

Je m'appelle Nami et j'ai une chaîne YouTube, NamiiCho, qui présente une variété de capsules sur la beauté : conseils beauté, essais et expérimentations de différents processus de beauté, et vidéos sur mes histoires familiales et relationnelles tout au long de ma vie. Les internautes réagissent positivement à mes vidéos d'expérimentations capillaires dans lesquelles je m'amuse à traiter mes cheveux chimiquement avec du décolorant pour ensuite les teindre de différentes couleurs. Je constate qu'ils expérimentent ces changements capillaires par personne interposée et nos vidéos leur permettent d'essayer un changement de look sans engager directement leurs propres cheveux, ce qui joue un rôle déterminant dans l'image qu'ils souhaitent projeter. Nos internautes ont également un lien étroit avec notre contenu familial dans lequel je partage mes histoires de vie comme réfugiée ayant grandi au Canada, après avoir fui un milieu familial violent en Corée du Sud, ma grossesse à l'adolescence et mon parcours comme parent, et toutes nos histoires concernant notre mariage et les relations que nous développons avec nos enfants. Je crois que plusieurs de nos internautes sentent une connexion aux histoires à la base de nos relations familiales, des conflits dans les relations parents-enfants, des défis lorsque l'on grandit dans la pauvreté, et plusieurs d'entre eux partagent leurs expériences dans des conditions similaires.

J'ai commencé à regarder des choses sur YouTube lorsque j'étais jeune adolescente et j'ai eu un coup de cœur pour les vidéos personnalisables, drôles et éducatives sur la plateforme. Les premiers créateurs de contenu que j'ai regardés étaient des femmes qui montraient leur routine quotidienne de maquillage dans leur cuisine, ou sur le plancher de leur chambre à coucher; des créateurs qui testaient des produits et partageaient leurs opinions et leurs expériences sur la qualité des cosmétiques recommandaient uniquement les meilleurs produits de maquillage ou capillaires pour leurs internautes; des créateurs qui faisaient des vidéos comiques absurdes remplies de jeux de mots pas drôles du tout qui nous faisaient néanmoins sourire. L'enfant solitaire que j'étais, qui avait de la difficulté à se faire des vrais amis, se sentait proche de ces créateurs, comme s'ils étaient mes amis, des modèles, des frères et sœurs qui m'inspiraient. Lorsque j'ai eu l'âge de créer mon propre compte, j'ai commencé par téléverser du contenu hétéroclite également, assise en train de manger de la pizza, parlant de mes couleurs préférées, et de courtes vidéos montrant comment enlever des verres de contact. Au début, je n'avais ni le cœur ni l'intention de devenir une créatrice, je voulais simplement partager mes expériences, mes pensées et mes passe-temps dans l'espoir que l'information pouvait aider quelqu'un quelque part. En m'engageant sur cette plateforme qui occupait une place spéciale dans mon cœur, et où je croyais les gens avec lesquels je passais du temps virtuel, j'ai également commencé à rassembler une communauté d'une taille enviable. Je crois que ce sont ces personnes qui me poussent à continuer de créer du contenu, à ouvrir le dialogue, dans l'espoir de créer un espace où nous pouvons partager nos expériences et nos défis en sachant que nous ne sommes pas seuls dans tout cela.

Les plateformes ouvertes comme YouTube permettent vraiment aux personnes de partager les petites et grandes choses qu'elles vivent, elles permettent aux personnes de trouver les petites et grandes choses partagées auxquelles elles peuvent s'identifier, et elles permettent réellement aux personnes de trouver et de mieux comprendre des petites et grandes choses dont elles ignoraient l'existence. Je crois que le fait de voir permet toujours d'apprendre et l'apprentissage permet toujours de mieux comprendre, et la compréhension permet toujours d'aimer davantage. Dans nos vies, nous avons besoin de plus de partage, d'échange, de sentiments et d'amour; et plusieurs personnes n'ont

peut-être pas les ressources ou l'expérience nécessaires pour que cela arrive dans leur propre vie. Peut-être que ces personnes sont handicapées, vivent des anxiétés sociales, sont confinées à la maison en raison de conflits familiaux, ou ont peu d'amis, comme moi : Internet et les plateformes ouvertes comme YouTube nous permettent de partager et de trouver ce qui compte à nos yeux. Bien que je sache que la toxicité peut s'épanouir également dans ces espaces de partage, et que les chiffres puissent souvent servir à déterminer la valeur d'une marque, nous avons été en mesure de développer un public par l'entremise de la plateforme ouverte qu'est YouTube simplement en partageant, en encourageant et en favorisant intentionnellement l'esprit de communauté.

Nos internautes demeurent principalement aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Canada, en Allemagne et en Australie, et leur âge varie principalement de 18 à 36 ans. Ils sont surtout intéressés par la teinture capillaire comme passe-temps. Nous avons également un groupe d'internautes qui est très intéressé par les cultures coréenne et canadienne. Notre public canadien représente environ 5-7 % de l'ensemble de notre public car le contenu canadien est celui qui s'exporte le mieux de tous les pays. Je crois que la plupart du contenu canadien utilise des éléments en lien avec plusieurs cultures différentes, ce qui le rend incroyablement facile à assimiler pour de nombreux pays étrangers. Nous constatons que notre contenu est populaire dans les pays principalement anglophones car l'anglais est la langue que nous utilisons le plus dans nos vidéos, et les pays de l'Asie de l'Est et du Sud arrivent tout juste après les principaux pays anglophones en termes d'engagement. Nous croyons que ce segment démographique porte un très grand intérêt à notre culture coréo-canadienne et à la façon dont nous avons intégré cette fusion des cultures dans notre contenu.

Pour nous qui sommes créateurs de contenu personnel, la plupart de nos revenus proviennent des montants de revenus AdSense que les entreprises paient afin que leurs publicités apparaissent avant ou pendant notre contenu. Environ le même montant, ou moins, est généré par les ententes avec les marques, dans le cadre desquelles nous mettons en vedette une entreprise et(ou) son produit ou service dans notre contenu pour du marketing social stratégique. Nous avons réalisé une campagne entièrement financée par nos internautes, qui a servi à amasser des fonds pour que je puisse retourner en Corée et au Japon pour retrouver la famille et les amis que j'avais perdus. Nous aimerions beaucoup faire d'autres levées de fonds pour faire des dons à des causes importantes par l'entremise du sociofinancement dans le futur.

Nous croyons que l'article 13 et les mesures relatives à la radiodiffusion comme celle-ci limiteront de façon extrême la capacité de créativité et de partage du contenu en bout de ligne. Si Internet devait ressembler un tant soit peu à la télédiffusion, je crois que cela deviendrait comme un monopole aux mains des grandes entreprises, et les individus ne seraient tout simplement plus en mesure de partager sur des plateformes ouvertes. Cela modifiera définitivement la culture du milieu électronique et plusieurs genres de création de contenu devront cesser d'exister, particulièrement en ce qui concerne la revue de produits créés précédemment ou même lors d'une référence à une blague sur Internet, aussi appelée « mème ». Personnellement, je n'ai pas de problèmes avec une utilisation équitable/entente équitable pour le matériel soumis aux droits d'auteur puisque la plupart de mon contenu documente habituellement mes expériences capillaires. Cependant, cela affectera grandement le contenu que je regarde, où des personnes téléversent du contenu sur l'actualité dans la culture pop

dans un autre pays, ou téléversent des interprétations personnelles de pièces musicales que j'aime entendre. Je crois que la *Loi sur le droit d'auteur* devrait prévoir des dispositions pour Internet et la création de contenu, où des personnes créent du contenu transformatif de façon artistique pour partager leur inspiration. Veuillez envisager des révisions sur l'utilisation/l'entente équitable et la *Loi sur le droit d'auteur* à la lumière du contenu, de l'élargissement du public sur les plateformes ouvertes et des créateurs qui assurent leur subsistance grâce à ce contenu.