

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Vulgariser un sujet sur YouTube : Le surréalisme au féminin

**Comment apporter une lumière
nouvelle sur un sujet de type scolaire ?**

Auteure : Elisa PIROTTE
Promoteur: Jerry JACQUES
Année académique 2021-2022
Master 60 en Information et communication, finalité : conception de
médias éducatifs

TABLE DES MATIERES

Introduction.....	3
1. État de l'art : qu'en est-il de la vulgarisation aujourd'hui ?	5
1.1. Essor de la vulgarisation de type didactique sur Internet	5
a. De la vulgarisation de type scolaire.....	5
b. L'ère du numérique et ses transformations.....	6
c. Quelques précautions	9
1.2. Vulgarisation culturelle : le surréalisme	10
1.3. Vulgarisation d'enjeux sociétaux : féminisme.....	12
2. Les codes de la plateforme YouTube.....	14
2.1. Se construire une légitimité	14
2.2. Le vidéaste, un énonciateur réel	15
2.3. Le choix d'un public, le choix du public.....	16
2.4. Quels types d'interactions sont-ils imaginables ?.....	17
3. Choix et difficultés du travail vidéo	19
3.1. Comment vulgariser un sujet si brumeux ?.....	19
3.2. Choix techniques et narratifs	20
a. TECHNIQUES ET STYLISTIQUES.....	20
b. NARRATIFS ET DISCURSIFS	22
3.3. Retour des tests utilisateurs	24
4. Conclusion.....	27
5. Bibliographie	28

Introduction

Cultur'elles, c'est l'histoire d'une nouvelle chaîne YouTube destinée à rendre hommage à certaines femmes artistes, tout d'abord surréalistes. C'est également l'histoire d'un mémoire de fin d'études qui en a appelé un autre, confirmant un centre d'intérêt sans cesse retravaillé. Enfin, plus largement, c'est l'histoire d'un type de contenu de vulgarisation dont l'essor est aujourd'hui remarquable.

Lorsque nous réalisons en 2021 un mémoire de fin d'étude sur la place ambiguë des femmes dans le mouvement surréaliste¹, nous avons dû maintes et maintes fois expliquer notre sujet d'étude à un public novice en la matière. Ce sujet d'étude nous a suivi également après notre master grâce au prix Jacqueline Nonkels (octobre 2021) qui nous a fait retravailler cette première tâche et a ainsi fait naître en nous un véritable centre d'intérêt. Dès lors, comment expliquer tout cela autour de la table, entre amis, en famille ? Au cours de ce master de spécialisation en éducation aux médias et en éducation par les médias², le sujet de ce présent travail s'est rapidement imposé à nous : comment expliquer à l'aide d'un média audiovisuel cette thématique que nous avons à cœur de diffuser au plus grand nombre ?

La chaîne YouTube *Cultur'elles* – <https://urlz.fr/iYIQ> – est donc née de cette préoccupation. Elle est destinée à tous les curieux sans limite d'âge particulière. Un adolescent d'une quinzaine d'années désireux de s'instruire sur le surréalisme et ses artistes féminines pourrait également comprendre son contenu. Le surréalisme n'est toutefois abordé en salle de classe qu'en cinquième ou en sixième année des secondaires. Dès lors, nous avons adapté ce dispositif de vulgarisation à un âge minimal plus ou moins équivalant à ces années scolaires.

Pour débiter ce présent travail, nous allons dresser un état de l'art de ce qu'il s'est fait jusqu'alors en termes de vulgarisation scientifique sur Internet. Nous remarquons tout d'abord que la vulgarisation de type scolaire fleurit sur les réseaux sociaux. Il faut dire que, depuis quelques années marquant « l'ère du numérique », les jeunes se renseignent énormément via

¹ PIROTTE, E., "La position ambiguë des femmes dans le surréalisme : Le cas d'Irène Hamoir dans l'expérience collective bruxelloise", Université catholique de Louvain-la-Neuve, 2021, 119 p. (en ligne).

² Information et communication – Conception de médias éducatifs (éducation aux médias et éducation par les médias).

les réseaux sociaux, et le phénomène tend à s'accroître sans cesse. Nous découvrirons les causes et les enjeux d'un tel type d'essor. Ensuite, nous aborderons les spécificités de la vulgarisation de type culturelle ainsi que de la traite d'un sujet engagé dans ce genre de contenu.

S'ensuivra un point dédié à la plateforme YouTube et ce qu'elle implique en termes de choix discursifs pour construire une vidéo qui s'imprégnera idéalement en son sein.

Nos difficultés et nos choix techniques, stylistiques, discursifs et narratifs seront expliqués dans la partie suivante. Pourquoi avoir choisi tel logiciel, telles couleurs, telles illustrations, tels mots, ... ? Nous y justifierons toutes nos décisions. Pour finir, nous pourrions découvrir les résultats de notre test utilisateur.

1.État de l’art : qu’en est-il de la vulgarisation aujourd’hui ?

1.1. Essor de la vulgarisation de type didactique sur Internet

a. De la vulgarisation de type scolaire

Depuis quelques années, YouTube et d’autres plateformes numériques voient fleurir de nombreux contenus aux noms explicitement dédiés à la matière scolaire. Il n’est désormais plus rare de trouver les mots *réussite*, *bac*, *classe*, *prof / professeur* dans les intitulés de vidéos, de publications numériques ou de petits articles. La vulgarisation scientifique mise à disposition de tous sur le web tend ostentatoirement à se rapprocher des savoirs scolaires, tels que dispensés en salle de classe.

Ces contenus de vulgarisation scientifique destinés à enseigner sans enseignement – du moins à proprement parler – prennent de plus en plus de place à côté des discours scolaires, que cela soit sur les plateformes numériques ou sous d’autres formats plus traditionnels. La barrière entre les contenus de vulgarisation et ceux de l’enseignement s’amenuise de plus en plus. C’est en tout cas l’avis de Philippe Colin, chercheur en didactique scientifique. Ce dernier affirme qu’il existe une similitude croissante et une frontière qui se fait de plus en plus poreuse entre les discours issus de l’institution scolaire (présents dans les manuels de cours, par exemple) et ceux issus de la vulgarisation scientifique (prenons comme exemples les ressources disponibles en ligne).³ Toutefois, les deux sortes de discours ne se mêlent pas jusqu’à en devenir un seul et unique, tous deux préservent leurs caractéristiques qui les font se confronter et se compléter mutuellement.

Outre le contenu, la conception de ces deux types de discours tend également à se rapprocher. Selon Pierre-Henri Gouyon, biologiste : *il n’y a pas de différence entre la vulgarisation et l’enseignement : dans les deux cas, il faut essayer de comprendre ce que les gens ont dans la tête, ce que l’on peut leur apporter, et surtout comment les amener à infléchir*

³ COLIN, P., « Enseignement et vulgarisation scientifique : une frontière en cours d’effacement ? Une étude de cas autour de l’effet de serre ». Dans : *Spirale. Revue de recherches en éducation*, n°48, 201, p.82-83.

leur point de vue »⁴. Toutefois, l'enseignement, bien qu'il partage des principes communs à la vulgarisation, ne bénéficie pas pour autant des mêmes atouts. Dans la vulgarisation, le public n'a pas la même vision « utilitariste » que dans l'enseignement⁵ – ils ne passent généralement pas d'examens de connaissances après. Leur temps est plus limité et ils peuvent ainsi se contenter d'effleurer le sujet qu'ils consultent sans le creuser en profondeur. Ils sont là volontairement et cherchent donc également à être divertis, contrairement aux élèves qui sont rendus captifs par l'obligation scolaire.

Cet essor de la vulgarisation de sujets scolaires sur Internet répond en outre aux préoccupations de plus en plus grandes pour la prise en compte des divers types d'intelligences. Selon Howard Gardner en 1983, il y aurait huit formes d'intelligences différentes et celles-ci auraient un impact considérable sur la manière dont nous apprenons.⁶ Les milieux scolaires se concentrent généralement sur les mêmes formes d'intelligence. La vulgarisation scientifique vient donc apporter un regard neuf sur les manières d'apprendre, ce qui participe fortement au succès grandissant de celle-ci.

b. L'ère du numérique et ses transformations

Un facteur à prendre en compte pour comprendre l'accroissement de l'attrait pour la vulgarisation scientifique au détriment des savoirs issus du milieu scolaire, est le changement dans notre manière d'accumuler ces savoirs. L'être humain, quelle que soit l'époque qui l'a vu évoluer – bien que ce phénomène ait connu son apogée au milieu du 18^{ème} siècle avec la naissance de l'encyclopédie –, a toujours nourri une ambition de totaliser les connaissances.⁷ Toutefois, cette ambition a été travaillée par différents moyens au fil du temps. Lors du siècle qui nous a précédé jusqu'au début des années 1990, les discours liés à la connaissance qui faisaient autorité étaient détenus par les livres et, surtout, par les instances éducatives liées aux milieux scolaires⁸. Il y avait des savoirs impensables à ne pas maîtriser tandis que d'autres étaient davantage occultés. C'est bien l'institution scolaire – et les livres qui en découlaient –

⁴ GOUYON, P-H. Dans : MICHAUT, C., *Vulgarisation scientifique – mode d'emploi*, edp sciences, France, 2014, p.93-94.

⁵ MICHAUT, C., *Ibid.*, p.92.

⁶ CHOQUETTE, D., « 8 formes d'intelligence ». Dans : Le Journal de Montréal – JM Psycho, Montréal, 2017 (en ligne).

⁷ CHEVRIER, C., 1997. Dans : FEYFANT, A., « Encyclopédisme et savoir : du papier au numérique ». Dans : *Les dossiers de la veille*, INRP – Institut national de recherche pédagogique, France, 2006, p.15.

⁸ FEYFANT, A., *Op. Cit.*, p.15.

qui décidait principalement de cela. Depuis l'ère que l'on peut appeler « numérique », soit celle que nous connaissons maintenant depuis la fin du 20^{ème} siècle, nous avons davantage attrapé une soif encyclopédique de surface. Là où, avant, la qualité primait sur la quantité, aujourd'hui les ressources qui sont à notre disposition nous amènent bien souvent à nous focaliser davantage sur la quantité d'informations, même si celles-ci sont bien plus superficielles. En conclusion, dès le début des années 2000, le web a commencé à accueillir de plus en plus de blogs, de wikis, de forums, etc. écrits et gérés par des non-professionnels.⁹ Cela a ainsi mené à une véritable ère de démocratisation des connaissances et à la remise en cause de « l'autorité des experts traditionnels »¹⁰.

Le réseau Internet met en effet en libre accès à chaque personne désireuse de s'instruire, ou non, une quantité de connaissances qui peuvent être déposées çà et là par tout un chacun. La professeure de communication Brigitte Juanals parle alors de « démocratie cognitive »¹¹. Cette facilité d'accès et cette proximité avec les contenus et leur créateur fait d'Internet « *un océan d'informations [...] une forme d'encyclopédie, universelle et mouvante* »¹² où coexistent des informations de qualité comme des informations à la source douteuse. Par ailleurs, la quantité d'informations est colossale : la plateforme YouTube charge plus de 100 heures de vidéo chaque minute.¹³ Pris dans cette vague de données, l'explorateur du web doit donc apprendre à autogérer son activité éducative. L'immédiateté et le format des connaissances se trouvant sur Internet permettent aux gens de pouvoir multiplier les savoirs et, cela, sans les étudier de long en large.

L'utilisation que nous faisons de cette encyclopédie vivante s'inscrit dans un cadre plus large d'évolution de la société vers toujours plus de rapidité et d'efficacité. Les utilisateurs demandent à présent des contenus qui se consomment plus rapidement, des contenus plus légers, digestes et faciles à comprendre que l'on peut aisément survoler et faire défiler. La vulgarisation répond donc davantage aux enjeux informatifs actuels. Pour mieux cerner l'ampleur de ce phénomène, il suffit de se pencher sur certaines des nombreuses enquêtes qui ont été menées afin de définir les habitudes de consommation de l'information au sein de la

⁹ BAUR, M., « La lutte contre la désinformation sur YouTube (Étude d'une pratique de vulgarisation scientifique à travers le traitement du film *La révélation des pyramides* par des vidéastes vulgarisateurs) », *OpenEdition Journals*, Information médias théorie pratique, Vol. 38/2, 2021, p.2 (en ligne).

¹⁰ ADENOT, P., 2016. Dans : *Ibid.*, p.2.

¹¹ JUANALS, B., 2002. Dans : *Ibid.*, p.15.

¹² CHEVRIER, C., 1997. Dans : *Ibid.*, p.16.

¹³ MICHAUD, Y., « En matière de culture, il y a un avant et un après YouTube », *BibliObs*, 2014 (en ligne).

société. Selon les chiffres de l'Institut *Reuters for the study of Journalism*¹⁴, de plus en plus de gens se renseignent essentiellement voire exclusivement via les médias sociaux. La plateforme YouTube arrive en seconde position des médias les plus consultés pour recueillir de l'information, que cela soit en France ou dans le reste du monde.¹⁵ Selon une étude menée par *Diplomeo* en 2020, en ce qui concerne la jeune génération – les 16-25 ans, Français –, 73% utilisent les réseaux sociaux pour s'informer et 36% d'entre eux le font via la plateforme Instagram.¹⁶

En somme, le fait que le savoir extrêmement poussé – autrefois prôné par les institutions scolaires – soit peu à peu remplacé par un savoir plus étendu, plus collectif mais bien plus superficiel, favorise l'émergence de nombreux contenus de vulgarisation en ligne. Nombre d'entre eux sont liés directement ou indirectement à la matière scolaire et complètent ou réexpliquent celle-ci.

C'est cependant au printemps 2020 que le web a été bien plus réellement et durablement investi par les vulgarisateurs, et surtout par les vulgarisateurs de sujets scolaires. Privés de cours et forcés d'être posés derrière un ordinateur, les étudiants – quel que soit leur âge et leur niveau – se sont retrouvés sans explications claires et précises sur la matière qu'ils auraient normalement dû apprendre en salle de classe. Qui consulter de meilleur qu'un ordinateur donnant des informations formellement adaptées à son support – le vulgarisateur – pour comprendre les explications brouillonnes d'un autre ordinateur – le professeur –, perdu derrière ce mode de transmission du savoir que la crise lui a imposé du jour au lendemain ?

Concrètement, cet essor de la vulgarisation se manifeste sur tous les réseaux sociaux. Sur Youtube, Instagram et TikTok, certains comptes sont uniquement et explicitement dédiés à la transmission d'informations. Citons à titre d'exemples les chaînes YouTube comme *e-penser 2.0*, *Miss Book*, *ScienceClic*, *Nota Bene*, *Tu mourras moins bête*, *Spoils d'Histoire*, *Jamy – Epicurieux*, *La tronche en Biais*, etc. Sur les réseaux davantage destinés aux partages du

¹⁴ *Reuters Institute for the study of Journalism*, 2020-2021. Dans : ASSELIN, C., « Les réseaux sociaux utilisés pour accéder à l'information en France », 2021. Dans : Digimind – an Onclusive company, Datamind, France (en ligne).

¹⁵ ASSELIN, C., *Ibid.*

¹⁶ *Diplomeo*, 2020. Dans : ASSELIN, C., *Ibid.*

contenu d'autrui et à la messagerie, comme Whatsapp, Facebook ou Messenger, l'information circule également mais un peu moins sous la forme de contenus de vulgarisation spécifiques.

c. Quelques précautions

Ce nouvel outil d'information que constitue la vulgarisation sur Internet présente, malgré tous ses avantages, deux problèmes qui nous semblent importants à souligner – outre le fait qu'elle ne fasse qu'augmenter le temps passé devant nos écrans.

Premièrement, ces sources d'informations peuvent justement parfois s'avérer être de grandes sources de désinformation. Tout le monde dispose en effet d'un smartphone et peut aisément produire sa propre vidéo ou son propre article. Li *et al.* se sont penchés en 2020 sur la désinformation sur la plateforme YouTube relative à la crise du Covid-19. Il en résulte qu'un quart des vidéos les plus vues à ce sujet contiendrait des informations erronées.¹⁷ Cela est d'autant plus problématique quand on remarque que, selon l'étude *Viavoice* réalisée pour France TV en 2019, 28% des 18-24 ans font davantage confiance aux informations relayées par les médias sociaux que celles qui sont diffusées dans les médias traditionnels.¹⁸ Ce phénomène de méfiance s'est par ailleurs étendu avec la crise sanitaire. Ces statistiques, bien qu'elles concernent les informations d'actualité et non de vulgarisation de sujets quelconques, nous semblent assez révélatrices de la puissance de persuasion que peuvent avoir les réseaux sociaux sur l'explorateur du web désireux de s'instruire. De plus, nous verrons par la suite qu'il n'est pas coutume de citer ses sources, du moins jamais exhaustivement, lorsque l'on fait de la vulgarisation sur Internet.¹⁹ Comment, dès lors, déceler le vrai du faux lorsque l'on vient sur Internet précisément pour apprendre certaines vérités sur un sujet dont nous ne connaissons peut-être rien ?

Deuxièmement, la vulgarisation présente sur Internet offre peu de possibilités d'interactions. Alors que le savoir diffusé, par exemple dans une salle de classe ou une conférence peut être questionné, débattu, réexpliqué et même repensé par une multitude d'acteurs, le savoir transmis sur Internet est généralement unidirectionnel entre un acteur A – le vulgarisateur – et un acteur B – son public. La vulgarisation sur Internet peine donc à sortir

¹⁷ BAUR, M., *Op.Cit.*, p.2.

¹⁸ *Viavoice*, 2019. Dans : ASSELIN, C., *Op. Cit.*

¹⁹ BAUR, M., *Ibid.*, p.14 et 16.

d'une approche de type déficitaire²⁰ malgré les moyens des réseaux pour interagir. Elle tend cependant à être de plus en plus dialogique²¹ ou participative²². Cette asymétrie et l'aspect unidirectionnel que peut prendre la vulgarisation sur Internet n'aident en rien à améliorer l'inconvénient précédemment cité : comment déceler le vrai du faux si l'on ne peut pas, ou du moins difficilement, communiquer avec le vulgarisateur ? Nous reviendrons sur cet aspect.

1.2. Vulgarisation culturelle : le surréalisme

La vulgarisation de sujets culturels est bien plus insaisissable que celle axée sur les sujets strictement scientifiques. Elle est présente en masse sur Internet et les différents réseaux sociaux mais elle se situe partout, et nulle part à la fois. Lorsque nous faisons face à un contenu de vulgarisation de sciences exactes, comme la biologie par exemple, celui-ci est généralement délimité dans l'espace et est la plupart du temps légitimisé par la profession du vulgarisateur. Bien souvent, ce sont les scientifiques – ou du moins ceux qui en ont une formation – qui vulgarisent ce type de sujets. Un contenu de vulgarisation culturelle peut se retrouver à bien plus d'endroits – endroits et acteurs légitimisés, ou non. Cette différence entre les deux types de science est d'autant plus marquée lorsque l'on voit que les grands ouvrages consacrés à la vulgarisation scientifique ne traitent que des sciences exactes : Roqueplo (1976), Jacobi et Schiele (1986), Fayard (1988), Michaut (2014), etc.

Toutefois, même si les sciences sociales sont généralement rendues bien plus accessibles au public que les sciences exactes, de nombreux sujets demeurent opaques pour la plupart des gens. C'est notamment le cas du surréalisme. Les chercheurs, quel que soit leur

²⁰ L'objectif de cette approche est que le vulgarisateur puisse combler un déficit de connaissances (ou d'attitude par rapport à ces connaissances) chez son public. Elle a un donc un caractère prescriptif. La nature de ce déficit de connaissances est choisie par le vulgarisateur lui-même. Il s'agit du premier type de vulgarisation à avoir vu le jour mais elle reste profondément liée à l'idée que l'on se fait de la vulgarisation. Elle est donc encore d'actualité aujourd'hui mais est souvent mélangée à d'autres types d'approches et, ce faisant, elle devient davantage constructive. Dans : JACQUES, J., *LCOMU2600 – Vulgarisation scientifique*, Université catholique de Louvain-la-Neuve, Département de communication, cours dispensé de septembre à décembre 2021.

²¹ L'approche dialogique voit le jour à la fin des années 1990. Il ne s'agit ici plus de transmettre directement le savoir d'un acteur A à un acteur B sans aucun échange autre que cette transmission unilatérale. Dans cette approche bidirectionnelle, on ne part pas des lacunes du public mais bien de ses connaissances et de ses questionnements. C'est ainsi une approche plus positive. Le vulgarisateur n'est plus dans sa « tour d'ivoire » et confronte ainsi ses dires avec ceux de son audience. Dans : *Ibid.*

²² Depuis les années 2000, l'approche participative voit tout doucement le jour. L'idée est ici d'engager directement le public dans la recherche. On ne se dit alors plus qu'on va mettre en place des stratégies de communication mais qu'on va tenter de créer des occasions de discuter du projet en cours. On est donc dans une approche multidirectionnelle qui va vers un partage de la pratique et du pouvoir scientifique. Cela demande un public fortement investi et capable de négocier, de délibérer et de communiquer. Dans : *Ibid.*

domaine, ont un certain devoir moral²³ envers le reste de la population qui est de partager leurs recherches et découvertes. L'objectif des vulgarisateurs est de faire descendre les sciences, quelles qu'elles soient, de leur tour d'ivoire.

Le surréalisme est toutefois très peu vulgarisé. Pour cause, c'est un mouvement artistique et littéraire assez complexe à comprendre du fait de son abstraction. Ce mouvement est donc généralement rendu accessible au grand public de deux façons.

Premièrement, le surréalisme est accessible au public par des expositions. La plupart d'entre elles sont toutefois difficiles à comprendre si l'on n'est pas un minimum connaisseur du mouvement. Cependant, il est de plus en plus fréquent de pouvoir assister à des expériences immersives dédiées à certains surréalistes. C'est ainsi que, rien qu'en Fédération Wallonie-Bruxelles et depuis le début de l'année 2022, deux expositions ont été proposées aux visiteurs : *Inside Magritte* (La Boverie, Liège) et *Frida Khalo – The life of an Icon* (Galerie Horta, Bruxelles). Qu'en est-il de leur réception par le public ? En vérité, les avis divergent : tandis que les habitués de sujets davantage complexes restent clairement sur leur faim, les non-initiés dont font notamment partie les enfants s'émerveillent de pouvoir contempler autant de formes et de figures absurdes, exotiques et abstraites qui se meuvent dans l'espace. Profitant des ambiances et des images liées au mouvement surréaliste, les médiateurs muséaux ont ainsi attiré un public bien plus large et diversifié que celui des expositions traditionnelles. Toutefois, les curieux ou les connaisseurs se retrouvent très vite frustrés. Par exemple, l'exposition *Inside Magritte* ne contenait qu'un seul panneau explicatif qui retraçait brièvement les événements biographiques de l'artiste bruxellois ; aucun détail, aucune explication au sujet de son œuvre n'y figurait. Lorsqu'il s'agit du mouvement surréaliste, il y a donc effectivement peu de demi-mesure : soit les expositions demandent bien trop de prérequis et ne sont donc pas accessibles aux profanes qui considèrent ainsi ce mouvement de loin, le jugeant bien trop opaque ; soit celles-ci sont rendues « trop » accessibles et ne proposent ainsi qu'un spectacle de type « sons et lumières » comme seul aperçu de ce mouvement artistique.

La deuxième manière dont le surréalisme est généralement diffusé dans la société est l'école. Le mouvement surréaliste est, depuis des dizaines d'années, considéré comme un « savoir scolaire ». Il est certes important de balayer l'ensemble des courants artistiques en salle de classe afin d'offrir aux élèves un large panorama de ce qui a été créé avant nous. Cependant, le surréalisme n'échappe pas aux inconvénients que peut présenter un savoir scolaire. Selon la

²³ MICHAUT, C., *Op. Cit.*, p.14.

théorie de la *transposition didactique*²⁴ par Yves Chevallard, un savoir passe par une série d'adaptations depuis son état savant tel qu'enseigné à l'université jusqu'à sa recontextualisation en milieu scolaire. Les savoirs sont donc déjà simplifiés mais surtout adaptés aux contraintes didactiques du milieu. Ensuite, dans une perspective plus historique et selon André Chervel, les savoirs scolaires sont également « sédimentés » entre eux.²⁵ C'est-à-dire que les mêmes contenus sont enseignés de la même façon depuis des décennies. Cela a parfois légèrement, parfois profondément, modifié le savoir initial. Autrement dit, un savoir scolaire n'a plus énormément de rapport avec son équivalent universitaire. Les savoirs scolaires sont simplifiés et résumés à, par exemple, une liste d'artistes légitimisés dont on ne s'éloigne jamais. Ils sont ainsi dénaturés et il arrive souvent que ceux-ci soient inconsciemment falsifiés pour coller à la réalité scolaire et à ses contraintes. Le surréalisme, en tant que courant complexe à aborder pour un jeune public, n'a pas été épargné par ces deux phénomènes propres aux milieux scolaires.

Le mouvement surréaliste dans ce qu'il a de singulier est donc très rarement vulgarisé adéquatement : soit il est inaccessible pour les non-initiés, soit il est simplifié et résumé à outrance, soit il est dénaturé afin de coller à un programme et des compétences scolaires. Certains vulgarisateurs du web se sont donc attaqués à ce courant artistique insaisissable et abstrait. La plateforme YouTube compte désormais quelques dizaines de vidéos aux informations de qualité qui décèlent les grandes lignes de ce courant. Nombre d'entre elles sont toutefois construites directement sur le modèle scolaire et reprennent ainsi parfois point par point ce qui est présent dans les programmes.

Parler d'une question d'orientation féministe – la place des femmes dans le mouvement surréaliste et, plus largement, dans les milieux culturels – nous permet donc d'aborder le surréalisme à l'aide d'un angle d'approche sensiblement différent.

1.3. Vulgarisation d'enjeux sociétaux : féminisme

Quoi de mieux qu'un réseau social pour nous faire ouvrir les yeux sur des sujets sociétaux ? Nous avons vu précédemment que les gens, et surtout les jeunes, se renseignaient désormais majoritairement via les réseaux sociaux. Dès lors, le rôle de ceux-ci est également

²⁴ CHEVALLARD, Y., 1960. Dans : COLOMB, J., « Chevallard (Yves). — La Transposition didactique : du savoir savant au savoir enseigné », *Revue française de pédagogie*, vol. 76, France, 1986, p. 89-91 (en ligne).

²⁵ CHERVEL, A., 1988. Dans : SCHNEUWLY, B., RONVEAUX, C., « Une approche instrumentale de la transposition didactique », *Pratiques*, n°189-190, 2021, p.8 (en ligne).

de transmettre des informations sur les sujets au cœur des débats actuels, les sujets vifs qui divisent ou rassemblent.

C'est quand elle favorise l'esprit critique, la remise en question des idées préconçues, que la vulgarisation scientifique participe le plus à l'exercice de la démocratie.²⁶

Après tout, vulgariser c'est participer à créer un monde commun. La plupart des vulgarisateurs partagent une même démarche : ils tentent davantage d'inciter les gens à se poser des questions sur le monde qui les entoure plutôt que de transmettre des connaissances pures.²⁷

En outre, chaque citoyen peut, s'il le souhaite, publier son propre contenu de vulgarisation sur l'espace ouvert qu'est Internet. Tout le monde peut ainsi introduire sur le web le sujet qui lui semble important personnellement.²⁸ C'est ainsi que des thématiques plus engagées politiquement ou éthiquement apparaissent sur Internet. La professeure de communication Ingrid Mayeur parle de « *repolitisation* du champ du savoir »²⁹.

Depuis quelques années, les réseaux sociaux assistent à une vague, géographiquement variable, de médias dédiés aux femmes ou à leurs droits. Composer une vidéo au sujet des femmes dans un courant artistique et littéraire en 2022 constitue ainsi une opportunité de s'introduire dans un mouvement en plein essor tout en contribuant à un manquement sociétal. Dès lors, il nous a paru fécond de traiter la question surréaliste à travers un angle nouveau et actuellement au centre de nombreux débats : la place des femmes artistes dans le surréalisme.

²⁶ SORMANY, P., « La vulgarisation : un partage de l'ignorance », *Québec français*, n°102, Québec, 1996, p.67.

²⁷ MICHAUT, C., *Op. Cit.*, p.74.

²⁸ VANVOLSEM, H., *Vulgarisation 2.0. – YouTube au service d'une science citoyenne ?*, CPCP ASBL (Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation), Bruxelles, 2018, p.10.

²⁹ MAYEUR, I., « Pratiques de vulgarisation en sciences humaines et sociales : lacunes et zones d'ombre », *Dériv@tions – Circulation des savoirs, pratiques textuelles et discours numériques sur OpenEdition*, Hypothèses, 2016 (en ligne).

2. Les codes de la plateforme YouTube

2.1. Se construire une légitimité

Qui peut être vulgarisateur ? A cette question, Cécile Michaut, comme de nombreux autres vulgarisateurs, répondrait que c'est en vulgarisant que l'on devient vulgarisateur.³⁰ L'entraînement commence dès lors que l'on souhaite expliquer son sujet d'étude à un public profane, quel qu'il soit, dans n'importe quel contexte. Ainsi, par exemple, expliquer un phénomène scientifique autour de la table à manger afin d'observer en direct les incompréhensions et les réactions d'un petit public en temps réel est bien considéré comme de la vulgarisation.

Dès lors, si tout le monde peut être vulgarisateur, comment se construire une légitimité dans le milieu ? La plateforme YouTube a des codes qui lui sont propres et nous allons découvrir qu'ils diffèrent largement d'autres modes de partage de connaissances. Généralement, lorsqu'un chercheur propose une publication scientifique, il entre dans ce que les sociologues Bruno Latour et Steve Woolgar nomment « le cycle de crédibilité »³¹ : une publication génère de la reconnaissance par les pairs, des revenus et provoque ainsi une légitimité pour de nouvelles productions. La reconnaissance par les pairs et le fait de citer des sources reconnues sont alors des éléments fondamentaux pour légitimer une recherche.

Qu'en est-il des productions déposées sur la plateforme YouTube ? La crédibilité de ces productions ne passe pas par le même cycle que les publications traditionnelles. Elle ne provient pas de la qualité et de la quantité des sources scientifiques citées. D'ailleurs, celles-ci ne sont généralement pas mentionnées, ou du moins pas de manière universitaire.³² Mentionner les sources comme garantes d'une certaine maîtrise d'un domaine n'est donc pas obligatoire pour parler de ce domaine. Beaucoup affichent même une subjectivité assumée.

Dès lors, nous pouvons nous demander quels facteurs leur accréditent de la légitimité.

Premièrement, les dynamiques sociales sont assez importantes sur YouTube qui s'inscrit, comme la plupart des contenus du web, dans une « culture participative » (selon Will

³⁰ MICHAUT, C., *Op. Cit.*, p.67.

³¹ LATOUR, B., WOOLGAR, S., 1979. Dans : BAUR, *Op. Cit.*, p.13.

³² BAUR, M., *Ibid.*, p.14. et 16.

J. Grant et Dustin Welbourne).³³ Découle de cela une grande intertextualité entre les différents contenus de la plateforme. Il est très courant – et souhaité – que les youtubeurs recommandent les vidéos ou les chaînes de leurs collègues de la plateforme. Il est bien plus répandu de citer leurs vidéos et de les conseiller que de citer des sources de type universitaires et cela jouerait un rôle considérable dans la *co-construction* d’une crédibilité.³⁴

Deuxièmement, la construction de la crédibilité viendrait aussi de l’effort que le youtubeur fournit afin de présenter une vidéo de qualité. Le temps et l’investissement du travail de recherche et de montage semblent passer devant la mise en avant d’un quelconque diplôme dans le domaine vulgarisé.

Pour finir, la légitimité est également accordée au vulgarisateur grâce à sa relative proximité avec son public. Selon le philosophe français Yves Michaud, le principe de YouTube est que chacun puisse mettre la main à la pâte dans cette plateforme. C’est à la portée de tout le monde de pouvoir créer une vidéo, la poster, en commenter d’autres, etc. Il qualifie cela de « culture horizontale » car tous les usagers de la plateforme sont censés être sur le même pied d’égalité face à cet espace d’expression.³⁵ Surgit alors pour le vulgarisateur l’auto-construction d’un ethos que la chercheuse Pauline Adenot appelle « l’ethos *pro-am* » – comprendre « professionnel-amateur » – selon l’expression de Paul Miller et Charles Leadbeater (2004)³⁶. Il s’agit pour les créateurs de montrer qu’ils sont égaux à leur public, amateurs, mais qu’ils se sont renseignés ou professionnalisés dans un domaine en particulier.³⁷ Ainsi, la relation entre la personne qui vulgarise et son audience est davantage symétrique et plus humaine qu’un cours magistral, bien qu’elle ait lieu à travers un écran.

2.2. Le vidéaste, un énonciateur réel

Si les youtubeurs sont effectivement *pro-am*, nous pouvons nous demander quelles sont leurs stratégies discursives afin de se garantir une certaine crédibilité aux yeux du public. Nous observons que le youtubeur, afin de garantir la relation symétrique dont nous parlions ci-dessus, se place comme énonciateur réel.³⁸ Contrairement au chercheur traditionnel par exemple, il

³³ GRANT, W.J., WELBOURNE, D., 2016. Dans *Ibid.*, p.4.

³⁴ BAUR, M., *Ibid.*, p.14.

³⁵ MICHAUD, Y., *Op. Cit.*

³⁶ ADENOT, P., « Les *pro-am* de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l’ethos de l’expert en régime numérique », *Itinéraires – Littérature, textes, cultures*, Ethos numériques, 2015 / 2016, p.2 (en ligne).

³⁷ *Ibid.*, p.3.

³⁸ BAUR, M., *Op. Cit.*, p.14.

parle en son nom propre et n'hésite pas à se créer une identité – souvent associée à son identité visuelle. Il s'adresse directement à son public et place des marques de subjectivité dans son discours. Le vulgarisateur *pro-am* est dès lors décrit par Monica Baur comme une « figure hybride » :

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).³⁹

Bien que connaître les sources savantes ne semble pas intéresser le public présent sur YouTube, il est important pour lui de savoir qui s'adresse à lui. En connaître davantage sur la façon dont le vulgarisateur a puisé ses connaissances – est-il formé en la matière ? – est généralement pris en considération par la personne qui regarde la vidéo.⁴⁰

2.3. Le choix d'un public, le choix du public

Le public constitue à la fois le plus grand inconvénient de la vulgarisation scientifique sur YouTube et, en même temps, le plus grand avantage. Il est en effet impossible de savoir qui sera le récepteur de la vidéo que nous mettons en ligne. Peut-être sera-elle utilisée à des fins scolaires ? Peut-être sera-t-elle comprise d'une manière latéralement différente ? Notre audience est d'une hétérogénéité sans limite. Cerner ses attentes constitue donc un défi de taille qui nécessite un minimum d'interactions dans l'espace dédié aux commentaires. La seule manière de choisir partiellement son public est de développer une identité visuelle très forte et uniquement attrayante pour une partie de la population. Toutefois, malgré le flou qui plane au-dessus de cette hétérogénéité, le public de YouTube est un public bien plus facile qu'un public assistant à un cours magistral, par exemple. Il n'est pas captif, il a choisi d'être là.

Bien que nous ayons une tendance grandissante pour le *zapping*⁴¹, en particulier sur la plateforme YouTube, une fois que ce public a décidé d'être là et de regarder la vidéo en entier, il dispose de temps. Prendre son temps peut paraître normal quand nous sommes à la recherche de nouvelles connaissances mais il n'en va pas ainsi pour toutes les formes de vulgarisation. Par exemple, le vulgarisateur qui diffusera un podcast à la radio doit prendre en compte le fait qu'il sera impossible pour son auditeur de remettre en arrière un passage qu'il n'aurait pas bien

³⁹ *Ibid.*, p.16.

⁴⁰ *Ibid.*, p.5.

⁴¹ MICHAUT, C., *Op. Cit.*, p.73.

compris. Le youtubeur, quant à lui, peut espérer que son public pensera à mettre la vidéo sur pause ou à faire marche arrière s'il ne la suit pas de manière adéquate.

2.4. Quels types d'interactions sont-ils imaginables ?

Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'un des problèmes de la vulgarisation sur YouTube est le manque de moyens pour interagir avec notre audience. Bien qu'il y ait un espace dédié aux commentaires que les utilisateurs peuvent laisser, les interactions peinent à faire partie intégrante du processus de vulgarisation sur YouTube. YouTube, et les réseaux sociaux en général, sont-ils condamnés à n'accueillir que de la vulgarisation de type déficitaire ? Le consommateur de vulgarisation scientifique se retrouve seul derrière son écran. Dès lors, selon le philosophe et historien Paolo Quintili, il est tout à fait normal que celui-ci désire mêler ses réflexions à celles des autres et former ainsi une sphère d'intelligence collective. Quintili insiste donc sur l'importance primordiale que nous devons accorder au développement de ces espaces d'intelligence collective – les forums, les espaces virtuels dynamiques, etc.⁴² En outre, si l'on se penche avec le professeur Charles Crook sur les pratiques technologiques des jeunes, on remarque aisément « l'enthousiasme des jeunes pour les expériences hautement interactives »⁴³. C'est-à-dire que, loin des médias passifs qui nous occupaient alors avant comme la télévision, la radio, etc., les jeunes cherchent sans arrêt l'interaction. Crook ajoute que « les outils de communication pour l'apprentissage doivent être en continuité avec ceux qui sont retenus pour les échanges sociaux informels »⁴⁴. Investir davantage l'espace des commentaires nous semble donc pertinent.

Sans que cet échange soit rendu possible, ou du moins uniquement avec l'espace des commentaires, le vulgarisateur introduit – bien souvent malgré lui – un rapport unilatéral et asymétrique avec son récepteur. La seule manière de se sortir de cette situation est d'agir directement au sein de la vidéo elle-même. Soit le vulgarisateur interagit directement avec son récepteur dans la vidéo au moyen de marqueurs d'adresse fréquents ; soit le sujet-même de la vidéo est tellement ancré dans des préoccupations sociétales, ou fait polémique, que cela favorise davantage l'interaction entre vulgarisateurs et internautes.

⁴² QUINTILI, P., 2002., FEYFANT, A., « Encyclopédisme et savoir : du papier au numérique ». Dans : *Les dossiers de la veille*, INRP – Institut national de recherche pédagogique, France, 2006, p.16.

⁴³ CROOK, C., « La formation en ligne mieux que l'enseignement classique... Un pari hasardeux », *Critique de la raison numérique*, CNRS Editions, n°39, 2004, p. 73.

⁴⁴ *Ibid.*, p.6.

La vulgarisation sur YouTube appartient-elle dès lors exclusivement à l'approche déficitaire ? Non, pas forcément. Il est possible de produire une vidéo de vulgarisation de type dialogique rien que dans la façon dont on appréhende notre audience. Il est nécessaire d'en avoir une vision positive et de partir non de leurs lacunes mais bien de leurs questionnements et de leurs représentations du monde. On est ici sur un public capable de formuler des problèmes, des questions et de participer à un dialogue pour construire des réponses. Afin de connaître ces faits relatifs au public, il est important de pré-tester le sujet de la vulgarisation auprès d'un public quelconque. Le travail dialogique ne s'arrête toutefois pas une fois la vidéo finie. Après la vulgarisation, il est primordial d'offrir au public l'occasion de réagir et de poursuivre la discussion. Il faut ainsi prendre en compte les réactions de l'espace commentaires et de mobiliser leur contenu dans la vidéo suivante.

3. Choix et difficultés du travail vidéo

Il est temps à présent de se pencher sur notre production audiovisuelle présente sur la chaîne YouTube *Cultur'elles*. Quels ont été nos choix et qu'est-ce qui les a orientés ? Quelles ont été les difficultés rencontrées ?

3.1. Comment vulgariser un sujet si brumeux ?

La première difficulté qui s'est très rapidement imposée à nous a été le choix de notre sujet. Nous avons effectivement décidé de parler du courant surréaliste. Loin d'un sujet de sciences exactes, le surréalisme est réputé pour être l'un des courants artistiques les plus abstraits. Il n'est pas seulement difficile à comprendre mais présente réellement une abstraction totale dans ses fondements-mêmes et un certain flou dans ses frontières – Qui est surréaliste ? Qui ne l'est pas ? Qu'est-ce qui est réellement surréaliste ? Qu'est-ce qui était surréaliste à Paris mais ne l'était pas au Mexique ? etc. Rien que d'essayer de résumer ce courant en quelques phrases a été un véritable défi pour nous.

Selon Ariane Poulantzas, journaliste et philosophe, la vulgarisation scientifique n'est pas du tout semblable lorsqu'il s'agit de sciences exactes ou de sciences sociales dont fait notamment partie la philosophie. Le surréalisme, en tant que courant littéraire, artistique et philosophique nous semble rentrer dans ces critères. Poulantzas va jusqu'à questionner le fait même de vulgariser la philosophie : est-ce pertinent et sans danger pour l'intégrité du sujet ? Elle soulève la question suivante, qu'elle laisse ouverte :

Lorsque l'on parle de vulgarisation scientifique, on ne se demande pas si elle est légitime mais si elle est possible; il va de soi que le public a le droit, voire le devoir, de se tenir au courant des principales avancées scientifiques. Certes cette diffusion de la science, ou plutôt des sciences, n'est pas exempte de difficultés : comment faire l'économie de la technicité, comment simplifier sans trahir? Ces questions sont incontournables. Vulgariser, c'est nécessairement perdre en rigueur et en substance. Mais ces difficultés, voire ces limites de la vulgarisation scientifique n'invalident en rien la dignité de l'entreprise. Pourquoi n'en est-il pas de même pour la philosophie? La difficulté, la technicité, l'aridité seraient-elles encore plus fondamentales qu'en science? Non, bien sûr. Mais alors?⁴⁵

Une autre difficulté à vulgariser de manière audiovisuelle le surréalisme, et surtout les œuvres de ses artistes féminines, est que nous ne disposons pas réellement de vidéo. Le

⁴⁵ POULANTZAS, A., « La vulgarisation philosophique, pour ou contre ? », *Horizons philosophiques*, volume 8, n°2, Editions du Collège Edouard-Montpetit, 1998, p.3.

mouvement surréaliste n'est en effet plus actif depuis le dernier tiers du 20^{ème} siècle. Réaliser une capsule vidéo d'un sujet si intangible et abstrait sans preuve en images nous a semblé difficile. Le défi était alors de rendre les choses visibles, palpables avec uniquement quelques traits et quelques éléments graphiques dont nous parlerons par la suite.

La troisième chose qui a compliqué notre démarche réside dans la connaissance du sujet en lui-même. Faut-il être expert du sujet pour pouvoir le vulgariser correctement ? La question fait débat au sein de la communauté des vulgarisateurs⁴⁶. Nous avons réalisé notre mémoire de fin d'études sur la question des femmes dans le mouvement surréaliste. Nous avons ainsi fait maintes et maintes fois le tour de cette question épineuse. Dès lors, comment savoir si les mots et les explications que nous utilisons sont accessibles au grand public ? C'est un sujet que nous avons de nombreuses fois expliqué autour de nous. Nous avons donc essayé de partir de la base suivante : que comprennent-ils de nos explications ?

3.2. Choix techniques et narratifs

Dans l'objectif de créer cette vidéo, nous avons réfléchi durant de longs mois afin de voir ce qui collerait le mieux à notre sujet, que cela soit en termes techniques, stylistiques, narratifs ou discursifs. Afin d'expliquer ces choix et les obstacles qui se sont mis en travers de notre route, nous nous sommes permis de faire un petit écart aux normes académiques d'usage afin de nous exprimer à la première personne du singulier dans ce point 3.2. Celle-ci nous, me, paraît actuellement plus pertinente dans ce genre de contexte.

a. TECHNIQUES ET STYLISTIQUES

Tout d'abord, on peut se demander pourquoi avoir choisi le format vidéo pour créer mon dispositif de vulgarisation scientifique. J'ai toujours été moi-même une grande consommatrice de contenus de vulgarisation scientifique sur YouTube. Je trouve généralement ce format plus efficace qu'un podcast où rien ne vient aider les yeux à fixer l'information dans notre mémoire. Cette envie de composer sous un format vidéo est partagée par de nombreuses personnes. Par exemple, le créateur YouTube de la chaîne Axolot, Patrick Baud, dit à ce sujet :

⁴⁶ MICHAUT, C., *Op. Cit.*, p.78.

La vidéo permet de poser des effets de mise en scène, de poser une atmosphère, de jouer avec le montage, avec la narration. Cela permet d'illustrer les histoires de manière plus complète.⁴⁷

L'obstacle le plus conséquent auquel j'ai dû faire face est justement le montage de cette vidéo. L'utilisation du logiciel de montage Da Vinci Resolve m'est désormais familière pour monter des vidéos de style reportage. Ici, comme dit précédemment, je ne disposais pas de vidéo. J'avais envie d'un visuel mouvant avec des informations dessinées et écrites – pas de trop – qui arrivent çà et là. N'ayant aucune formation de *motion designer* ni d'infographiste, j'ai cherché durant de longues semaines la technique la plus aisée afin de pouvoir fabriquer par mes propres moyens un visuel qui ne rappellerait pas à chaque seconde mon amateurisme en la matière. Le logiciel Canva Pro s'est rapidement imposé à moi. J'ai bien conscience que celui-ci peut parfois être pointé du doigt – surtout sa version gratuite – car il est moins sophistiqué et présente une interface plus accessible que, par exemple, les produits proposés par la suite Adobe, notamment After Effect. Il m'a cependant séduite car c'est un logiciel très intuitif et visuel qui, selon moi, permet un très bon rendu pour une vidéo de vulgarisation scientifique. De nombreux éléments présents dans ma vidéo ont été dessinés par mes soins à l'aide du logiciel ProCreate Pocket. L'ensemble de la vidéo a ensuite été assemblé à l'aide du logiciel de montage Da Vinci Resolve.

En ce qui concerne le travail du visuel, j'ai essayé de garder une charte graphique cohérente tout au long de la vidéo. Les couleurs principales ont été choisies dans les tons mauves afin de confirmer la dimension féministe de mon travail. La banderole mauve-orange-rose aux motifs psychédéliques qui nous suit durant toute la vidéo rappelle le surréalisme. Ensuite, au niveau des dessins et des motifs, j'ai premièrement choisi de mettre de nombreuses fleurs. Sans vouloir verser dans une version un peu trop *girl power*, j'ai voulu rendre compte de l'influence de la nature et de ses beautés sur l'œuvre des femmes surréalistes. Deuxièmement, j'ai tenté d'illustrer un maximum mes dires par des dessins de type *one line*. La finesse des traits et la simplicité très évocatrice de ce genre d'illustrations m'ont semblé adéquates pour illustrer ce type de propos. Des photos d'artistes surréalistes découpées afin de les mettre en exergue sont également présentes tout au long de la vidéo. Il en va de même pour le logo⁴⁸ de la chaîne, que j'ai décidé de mettre en mauve pour souligner sa portée féministe.

⁴⁷ BAUD, P. Dans : DELATTRE, V., « Vidéos scientifiques sur Internet », @sciencecomptoir #LTvideosci, Edition numérique, Université Paris Diderot, 2018 (en ligne).

⁴⁸ Celui-ci se trouve en annexe de ce travail.

J'ai également tenté de diversifier mes illustrations en passant par des œuvres surréalistes, des dessins, des écrits, des photos de surréalistes, etc. J'ai longuement hésité à mettre plus ou moins d'exemples d'œuvres surréalistes afin d'explicitier mes propos. Cela a-t-il du sens de mettre une œuvre pour seulement quelques secondes ? Selon le directeur de musée Christian Bernard, les statistiques prouvent qu'un visiteur lambda accorde en moyenne moins de dix secondes aux œuvres d'art qu'il voit⁴⁹. Dès lors, diversifier et multiplier mes exemples m'a semblé pertinent.

Au niveau du traitement du son, j'ai enregistré ma voix à l'aide d'un micro zoom H2n et j'ai ensuite compilé cela avec le logiciel Audacity. La musique de fond a été créée par mon frère, sur mesure pour la vidéo : un mélange d'un rythme jazzy, un rappel des éléments de la nature (avec le chant des oiseaux) et une rythmique plus moderne au battement soutenu.

Le choix de faire une voix *off* et non une vidéo dans laquelle j'aurais été filmée du début à la fin est parti du fait que je trouvais plus important d'illustrer mes propos. Pour garder cette relative proximité avec mon audience, j'ai tout de même mis une photo de moi car il me semble important que le public voit la personne qui s'adresse à lui.

b. NARRATIFS ET DISCURSIFS

Résumer un sujet si vaste et complexe n'a pas été une tâche aisée. Pour moi, une bonne vidéo de vulgarisation scientifique ne dure jamais plus de dix minutes. Malheureusement, « Vulgariser, c'est clarifier, ce n'est pas simplifier »⁵⁰, je ne pouvais pas me contenter de résumer cette thématique en éludant certains détails alors que tous ceux que j'ai gardé me paraissent nécessaires à la bonne compréhension de cette thématique. Il me semble dès lors qu'il aurait peut-être fallu scinder cette vidéo en deux. Je nourris toutefois comme projet de créer une vidéo par femme artiste surréaliste. Il ne s'agissait donc que de la vidéo d'introduction et j'aime garder l'idée suivante : un sujet – une vidéo.

Afin de ne pas dépasser les 16 minutes qui constituent déjà ma vidéo, j'ai jugé opportun de ne pas trop m'étendre sur le sujet du surréalisme mais bien uniquement sur un sujet plus innovant. Ce courant artistique a en effet été vulgarisé de nombreuses fois sur YouTube. J'ai

⁴⁹ BERNARD, C., « Que peut-on communiquer d'une œuvre d'art ? », Culture & Musées, n°3, 2004, p.168.

⁵⁰ KLEIN, E. Dans : MICHAUT, C., *Op. Cit.*, p.81.

ainsi préféré conseiller deux consœurs de la plateforme, comme il est d'usage de le faire sur ce réseau social.⁵¹

Le choix des mots afin d'écrire mon script⁵² a été également longuement réfléchi. Michel Chevalet, professionnel de la vulgarisation scientifique depuis les années 1970, dit au sujet du langage utilisé en vulgarisation scientifique :

La difficulté c'est de trouver le langage compréhensible par tous ; compréhensible mais qui suscite l'intérêt de l'enfant, de l'adolescent surtout, mais aussi qui ne déçoive pas l'adulte qui se dirait « c'est bête ». C'est un subtil équilibre.⁵³

Il est donc important de garder un certain niveau tout gardant les notions les plus connues afin que premièrement le public les apprenne, deuxièmement qu'il ne se sente pas idiot en regardant la vidéo. Il est effectivement important de ne pas viser trop haut, de ne pas surestimer le public qui nous écoute.⁵⁴ Il ne faudrait pas non plus adopter un vocabulaire banal – mieux vaut qu'il soit simple que banal – car le français est une langue riche qui regorge de nuances dont certaines ne sont pas difficiles à saisir, elles sont assez claires. Il m'a également paru important de conserver certains mots propres au domaine surréaliste – inconscient, érotique, anarchiste, muse, etc. – que j'ai à chaque fois tenté d'expliquer au mieux en quelques mots. Se passer de ces termes ne nous semblait pas pertinent.

Une des spécificités des discours de vulgarisation tient à l'usage particulier qui est fait des termes. La vulgarisation est fondée sur un pari : celui de la dissolution discursive du jargon technique. Paradoxalement, ce jargon est nécessaire (sans jargon, où serait la nécessité de la vulgarisation ?) et confère aux discours de vulgarisation une certaine légitimité.⁵⁵

Afin de choisir ce qui allait apparaître, ou non, à l'écran, je me suis référée aux principes d'apprentissage multimédia d'après Richard E. Mayer. Selon le principe d'intégration multimédia, la présence d'image est souhaitée car apprendre avec des mots et des images est plus efficace que d'apprendre juste avec du texte. Si l'on met des animations et que le tout est bien construit, on dispose de plus de puissance cognitive pour traiter le sujet. Ensuite, selon le principe de modalité, il ne faut pas saturer les canaux visuels. Présenter de l'information d'un côté sur le canal visuel et de l'autre sur le canal auditif permet d'augmenter l'efficacité de la

⁵¹ BAUR, M., *Op. Cit.*, p.14.

⁵² Celui-ci se trouve en annexe de ce travail.

⁵³ CHEVALET, M., « Les techniques de la vulgarisation scientifique ». Par *BiTS – ARTE*, 2015 (en ligne).

⁵⁴ MICHAUT, C., *Op. Cit.*, p.69.

⁵⁵ DELAVIGNE, V., 2003. Dans : JACQUES, J., *Op. Cit.*

mémoire de travail et de réduire la charge cognitive. Une image animée combinée avec un texte oral, une voix *off*, donne de meilleurs résultats que si elle était combinée avec du texte écrit. J'ai ainsi allégé mon montage vidéo en écriture et n'ai laissé que l'essentiel. J'ai cependant davantage joué avec les frontières du principe de cohérence. Il signifie que tout ce qui est inutile ou superflu dans une présentation multimédia doit être éliminé car cela peut augmenter inutilement les efforts cognitifs du récepteur. J'ai essayé de rendre mon montage esthétique, bien qu'épuré, certains éléments ne sont donc pas fondamentaux pour la compréhension de la thématique.⁵⁶

Pour finir, j'ai décidé de prendre le temps de me présenter au début de la vidéo. Il me semble en effet important que le public voit la personne qui s'adresse à lui. A l'aide d'une photo décontractée et d'un vocabulaire familier « tu te demandes peut-être d'où je sors », j'ai essayé de me mettre sur le même pied d'égalité que mon auditeur. J'ai également introduit de nombreuses marques d'adresses tout au long de la vidéo : « N'hésite pas à aimer », « j'te répondrai au plus vite ! », « TtTtTt pas si vite ! Il est important que tu comprennes... », « Pour t'aider à comprendre... », « Bref tu comprends, je comprends, elles comprennent, on comprend tous », etc. afin de me rendre plus accessible et ainsi de favoriser le dialogue.

3.3. Retour des tests utilisateurs

Notre technique de montage – travailler en parallèle l'image et le son mais en ne pouvant que les assembler au dernier moment – ne nous a pas permis de réaliser un pré-test optimal. Nous avons su glaner quelques conseils par-ci par-là sur notre script, notre montage visuel et notre manière d'amener les choses mais jamais nous n'avons su proposer un produit fini au pré-test. Ces conseils provisoires nous ont tout de même été d'une aide précieuse. En effet, comme mentionné précédemment, nous avons tellement étudié cette thématique qu'il est difficile de distinguer avec clairvoyance ce qui est acquis ou non par un public non-initié au sujet.

Une fois le produit fini, nous avons mené une campagne d'évaluation de notre dispositif de vulgarisation de manière un peu plus complète. Là encore, ne sachant plus améliorer notre vidéo, nous avons recueilli des avis positifs et négatifs de manière assez informelle auprès de 14 personnes. La tranche d'âge de notre échantillon oscillait entre 16 et 55 ans. Nous avons pris

⁵⁶ LE GAC, L., « Les 10 principes de l'apprentissage multimédia d'après Richard E. Mayer », thinkOverly, 2017 (en ligne).

soin de ne pas demander à trop de proches de faire partie de notre échantillon, leur avis étant parfois trop subjectif et biaisé. Lorsque cela a tout de même été le cas, nous leur avons demandé de souligner autant de points d'amélioration que de points positifs. Leurs différents avis ont été retranscrits ou transposés tels quels, en vrac, en annexe. Cette évaluation, nous importe beaucoup pour la suite de la construction de la chaîne. Connaître l'avis des gens est en soi une façon de dialoguer également.

En quelques points, nous avons tenté de dresser la synthèse des grandes lignes des retours qui nous ont été adressés après visionnage du produit fini.

Beaucoup soulignent l'esthétique assez plaisante et efficace de notre design visuel. Ils ont, pour la plupart, relevé le côté varié de nos choix d'illustrations : tantôt des dessins se présentent à nous, tantôt du texte, des œuvres, des photos, etc. Certains ont également souligné le fait que les illustrations aidaient beaucoup à la compréhension : que cela soit les numéros pour organiser nos idées (lors de l'explication générale sur le surréalisme), la ligne du temps qui mettent les informations dites en perspective, etc. Au niveau du visuel, il y a environ le tiers des personnes interrogées qui soulignent toutefois quelques petits faux raccords (qui ne nuisent pas à la compréhension globale). Deux autres personnes ont relevé la couleur des titres – orange – qui leur paraît inadaptée car elle est peu lisible. Certains, pour donner suite à l'une de nos questions – « n'y a-t-il pas trop d'informations ? » – nous ont assuré que le dosage entre les informations orales et visuelles était bien respecté. Il y en a trois qui ont félicité le nombre d'exemples donnés à l'aide de projections d'œuvres artistiques. Pour finir avec le visuel, une personne sur les quatorze a relevé un léger abus au niveau du nombre de fleurs et du côté un peu trop rose et « girly ». Nous sommes assez d'accord avec elle et nous pensons que, à refaire, nous expliciterions mieux notre choix de visuel.

Le point négatif qui revient le plus souvent – presque tous les participants à notre étude l'ont relevé – est l'ajout de sons secondaires à certains moments (bruits de guerre, de pages de livre, de violon, etc.) qui n'ont visiblement pas été bien réglés et couvrent ainsi partiellement notre voix. Les transitions sonores entre deux enregistrements sont également parfois un peu brusques. En revanche, trois personnes sur les quatorze interrogées ont dit de la musique de fond qu'elle était très bien adaptée à la thématique. La plupart ont également trouvé agréable notre timbre de voix qui, paraît-il, semble adapté à ce genre de format de vulgarisation scientifique.

Par ailleurs, il y a environ la moitié des personnes interrogées qui ont apprécié le l'emploi du tutoiement pour l'auditeur et le fait que nous nous rendions proche et disponible.

Une personne, cependant, trouve que nous aurions pu nous rendre encore plus disponible et introduire davantage de marques d'adresse.

Quelques-uns nous ont dit que l'on ne se rendait pas compte que seize minutes de vidéo passaient parce que le sujet est intéressant et que le dispositif est entraînant. L'avis général est que c'est une vidéo au contenu assez riche mais qui se laisse lire et comprendre aisément grâce aux dispositifs visuels et sonores que nous avons mis en place. Finalement, trois d'entre eux nous ont dit avoir hâte de découvrir la suite de la vidéo et deux d'entre eux, l'une professeure et l'autre fils de professeur, trouvent que c'est un moyen sympathique et intéressant d'amener le sujet du surréalisme et du féminisme en classe – ce qu'ils feront ou conseilleront autour d'eux.

4. Conclusion

Vulgariser un sujet quelconque de manière audiovisuelle sur Internet n'est pas une chose aisée. La prise en compte constante des prérequis de notre public cible, le souci du détail visuel et l'envie d'une bande son originale et interactive, constituent un travail de longue haleine. Cependant, lorsqu'il s'agit de notre thématique de prédilection – le surréalisme au féminin –, la tâche est plus agréable mais d'autant plus ardue. Quels sont les concepts maîtrisés initialement par mon audience ? Vont-ils y trouver autant d'intérêt que moi ?

Alors que la vulgarisation de sujets se rapprochant des savoirs scolaires prend de plus en plus de place sur le web et que la génération Z ne se renseigne maintenant que presque exclusivement à l'aide des médias sociaux, nous avons vu une opportunité de créer notre chaîne YouTube. Ce contexte constitue effectivement un terrain fertile pour ce genre de création. Par ailleurs, exploiter un savoir assez classique et de type scolaire à la lueur d'un nouvel angle nous a paru intéressant. Ce nouvel angle qui est, qui plus est, au cœur des débats actuels : la position des femmes dans la culture et, plus encore, au sein de la société.

Adopter les particularités de cette plateforme pour mieux s'y fondre nous a permis de réaliser ce mémoire-projet dans un environnement qui nous est quotidien. Là réside sans doute le principal enjeu de notre projet : nous jouons sur un terrain de jeu que nous pensons tous connaître – la plateforme YouTube – avec un sujet que nous connaissons justement personnellement trop bien mais que les gens maîtrisent généralement très peu. A l'heure de la démocratisation des savoirs, à l'heure où toute information peut être rendue accessible en un millième de seconde, nous sommes fière d'avoir proposé un contenu au sujet vu comme opaque et généralement inaccessible et, en même temps, un contenu qui soit engagé pour une cause qui nous tient à cœur – la place des femmes au sein de la culture. Nous avons d'ores et déjà hâte de pouvoir continuer ce projet, tout en maintenant le dialogue avec les curieux qui se perdront sur *Cultur'elles*.

5. Bibliographie

Sources scientifiques principales pour la partie réflexive :

ADENOT, P., « Les *pro-am* de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l'éthos de l'expert en régime numérique », *Itinéraires – Littérature, textes, cultures*, Ethos numériques, 2015 / 2016, 17 p., <http://journals.openedition.org/itineraires/3013>.

ASSELIN, C., « Les réseaux sociaux utilisés pour accéder à l'information en France », 2021. Dans : Digimind – an Onclusive company, Datamind, France, <https://blog.digimind.com/fr/agences/les-r%C3%A9seaux-sociaux-utilis%C3%A9s-pour-acc%C3%A9der-%C3%A0-l'information-en-france>.

BAUR, M., « La lutte contre la désinformation sur YouTube (Étude d'une pratique de vulgarisation scientifique à travers le traitement du film *La révélation des pyramides* par des vidéastes vulgarisateurs) », *OpenEdition Journals*, Information médias théorie pratique, Vol. 38/2, 2021, 21 p. <https://doi.org/10.4000/communication.14314>.

BERNARD, C., « Que peut-on communiquer d'une œuvre d'art ? », *Culture & Musées*, n°3, 2004, p.165-170, https://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2004_num_3_1_1193?fbclid=IwAR2IAfelXo337hxrRrYuSg3ryIrXlhZbShwRfHTekIB8Z13TO9a6zJJc0jY.

CHEVALET, M., « Les techniques de la vulgarisation scientifique ». Par *BiTS – ARTE*, 2015, 3'56, <https://www.youtube.com/watch?v=38d9neHFIqY>.

CHOQUETTE, D., « 8 formes d'intelligence », 2017. Dans : *Le Journal de Montréal – JM Psycho*, Montréal, 2017 <https://www.journaldemontreal.com/2017/09/01/8formes-dintelligence>.

COLIN, P., « Enseignement et vulgarisation scientifique : une frontière en cours d'effacement ? Une étude de cas autour de l'effet de serre ». Dans : *Spirale. Revue de recherches en éducation*, n°48, 201, p.63-84.

COLOMB, J., « Chevallard (Yves). — La Transposition didactique : du savoir savant au savoir enseigné », *Revue française de pédagogie*, vol. 76, France, 1986, p. 89-91, https://www.persee.fr/doc/rfp_0556-7807_1986_num_76_1_2401_t1_0089_0000_1.

CROOK, C., « La formation en ligne mieux que l'enseignement classique... Un pari hasardeux », *Critique de la raison numérique*, CNRS Editions, n°39, 2004, p.69-76, <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-2-page-69.htm>.

DELATTRE, V., « Vidéos scientifiques sur Internet », *@sciencecomptoir #LTvideosci*, Edition numérique, Université Paris Diderot, 2018, <https://sciencedecomptoir.cafe-sciences.org/wp-content/uploads/sites/12/2019/01/2018-videos.pdf>.

FEYFANT, A., « Encyclopédisme et savoir : du papier au numérique ». Dans : *Les dossiers de la veille*, INRP – Institut national de recherche pédagogique, France, 2006, 21 p.

JACQUES, J., *LCOMU2600 – Vulgarisation scientifique*, Université catholique de Louvain-la-Neuve, Département de communication, cours dispensé de septembre à décembre 2021.

LE GAC, L., « Les 10 principes de l'apprentissage multimédia d'après Richard E. Mayer », thinkOvery, 2017, <https://thinkovery.com/blog/10-principes-de-lapprentissage-multimedia-dapres-richard-e-mayer/>.

MAYEUR, I., « Pratiques de vulgarisation en sciences humaines et sociales : lacunes et zones d'ombre », *Dériv@tions – Circulation des savoirs, pratiques textuelles et discours numériques sur OpenEdition*, Hypothèses, 2016, <https://driv.hypotheses.org/198>.

MICHAUD, Y., « En matière de culture, il y a un avant et un après YouTube », *BibliObs*, 2014, <https://bibliobs.nouvelobs.com/essais/20140415.OBS3958/en-matiere-de-culture-il-y-a-un-avant-et-un-apres-youtube.html>.

MICHAUT, C., *Vulgarisation scientifique – Mode d'emploi*, EDP (Éditions Diffusion Presse) Sciences, France, 2014, 159 p.

SCHNEUWLY, B., RONVEAUX, C., « Une approche instrumentale de la transposition didactique », *Pratiques*, n°189-190, 2021, 21 p., <https://journals.openedition.org/pratiques/9515?lang=en#tocto1n6>.

SORMANY, P., « La vulgarisation : un partage de l'ignorance », *Québec français*, n°102, Québec, 1996, p.64-67.

VANVOLSEM, H., *Vulgarisation 2.0. – YouTube au service d'une science citoyenne ?*, CPCP ASBL (Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation), Bruxelles, 2018, 20 p.

Sources pour le contenu de la vidéo :

Principalement : PIROTTE, E., "La position ambiguë des femmes dans le surréalisme : Le cas d'Irène Hamoir dans l'expérience collective bruxelloise", Université catholique de Louvain-la-Neuve, 2021, 119 p., <https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/en/object/thesis%3A32195>.

DE BEAUVOIR, S., *Faut-il brûler Sade ?*, 1951. Cité dans Taibi, N., « Ce que Sade nous dit de la libération des femmes », Slate Studio, janvier 2019, <http://www.slate.fr/story/172059/sade-liberation-femmes-feminisme>.

BOITTIEUX, I., « Les femmes du surréalisme : en quête d'absolue liberté ». Dans *Beaux-arts Magazine*, Série-Femmes en mouvement, octobre 2020, <https://www.beauxarts.com/grand-format/les-femmes-du-surrealisme-en-quete-dabsolue-liberte/>.

BRETON, A., *Arcane 17*, Éditions Pauvert, Paris, 1971, 170 p.

CHADWICK, W., *Les femmes dans le mouvement surréaliste*, Éditions du Chêne, Paris, 1986 (édition en langue anglaise en 1985, Thames and Hudson), 256 p.

COLVILLE, G., « Biographie et psychanalyse des femmes surréalistes », *Itinéraires (littérature, textes, culture)*, 2012, p.123-135, <http://journals.openedition.org/itineraires/1290>.

DROULIN, D., *Man Ray et la mode : les femmes dans l'œil des surréalistes*, The Conversation : Arts + Culture, mars 2021, <https://theconversation.com/man-ray-et-la-mode-les-femmes-dans-loeil-des-surrealistes-155009>.

FÜZESI, P., « Femmes autour des surréalistes, femmes surréalistes », *Revue d'études françaises*, n°10, Université Eötvös Loránd, Budapest, 2005, p.157-167.

JOUBERT, S., « Célébrées et exclues », *Spirale magazine culturel*, n°187, novembre-décembre 2002, p.36-37, <https://id.erudit.org/iderudit/17109ac>.

LALANCHE, M., « Femmes surréalistes : corps et art », GF – *La Gazette des femmes* (Arts et Culture), Québec, 2012, <https://gazettedesfemmes.ca/6174/femmes-surrealistes-corps-et-art/>.

POULANTZAS, A., « La vulgarisation philosophique, pour ou contre ? », *Horizons philosophiques*, volume 8, n°2, Editions du Collège Edouard-Montpetit, 1998, 7 p.

ROUQUETTE, S., « Hans Bellmer, la femme et la poupée ». Dans Halbout, R-M. (dir.), *Figures Miroir*, Cahiers Jungiens de la psychanalyse, n°117, 2006, p.17-24, Cairn.info, <https://www.cairn.info/revue-cahiers-jungiens-de-psychanalyse-2006-1-page-17.htm>.

TAPPEINER, M.A., (chaîne : Claudia Auer), *Le surréalisme au féminin*, ARTE D 2019, Février 2020, 52 minutes, https://www.youtube.com/watch?v=P_gErzGUuM8.

