

« Dans le cadre du présent article, nous nous concentrerons sur YouTube et nous souhaitons explorer les stratégies discursives déployées par des vidéastes vulgarisateurs, au regard d'un type de pratique de vulgarisation en particulier, le débunkage. Formé à partir de l'anglais *debunk*, qui signifie « discréditer (une théorie), dévoiler / révéler (un mensonge), briser (un mythe) », ce néologisme désigne « un exercice qui consiste à prendre des déclarations et à montrer en quoi elles sont erronées ou trompeuses » (*La Menace Théoriste*, 2015). L'alunissage, la Terre plate, les *chemtrails*, les antivaccins, etc., constituent autant de théories et de thématiques liées à la science, qui ont fait et font encore l'objet de vidéos de débunkage. Ce genre lance notre réflexion sur la production d'un discours scientifique vulgarisé et informel au sein d'une plateforme telle que YouTube, où se côtoient les contenus les plus divers. Nous considérons ici le débunkage comme un genre lié à la vulgarisation, dans la mesure où il s'agit de rendre accessibles et compréhensibles des théories ainsi que de présenter une méthode scientifique pour analyser les informations. Le développement de vidéos de vulgarisation s'inscrit dans un contexte général de démocratisation des connaissances sur le Web (avec, dès les années 2000, des blogues, des forums, des wikis, etc.). Des acteurs non professionnels ont saisi les possibilités ouvertes par Internet pour acquérir, dans le domaine de la communication scientifique, une forme de légitimité basée sur des critères ni universitaires ni institutionnels. Par exemple, des travaux de recherche au sujet de Wikipédia (Auray *et al.*, 2009) mettent en évidence la modification profonde du « rapport contemporain au savoir », notamment par la mise en cause de « l'autorité des experts traditionnels » (Adenot, 2016, p. 2). C'est ainsi que se pose la question de la crédibilité et de la fiabilité des contenus, sur une plateforme où le tri éditorial se fait a posteriori (et non en amont, comme en général au sein d'institutions et de médias traditionnels) et où la validation des productions est surtout l'œuvre des internautes. Li *et al.* (2020) se sont interrogés sur YouTube en tant que source d'information sur la santé. Ces chercheurs, s'appuyant sur un corpus des vidéos anglophones les plus vues sur la base des mots-clés *coronavirus* et *COVID-19*, sont partis du constat que YouTube a déjà été le vecteur d'informations erronées lors de crises sanitaires, comme celle d'Ebola. Selon les conclusions de cette étude, environ un quart des vidéos les plus vues sur la COVID-19 contient des informations trompeuses et attire des millions de vues, tandis que les vidéos de sources reconnues demeurent sous-représentées. Ces chercheurs avancent aussi que, outre ses billions de vues quotidiennes, la force de YouTube est la suivante :

Son utilisation judicieuse de la communication audio et visuelle le rend facilement accessible aux personnes de tous les milieux démographiques. Bien que YouTube soit un outil éducatif puissant que les professionnels de la santé peuvent mobiliser pour diffuser des informations et influencer le comportement du public, s'il est utilisé de manière inappropriée, il peut en même temps être une source d'informations trompeuses qui peut aller à contre-courant de ces efforts.

Nous interrogeons YouTube en tant que source de (dés)information, et en particulier la pratique du débunkage, que nous pouvons rapprocher de celle du *fact-checking* (« vérification des faits »), en tant qu'elle vise à décrypter des allégations jugées erronées ou imprécises et à se baser sur les faits. Hutin (2018), avec le soutien de la *Délégation générale à la langue française et aux langues de France* (ministère de la Culture), a établi une liste des chaînes YouTube culturelles et scientifiques francophones, qui recense des pratiques de vulgarisation en français sur cette plateforme. Une catégorie intitulée « Philosophie et esprit critique » regroupe des vidéastes dont

l'objectif est de rendre accessibles non seulement des contenus scientifiques, mais également une méthode, une manière de penser, une façon d'aborder les informations. Certains disent ouvertement lutter contre les théories du complot et les *fake news* (ex. : *Defakator*, *DeBunker des Étoiles*, *Mr. Sam*), contribuer au développement d'une « autodéfense intellectuelle » (ex. : *Hygiène Mentale*) ou éclairer la conscience de nos biais cognitifs (ex. : *La Tronche en Biais*). Idées reçues, fausses informations, approximations de la presse, etc., sont autant de chevaux de bataille de ces vidéastes. À cette fin, parmi ces chaînes, nous retrouvons des vidéos du type débunkage.

(.../...)

L'identification de l'existence d'un réseau de youtubeurs vulgarisateurs montre une cohérence interne entre vidéastes, qui visent à rendre l'information accessible par l'intermédiaire de leur chaîne. Notons que ce sont notamment les technologies numériques qui ont permis à la communauté de *pro-ams*¹ de se constituer. Des amateurs éclairés bien informés sont dès lors mis en réseau avec d'autres qui partagent leurs champs d'intérêt (Leadbeater et Miller, *op. cit.*).

L'analyse de vidéos de débunkage nous a permis d'aborder la rencontre de deux types de pratiques : les pratiques de vulgarisation et les pratiques médiatiques. D'une part, nous rencontrons les pratiques de vulgarisation dans la volonté de rendre accessible l'information scientifique. Les youtubeurs se présentent dès lors comme ceux qui transmettent le savoir et désirent le partager. Leur crédibilité en tant que « passeurs de savoir », comme nous pourrions le dire, ne semble pas provenir de la quantité ou de la qualité de sources scientifiques : dans notre corpus, elles sont peu nombreuses et pas systématiquement précisées, et jamais de manière universitaire. Nous avons remarqué une intertextualité plus grande sur le plan médiatique que sur le plan des sources scientifiques : les vidéastes paraissent plus enclins à partager des vidéos de la même plateforme ou à recommander des collègues youtubeurs que d'explicitier une source universitaire ou institutionnelle. Dès lors, les dynamiques sociales que nous avons relevées ci-dessus joueraient un rôle important dans la perception de la crédibilité de l'énonciateur. Sur le plan discursif, la construction argumentative est omniprésente, ce qui pourrait constituer une caractéristique du débunkage. Par ailleurs, les commentaires qui relèvent la qualité du travail effectué par le vidéaste sont intéressants : ils montrent que ce dernier est perçu comme un énonciateur réel, dont l'on peut questionner la légitimité et la compétence. Dans ce cas, c'est l'effort qu'il fournit pour produire une vidéo qui est souligné. L'important est alors l'investissement du youtubeur dans ce qui représente à la fois un loisir et un travail. De fait, aucun créateur ne met en avant une formation scientifique (même s'il peut très bien en avoir une) : la crédibilité

1 « L'auteure tire ce terme de « professionnels-amateurs » de Leadbeater et Miller (2004), qui les désignent comme « des amateurs qui travaillent selon des standards professionnels ». Ces personnes exercent une activité, généralement de loisir, articulée autour d'une passion ou d'un centre d'intérêt en commun, avec le dévouement et l'engagement d'un professionnel. Cette vision permet de considérer les vidéastes vulgarisateurs de manière plus fine, dans leur pratique de vulgarisation qui ne constitue certes pas une activité professionnelle principale, mais qui témoigne toutefois d'un investissement certain (temporel, matériel, etc.). Flichy (2010) parle également de *pro-am* pour souligner la perméabilité de la séparation entre le professionnel et l'amateur. Dans un contexte proche, Brouard et Rollandin (2018) se sont intéressées à de nouveaux acteurs dans les formes de médiation de la mode et de la beauté, à savoir les blogueuses ou influenceuses. Elles les appellent des « amateurs-professionnalisés », des « amateurs renvoyant l'image de personnes qui détiennent une expertise et des compétences spécifiques » (Brouard et Rollandin, 2017, dans Brouard et Rollandin, 2018, p. 60). Dans la mesure où, sur YouTube, les productions sont majoritairement l'œuvre d'amateurs, possédant une « expertise ordinaire » acquise par « la pratique et l'expérience » (Flichy, 2010, p. 11), et où les créateurs n'ont pas forcément de formation scientifique ou ne la mettent pas en avant, nous posons la question suivante : quelles sont les stratégies discursives mises en œuvre par les vidéastes de notre corpus afin de construire une image de vulgarisateur scientifique crédible sur YouTube ? »

découlerait ainsi d'un *ethos* constitué à la fois par un travail de longue haleine sur l'identité éditoriale de la chaîne (celle-ci est reconnue comme chaîne de débunkage, d'esprit critique, de vulgarisation, etc.) et par le travail de création vidéo, autant sur le fond que sur la forme.

D'autre part, ces pratiques de vulgarisation s'adossent à des pratiques d'écriture numérique, qui renvoient à ce que nous venons d'exposer. Ce travail sur l'identité éditoriale de la chaîne démontre également une affinité avec la plateforme. Le jeu avec les formats (interviews, monologue face caméra), le montage (direct, nombreux *cuts*), les appels au partage, à s'abonner, à mettre un pouce bleu, le renvoi vers les différents réseaux sociaux des youtubeurs, rendent compte de l'inscription de ces créateurs dans un certain style, dans un « univers YouTube » où règnent des codes et des manières de s'exprimer. Les vidéastes paraissent connaître les mécanismes de la plateforme, que ce soit d'un point de vue social, technique ou économique. De plus, filmer, monter, publier, diffuser requièrent des compétences, du matériel et du temps. Ces tâches renvoient à la dimension de travail soulignée par les commentateurs et rendent compte plus largement de l'effort d'écriture numérique qui insère la vulgarisation au sein d'un média social. Nous observons dès lors que le vidéaste est ici considéré comme un énonciateur réel, que l'on peut questionner au sujet de son identité, du faire et de la vérité. Il parle souvent en son nom propre et engage son identité numérique associée à la chaîne : présence de la subjectivité, adresses au spectateur, etc.

(.../...)

Nous avons relevé, tout au long de ce travail, les éléments qui contribuent à construire un énonciateur réel invitant à une lecture documentarisante du contenu, comme nous l'avons postulé au début de notre article. Le vidéaste vulgarisateur *pro-am* apparaît comme une figure hybride : tour à tour animateur (qui anime sa chaîne et engage le public), journaliste (qui rassemble les faits, les vérifie, les publie), communicateur scientifique (qui rend accessible l'information à un public non expert) et bon copain (qui a une volonté de se rendre proche du spectateur). Le débunkage se compose d'une variété de traitements discursifs tout en partant d'une base commune qui cherche à encourager l'esprit critique du lecteur pour démonter des informations trompeuses. Dans cette optique, les pratiques de débunkage sur YouTube renvoient à une volonté d'ériger le spectateur en acteur à l'esprit critique face à des contenus présentés comme inexacts, et ce, a fortiori dans un environnement numérique où des informations pseudoscientifiques circulent sur YouTube et suscitent des vidéos en réponse sur cette même plateforme. Ce genre peut constituer l'essentiel d'une chaîne YouTube ou intervenir ponctuellement. Dans notre corpus, le débunkage côtoie généralement d'autres pratiques de vulgarisation (chez RDM, la vidéo « Réponse à Squeezie » est un exemple d'un débunkage ponctuel parmi les autres vidéos de la chaîne).

La perception de la légitimité ne repose pas sur des critères institutionnels : les créateurs ne mettent pas leur formation scientifique en avant (s'ils en ont une), ils ne comptent pas sur la caution d'un média ou d'une institution traditionnels, ils ne citent que peu de sources, et rarement des sources scientifiques reprises de façon universitaire, et ils se caractérisent pour la majorité d'entre eux par une subjectivité assumée. C'est que le débunkage permet de rendre accessibles, plus que des contenus scientifiques, une méthode, un esprit, un cheminement de l'esprit qu'affiche le vidéaste ; ce qui suppose également que celui-ci est pourvu de ces qualités. La figure

de vidéaste vulgarisateur crédible se constitue à travers les deux voies que nous avons définies plus haut : les caractéristiques de l'ethos *pro-am* dans le message et l'insertion dans la plateforme. Cette étude du débunkage nous fait voir le développement d'un nouveau paradigme de la vulgarisation scientifique. En effet, le rapport entre le vulgarisateur et son public paraît s'inscrire dans une horizontalité (Casaccio, 2017 ; Polge, 2018) qui correspond à l'interaction entre pairs à l'œuvre notamment dans les médias sociaux. C'est là que l'ethos du *pro-am* agit : les vidéastes se créent une image de personne ordinaire qui s'est spécialisée par la pratique et qui se situe sur le même pied que le public. Au sein de la plateforme, à des degrés divers, chacun est contributeur. Nous notons de la sorte l'émergence d'une culture horizontale (Vanvolsem, 2018), « en ce sens que la prescription n'y opère plus de haut en bas, depuis des prescripteurs statutairement qualifiés vers ceux qui n'ont pas la compétence, mais horizontalement entre usagers censés être tous sur le même pied » (Michaud, 2014, en ligne). (.../...) l'analyse de la vulgarisation scientifique sur YouTube nous conduit à assister à des phénomènes de co-construction de la légitimité du vidéaste, que ce soit par l'imaginaire de YouTube, la communauté des youtubeurs ou celle des spectateurs. »

Monica Baur, *La lutte contre la désinformation sur YouTube* (2021)

extrait d'un article en ligne : <https://journals.openedition.org/communication/14314>

Vous résumerez ce texte (environ 2000 mots) en 200 mots $\pm$ 10 %.

Puis vous discuterez le passage suivant, en approfondissant la réflexion qu'il peut susciter sur la base de votre lecture des œuvres au programme :

« la crédibilité (d'un discours, d'une personne...) découle d'un *ethos* constitué par un travail de longue haleine ».