'Video Title',
    f'=HYPERLINK("https://www.youtube.com/watch?v={video_id}",
    "{video_title}")')

    # Modification pour anonymisation : Chemin de sauvegarde modifié
    post-création
    output_path = 'youtube_comments.xlsx' # Anciennement un chemin
    utilisateur - à modifier avant utilisation
    df.to_excel(output_path, index=False)
    print(f"Fichier Excel sauvegardé ici : {output_path}")

def open_api_page():
    """Ouvre la page Google Cloud pour obtenir une clé API."""
    webbrowser.open("https://console.cloud.google.com/apis/credentials")

def run_extraction():
    """Gère l'extraction et l'affichage des erreurs."""
    api_key = api_key_entry.get()
    video_url = video_url_entry.get()
    max_comments = max_comments_entry.get()

if not api_key:

```

```

messagebox.showerror("Erreur", "Vous devez entrer une clé API
YouTube.\nAllez sur Google Cloud Console pour en générer une.")
return

try:
    max_comments = int(max_comments)
    video_id = extract_video_id(video_url) video_title = "Titre de
la Vidéo" # Optionnel : Vous pouvez récupérer le titre via l'API
    comments = get_comments_with_replies(api_key, video_id,
max_comments)
    save_to_excel(comments, video_id, video_title)
    messagebox.showinfo("Succès", "Les commentaires ont été
extraits avec succès.")
except Exception as e:
    messagebox.showerror("Erreur", str(e))

# Interface graphique avec Tkinter
root = tk.Tk()
root.title("CommentInsight - YouTube Comment Extractor")

tk.Label(root, text="Clé API YouTube :").grid(row=0, column=0, sticky="w")
api_key_entry = tk.Entry(root, width=50)
api_key_entry.grid(row=0, column=1)

# Bouton pour ouvrir la page Google Cloud pour obtenir une clé API
help_button = tk.Button(root, text="Où trouver la clé ?",
command=open_api_page)
help_button.grid(row=0, column=2, padx=5)

tk.Label(root, text="Lien de la vidéo YouTube :").grid(row=1, column=0,
sticky="w")
video_url_entry = tk.Entry(root, width=50) video_url_entry.grid(row=1,
column=1)

tk.Label(root, text="Nombre de commentaires :").grid(row=2, column=0,
sticky="w") max_comments_entry = tk.Entry(root, width=50)
max_comments_entry.grid(row=2, column=1)

run_button = tk.Button(root, text="Exécuter", command=run_extraction)
run_button.grid(row=3, column=1, sticky="e")

root.mainloop()

```