Les *pro-am* de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l'ethos de l'expert en régime numérique

The Pro-Am of Scientific Popularization: About Co-Construction of the Expert's Ethos on Digital Age

Pauline Adenot

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/itineraires/3013>

DOI : 10.4000/itineraires.3013

ISSN : 2427-920X

Éditeur

Pléiade

Référence électronique

Pauline Adenot, « Les *pro-am* de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l'ethos de l'expert en régime numérique », *Itinéraires* [En ligne], 2015-3 | 2016, mis en ligne le 01 juillet 2016, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/itineraires/3013> ; DOI : 10.4000/itineraires.3013

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

Itinéraires est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Les *pro-am* de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l'ethos de l'expert en régime numérique

The Pro-Am of Scientific Popularization: About Co-Construction of the Expert's Ethos on Digital Age

Pauline Adenot

- 1 Au début des années 2000, Internet a connu une évolution majeure vers ce qu'il est aujourd'hui convenu d'appeler le « Web 2.0 », évolution qui repose sur l'apparition de nouveaux outils techniques, mais aussi et surtout sur l'intégration de nouvelles fonctions de communication ne nécessitant pas une connaissance préalable du langage informatique pour l'utilisateur. Ce dernier a ainsi pu véritablement devenir un acteur du Web, soit en déposant directement une contribution (par l'intermédiaire d'un écrit, d'une vidéo ou encore d'une musique sur une page personnelle ou un site de partage) soit en participant à la (re)connaissance de la contribution d'un autre internaute. L'une des figures majeures de l'internaute actif est incarnée par le *pro-am*, le professionnel-amateur (Leadbeater et Miller 2004) qui est parvenu à seroprier des sphères de l'activité sociale traditionnellement dévolues aux professionnels telles que l'art, la science ou la politique. Nous nous proposons de traiter dans cet article de l'émergence des amateurs de vulgarisation scientifique et de la constitution progressive d'un ethos de l'expertise : les amateurs ne remplacent en effet pas nécessairement l'expert en soi, mais semblent plutôt occuper l'espace laissé vacant entre le profane et le spécialiste. L'amateur est ainsi au cœur de la démocratisation des compétences de ce dernier, qu'il va tenter de transmettre aux internautes.
- 2 Mais il ne lui suffira pas pour autant de prétendre à la légitimité pour l'obtenir : le vulgarisateur scientifique va devoir la conquérir peu à peu en construisant un personnage crédible, autrement dit en construisant l'ethos de l'expert *pro-am*, entendu ici comme

expert non pas nécessairement d'une discipline particulière mais d'une forme de vulgarisation et donc de pédagogie.

- 3 L'ethos sur Internet est par ailleurs constitutif d'une sorte d'identité numérique (Ertzscheid 2009) que tout un chacun élabore sur le réseau, formée de « traces » involontaires (données numérisées, textuelles ou visuelles, correspondant à des éléments d'état civil, de vie professionnelle ou personnelle) laissées par l'internaute ou bien délibérément construites par lui. L'ethos constitué par les amateurs pour asseoir leur crédibilité relève d'une volonté délibérée, mais ne montre pour autant qu'un seul aspect de l'identité de leur auteur : celle d'un amateur qui acquiert des compétences par une pratique assidue. Si traditionnellement, la figure de l'expert renvoie à un ensemble de connaissances spécialisées, dans un cadre technique ou professionnel (connaissances reconnues par les autres professionnels du domaine, démontrant ainsi une forte proximité entre l'exercice de l'expertise et l'exercice professionnel (Paradeise 1985), cette distinction semble être aujourd'hui remise en question par les experts non professionnels ou non accrédités présents sur le réseau. L'ethos de l'expert semble en effet ne plus s'ériger uniquement sur des critères académiques, tels que le parcours universitaire ou professionnel : le mode d'appropriation des blogs par leurs utilisateurs a notamment bouleversé ce mode de construction et remis en question le poids des institutions dans le mode de reconnaissance des compétences. Les nombreux travaux menés sur l'encyclopédie en ligne *Wikipédia*, par exemple, montrent que le rapport contemporain au savoir a été profondément modifié, remettant en cause notamment l'autorité des experts traditionnels (Auray *et al.* 2009) et multipliant les forums d'échanges entre amateurs. Par ailleurs, cette nouvelle figure de l'expert se double dans le cas des *pro-am* d'une spécialisation dans la vulgarisation du savoir qui va faire leur succès sur le réseau : car leur spécificité ne réside pas tant – ou uniquement – dans leur expertise potentielle d'un domaine de connaissance, mais bien plutôt dans leur capacité à transmettre un savoir plus ou moins complexe.
- 4 Ainsi ces dernières années, Internet a vu proliférer un certain nombre de blogs, de sites et de chaînes de vulgarisation, qu'ils soient scientifiques ou encore culturels. Certains d'entre eux connaissent un succès considérable alors même qu'ils peuvent aborder des thématiques ardues dans des domaines très spécialisés et qu'ils ne sont en outre pas animés par des professionnels, mais bel et bien par des amateurs parvenus à se construire une légitimité pouvant parfois rejaillir sur les médias plus traditionnels. Afin de comprendre plus précisément comment se construit l'ethos et la légitimité de ces enseignants *pro-am*, nous allons nous intéresser aux chaînes de vulgarisation scientifique sur la plateforme de partage YouTube, en prenant pour point d'étude monographique la chaîne *E-penser*, conçue et animée par Bruce Benamran¹. Passionné de sciences sans être un professionnel du domaine, Benamran revendique la volonté de transmettre sa passion au plus grand nombre, et plus généralement le goût et la curiosité scientifiques. Nous nous proposons ainsi d'étudier la vulgarisation sur Internet sous l'angle de la présentation de soi² (et partant, d'un ethos particulier) comme véhicule d'un message et dimension intégrante du discours. Il s'agira dans un premier temps d'analyser le mode de présentation et de co-construction de la figure de l'expert (d'un type de savoir et surtout de sa transmission³) en tant que ressort essentiel de la crédibilité du message ; puis dans un second temps de mettre à jour la stratégie distinctive qui va permettre à ces e-vulgarisateurs *pro-am* d'émerger de l'ensemble des propositions similaires faites sur le réseau, tout en respectant les codes du genre (en termes de mise en scène ou d'absence de

mise en scène, par exemple). Ce faisant, ils modélisent, dans une perspective goffmanienne, le cadre d'une expérience (en faisant souvent appel à d'autres contextes : sketches, séries télévisées et web-séries) mais aussi d'une certaine façon leur propre identité numérique (en créant une posture spécifique en fonction des réactions des internautes).

E-penser* : un exemple de construction de l'ethos du vulgarisateur *pro-am

- 5 Classée dans la catégorie « Éducation », *E-penser* est une chaîne de la plateforme YouTube. Créée et animée par Bruce Benamran, architecte de logiciel à la tête de sa propre agence, cette chaîne est dédiée à la vulgarisation scientifique, qu'il s'agisse d'expliquer des phénomènes naturels ou plus largement des théories scientifiques, en passant par la présentation de chercheurs qui ont marqué l'histoire des sciences. Depuis sa création en septembre 2013, l'auteur a mis en ligne quarante vidéos (dont deux FAQ – *Frequently asked questions* ou Foire aux questions en français, destinées à répondre aux nombreuses questions personnelles laissées par les internautes dans les commentaires des vidéos) avec une fréquence de deux vidéos par mois en moyenne (dans une amplitude de une à cinq). La chaîne comptabilise ainsi près de 680 000 abonnés en mars 2016⁴.
- 6 *E-penser* compte cinq types d'émissions qui abordent des sujets scientifiques sous des angles un peu différents : les épisodes « classiques » (ainsi dénommés par leur auteur) durent en moyenne quinze à vingt minutes ; les vidéos intitulées « La preuve par vieux » présentent un épisode important de la vie d'un scientifique ayant marqué l'histoire des sciences ; les vidéos « Quickies » et « Flash » traitent en moyenne un sujet en moins de dix et cinq minutes ; et enfin les « Breaking Balls », en référence non explicite mais d'autant plus forte à la série américaine *Breaking Bad*⁵, en duo avec Baptiste Poulain (chroniqueur télé et web), présentent les théories développées dans les épisodes d'une web-série française, *La Théorie des balls*.
- 7 Si *E-penser* est la chaîne française de vulgarisation scientifique la plus ancienne se présentant sous ce format (en exceptant donc les blogs de vulgarisation, dont certains tels *Axolotl* sont plus tard devenus des chaînes⁶), elle n'est pour autant pas la plus ancienne sur YouTube : la chaîne de l'Australien Derek Muller⁷, *Veritasium*, a été créée en 2011 et compte aujourd'hui plus de deux millions d'abonnés ; plus ancienne encore, la chaîne nord-américaine *Vsauce*⁸ a été créée en 2010 et compte plus de huit millions trois cent mille abonnés⁹.
- 8 À partir de l'analyse des vidéos postées par Benamran, nous pouvons distinguer trois modes de construction et d'expression de l'ethos du vulgarisateur *pro-am* : par le dispositif, par le mode de transmission du message et dans l'interaction avec les internautes.

Le dispositif sociotechnique

- 9 Une chaîne YouTube peut être considérée comme un dispositif de « présentation de soi » médiatisé. Mais cette présentation ne part jamais de rien : l'internaute la construit à partir des contraintes imposées par le dispositif dont il use, ainsi qu'avec le matériel technique dont il dispose et dont il a la compétence pour se servir. Autrement dit, le

« youtubeur » est contraint au moins partiellement dans sa créativité par le dispositif sociotechnique de la plateforme. À l'instar du blog, mais de façon encore plus marquée, la présentation des chaînes YouTube est en effet particulièrement standardisée : l'internaute n'a que très peu de possibilités de personnalisation de la page de sa chaîne. C'est donc la vidéo et son agencement qui vont participer à la création de l'ethos de l'auteur, ethos qui se construit dès le générique : un logo est présent dès le premier épisode, revendication implicite d'un projet de longue durée et donc du sérieux de son auteur quant à sa démarche pédagogique. Les différentes vidéos s'ouvrent ainsi sur le nom de la chaîne, jeu de mots qui place d'emblée l'internaute dans les nouvelles technologies mais aussi dans la science, avec le *E* graphiquement emprisonné dans une ampoule¹⁰.

- 10 Du point de vue du dispositif sociotechnique, la vidéo – comme toutes celles qui suivront – est tournée en plan rapproché poitrine fixe, dans un environnement dont on apprendra plus tard dans une FAQ qu'il est le bureau¹¹ de Benamran. Le décor est relativement dépouillé mais donne le ton avec quelques éléments épars faisant référence à l'univers « geek » : une affiche stylisée de Nikola Tesla¹² ou un petit robot, un écran d'ordinateur, des livres, des bibelots très marqués années 1980 (une figurine du dessin animé *Ulysse 31* ou un bibelot du jeu vidéo *Space Invaders*). Le montage est plutôt saccadé, laissant apparaître les points de montage : ce débit visuel heurté donne un sentiment de proximité à l'internaute dans la mesure où il se présente comme amateur. Or nous verrons plus loin que ce type de montage, que l'on retrouve chez de nombreux vidéastes et dans des domaines variés, est en réalité très codé. Le discours de l'auteur est en outre émaillé d'incrustations à l'écran illustrant son propos, incrustations fixes (images) ou mobiles (vidéos ou animations). L'image est accompagnée d'une musique originale discrète mais assez répétitive, et qui deviendra peu à peu l'identité sonore de la chaîne. Loin d'être accessoire, la musique fait partie de la mise en scène de la vidéo puisqu'elle s'interrompt pour souligner les notions importantes ou les traits d'humour de l'auteur. Avec le succès, la qualité du son va nettement s'améliorer, permettant à Benamran d'asseoir une compétence technique nouvellement acquise, qu'il détient pour une part grâce aux conseils laissés dans les commentaires par les internautes.
- 11 Toutes les vidéos se terminent sur le slogan de l'émission, slogan qui après avoir subi quelques variations se stabilisera sur « restez curieux et prenez le temps d'y penser », suivi d'un générique comportant les crédits (scénario, musique, remerciements) et des liens vers d'autres plateformes ou réseaux sociaux (Twitter, Facebook¹³, etc.) pendant lequel il invite l'internaute à partager la vidéo. La dernière image sur fond noir permet de rappeler la première (qui comportait le logo) et présente un copyright, affirmant à nouveau dès la première production l'engagement de l'auteur dans un projet à long terme.
- 12 Comme on peut le voir ici, le dispositif technique a très tôt été utilisé par Benamran selon les codes des productions professionnelles (générique de début et de fin, musique originale, plan fixe et stable, incrustations numériques, etc.), mettant en évidence à la fois une volonté de rigueur dans l'élaboration de l'image publique mais aussi de constance, nécessaires à la construction de la légitimité de l'ethos du vulgarisateur *pro-am*.

Le mode de transmission du message

- 13 L'ethos s'entend ici au sens où il a été défini par Ruth Amossy (2010), c'est-à-dire en croisant l'ethos discursif aristotélicien avec la notion de présentation de soi (Goffman 1973). Il est ainsi conçu comme une construction sociale issue des interactions au cours des situations de communication, reposant selon Amossy sur trois principes que nous ferons nôtres dans le cadre de cet article : la correspondance de l'ethos discursif et de l'ethos rhétorique, l'assimilation de la notion d'ethos à la notion de présentation de soi au sens élargi à l'ensemble des échanges verbaux (au-delà des échanges en face-à-face) et liée à la construction identitaire, et enfin l'existence de cadres sociaux et institutionnels qui imposent des modalités particulières à la construction de la présentation de soi (comprenant aussi bien les échanges verbaux que les éléments extra-verbaux de la mise en scène identitaire). Pour analyser plus avant la dimension catégorielle de l'ethos¹⁴ présenté par Benamran dans son rôle discursif de vulgarisateur scientifique, il faut maintenant se tourner vers le deuxième mode d'expression de l'ethos : le mode de transmission du message, autrement dit, comment l'information est mise en forme et mise en scène pour être transmise au public, et notamment à un jeune public.
- 14 Le mode de transmission mis en place prend schématiquement trois formes. La première renvoie à la mise en scène de l'auteur lui-même tant dans sa présentation vestimentaire (il porte par exemple des t-shirts à logos qui peuvent constituer des marqueurs générationnels ou des repères culturels) que dans son mode d'expression.
- 15 L'auteur adopte ainsi un langage de proximité, mêlant mots d'argot et langage populaire, mais aussi références sémantiques en lien avec la culture d'un jeune public auquel il s'adresse (notamment avec l'univers des dessins animés ou des jeux vidéo, lorsqu'il évoque les « combos de fails » par exemple, soulignant son discours par des sons issus des jeux les plus populaires) ; il se met par ailleurs en scène dans ses commentaires et ses démonstrations pédagogiques en recourant à l'auto-référence (« l'observateur moyen que je suis »). Ces différentes mises en scène participent de la construction d'un ethos *pro-am* particulier, jouant spécifiquement sur la proximité avec l'auditoire, et permettent à la fois l'identification de l'internaute à Bruce Benamran mais aussi l'abolition – au moins dans la forme – de la hiérarchie des détenteurs de savoir, et donc de la hiérarchie de prestige.
- 16 La deuxième forme repose sur le mode d'accroche et d'approche de la vulgarisation scientifique. La méthode consiste ici à partir d'un élément concret et familier pour les internautes qui permet de fixer leur attention, d'ancrer le questionnement dans un élément connu qu'il va mettre en lien par la suite avec une réflexion scientifique : les premières vidéos d'*E-penser* débutent par exemple avec un micro-trottoir mettant en scène l'homme de la rue et le sens commun face à un questionnement scientifique¹⁵. Il va par ailleurs utiliser l'autoréférence sous une autre forme, en renvoyant à des vidéos déjà diffusées : ce faisant, Benamran renforce l'idée de communauté (en faisant appel à un référentiel commun¹⁶), en même temps qu'il instaure l'idée de continuité dans son processus pédagogique¹⁷. Ainsi, dès la deuxième vidéo, il introduit le personnage d'Aristote, devenu aujourd'hui un *running gag*, donc installé dans la continuité, pour les membres de la communauté numérique de *E-penser* : le philosophe est ici présenté comme le parangon de l'erreur scientifique et est régulièrement convoqué, tel un bouffon de théâtre suscitant connivence et complicité entre Benamran et son auditoire.

- 17 La troisième forme consiste à raconter une histoire en s'appuyant sur tous les ressorts comiques à sa disposition pour transmettre soit une théorie, soit un mot inconnu ou complexe. Car si Benamran emploie un langage parfois très familier, il n'en reste pas moins qu'il emploie toujours le mot exact dès qu'il entre dans la sphère scientifique. Il est d'ailleurs notable que plus on avance dans la publication des vidéos, moins l'auteur recourt à l'humour comme processus pédagogique, ayant semble-t-il suffisamment consolidé la communauté de ses abonnés pour pouvoir changer de registre. Il va ainsi davantage insister sur sa figure d'expert d'un domaine de savoir au détriment de son expertise dans le domaine de la vulgarisation scientifique.
- 18 Quel que soit le mode de transmission adopté, Benamran reste néanmoins en interaction simulée constante avec son public (« un petit malin va me demander »), captant et maintenant ainsi son attention, mais lui permettant aussi de développer la difficulté scientifique : s'il complexifie son argumentaire, c'est parce que son auditoire le lui demande et est capable de l'entendre. Nous sommes bien ici dans une démarche pédagogique par essence.

L'interaction avec les internautes

- 19 La construction de l'ethos de l'expert se fait par ailleurs selon un troisième mode : dans l'interaction avec les internautes, interactions qui ont lieu essentiellement dans les commentaires et dans les vidéos spécifiquement conçues pour répondre aux interrogations.
- 20 L'espace de diffusion proposé par YouTube est en effet un espace éminemment collaboratif, dans lequel les commentaires laissés par ceux qui visionnent les vidéos sont très importants à plus d'un titre. Car si ces commentaires s'apparentent à des jugements (sous forme de critiques ou d'encouragements, par exemple), ils sont aussi un espace de partage, de conseils. Cette communauté au lien social réticulaire (Marcotte 2003) ainsi créée et qui vient renforcer l'ethos du vulgarisateur *pro-am* est ainsi à la fois une communauté de jugement (par les internautes et les autres youtubeurs), d'audience et d'apprentissage (Flichy 2010), un lieu d'expression de l'intelligence collective telle que définie par Pierre Lévy, c'est-à-dire comme « une intelligence partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences » (Lévy 1997 : 29). Les commentaires qui apparaissent sous les vidéos de Benamram se construisent parfois en fil de discussion entre internautes, évoquant à la fois la pertinence de la vidéo mais aussi parfois de façon plus large, le sujet scientifique évoqué : certains internautes proposent ainsi des développements ou des critiques, répondent aux questions de ceux qui ont besoin de précision ou d'autres explications. Ces fils de discussion peuvent aussi être le lieu de contestations s'appuyant sur des arguments plus ou moins fantasmés, mais qui génèrent des échanges très souvent nombreux.
- 21 Le développement du Web 2.0 permet par ailleurs des échanges permanents entre lecteurs et auteurs en intégrant d'autres interfaces, telles que Facebook ou Twitter. Cet espace de contribution permet de construire les réputations et l'autorité d'un youtubeur selon une logique que Latour et Woolgar (1979) ont identifiée comme le « cycle du crédit », c'est-à-dire plus précisément le gain de crédit (en termes de reconnaissance par les pairs, d'informations ou encore de collaborations) permis par la production de travaux et qui va permettre de réinvestir ce gain afin d'obtenir dans l'avenir un crédit plus important. Or les youtubeurs alimentent le même type de cycle de crédit : plus ils contribuent (en

postant des vidéos), plus ils sont susceptibles d'être cités ou commentés, connus et donc reconnus par leurs pairs et par la communauté, plus ils pourront améliorer leurs vidéos, etc. Ce cycle vient tout particulièrement éclairer l'une des caractéristiques du Web 2.0, déjà mise en évidence par Le Deuff (2013), qui substitue la popularité à l'autorité¹⁸. Ce mécanisme est particulièrement fort et important concernant les chaînes de vulgarisation scientifique, dans la mesure où il vient court-circuiter le mécanisme plus traditionnel de reconnaissance universitaire qui passe par les diplômes ou la validation des travaux par les pairs, et uniquement par les pairs.

- 22 Benamran va par ailleurs introduire des vidéos spécifiques consacrées aux FAQ, entretenant une forme d'interactivité avec les internautes. Il répond ainsi à des questions (nécessairement préalablement sélectionnées, participant donc plus ou moins consciemment à la construction et au renforcement de l'ethos) sur la nature de ses études, de ses inspirations, de ses sources, sur sa façon de travailler, etc. Ce sera notamment pour lui l'occasion d'évoquer deux professeurs de sciences importants dans sa scolarité, mais aussi le fait qu'il lui est souvent demandé dans les commentaires s'il est lui-même enseignant : en convoquant la figure de l'enseignant « officiel », qu'elle provienne de son parcours ou des internautes, il vient appuyer la construction d'un ethos de vulgarisateur *pro-am* en interaction avec son auditoire. Cet ethos est par ailleurs renforcé par les commentaires élogieux de certains enseignants, experts officiels de la transmission du savoir, qui le félicitent pour son travail pédagogique, ou par des élèves qui révèlent (images à l'appui) que leurs professeurs projettent ses vidéos pendant leurs cours.
- 23 Les questions posées par les internautes permettent en réalité la construction d'un ethos d'expert de la transmission de savoirs : Benamran va à la fois pouvoir expliquer d'où proviennent ses connaissances et par là même affirmer d'une certaine façon sa légitimité d'expert (il aborde des sujets sur lesquels il a « suffisamment de choses à dire », il lit jusqu'à ce qu'il ait « suffisamment confiance dans l'information » qu'il va donner, etc.). Sa légitimité se construit peu à peu, par la confiance que lui accordent – ou non – les internautes : il les invite ainsi à vérifier eux-mêmes ce qu'il avance et à lui laisser des commentaires le cas échéant. L'internaute est ainsi rendu acteur, du moins dans la forme, de son apprentissage : l'expert n'est pas ici un spécialiste tout-puissant dont on ne peut remettre en cause le savoir. Cette figure semble par ailleurs stabilisée dans la seconde vidéo consacrée aux FAQ, puisqu'il lui est demandé son avis sur l'enseignement des sciences à l'école¹⁹. L'expertise se construit bien dans l'interaction, entre les questions posées par les internautes et les questions sélectionnées par Benamran.
- 24 L'analyse du matériau proposé par la chaîne *E-penser* révèle ainsi un mode de construction de l'ethos de l'expert qui s'appuie à la fois sur le dispositif sociotechnique (de l'agencement technique des vidéos au compteur d'abonnés agissant comme signal de popularité, donc de confiance) et sur les modes de transmission du message, utilisant aussi bien la façon d'être que la façon de faire. Cet ethos se construit en outre sans cesse dans l'interaction avec les internautes qui vont venir commenter les productions, mais aussi conseiller et orienter.
- 25 Par ailleurs, si la reconnaissance du travail effectué n'est pas nécessairement l'objectif premier de ces amateurs, l'objet même de leur travail – la vulgarisation scientifique – nécessite un minimum d'audience pour donner sens à leur activité : dès la première vidéo postée, Benamran sollicite ainsi les internautes pour qu'ils la diffusent le plus largement possible ; par la suite, il intégrera directement les liens vers les plateformes de partage.

Une stratégie distinctive, qui va jouer un jeu subtil de distance et de proximité avec les autres chaînes, se met donc en place pour tenter d'émerger de la masse des propositions existantes dans le domaine, stratégie qui pour autant n'aura pas pour objectif la domination du champ, pour reprendre un vocabulaire bourdieusien, et se mettra au contraire en place notamment par le partenariat avec d'autres amateurs. Audience et collaboration vont ainsi jouer un rôle dans le renforcement de l'ethos du vulgarisateur *pro-am*.

Les stratégies distinctives des *pro-am*

Une modalisation goffmanienne : l'influence du stand-up

- 26 Comme l'a relevé Maingueneau (2014), la scénographie du Web est en réalité double : verbale d'une part²⁰, numérique²¹ d'autre part, et c'est sur ces deux aspects que vont essayer de jouer les auteurs des chaînes YouTube pour tenter d'émerger de la masse des offres proposées sur la plateforme. Plus précisément, l'observation des chaînes de vulgarisation scientifique révèle deux types de cadre : l'un dominé par le sérieux revendiqué de leur auteur, l'autre au contraire dominé par l'humour, un certain nombre de chaînes se répartissant entre ces deux pôles et réussissant plus ou moins bien à atteindre leur objectif. La chaîne *E-penser* appartient délibérément à la seconde catégorie, mais il est intéressant de noter que ce caractère humoristique est pratiquement devenu une modalisation goffmanienne²² de nombreuses vidéos postées sur YouTube et ce, quel que soit le domaine abordé : vulgarisation scientifique, culturelle mais aussi chaînes à sketches, critique de cinéma ou encore de jeux vidéo. La modalisation renvoie aussi bien à la mise en scène de la vidéo qu'à l'ethos construit par l'amateur, en tant qu'il n'est qu'une partie de lui-même travaillée dans un contexte particulier. Plus précisément, ces chaînes semblent avoir adopté les codes du stand-up, spectacle d'humour venu des États-Unis et issu des minorités raciales. Le stand-up est apparu en France dans les années 1980 au café-théâtre puis a envahi la télévision dans les années 1990, notamment à travers des émissions emblématiques telles que *Le cinéma de Jamel* sur Canal + entre 1997 et 1999, ou encore *Les Mots* d'Éric et Ramzy sur M6 en 1998. Ces différentes émissions ont notamment croisé plusieurs influences culturelles des années 1990 : les *punch lines* (c'est-à-dire les « chutes » de sketch, et par extension les phrases fortes) et l'adresse au public (Quemener 2013), références devenues codes que l'on retrouve aujourd'hui dans de nombreuses vidéos postées sur YouTube.
- 27 Le stand-up permet traditionnellement une réflexivité en ce qu'il est centré sur le récit de soi de l'humoriste et ancré dans son quotidien. Il fonctionne par ailleurs sur une grande interactivité avec le public qui permet à l'artiste d'adapter sa représentation à son auditoire quasiment chaque soir. C'est que le stand-up est aussi conçu comme une école qui permet aux humoristes de faire leurs classes, d'apprendre à être en public, à s'adresser à un auditoire, à tester leur spectacle, à l'adapter si nécessaire, bref à apprendre le métier de comédien.
- 28 Le stand-up a pour autre caractéristique de présenter une certaine forme de proximité entre l'humoriste et son public, proximité qui peut revêtir plusieurs dimensions : physiques (lorsque l'humoriste se déplace dans la salle, se place au plus près du bord de la scène) ou bien symboliques (dans le langage, les intonations, etc.). Or certaines chaînes de vulgarisation scientifique reprennent cette forme de proximité, ce qui peut probablement

expliquer une partie de leur succès : en plus de proposer un ton humoristique pour transmettre un savoir parfois complexe, les auteurs adoptent un ton et une hexis²³ familiers qui donnent un sentiment de proximité au public, ils répondent aux commentaires, sont accessibles lors de rencontres et n'imposent pas au premier abord un statut de spécialiste. D'une certaine façon, le public de ces chaînes assiste et contribue tout à la fois à la formation de l'ethos d'expert des auteurs.

- 29 Or une chaîne telle qu'*E-penser* reprend exactement les codes du stand-up, aussi directement que le font certaines chaînes purement dédiées à l'humour (telles que *Norman fait des vidéos* pour ne citer que l'une des plus célèbres) : c'est aussi le sens que l'on peut donner aux points de montage visibles, effets qu'on retrouve dans toutes sortes de vidéos et qui donnent à l'internaute un sentiment de proximité parce qu'il met en évidence l'amateurisme de l'auteur. Or il s'agit bien de codes constitués comme tels, à la fois marqueurs générationnels renvoyant aux mini-séries télévisées d'humour des années 1990 et tradition constituée des vidéos postées sur les plateformes communautaires. Notons par ailleurs que l'influence du stand-up est d'autant plus marquée chez Benamran qu'il ne cache pas une certaine admiration pour le comédien Alexandre Astier²⁴, créateur et comédien dans la série télévisée *Kaamelott*, mais surtout auteur d'un spectacle de stand-up consacré à la vulgarisation scientifique et qui connaît un succès considérable, l'*Exoconférence*.
- 30 La codification de la mise en scène des vidéos – que cette mise en scène soit purement scénographique et/ou qu'elle engage aussi la figure de l'amateur – va donc poser un cadre pour le vidéaste, à l'intérieur duquel il essaiera néanmoins de faire émerger sa particularité : par des éléments visuels et sonores qui répondent à la codification du genre mais qu'il sera libre d'agencer à sa guise ; par l'emploi de l'humour, à la fois propre à une personnalité mais s'inscrivant aussi par essence dans un univers social pour être efficient²⁵, etc., autant d'éléments qui vont permettre un jeu de proximité et de distance, de conformité et de différenciation avec les autres chaînes.
- 31 La personnalisation du dispositif sociotechnique, en plus de permettre d'opérer une différenciation entre soi et les autres, va par ailleurs permettre de mettre en scène l'identité de l'auteur en jouant avec les différents éléments de cette façade au sens goffmanien (1973), qu'elle renvoie au « décor » ou aux caractéristiques proprement personnelles (attitude corporelle, vêtements, statut, signes distinctifs, etc.). L'auteur peut ainsi jouer sur le titre de sa vidéo, sur le choix des chaînes qu'il va recommander et qu'il décidera de mettre en exergue sur sa page, etc., c'est-à-dire autant d'éléments de personnalisation qui vont permettre à l'internaute de saisir la description endogène de l'ethos de l'auteur et de s'en saisir – ou non. Les recherches sur les blogs²⁶, telles celles menées par Béliard (2014), ont par ailleurs montré que les marqueurs identitaires permettaient les pratiques de différenciation les plus efficaces. L'usage du pseudonyme est l'un de ces marqueurs : dans le cas d'*E-penser*, l'auteur n'a ni pseudonyme, ni nom, prénom ou titre qui le désignent clairement, mais les internautes ont rapidement trouvé son prénom dans le copyright de la vidéo sur la page YouTube et l'ont désigné peu à peu de cette façon dans leurs commentaires. Béliard a par ailleurs relevé que le degré d'anonymisation des auteurs de blog était inversement proportionnel à leur degré de professionnalisation : or il est intéressant de noter que dans sa première vidéo consacrée aux FAQ, la question de son surnom est la première à laquelle Benamran répond. C'est aussi que l'identité numérique affichée dans l'espace de la chaîne est d'une certaine façon

aussi importante que l'identité civile puisqu'elle va être portée dans tout le réseau de la « Youtubosphère ».

Intégrer le réseau des youtubeurs pour émerger

- 32 L'intégration dans un réseau de youtubeurs, reconnus si possible, constitue paradoxalement un autre mode de différenciation. Comme l'ont souligné Beaudoin et Velkovska (1999), le blog, et par suite la chaîne YouTube, associent la production identitaire et l'organisation du système relationnel (au travers des forums ou ici des commentaires laissés après les vidéos). Autrement dit, en exprimant certaines facettes de son identité, l'internaute va pouvoir créer et enrichir des contacts. Les chaînes YouTube qui sont l'objet de notre propos ont en effet la caractéristique d'être dans une logique collaborative à double titre : d'une part, les auteurs requièrent la collaboration des internautes en leur demandant de leur laisser des commentaires ou en leur demandant de partager la vidéo ; d'autre part, ces mêmes auteurs sont, à l'instar des blogueurs, dans une logique de réseau avec leurs pairs (qui ne publient pas nécessairement dans le même domaine), réseau qui peut prendre deux formes d'expression. La première consiste à se citer et à se recommander les uns les autres²⁷. On trouvera ainsi dans les chaînes recommandées par Bruce Benamran une chaîne consacrée à la critique cinématographique ou une autre consacrée au décryptage de vidéos (souvent insolites) trouvées sur le Web, qui toutes deux le recommandent à leur tour sur leur propre page. Or ces chaînes ont souvent une très forte audience, marquant ainsi un glissement axiologique que nous avons déjà relevé de l'autorité sur un sujet à la popularité. C'est aussi que les youtubeurs sont le premier public des autres youtubeurs, dans une logique circulaire qui ne fait exister sa propre chaîne que parce qu'on fait partie du public d'une autre (en laissant un commentaire et un lien vers sa propre chaîne sur le site d'un autre, etc.) : Benamran cite ainsi « Patrick » ou « Mathieu », auteurs respectivement de *Axolotl* et de *Salut les Geeks*, deux chaînes YouTube extrêmement populaires. En les citant par leur prénom (alors que l'un d'entre eux au moins est connu sous un pseudonyme), il figure un entre-soi et une forme d'appartenance communautaire, « le sentiment de faire partie d'une famille » comme il l'affirmera dans l'une de ses FAQ.
- 33 Le réseau formé par les youtubeurs s'exprime par ailleurs dans les invitations faites les uns envers les autres pour participer à une vidéo, réalisant, selon un terme emprunté aux séries télé, un *cross-over*²⁸. Le *cross-over* permet ainsi d'affirmer la reconnaissance de celui qui est invité dans la vidéo, puisqu'il est entendu qu'il est suffisamment connu non seulement pour être invité mais encore pour être reconnu par les internautes. Mais l'invité peut aussi permettre d'asseoir la notoriété de celui qui invite. Comme le souligne Béliard (2014) pour la blogosphère, la Youtubosphère est bien davantage dans une perspective beckerienne de co-construction d'un espace de collaboration²⁹, qui permet à chacun d'asseoir une certaine légitimité, que dans une perspective bourdieusienne de domination du champ médiatique.

* * *

- 34 Au terme de cette analyse du matériau apporté par la chaîne de vulgarisation scientifique *E-penser*, nous avons pu amener quelques éléments de réflexion sur les différentes dimensions qui constituent l'ethos en régime numérique : dimensions verbales mais aussi

corporelles et sociotechniques qui, toutes entremêlées, construisent peu à peu la légitimité du *pro-am*.

- 35 Cet ethos ne se construit par ailleurs que dans l'interaction, aussi bien avec les internautes qu'avec les pairs : l'exemple des vulgarisateurs scientifiques *pro-am* sur le réseau permet ainsi d'illustrer la co-construction et la négociation continue de l'ethos numérique, que ce soit pour le maintenir ou le transformer, support indissociable et fondateur d'un message particulier (la transmission d'une connaissance spécialisée) dans le cadre d'une injonction permanente et structurelle à se situer dans un environnement constitué de pairs, œuvrant parfois dans des disciplines différentes mais selon des codes similaires.
- 36 Nous pouvons par ailleurs constater qu'une fois l'ethos constitué et consolidé, certains éléments profanes tendent à disparaître pour rapprocher l'individu d'une figure plus traditionnelle de l'expert : les vidéos les plus récentes de Benamran se présentent ainsi sur un mode plus sérieux, ayant moins recours au second degré ; de la même façon, il répond beaucoup moins aux commentaires qu'il n'a pu le faire auparavant, permettant aux interventions des internautes de s'éloigner de sa personne. Les commentaires deviennent alors un véritable lieu d'échanges, un forum athénien dont les sujets sont parfois très éloignés de l'objet premier. La double composante de l'ethos du vulgarisateur *pro-am* (à la fois expert d'un domaine de connaissance et expert de sa transmission par sa vulgarisation dans le cadre bien précis des chaînes de vulgarisation sur le réseau) tend à disparaître pour ne laisser exister que la figure de l'expertise du savoir.
- 37 De façon plus large, l'ethos constitué d'expert peut rayonner sur d'autres sphères médiatiques, venant renforcer le statut de spécialiste : Benamran se dit lui-même en contact avec le Palais de la Découverte et la Cité des sciences ; le 12 novembre 2014, il a par ailleurs été invité par le CNES à assister depuis la Cité des sciences à l'atterrissage de Philae sur Tchouri ; il a, enfin, publié un ouvrage de vulgarisation scientifique en novembre 2015. Son image médiatique n'est plus celle d'un amateur passionné de sciences, mais désormais *a minima* celle d'un *pro-am* venant occuper l'espace libre entre l'expert et l'amateur, une figure ambiguë toujours potentiellement professionnalisante, qui se joue à la fois de la figure traditionnelle de l'amateur (en ce qu'il recherche une visibilité, si ce n'est une reconnaissance sur le Net) et du professionnel (en ce qu'il ne s'insère pas dans le circuit traditionnel de la reconnaissance par les pairs légitimes).
- 38 L'exemple des vulgarisateurs amateurs sur Internet ouvre ainsi la voie à de nouvelles recherches sur la co-construction de la légitimité des amateurs, sur la figure traditionnelle de l'expert mais aussi et peut-être surtout sur le statut du savoir dans un univers numérique qui semble permettre et promettre à tout un chacun l'accès aux connaissances les plus diverses et les plus spécialisées. Néanmoins le poids de la reconnaissance institutionnelle, qu'elle passe par la publication d'ouvrages papier ou par le rapprochement avec des experts reconnus par la voie traditionnelle des institutions du savoir, pose la question de la limite de cette démocratisation de l'expertise.

BIBLIOGRAPHIE

- Allard, Laurence et Vandenberghe, Frédéric, 2003, « Express yourself ! Les pages perso », *Réseaux*, n° 117, p. 191-219.
- Amossy, Ruth, 2010, *La Présentation de soi : ethos et identité verbale*, Paris, PUF.
- Auray, Nicolas *et al.*, 2009, « La négociation des points de vue – une cartographie sociale des conflits et des querelles dans le Wikipédia francophone », *Réseaux*, n° 154, p. 15-50.
- Beaudoin, Valérie et Velkovska, Julia, 1999, « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) », *Réseaux*, n° 97, p. 121-177.
- Béliard, Anne-Sophie, 2014, « Jeux croisés entre critique amateur et critique professionnelle dans les blogs de séries télévisées », *Réseaux*, n° 183, p. 95-121.
- Bérard, Yann et Crespin, Renaud (dir.), 2010, *Aux frontières de l'expertise : dialogues entre savoirs et pouvoirs*, Rennes, PUF.
- Bergson, Henri, [1940] 2012, *Le Rire : essai sur la signification du comique*, Paris, PUR.
- Cardon, Dominique et Delaunay-Téterel, Hélène, 2006, « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, n° 138, p. 15-71.
- Ertzscheid, Olivier, 2009, « L'homme, un document comme les autres », *Hermès*, n° 53, p. 33-40.
- Flandrin, Laure, 2011, « Rire, socialisation et distance de classe », *Sociologie*, n° 1, vol. 2, [En ligne], <http://sociologie.revues.org/851>.
- Flichy, Patrice, 2004, « L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société », *Réseaux*, n° 124, p. 17-51.
- Flichy, Patrice, 2010, *Le Sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil.
- Gallezot, Gabriel et Le Deuff, Olivier, 2009, « Chercheurs 2.0 ? », *Les Cahiers du numérique*, n° 5, p. 15-31.
- Georges, Fanny, 2011, « L'identité numérique sous emprise culturelle », *Les Cahiers du numérique*, n° 7, p. 31-48.
- Goffman, Erving, 1973, *La mise en scène de la vie quotidienne, t. I, La présentation de soi*, Paris, Minuit.
- Goffman, Erving, [1974] 1991, *Les Cadres de l'expérience*, Paris, Minuit.
- Jullien, Nicolas *et al.*, 2011, « L'engagement dans des collectifs de production de connaissance en ligne : le cas GeoRezo », *Revue française de socio-économie*, n° 8, p. 59-83.
- Latour, Bruno et Woolgar, Steve, 2005, *La Vie de laboratoire*, Paris, La Découverte.
- Leadbeater, Charles et Miller, Paul, 2004, *The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts are Changing our Economy and Society*, Londres, Demos.
- Le Deuff, Olivier, 2007, « Culture de l'information et Web 2.0. Quelles formations pour les jeunes générations ? », Doctoriales du GDR - TIC & Société, Marne-la-Vallée, 15-16 janvier 2007, [En ligne], http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00140079.

- Le Deuff, Olivier, 2013, « Un blog scientifique », *Médium*, vol. 36, n° 3, p. 82-97.
- Le Goff, Jacques, 1997, « Une enquête sur le rire », *Annales. Histoire, sciences sociales*, vol. 52, n° 3, p. 449-455.
- Legros, Michel, 2009, « Étude exploratoire sur les blogs personnels santé et maladie », *Santé Publique*, n° 21, p. 41-51.
- Lévy, Pierre, 1997, *L'intelligence collective, pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte.
- Maingueneau, Dominique, 1998, *Analyser les textes de communication*, Paris, Dunod.
- Maingueneau, Dominique, 2002, « Problèmes d'ethos », *Pratiques*, n° 113-114, p. 55-68.
- Maingueneau, Dominique, 2014, « Retour critique sur l'éthos », *Langage et société*, n° 149, p. 31-48.
- Marcotte, Jean-François, 2003, « Communautés virtuelles et sociabilité en réseaux : pour une redéfinition du lien social dans les environnements virtuels », *Esprit critique*, vol. 4, n° 5, [En ligne], <http://www.espritcritique.fr/0504/esp0504article04.html>.
- Paradeise, Catherine, 1985, « Rhétorique professionnelle et expertise », *Sociologie du travail*, vol. 27, n° 1, p. 17-31.
- Patriarche, Geoffroy et Dufrasne, Marie, 2014, « Penser la diversité des pratiques médiatiques : le réseau comme catégorie conceptuelle pour la recherche sur les audiences et les publics », *Réseaux*, n° 187, p. 195-232.
- Peraya, Daniel, 2012, « Quel impact les technologies ont-elles sur la production et la diffusion des connaissances ? », *Questions de communication*, n° 21, p. 89-106, [En ligne], <https://questionsdecommunication.revues.org/6590>.
- Perriault, Jacques *et al.*, 2002, « Les identifiants numériques humains : éléments pour un débat public », *Les Cahiers du numérique*, n° 3, p. 169-182.
- Quemener, Nelly, 2013, « Stand up ! L'humour des minorités dans les médias en France », *Terrain*, n° 61, p. 68-83, [En ligne], <http://terrain.revues.org/15177>.
DOI : 10.4000/terrain.15177
- Ruiz, Ugo, 2013, « Ethos et blog d'écrivain : le cas de *L'Autofictif* d'Éric Chevillard », *CONTEXTES*, n° 13, [En ligne], <http://contextes.revues.org/5830>.
DOI : 10.4000/contextes.5830
- Taveaux-Grandpierre, Karine, 2012, « De l'amateur à l'expert, le rôle du blog de mode dans la presse magazine », *Revue canadienne d'études médiatiques*, numéro spécial « Médias de masse et journalisme », p. 215-239.

NOTES

1. Le choix de cette chaîne particulière répond à un critère de réussite, mesuré en termes d'abonnés sans jugement qualitatif sur le contenu. Cf. <https://www.youtube.com/user/epenser1>.
2. L'expression « présentation de soi » est ici entendue au sens goffmanien, c'est-à-dire comme une façon plus ou moins consciente pour l'acteur de conférer un maximum de vraisemblance et de crédibilité au rôle social qu'il interprète, et de donner ainsi la meilleure image possible de lui-même (Goffman 1973).
3. Cette forme d'expertise de la transmission d'un savoir allie vulgarisation et pédagogie, dans la mesure où la vulgarisation est ici conçue comme une forme de transmission pédagogique de savoirs plus ou moins complexes.

4. Notons cependant qu'il y a souvent bien plus de « vues » sur une vidéo que la chaîne ne compte d'abonnés.
5. La série *Breaking Bad* met en scène un professeur de chimie qui, se découvrant atteint d'un cancer incurable, décide de se lancer dans la fabrication et la vente de drogue pour assurer l'avenir de sa famille après sa disparition.
6. La chaîne YouTube *Axolotl* est néanmoins définie par son créateur comme une chaîne de web-documentaires et non comme une chaîne à proprement parler de vulgarisation scientifique.
7. Derek Muller se distingue de Bruce Benamran par un élément essentiel qui fait de lui un expert davantage « académique » que ne peut l'être son homologue français : il est en effet détenteur d'un doctorat dédié à la vulgarisation scientifique et ne peut donc pas être considéré comme un amateur en ce domaine.
8. Cette chaîne n'est cependant pas uniquement dédiée à la vulgarisation scientifique : ses animateurs présentent par ailleurs des curiosités rencontrées sur le Net (vidéos, produits, etc.) ou abordent des sujets très divers en réponse aux questions des internautes (culture, art, etc.).
9. Notons que les vidéos de vulgarisation scientifiques les plus anciennes sont les conférences TED (*Technology, Entertainment and Design*) organisées par la fondation The Sapling foundation depuis 1984. Les conférences les plus emblématiques sont retransmises gratuitement à travers le site web de TED.
10. Dans les dernières publications, le logo a laissé la place à un véritable générique comprenant une musique originale et des animations faisant référence à la science.
11. Les autres types d'émission (les « Quickies », les « La preuve par vieux », etc.) ont eux aussi leur identité scénique : la prise de vue est identique pour chacun (hormis pour les « Breaking balls » tournées en plan taille) mais le décor en arrière plan est différent, permettant d'identifier la catégorie d'émission visionnée.
12. Ingénieur américain de la fin du XIX^e siècle, reconnu pour le nombre considérable de brevets qu'il a déposés notamment dans le domaine de l'énergie.
13. Ce lien guide l'internaute vers la page Facebook de la chaîne et non vers la page Facebook personnelle de l'auteur. Or l'existence de deux comptes différents montre bien qu'on a affaire à deux ethoses différents et non confondus.
14. Maingueneau distingue trois dimensions de l'ethos qui permettent d'analyser différentes productions discursives : la dimension catégorielle, comprenant à la fois les rôles discursifs liés à l'activité de la parole et les statuts extradiscursifs ; la dimension expérientielle recouvrant les caractérisations socio-psychologiques stéréotypiques ; et la dimension idéologique qui renvoie à des positionnements dans un champ (Maingueneau 2014).
15. Il semble que cette technique pédagogique ait été empruntée à Derek Muller de la chaîne *Veritasium*, mais en l'utilisant différemment : tandis que Muller met en scène l'ignorance des faits scientifiques les plus élémentaires du quidam, Bruce Benamran choisit de montrer l'ignorance des raisons qui président aux faits scientifiques, de sorte que l'internaute se sent d'autant plus proche du quidam en question. Voir par exemple : <https://www.youtube.com/watch?v=9VJmmCwtmvs>.
16. Notons que ce référentiel commun n'appartient pas nécessairement au passé. Les nouvelles technologies permettent en effet un mélange des temporalités pour les membres d'une même communauté : ce qui est une référence pour l'un ne l'est pas encore pour l'autre parce qu'il n'a pas encore, par exemple, consulté la vidéo à sa disposition mise en ligne des mois auparavant. Les temporalités peuvent donc se superposer sans remettre en question l'appartenance communautaire.
17. Cette continuité sera à nouveau présente dans sa première vidéo consacrée aux FAQ, dans laquelle il répond aux questions des internautes : s'il promet de traiter de certains sujets réclamés par son auditoire, il révèle une véritable intention pédagogique en instaurant une progression dans la difficulté des sujets abordés.

18. La reconnaissance sur le réseau passe en effet tout d'abord par l'audience au sens large des internautes, qui peut s'exprimer par le nombre de « vues » d'un youtubeurs ou par le nombre de « like » d'un post. C'est l'élargissement de cette audience et des commentaires qu'elle peut générer qui construit peu à peu une certaine légitimité qui peut faire autorité, lorsque cette légitimité vient valider une certaine compétence (à la vulgarisation scientifique, au commentaire politique, à la critique musicale, etc.).

19. Voir <https://www.youtube.com/watch?v=8CRa7Qc3bqA>.

20. Maingueneau définit la scénographie verbale, en tant qu'énonciation linguistique, comme étant à la fois ce dont vient le discours et ce qu'engendre le discours. Dans un processus en boucle, elle légitime ainsi un énoncé qui à son tour la légitime (Maingueneau 1998).

21. La scénographie numérique, entendue comme mise en scène, comporte trois dimensions, mais que nous n'aborderons pas plus en détail ici : iconotextuelle, architecturale et procédurale (Maingueneau 2014).

22. « Par mode j'entends un ensemble de conventions par lequel une activité donnée, déjà pourvue d'un sens par l'application d'un cadre primaire, se transforme en une autre activité qui prend la première pour modèle mais que les participants considèrent comme sensiblement différente. On peut appeler modalisation ce processus de transcription » (Goffman 1991 : 52-53).

23. Au sens bourdieusien de disposition du corps exprimant les valeurs de l'ethos.

24. Benamram est en première partie de la tournée d'Astier, *L'Exoconférence*, depuis l'automne 2015.

25. Cf. notamment Bergson (2012), Flandrin (2011) et Le Goff (1997).

26. La comparaison des blogs avec les chaînes Youtube semble être pertinente dans la mesure où certains youtubeurs assimilent eux-mêmes leur chaîne à un « online video blog ».

27. La citation n'est jamais anodine et peut parfois avoir des conséquences majeures sur la carrière d'une chaîne YouTube. *E-penser* a ainsi connu un développement notable quand le youtubeur Antoine Daniel de la chaîne *What the cut* (comptant aujourd'hui près de deux millions d'abonnés) l'a citée comme étant une chaîne « qui parle de science mais de façon très très simple, avec beaucoup d'humour » fin avril 2014, lui permettant de passer soudainement de huit mille à vingt-cinq mille abonnés. Les youtubeurs ont donc bien un rôle prescripteur, qu'il soit voulu ou non.

28. Frédéric Molas, qui anime *Le joueur du grenier* fait ainsi une apparition chez Cyprien, qui va lui-même faire un sketch chez *Norman fait des vidéos*. De son côté, Antoine Daniel, qui anime la chaîne *What the cut*, a fait une apparition chez Frédéric Molas : cette vidéo a constitué un véritable événement dans la mesure où le premier ne participe jamais à d'autres chaînes que la sienne, et que le second ne fait pas d'invitations. Dans un autre domaine, *Enjoy Phoenix*, nouvelle star de YouTube auprès des adolescentes, réalise des tutoriels de maquillage avec Marine qui anime la chaîne *Perfect Honesty*. Ces différents *cross-over* permettent de faire rejaillir la notoriété des uns et des autres dans leurs domaines chez le youtubeur qui les accueille, et ainsi de lui conférer une certaine forme de légitimité et de reconnaissance.

29. Collaboration y compris avec les internautes qui jouent à reconnaître les invités et à en conseiller d'autres.

RÉSUMÉS

Depuis quelques années, Internet a vu émerger de nombreux *pro-am* agissant dans des domaines très divers, des tutoriels de beauté à la vulgarisation des connaissances. Cet article traite de la constitution de l'ethos de l'expert à partir de la monographie de la chaîne de vulgarisation scientifique *E-penser*, animée par Bruce Benamram. Il s'agira de montrer que la légitimité du *pro-am* se construit à la fois à travers les dimensions verbales et corporelles de l'ethos, mais aussi dans les interactions, aussi bien avec les internautes qu'avec les pairs, permises par le dispositif sociotechnique mis en place sur le réseau.

For several years, Internet has seen many pro-ams acting in various domains, from beauty tutorials to scientific vulgarization. This article drafts the constitution of the expert's ethos from the monographic scientific popularization channel presented by Bruce Benamran. We will see that the pro-am's legitimacy builds itself through the verbal and corporal dimension of the ethos but also in interactions, be it with internauts or with peers, those interactions being allowed by the socio-technic device set up on the web.

INDEX

Keywords : pro-am, popularization, ethos, internet, digital, legitimacy, recognition

Mots-clés : pro-am, vulgarisation, ethos, réseau, numérique, légitimité, reconnaissance

AUTEUR

PAULINE ADENOT

Université Lyon 2