

DOSSIER 2025 B

REVUE SCIENTIFIQUE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

Numéro 2/2025 (25/2) - Dossier 2025 B

Enjeux publics de la médiatisation des sciences

Ce dossier a été coordonné par Marie-Christine **Bordeaux** et
Mikaël **Chambru**

Saliha **Hadna**, Yoann **Garcia**, Stéphane **Djahanchahi**, Olivier **Trédan**,
Marie-Claude **Savoie**, Fabio Henrique **Pereira**, Léo **Tertrais-Flamand**,
Alex **Maignan**, Benoist **Blanchard**, Nicolas **Brard**, Sarah **Rakotoary**,
Odile **Chatirichvili**

Mise en page : Sonia BAZAOUI & Cédric COUSTELLIÉ
Design graphique : Laurence PAYAN
Tous droits réservés
Publication numérique : 4e trimestre 2025
© 2025 Les Enjeux de l'information et de la communication

Table des matières

Marie-Christine Bordeaux et Mikaël Chambru-	5
▶ Introduction : enjeux publics de la médiatisation des sciences	
Saliha Hadna	12
▶ Les formes de production d'ignorances dans l'expertise sur la pollution de l'air	
Yoann Garcia	23
▶ Perturbateurs endocriniens et prévention individuelle : quand la médiation des savoirs en santé environnementale opère comme dispositif biopolitique	
Stéphane Djahanchahi	37
▶ Médiation des savoirs et légitimation des pratiques de santé : le cas de l'automédication au cannabis thérapeutique	
Olivier Trédan, Marie-Claude Savoie, Fabio Henrique Pereira	52
▶ Des usages ordinaires de la science ? Analyse du recours aux savoirs scientifiques dans un quartier à Québec	
Léo Tertrais-Flamand, Alex Maignan	67
▶ De la vulgarisation à l'autodiagnostic : une histoire éditoriale des tests dans Psychologies Magazine (1970-2020)	
Benoist Blanchard	83
▶ La médiatisation des vulgarisateurs scientifiques sur YouTube : figures et légitimation de pratiques en voie de professionnalisation	
Nicolas Brard	98
▶ De nouveaux acteurs de la médiation scientifique sur Instagram ? L'exemple du traitement de la santé mentale par Brut, Konbini et FranceTVSlash	
Sarah Rakotoary	110
▶ Communiquer la science : pratiques et discours de créateur·rice·s de contenus sur TikTok	
Odile Chatirichvili	124
▶ Clichés mathématiques. Mises en récit visuelles de la recherche dans une publication de L'Institut Henri Poincaré : entre communication institutionnelle et médiation des sciences	

Enjeux publics de la médiatisation des sciences

Article inédit, mis en ligne le 8 décembre 2025.

Marie-Christine Bordeaux

Professeure des universités en Sciences de l'information et de la communication, Université Grenoble Alpes, laboratoire Gresec. Ses travaux portent sur la médiation culturelle, artistique et scientifique, l'éducation artistique et culturelle, les publics dits « spécifiques », les amateurs et plus largement sur les formes conventionnelles et émergentes de la démocratisation et de la démocratie culturelles.
marie-christine.bordeaux@univ-grenoble-alpes.fr

Mikaël Chambru

Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication, Université Grenoble Alpes, laboratoire Gresec, co-directeur du labex ITTEM. Ses travaux de recherche portent sur la mise en public des sciences et sur les controverses publiques dans les territoires de montagne.
mikael.chambru@univ-grenoble-alpes.fr

Introduction

Ce double dossier thématique est consacré à des recherches récentes sur les usages sociaux des savoirs scientifiques en sciences humaines et sociales, plus particulièrement ici en sciences de l'information et de la communication et en sociologie. Il propose de faire un état des lieux des dynamiques de recherche et des connaissances relatives à la médiation scientifique afin d'en analyser les mutations, les enjeux et les perspectives dans un contexte sociopolitique où l'expression « science-société » tend à remplacer celle de « culture scientifique », à laquelle était consacré, dix ans auparavant, un supplément des *Enjeux* (Bordeaux et Cartellier, 2015). Ces deux expressions sont convergentes dans les visées qu'elles désignent (diffuser les savoirs, partager l'intérêt pour les sciences, mettre en débat les choix de politique scientifique, etc.) et recouvrent à peu près le même périmètre d'acteurs et de stratégies. Cependant, prendre acte de l'évolution du vocabulaire institutionnel permet de désigner l'apparition de nouvelles préoccupations publiques. Dès lors, il convient d'examiner dans une perspective critique ce champ social et professionnel, sa genèse, ses transformations, ses enjeux actuels et à venir. C'est ce que propose ce double dossier thématique qui fait suite à l'organisation de deux manifestations scientifiques à la MSH Alpes : le colloque *Dynamiques des recherches en communication et médiation scientifiques : Transmettre, hybrider, partager, débattre* (14-15 novembre 2024) et le séminaire *Enjeux et perspectives de la culture scientifique*, qui s'est tenu de 2021 à 2025. Cette dynamique scientifique portée par l'Université Grenoble Alpes fait écho à un autre séminaire de recherche organisé, depuis 2017, à la MSH Alpes relatif aux controverses publiques autour des sciences et aux problèmes socio-environnementaux (Chambru, 2021).

Les articles rassemblés dans ce double dossier thématique portent sur une large étendue de pratiques sociales, d'organisations et de dispositifs relatifs à la relation sciences et société. Il regroupe un ensemble de politiques publiques, de structures professionnelles et militantes et de modalités d'action, d'où émergent de nouvelles thématiques et de nouvelles pratiques sous l'influence de questions sociétales, politiques et environnementales. Ces articles prolongent et actualisent ainsi des travaux plus anciens consacrés à la vulgarisation

scientifique (Jacobi, 1999 ; Jurdant, 2009), aux institutions et organisations dédiées à la recherche (Vinck, 1995 ; Le Marec, 2010), à la médiation scientifique, aux politiques publiques scientifiques et de culture scientifique (Bensaude-Vincent, 2010 ; Chavot et Masseran, 2015 ; Las Vergnas, 2011), aux musées de sciences (Schiele, 2001), au niveau de culture scientifique des populations (Godin *et al.*, 1998), à l'éducation formelle et non formelle aux sciences (Jacobi *et al.*, 1990), aux enjeux communicationnels des institutions productrices de savoirs et à la publicisation de la science (Pailliart, 2005 ; Chambru *et al.*, 2025).

Interroger les modèles de sociodiffusion des savoirs et de gestion des écarts et des tensions entre sciences et société

La plupart des auteurs s'accordent sur l'idée qu'il existerait trois grands modèles successifs de la relation entre science et société (notamment Bensaude-Vincent, 2010 ; Urbas, 2022 ; Chavot et Masseran, 2015) : *Public Understanding of Science* (vulgarisation scientifique), *Public Understanding of Research* (démarche d'expérimentation et d'investigation sur le modèle de la démarche scientifique), *Public Engaging with Science* (sciences citoyennes, recherche participative, débat public sur les sciences et leurs usages). Si la succession historique de ces modèles est bien attestée, et si les acteurs s'y réfèrent concrètement, les textes rassemblés dans ces deux dossiers thématiques témoignent du fait qu'ils sont simultanément mobilisés dans les actions sciences et société, bien que le troisième soit systématiquement présenté par les acteurs comme contradictoire, voire inconciliable, avec le premier modèle.

D'un point de vue plus analytique, au-delà de ces trois catégories élaborées par les acteurs, le monde (professionnel et militant) de la culture scientifique s'appuie sur une double genèse historique, adossée à deux grands modèles de sociodiffusion des savoirs et de gestion des écarts et des tensions entre sciences et société : le modèle éducatif d'une part, le modèle politique critique d'autre part, ailleurs dénommés « didactique » et « idéologique » (Las Vergnas, 2011). Ces deux modèles sont en tension, car ils sont à la fois contradictoires entre eux et mobilisés simultanément dans les discours d'accompagnement et dans les principes posés en amont des actions concrètes de médiation scientifique. Le premier modèle repose sur une vision légitimiste, scolaire ou parascolaire, de la transmission des savoirs : centré sur la transmission et la sociodiffusion, il se réfère à un double paradigme éducatif, ancré dans l'éducation formelle et non formelle. Le second modèle repose sur une vision a-scolaire, voire antiscolaire, de la transmission et de la relation aux sciences, où les savoirs institués n'occupent pas une place centrale : il se réfère à un paradigme critique et transgressif, portant une vision politique de la relation sciences et société sous la forme de contre-modèles de politique publique. En d'autres termes, ces deux modèles génétiques renvoient à des mises en récit distinctes du monde social et à des formes plurielles d'organisation idéale de l'espace public (Bodin, 2022), où se rejouent les tensions entre savoir, pouvoir et démocratie (Chambru *et al.*, 2025). Il s'agit donc d'analyser les effets de la médiatisation des sciences en tant que vecteurs possibles de diffusion, d'éducation et de participation, mais aussi en tant qu'espaces de mise en critique des sciences, de leurs applications et des politiques scientifiques.

Ce second dossier est consacré à l'étude des formes de médiatisation des sciences : quelles sont leurs évolutions et quelles sont les conséquences engendrées par l'arrivée des nouvelles plateformes numériques ? Quels sont les enjeux et les tensions qui caractérisent ces mises en scène médiatiques des savoirs scientifiques ? Quelles dynamiques sociales et politiques les sous-tendent et s'y jouent ?

La médiatisation des sciences est ici envisagée comme un processus par lequel un discours scientifique initialement produit dans un champ spécialisé et régi par des normes épistémiques est transformé en un discours médiatique soumis aux logiques sociales du champ journalistique. Elle relève donc davantage de logiques médiatiques et implique une reconstruction du sens avec une double visée d'information (faire savoir) et de captation de

l'attention (susciter l'intérêt) : les savoirs scientifiques sont ainsi reconfigurés selon les contraintes du contrat de communication médiatique (Charaudeau, 2008). Ces discours scientifiques médiatisés interrogent de longue date et de manière spécifique les relations entre sciences et société : « ils émergent dans l'espace public, y éveillent des enjeux, ils sont répercutés en retour vers les laboratoires » (de Cheveigné, 1997, p.15).

La médiatisation des sciences comme forme singulière de publicisation

Dans ce contexte, croiser analyse des médias et analyse des usages sociaux des savoirs permet de comprendre de quelle manière « se confrontent différents types de construction de la réalité à travers les formes du discours et comment sont activés des rapports de légitimité liés au pouvoir de dire quelque chose de vrai sur le monde » (Le Marec et Babou, 2004, p.9). Ces luttes pour l'énonciation publique du « vrai » entre différents acteurs sociaux qui sont en concurrence sont particulièrement observables depuis les années 2010 autour des *fake news* et des pratiques du *fact checking* (Bodin et Chambru, 2019). En cela, la médiatisation des sciences se présente comme une « appropriation excluante » de l'expertise des chercheurs, conjointement aux tensions qui traversent les sciences contemporaines et leurs liens avec une société en mutation dans ses rapports avec les savoirs (Boukacem-Zeghmouri et Rodríguez-Bravo, 2019).

Cette médiatisation repose sur des processus dynamiques qui contribuent à façonner le social et les sociétés contemporaines, et pas seulement à les représenter. Considérée sous cet angle, elle « consiste en la mise en média d'individus, de groupes ou d'institutions par la construction de produits médiatiques formalisés, dans une visée stratégique, impliquant des pratiques collectives de consommation » (Lafon, 2019, p.163). La médiatisation est, en effet, une forme singulière de publicisation dans la mesure où elle participe à rendre visibles des acteurs, des savoirs et des enjeux dans l'espace public. Se distinguant des médiations traditionnelles, fondées sur la transmission, par le fait qu'elles impliquent un processus socio-techno-discursif, ces médiatisations se fragmentent et se diversifient à mesure que se segmentent les pratiques de l'information scientifique : « il y a médiatisation des sciences chaque fois qu'une explication scientifique est demandée pour éclairer un sujet d'actualité » (Rouquette, 2011, p.24). Elles sont donc plus que jamais multiformes, aussi bien sur la forme que sur le fond, quels que soient la plateforme de sociodiffusion et les acteurs engagés dans ce processus. Les scientifiques ne sont en effet pas les seuls à y participer : leurs paroles sont sans cesse confrontées à d'autres paroles, elles-mêmes fondées sur d'autres rationalités et d'autres légitimités.

Les chercheurs collaborent en premier lieu avec les journalistes scientifiques, acteurs essentiels de la sociodiffusion médiatique des savoirs, qui ont leurs propres visions de leur métier ainsi que leurs propres manières de produire l'information et de rendre compte de l'actualité scientifique (Joux, 2023). Ces derniers cherchent généralement à rendre les propos scientifiques plus accessibles, tout en les inscrivant dans un cadre communicationnel souvent conflictuel afin de « conduire et de rationaliser le débat en transformant des données scientifiques complexes en objet social et politique que peuvent appréhender des publics, des groupes, des collectifs » (Sicard, 1997, p.152). En d'autres termes, lorsqu'il y a médiatisation, ce sont souvent les journalistes plutôt que les chercheurs qui assurent les médiations successives. Dans ces rencontres médiatiques, scientifiques et journalistes engagent donc les enjeux propres à leurs positions dans leurs champs respectifs » : les normes de régulations internes et les hiérarchies établies au sein du champ scientifique jusqu'alors admises par la communauté des chercheurs sont alors bousculées par la prise en compte des logiques propres au champ du journalisme (Pinçon et Pinçon-Charlot, 2005, p.143).

Ces différentes formes de médiatisation redéfinissent ainsi les frontières entre production scientifique, communication publique et opinion. En cela, elles rendent nécessaire une analyse renouvelée des dispositifs, acteurs et pratiques qui façonnent les dimensions sociales des discours scientifiques médiatisés. Elles invitent également à interroger à la fois les

dispositifs médiatiques, les plateformes numériques aux formats journalistiques (Guéraud-Pinet, 2022) et les conditions d'énonciation des discours scientifiques dans l'espace public. Dès lors, comment la médiatisation des sciences contribue-t-elle à façonner les représentations publiques des savoirs scientifiques ? Quelles logiques discursives et institutionnelles président à la mise en visibilité des sciences ? Et comment les acteurs que sont les chercheurs, journalistes, institutions et les publics négocient-ils la légitimité de cette parole ? Ces interrogations invitent à penser la médiatisation des savoirs comme un espace de ré-énonciations successives entre sciences, médias et société où les discours scientifiques circulent, se transforment et se reconfigurent à travers différents régimes médiatiques, et où s'élaborent de nouvelles formes de rapport au savoir (Masseran et Chavot, 2003).

Médias, médiations et médiatisations des savoirs scientifiques

Les contributions réunies dans ce dossier s'inscrivent dans cette perspective. À partir de terrains et d'approches variés, elles analysent la manière dont les sciences se donnent à voir, à lire et à débattre dans l'espace public contemporain. L'ensemble interroge à la fois les formes discursives et les dispositifs médiatiques qui participent à la construction publique des savoirs scientifiques dans un contexte marqué par la reconfiguration des espaces de publicisation.

Ce dossier débute par trois articles portant sur des situations de controverses sanitaires et environnementales. Le premier aborde la controverse autour de la qualité de l'air à Saint-Nazaire. Saliha Hadna montre la manière dont les revendications locales en faveur de la production de données épidémiologiques se heurtent à plusieurs formes d'ignorances construites par les discours des experts. Dans le second, Yoann Garcia s'intéresse à une autre controverse liée à la santé environnementale : les perturbateurs endocriniens. Il analyse en quoi la médiation des savoirs tend à reproduire les inégalités sociales, tout en laissant intact le problème des expositions multiples aux substances chimiques. Le troisième article se focalise sur l'automédication au cannabis thérapeutique. En étudiant les forums d'utilisateurs et de cultivateurs de cannabis à visée thérapeutique, Stéphane Djahanchani interroge les dimensions normatives de ces dispositifs pour examiner les logiques de légitimation des connaissances qui sous-tendent la sociodiffusion des savoirs pratiques liés à l'automédication en marge des autorités sanitaires.

Ensuite, Olivier Trédan, Marie-Claude Savoie et Fábio Henrique Pereira se penchent sur la manière dont les réunions publiques, les médias locaux et les espaces de discussion en ligne mobilisent les savoirs scientifiques dans le cadre de leurs activités. À partir d'une enquête conduite dans un quartier de Québec, ils relèvent un certain désintérêt des répondants pour les dispositifs de vulgarisation de la science, y compris pour le journalisme. À l'inverse, Léo Tertrais-Flamand et Alex Maignan s'intéressent au succès public de Psychologies Magazine depuis les années 1970. En analysant l'évolution des formes et fonctions des tests psychologiques qui y sont publiés, ils mettent en évidence que leur vocation est à la fois tributaire des dynamiques éditoriales du magazine de vulgarisation scientifique, et, plus généralement, des recompositions de la culture psychologique et des professions psychothérapeutiques contemporaines.

Le dossier se poursuit par trois articles consacrés aux médiatisations des sciences sur les plateformes numériques. Benoist Blanchard examine la manière avec laquelle les vulgarisateurs scientifiques amateurs francophones sur YouTube sont perçus, décrits et légitimés dans la presse française. Les vidéastes jouent un rôle important dans la réception publique des sciences en même qu'ils témoignent de la diversité des rôles attribués aux savoirs scientifiques dans l'espace médiatique. Nicolas Brard propose, quant à lui, d'analyser l'essor des médias vidéo sur Instagram et leur place dans la médiatisation des savoirs. À partir du traitement du sujet de la santé mentale par Brut, Konbini et FranceTVSlash, il met en lumière une convergence des enjeux entre les médias vidéo et la médiation scientifique, conjointement à une évolution de la professionnalisation et des légitimités dans la

sociodiffusion des savoirs. Sarah Rakotoary examine de son côté les dynamiques de la vulgarisation scientifique sur TikTok en se focalisant sur l'écriture scientifique « plateformisée ». Son analyse révèle la manière dont ces acteurs construisent et affirment leur identité numérique tout en naviguant entre les exigences des algorithmes et les attentes de leur public.

Enfin, le dernier article de ce dossier porte sur les mises en récit visuelles de la recherche mathématique dans une publication de l'Institut Henri Poincaré. Odile Chatirichvili examine la construction d'une image spécifique des mathématiciens, des mathématiques et de la recherche mathématique dans un contexte de redéfinition de l'image institutionnelle de la recherche scientifique.

Prises dans leur ensemble, ces contributions offrent une lecture cohérente et plurielle des dynamiques contemporaines de médiatisation des sciences. Par la diversité de leurs objets et de leurs approches, elles mettent en évidence la diversité des dispositifs, des acteurs et des logiques qui participent aujourd'hui à la sociodiffusion des savoirs scientifiques. Ce dossier invite ainsi à repenser la place des sciences dans l'espace public médiatisé, entre logiques de visibilité, enjeux de légitimité et dynamiques de participation citoyenne. Autant d'enjeux qui soulignent la dimension politique et culturelle de la médiatisation des sciences.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Bensaude-Vincent, Bernadette (2010), « Splendeur et décadence de la vulgarisation scientifique », *Questions de communication*, n° 17, p.19-32.

Bergeron, Andrée (2016), « Médiation scientifique », *Arts et Savoirs*, n°7, en ligne, <https://journals.openedition.org/aes/876#quotation>.

Bodin, Cyrille (2022), « La mise en récit du monde social par la vulgarisation, entre logiques d'appropriation triviales et sociodécrite », *Communication & langages*, n° 214, p. 111 à 125.

Bodin, Cyrille ; Chambru, Mikaël (dir.) (2019), « Fake-News ! Pouvoirs et conflits autour de l'énonciation publique du vrai » *Études de communication*, n° 53.

Bordeaux, Marie-Christine (2022), « Les nouvelles configurations des relations entre milieux scientifiques et milieux artistiques dans les dispositifs et projets "art-science" : promesses et impensés », *Questions de communication*, n° 41, p. 349-368.

Bordeaux, Marie-Christine ; Cartellier, Dominique (dir.) (2015), « Formes et enjeux contemporains de la communication et de la culture scientifiques et techniques », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, Supplément, n°16/3A, en ligne, <https://shs.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2015-S1?lang=fr>.

Boukacem-Zeghmouri, Chérifa ; Rodríguez-Bravo, Blanca (dir.) (2019), « L'information scientifique à l'épreuve de sa médiatisation », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n°20/2, en ligne, <https://shs.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2019-2?lang=fr>.

Callon Michel ; Lascoumes Pierre ; Barthe Yannick (2001), *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*, Paris : Éditions du Seuil.

Chambru, Mikaël (dir.) (2021), « Les controverses publiques autour des sciences : frontières, conflictualités et problèmes publics », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, supplément 2021/B, en ligne, <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2022/06/LesEnjeux-SupplB2021-web.pdf>

Chambru Mikaël ; Lefebvre Muriel ; Poupardin Elsa (dir.) (2025), *La communication des sciences. Vulgariser, politiser, médiatiser*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

Chamburu Mikaël ; Grison, Jean-Baptiste ; Lachello, Raphaël (2023), « Sortir des sentiers battus : faire de la médiation scientifique en montagne », *Lettre de l'Ocim*, n°206, p.71-83.

Charaudeau, Patrick (2008). *La médiatisation de la science : Clonage, OGM, manipulations génétiques*. De Boeck/INA.

Chavot, Philippe et Masseran, Anne (dir.) (2015), *Les cultures des sciences en Europe (2). Dispositifs, publics, acteurs, institutions*, Nancy : Éditions universitaires de Lorraine.

De Cheveigné, Suzanne (1997), « La science dans une société médiatisée », *Hermès, La Revue*, n°21, p.15-22.

Godin, Benoît ; Gingras, Yves ; Bourneuf, Éric (1998), *Les indicateurs de culture scientifique et technique*, Rapport pour le ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie, le ministère de la Culture et des Communications et le Conseil de la science et de la technologie, Québec.

Guéraud-Pinet, Guylaine (2022), « Formes et traitement médiatiques d'explorations : La médiatisation des origines de la vie et de la vie extraterrestre à la télévision française et sur YouTube (1959-2018) », *Questions de communication*, n°42, p. 159-185.

Houllier, Francois ; Merilhou-Goudard, Jean-Baptiste (2016), *Les sciences participatives en France : État des lieux, bonnes pratiques et recommandations*, Paris : Ministère de l'Éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche.

Jacobi, Daniel (1999), *La communication scientifique : discours, figures, modèles*, Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Jacobi, Daniel ; Schiele, Bernard ; Saint-Cyr, Sylvie (1990), « La vulgarisation scientifique et l'éducation non formelle », *Revue française de pédagogie*, n°91, p. 81-111.

Jensen, Pablo ; Croissant, Yves (2007), « Activité de vulgarisation des chercheurs CNRS : un état des lieux », *Journal of Science Communication*, n°6, s.p.

Joux, Alexandre (dir.) (2023), *La science pour le journaliste*, Paris : L'Harmattan.

Jurdant, Baudouin (2009), *Les problèmes théoriques de la vulgarisation scientifique*, Lyon : Éditions des archives Contemporaines.

Lafon, Benoit (dir.) (2019). *Médias et médiatisation : Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

Las Vergnas, Olivier (2011), « L'institutionnalisation de la "culture scientifique et technique", un fait social français (1970-2010) », *Savoirs. Revue internationale de recherche en éducation et formation des adultes*, n°27, p. 9-60.

Le Marec, Joëlle (dir.) (2010), *Les études de sciences. Pour une réflexivité institutionnelle*, Lyon : Éditions des Archives contemporaines.

Le Marec, Joëlle ; Babou, Igor (dir.) (2004), *Sciences, médias et société*, Lyon : ENS Éditions.

Maillot, Lionel (2018), *La vulgarisation scientifique et les doctorants : mesure de l'engagement, exploration d'effets pour le chercheur*, Thèse de doctorat, Université de Bourgogne.

Masseran, Anne ; Chavot, Phillippe (2003), « Frontières culturelles de la science : les OGM à la télévision », *Questions de communication*, n°3 (1), p. 81-97.

Minault, Bertrand (dir.) (2021), *Cartographie des actions conduites par les établissements d'enseignement supérieur (universités et écoles) en matière de relations entre science et société*, Paris : Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche.

Pailliart, Isabelle (dir.) (2005), *La publicisation de la science - Exposer, communiquer*,

débattre, publier, vulgariser, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

Perronnet, Clémence (2021), « Les usages sociaux des sciences : généalogie d'un concept », *Zilsel : science, technique, société*, n° 9, p.71-100.

Pinçon, Michel ; Pinçon-Charlot, Monique (2005), *Voyage en grande bourgeoisie : Journal d'enquête*, Paris : Presses universitaires de France.

Rouquette, Sébastien (dir). (2011), *Sciences et médias*, Paris : CNRS Éditions.

Schiele, Bernard (2001), *Le musée de sciences : Montée du modèle communicationnel et recomposition du champ muséal*, Paris : L'Harmattan.

Sicard, Monique (1997), « Les paradoxes de l'image », *Hermès, La Revue*, n°21(1), p. 45-54.

Urbas, Boris (2022), Notice « Culture scientifique », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, <https://publictionnaire.humanum.fr/notice/culture-scientifique>.

Vinck, Dominique (1995), *Sociologie des Sciences*, Paris : Armand Colin.

Les formes de production d'ignorances dans l'expertise sur la pollution de l'air

Article inédit, mis en ligne le 8 décembre 2025.

Saliha Hadna

*Saliha HADNA est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Toulouse 3 Paul Sabatier et directrice de l'axe TERNOV du laboratoire CERTOP UMR 5044. Ses travaux de recherche sont au croisement des SIC, de la sociologie de l'expertise et des STS pour étudier l'évolution des formes de production des connaissances et d'ignorances dans des contextes de controverses.
saliha.hadna-bremand@univ-tlse3.fr*

Plan de l'article

Introduction

La « foi dans la réglementation » comme principe d'évitement de la connaissance sur les pollutions

La production d'ignorance par la négation du caractère urgent

La production d'ignorance par la globalisation des facteurs de risques

"l'effet cocktail » et la carence épistémologique comme sources d'ignorance

Conclusion

Bibliographie

RÉSUMÉ

En s'intéressant à la controverse autour de la qualité de l'air à Saint-Nazaire, cet article analyse la manière dont les revendications locales en faveur de la production de données épidémiologiques se heurtent à plusieurs formes d'ignorances. À partir d'un corpus combinant une dizaine d'entretiens semi-directifs menés auprès des parties prenantes (élus, associations, services de l'Etat) avec une analyse de la littérature grise (rapports officiels, services de l'Etat, DREAL) et de la PQR sur la pollution de l'air, cet article cherche à comprendre comment l'expertise institutionnelle a moins contribué à apporter des réponses aux populations qu'à entretenir l'ignorance sur les origines de la surmortalité par cancer soulevée par l'ORS en 2019. Il tente de saisir ce que les discours des experts révèlent des logiques d'(in)action qui ont pu conduire sur certains territoires à une véritable « culture de la défiance » (Bensaude-Vincent et Dorthe, 2023). L'article met ainsi en exergue quatre processus de production d'ignorance : la foi dans la réglementation, l'absence d'urgence, la globalisation des facteurs de risques, la carence épistémologique concernant l'effet cocktail.

Mots clés

Ignorance stratégique, santé environnementale, pollution, épidémiologie, effet cocktail.

TITLE

Forms of ignorance production in air pollution expertise

Abstract

Focusing on the controversy surrounding air quality in Saint-Nazaire, this article seeks to understand how local demands for the production of epidemiological data come up against various forms of ignorance. Using a corpus combining a dozen semi-structured interviews with stakeholders (elected representatives, associations, government departments) with an analysis of grey literature (official reports, government departments, DREAL) and regional daily press (RDP) on air pollution, this article seeks to understand how institutional expertise has contributed less to providing answers to populations than to maintaining ignorance about the origins of the excess cancer mortality raised by the ORS in 2019. It attempts to grasp what the experts' discourses reveal about the logics of (in)action that may have led in certain territories to a veritable "culture of mistrust" (Bensaude-Vincent & Dorthe, 2023). The article highlights four processes that produce ignorance: faith in regulation, non-urgency, globalization of risk factors, and epistemological deficiency concerning the cocktail effect.

Keywords

Strategic ignorance, environmental health, pollution, epidemiology, cocktail effect.

TÍTULO

Las formas de producción de ignorancia en los informes sobre contaminación atmosférica

Resumen

Al abordar la controversia sobre la calidad del aire en Saint-Nazaire, este artículo trata de comprender cómo las reivindicaciones locales a favor de la producción de datos epidemiológicos se enfrentan a varias formas de ignorancia. A partir de un corpus que combina una decena de entrevistas semiestructuradas realizadas a las partes interesadas (representantes electos, asociaciones, servicios del Estado) con un análisis de la literatura gris (informes oficiales, servicios del Estado, DREAL) y de la prensa regional sobre la contaminación atmosférica, este artículo trata de comprender cómo la experiencia institucional ha contribuido menos a dar respuestas a la población que a mantener la ignorancia sobre los orígenes de la sobremortalidad por cáncer planteada por la ORS en 2019. Intenta comprender lo que revelan los discursos de los expertos sobre las lógicas de (in)acción que han podido conducir en algunos territorios a una verdadera «cultura de la desconfianza» (Bensaude-Vincent y Dorthe, 2023). Así, el artículo destaca cuatro procesos de producción de ignorancia: la fe en la regulación, la no urgencia, la globalización de los factores de riesgo y la carencia epistemológica en relación con el efecto cóctel.

Palabras clave

Ignorancia estratégica, salud ambiental, contaminación, epidemiología, efecto cóctel.

INTRODUCTION

Cet article porte sur la controverse autour de la qualité de l'air dans le bassin nazairien où une surmortalité par rapport à la moyenne nationale a été identifiée en 2019 par l'Observatoire Régional de la Santé (ORS). Depuis, élus comme associations se mobilisent pour revendiquer la mise en place d'une étude épidémiologique afin de faire la lumière sur cette surmortalité et déterminer quels sont les polluants à incriminer. Notre enquête de

terrain¹ qui a commencé en 2024 a articulé une première phase d'entretiens semi-directifs - menés auprès d'une dizaine d'acteurs locaux (élus, militants, services de l'Etat) impliqués dans cette controverse - avec une analyse documentaire (littérature grise, courriers, presse locale).

En analysant les prises de position des parties prenantes, l'article met en évidence qu'au lieu d'apporter des réponses claires à la population sur les origines de cette surmortalité, les expertises officielles sur la pollution de l'air ont plutôt eu tendance à entretenir l'ignorance sur le sujet en écartant l'approche épidémiologique défendue par de nombreux élus et militants. Ce sont ainsi quatre formes d'ignorance qui contribuent à limiter la portée du discours des élus locaux et des associations qui revendiquent la mise en place d'une étude épidémiologique depuis plusieurs années. Les trois premières formes d'ignorance relèvent de ce qu'on appelle l'ignorance stratégique, et la quatrième, de ce que nous proposons de qualifier d'ignorance technique. Le conditionnement de la gestion des risques au principe des seuils d'exposition et donc de la science réglementaire empêche, selon les militants et les élus locaux mobilisés, une prise en compte de l'évolution de questionnements sanitaires centraux, comme celle de l'exposome ou encore de l'effet cocktail. Par ailleurs, la temporalité de l'urgence qui se dégage du discours associatif se heurte à une temporalité plus lente imposée par les services de l'Etat pour qui la mise en place d'une étude épidémiologique doit être conditionnée par le déploiement d'une étude de zone dont la durée peut excéder trois ans. En outre, la stratégie de globalisation des facteurs de risques, qui consiste à attirer l'attention sur les comportements à risque (alcool, tabac) comme principales causes de mortalité par cancer plutôt que sur les pollutions industrielles, engendre, elle aussi, de l'ignorance sur les causes de cette importante surmortalité révélée en 2019. Enfin, les limites méthodologiques soulevées par les épidémiologistes quant à l'étude et à l'évaluation de « l'effet cocktail » révèlent une forme d'ignorance, cette fois technique puisque relevant d'une carence épistémologique plutôt que d'une stratégie.

LA « FOI DANS LA RÉGLEMENTATION » COMME PRINCIPE D'ÉVITEMENT DE LA CONNAISSANCE SUR LES POLLUTIONS

A Trignac, près de Saint-Nazaire, c'est une controverse autour du chrome 6 utilisé par ALPHA (nom d'emprunt), une usine spécialisée en peinture industrielle pour pièces et sous-ensembles mécaniques qui a créé des tensions en 2015 entre les industriels et les riverains. La réglementation européenne REACH (*Registration, Evaluation, Authorization and restriction of Chemicals*) avait programmé son interdiction pour 2017 (sauf dérogation) dans un objectif de protection de l'environnement et de la santé (Chaskiel et Klein, 2017). Car, le chrome 6 est classé cancérigène, mutagène et reprotoxique (CMR). Depuis le mois d'octobre 2015, les riverains concernés par l'installation de l'usine et membres de l'association Trignac Environnement (nom d'emprunt), créée la même année, œuvrent localement pour défendre leurs intérêts. Non seulement les militants affirment que les seuils d'exposition ne suffisent pas à garantir l'absence de risque, mais plus globalement ils estiment qu'« historiquement, le droit de l'environnement a été créé pour protéger les entreprises plus que l'environnement » (entretien avec Marine, militante à Trignac Environnement, et riveraine de l'usine). Ce ne sont plus seulement les experts qui sont remis en question, mais bien l'ensemble du dispositif qui encadre la gestion des pollutions, toutes échelles d'action confondues. Et le droit de l'environnement n'échappe donc pas à cette défiance. Au cours d'un entretien², trois militants soulignent le caractère, selon eux, absurde d'une approche du risque fondée uniquement sur des textes de lois. Pour illustrer leur propos, ils s'appuient sur l'absence de réglementation concernant une distance minimale entre l'usine située rue de Trignac et les premières habitations, qui, selon eux, conduit à une situation illogique :

« Marine - [...] Nous, on a toujours l'impression que le droit à l'environnement, c'est pour protéger les personnes. En fait, ce n'est pas tout à fait comme ça que ça se passe. [...] On a essayé d'attaquer l'autorisation préfectorale d'exploiter cette usine mais si on prend pied à pied par rapport à la législation, c'est dans les clous. Il n'y a pas de distance minimale par exemple pour implanter une usine. [...] il n'y a pas de loi par rapport à ça. [...] On peut implanter une usine à cinquante mètres d'une école.

Paul - On ne peut peut-être pas installer un café à une certaine distance d'une école, mais pour une usine, 'y a pas de législation à ce niveau-là, quoi ! » (Entretien avec Marine et Paul, militants à Trignac Environnement)

Ils notent d'ailleurs que la réglementation est un sujet qui a tendance à cliver le débat entre ceux qui estiment que le droit suffit et qui témoignent ainsi d'une certaine « foi dans la réglementation », et ceux qui pensent qu'il est nécessaire de se fonder sur l'esprit de la loi qui est de protéger des polluants en prenant en considération notamment l'effet cocktail.

« [...] je pense qu'un certain nombre de personnes, des décideurs, ou des politiques, des institutions, savent très très bien la dangerosité mais ils ont une espèce de foi dans la réglementation ». (Entretien avec Marine, militante à Trignac Environnement)

En interrogeant les services de l'Etat, nous observons que le rapport au droit et à la réglementation structure fortement les positions dans cette controverse, comme le souligne un entretien avec Henry, cadre à la DREAL :

« Forcément, quand on est riverain de ce type d'installation, ben on ne voit que cette installation-là. Nous, quand on est obligé de raisonner à l'échelle d'un territoire... Et puis qu'on est obligé aussi de prendre en compte la réglementation. C'est quand même la base de dire Bah voilà, on a des normes, une fois qu'elles sont respectées, on s'en arrête là ! Après, s'il faut requestionner les normes... C'est là où on atteint les limites de l'exercice, quoi et où parfois on leur dit, Ben on a fait ce qui est administrativement possible alors. »

Pour la DREAL, la réglementation encadre et surtout limite les actions des services de l'Etat dans cette controverse : tant que les normes sont respectées, ils estiment avoir mobilisé tous les moyens possibles. Or, ce n'est pas l'approche choisie par les associations qui, elles, considèrent au contraire que la réglementation et les normes ne suffisent plus pour répondre à des problèmes urgents, comme l'effet cocktail que nous définissons plus loin. L'analyse de la littérature grise et de la presse quotidienne régionale (PQR) montre que cette controverse globale autour de la pollution de l'air oppose deux échelles d'action : celle des élus locaux et des associations, à celle des services de l'Etat et plus largement du gouvernement pour qui les données épidémiologiques ne seraient pas forcément une solution. Et ce sont également deux visions de la réglementation qui entrent donc en confrontation dans cette controverse. Les industriels, les experts et les services de l'Etat auraient tendance à s'appuyer sur la lettre de la loi, approche dans laquelle les seuils et les règles indiquent ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas. Alors que pour les élus locaux et les associations, la situation locale est telle qu'il est nécessaire d'appliquer l'esprit de la loi qui consiste avant tout à protéger l'environnement et la santé des populations, et donc de réviser certains seuils de manière à adapter la réglementation aux nouveaux enjeux sociétaux de santé environnementale. Cette question du rapport au droit préoccupe d'ailleurs au plus haut niveau puisque dans le rapport de la commission d'enquête sur les politiques publiques de santé environnementale (Toutut-Picard et Josso, Rapport n° 3701, Assemblée nationale, 2020), les conclusions préconisent un regard plus évolutif sur les dispositifs réglementaires qui doivent, selon la rapporteure, « continuer d'évoluer au regard des nouvelles attentes citoyennes » (Toutut-Picard et Josso, Rapport n° 3701, Assemblée nationale, 2020, p.71). Le point de vue des services de l'Etat quant au rôle de la réglementation opère ainsi un blocage dans la production de données épidémiologiques en maintenant un état d'ignorance quant à la cause de la surmortalité par cancer mise en exergue par l'ORS en 2019. Comme l'a montré Girel, si l'exemple central de production d'ignorance stratégique reste certainement celui

de l'industrie du tabac, d'autres formes se sont développées tel que le déni sur des problèmes environnementaux, comme le changement climatique ou la dangerosité de certains produits chimiques (Girel, 2017, p.84). Derrière cette « foi dans la réglementation », se trouverait donc une volonté de ne pas inquiéter la population et de ne pas incriminer les industries locales en freinant la production de données épidémiologiques.

LA PRODUCTION D'IGNORANCE PAR LA NÉGATION DU CARACTÈRE URGENT

Plus largement, pour lutter contre cette « foi dans la réglementation », les associations revendiquent la production d'une étude épidémiologique à l'échelle locale qui pourrait faire la lumière sur la santé des nazairiens et mettre ainsi en évidence l'impact de certains polluants sur leur santé. Pour les associations de Trignac et de Donges, l'heure n'est plus à se demander s'il y a des polluants pour lesquels l'exposition des populations serait risquée, mais bien d'évaluer l'impact de ces polluants sur la santé des nazairiens, les premières études de l'ORS ayant déjà dressé un constat sanitaire inquiétant. Dans la pétition lancée en 2019 et qui a recueilli 2 500 signataires, les associations de Donges et de Trignac se sont appuyé sur les « chiffres alarmants » communiqués par l'Agence Régionale de la Santé (ARS) en 2017. La population nazairienne est plus touchée que la moyenne nationale par certaines pathologies : +23% pour les affections longue durée pour maladie respiratoire ; +19% de mortalité générale des 15/64 ans ; +22% de mortalité par cancer des moins de 64 ans. C'est donc en prenant en compte l'urgence de la situation sanitaire et les chiffres inquiétants que les associations, soutenues par la mairie de Trignac et par Séverine, députée de Loire-Atlantique, veulent inciter les services de l'Etat à mettre en place une étude épidémiologique. Mais sur les conseils de Santé publique France (SPF), il serait avant tout nécessaire de mettre en place une étude de zone.

« Le but de l'étude de zone, c'est d'essayer de regrouper l'ensemble des connaissances. Et voilà, on va dire, si je dois me permettre un commentaire, c'est que pour moi, c'est un outil pour rassurer les populations. Quelque part, boucher les petits trous qu'on aurait dans la raquette et améliorer l'état des connaissances pour voir si on n'a pas loupé des choses. Est-ce que, à l'échelle du territoire, on ne peut pas encore améliorer les données ? [...] Mais voilà, il y a toujours ce climat de dire, [...] vous n'allez pas assez loin, il manque des substances... Enfin, voilà ce sentiment de dire, on remet en cause l'expertise. » (Entretien avec Henry, cadre à la DREAL)

Pilotée par la DREAL et la sous-préfecture de Saint-Nazaire, cette étude de zone a commencé en mars 2021 et devrait durer entre 3 et 5 ans. Lancée sur l'avis de SPF, elle a été présentée comme un préalable à une éventuelle étude épidémiologique. SPF estime que : « les résultats de l'étude de zone sont indispensables pour décider, ou non, la mise en place d'une étude épidémiologique et de ses modalités ». La production d'ignorance par l'absence d'urgence via le choix d'une étude de zone - au détriment d'une étude épidémiologique - représente une deuxième forme de production d'ignorance. La production d'ignorance par l'absence d'urgence consiste à ralentir le rythme de la controverse en déconstruisant l'urgence défendue par certains acteurs, dans ce cas précis en mettant en place un dispositif préalable à l'étude épidémiologique réclamée par les associations et les élus locaux. Ce sont trois à cinq années qui s'écouleront sans que des données épidémiologiques ne puissent voir le jour. Pourtant, des agences publiques comme France Stratégie, déplorent depuis des années le manque de données épidémiologiques en France « permettant d'étudier la répartition géographique de maladies susceptibles d'être induites par certains polluants » (Fosse, Salesse et Viennot, 2022, p.16).

Bien qu'elle puisse être présentée scientifiquement comme un préalable à une démarche d'étude épidémiologique (Gillette, Roudier et Kairo, 2023 : 16), l'étude de zone ne répond cependant pas aux mêmes enjeux. Telle qu'elle est décrite par les services de l'Etat, l'étude

de zone est une « démarche d'évaluation des impacts des activités humaines sur l'état des milieux et des risques sanitaires inhérents pour les populations » (ARS des Pays de la Loire, communiqué de presse du 27 mai 2025), alors que l'étude épidémiologique analyse « les facteurs qui influencent la fréquence ou la distribution de maladies et d'autres phénomènes de santé dans les populations exposées à ces facteurs. Son objectif est de tenter d'établir une association entre l'exposition à certaines substances et la survenue de maladies » (Département Prévention Cancer et Environnement, Centre Léon Bérard, 2022). En opposant à l'urgence défendue par les associations une forme plus ralentie de la controverse, les services de l'Etat contribuent au retard dans la production de données épidémiologiques, voire à leur absence.

LA PRODUCTION D'IGNORANCE PAR LA GLOBALISATION DES FACTEURS DE RISQUES

L'analyse des entretiens et de la PQR met en exergue une troisième forme de production d'ignorance : l'ignorance par la globalisation des facteurs de risques qui consiste dans le discours à noyer les facteurs environnementaux avec d'autres facteurs comme les comportements individuels à risques, notamment ceux liés à la consommation d'alcool et de drogues. Ainsi, dans un article paru en 2022, il est signalé qu'une députée s'est vu confier une mission de prévention des comportements à risques destinée aux 8-11 ans avec l'objectif de sensibiliser ces derniers aux risques de consommation de l'alcool et de drogues (France Bleu Loire Océan, 4 février 2022). Pour les associations comme pour les élus locaux, cette démarche en plus d'être stigmatisante pour les nazairiens viserait à confondre la question des comportements sociaux avec celle de la pollution industrielle. Le maire de Saint-Nazaire, David Samzun s'est d'ailleurs publiquement exprimé à ce sujet :

« [...] Non, tous les nazairiens ne sont pas des alcooliques ou des fumeurs ! Cela ne peut pas être la seule explication et je me battrais pour que cette étude de zone, et l'étude épidémiologique aillent au bout. [...] Et là entre certains industriels qui ne jouent pas le jeu et ne respectent pas les normes et l'Etat qui traîne des pieds, on n'est pas aidés ». (France Bleu Loire Océan, 4 février 2022).

Nous supposons qu'au-delà du risque de voir les activités industrielles pointées du doigt, l'étude épidémiologique, si elle démontrait un lien de causalité entre des pathologies et l'exposition à certains polluants, pourrait donner lieu à des contestations voire, comme ce fut le cas pour l'amiante, à des demandes d'indemnisations (Pillayre, 2023, p.140). Le maire de Trignac est du même avis que celui de Saint-Nazaire, et ajoute qu'il aimerait que les députés de la majorité « fassent plutôt pression sur le gouvernement pour obtenir enfin des résultats » (France Bleu Loire Océan, 4 février 2022). Si initialement l'étude de zone a été présentée comme une première étape vers l'étude épidémiologique, les entretiens expriment qu'élus et associations ont aujourd'hui l'impression que l'Etat « joue la montre » afin d'éviter la mise en place d'une étude épidémiologique. Et l'analyse de l'actualité semble le démontrer.

« L'EFFET COCKTAIL » ET LA CARENCE ÉPISTÉMOLOGIQUE COMME SOURCES D'IGNORANCE

Mercredi 18 octobre 2023, se tenait une réunion organisée par le sous-préfet de Saint-Nazaire Eric De Wispelaere et le président de Saint-Nazaire agglomération David Samzun, à laquelle ont été conviés élus, professionnels de santé, associations et industriels. Un rapport intermédiaire de l'étude de zone y a été présenté par la DREAL, rapport dont certaines conclusions ont fait réagir les représentants des riverains. La DREAL a tout d'abord présenté les « limites de l'étude de zone » pour laquelle il a été précisé qu'elle ne « s'apparentait

pas à un programme de recherche ». La DREAL souligne ainsi qu'il n'y aura « pas de prise en compte des effets cocktails ni de l'exposome ». Cette première limite évoquée correspond à la quatrième forme de production d'ignorance : elle concerne la carence épistémologique liée ici aux connaissances relatives à l'effet cocktail. Comme le rappelle Gillot, « l'effet cocktail » « désigne le fait qu'associées, deux molécules (ou plus) présentent un effet toxique, là où elles sont inoffensives ou avec un effet moindre prises individuellement » (Gillot, 2017, p.26). Or, comme l'ont souligné plusieurs sénateurs chargés de la commission d'enquête sur le coût économique et financier de la pollution de l'air, les méthodes toxicologiques pour évaluer cet « effet cocktail » et ses conséquences sur la pollution de l'air restent très limitées conduisant ainsi à une « carence épistémologique ». Citant l'épidémiologiste environnemental Rémy Slama, Gillot précise que la toxicologie réglementaire ne prend pas en compte dans ses mesures la « synergie entre substances » (Gillot, 2017 : 27), mais les mesures une à une. Dans le rapport de la commission d'enquête sur l'évaluation des politiques publiques de santé environnementale (Toutut-Picard et Josso, Rapport n°3701, Assemblée nationale, 2020), plusieurs scientifiques dressent le même constat. Auditionné dans le cadre de la commission d'enquête, Bertrand Schwartz, adjoint à la directrice scientifique biologie et santé à la direction générale de la recherche et de l'innovation (DGRI) reconnaît : « aujourd'hui, nous rencontrons des difficultés pour modéliser la présence de cocktails » (Toutut-Picard et Josso, 2020 : 28). Olivier Toma, porte-parole du Comité du développement durable en santé, également auditionné, précise : « Même si tous les industriels sont de bonne foi en respectant les seuils, si vous accumulez à la fin de votre journée ce que vous avez bu, mangé, respiré et mis sur votre peau, vous avez un effet cocktail et une multi-exposition qui n'en finit pas » (Toutut-Picard et Josso, 2020 : 28). Le constat dressé par Robert Barouki n'est pas moins rassurant puisqu'il reconnaît au cours de son audition :

« Nous ne savons pas gérer le problème des mélanges de substances qui est pourtant une grave question, même en termes de santé publique. Nous continuons à faire comme si la question se posait substance par substance. Les organismes de recherche s'intéressent au problème des mélanges, mais nous n'avons pas suffisamment de connaissances » (Toutut-Picard et Josso, 2020 : 28).

Dans son article sur les pollutions chimiques, Jas parle de stratégie d' « hyper-segmentation des problèmes » qui consiste notamment à construire des dispositifs de régulation « substance par substance » au détriment d'une approche plus complexe des pollutions (Jas, 2017, p.49). Emmanuel Henry (2021) en s'appuyant sur la sociologie de l'Etat d'Alain Desrosières (1993) rappelle que la mise en place de politiques publiques en santé environnementale donnait souvent lieu au développement de « dispositifs de quantification permettant d'avoir une vision transversale des enjeux à traiter » (Henry, 2021, p.80). Si cette approche « substance par substance » trouve une explication scientifique, la littérature scientifique témoigne bien qu'elle est aussi parfois mobilisée par les dispositifs pour maintenir un état d'ignorance. Le rapport de la commission d'enquête accable plus particulièrement la toxicologie réglementaire adoptée par les agences publiques de santé chargées d'établir des évaluations qui s'appuieraient encore, à tort, sur le principe de Paracelse selon qui « c'est la dose qui fait le poison ». Il les invite à « revoir leur système d'évaluation » ou à « renoncer à leur mission de service public, qui consiste à garantir la sécurité sanitaire de la population et de protéger l'environnement ».

« La non-prise en compte des nouvelles connaissances sur la toxicité chimique rend caduques et inappropriées les évaluations du danger et du risque telles qu'elles sont pratiquées par les agences responsables de la réglementation : la « science réglementaire » n'est plus une science quoi qu'elle en dise ». (Toutut-Picard et Josso, Rapport n°3701, Assemblée nationale, 2020 : 202)

Ce débat autour de « l'effet cocktail » met en évidence une tension entre la toxicologie, souvent mobilisée par les agences sanitaires publiques, et l'épidémiologie, qui tend à

devenir une revendication majeure des associations dans les controverses en santé environnementale comme l'ont montré les travaux autour de l'épidémiologie populaire (Brown et Mikkelsen, 1990 ; Calvez, 2009). Les travaux de Jean Jouzel sur l'exposition aux pesticides et l'hygiène agricole ont d'ailleurs expliqué de quelle manière les modèles toxicologiques « traditionnels », qui ont consisté à attirer l'attention sur les pratiques jugées inappropriées des agriculteurs et à y apporter une politique de recommandations d'usage par de nouvelles normes et de nouveaux équipements, ont contribué à invisibiliser les recommandations et travaux des épidémiologistes (Jouzel, 2019 ; Boullier, 2023).

CONCLUSION

Si la production de *fake science* qui constitue une forme d'ignorance stratégique (Girel, 2017; Hadna, 2017) est parfois mobilisée par certaines industries - comme l'a illustré l'ouvrage de Proctor sur l'industrie du tabac et le développement de l'agnotologie (Proctor, 2011) - d'autres stratégies peuvent être observées à des échelles plus locales. C'est ce que l'article a pu exposer à travers le cas de Saint-Nazaire et la mise en évidence de quatre formes de production d'ignorance.

La foi dans la réglementation et le conditionnement du traitement des enjeux de santé publique à la disponibilité des textes constitue une première forme de production d'ignorance par l'évitement d'une meilleure prise en charge de l'exposition aux pollutions. Pour lutter contre cette forme d'ignorance, une approche critique et réformiste des textes existants ainsi que des seuils d'exposition s'avère nécessaire.

La production d'ignorance par le refus de la prise en compte du caractère d'urgence constitue une deuxième stratégie mobilisée dans cette controverse locale pour éviter de donner au dossier une certaine gravité. Ici, face aux revendications locales en faveur de la mise en place d'une étude épidémiologique, les services de l'Etat ont mis en avant la nécessité préalable de réaliser une étude de zone, pouvant durer trois à cinq ans, période durant laquelle la dimension épidémiologique du dossier sera donc mise entre parenthèses. Dans cette mesure, repousser la décision relative à la réalisation d'une étude épidémiologique consiste dans le même temps à « désurgentiser » la controverse.

La globalisation des facteurs de risques pour expliquer la survenue de maladies représente la troisième forme de production d'ignorance dans la mesure où, dans ce cas précis, elle met en évidence des comportements individuels liés à la consommation de tabac et d'alcool, plutôt que de s'intéresser aux effets sanitaires de la pollution industrielle.

Enfin, la carence épistémologique relative à l'étude de « l'effet cocktail » constitue la quatrième forme de production d'ignorance dans cette controverse. Contrairement aux trois premières, nous la qualifions de « technique » plutôt que de « stratégique » car elle renvoie à des limites épistémologiques et méthodologiques dans l'évaluation de l'effet cocktail. A cette problématique reconnue comme centrale par les experts et les scientifiques en épidémiologie vient s'ajouter celle de la quasi-systématicité de la démarche toxicologique dans les expertises réalisées par les services de l'Etat au détriment d'une approche épidémiologique.

Si l'image de l'expert scientifique a souffert d'une décrédibilisation depuis les années 1990 avec la gestion chaotique de l'après-Tchernobyl, donnant lieu à une cristallisation de la défiance citoyenne (Rosanvallon, 2006), force est de constater que de nouveaux « régimes de production et de régulation des sciences en société » (Pestre, 2006) se sont en parallèle développés. Dans le cas de la pollution de l'air, cette défiance a donné lieu au développement de contre-expertises (Topçu, 2006) comme avec la mise en place de l'Institut Ecocitoyen pour la Connaissance des Pollutions (IECP) en 2010 à Fos-sur-Mer (PACA), ou encore avec le développement de l'Institut Citoyen de Recherche et de Prévention en Santé Environnementale (ICRePSE) né en 2023 à la suite du cluster de cancers pédiatriques

observés à Sainte-Pazanne (Loire-Atlantique).

Ces mouvements citoyens se heurtent aux diverses stratégies de production d'ignorance retardant le traitement politique des conséquences sanitaires de l'exposition aux polluants, et sont également confrontés à la question des moyens financiers nécessaires aux études épidémiologiques jugées coûteuses, argument souvent mobilisé pour justifier l'absence de données. Mais cette vision administrative du problème paraît court-termiste dans la mesure où plusieurs rapports publics font état de la nécessité d'adopter une logique économique dans la gouvernance des risques sanitaires liés à la pollution, comme le Sénat qui, en 2015 a lancé une Commission d'enquête sur le coût économique et financier de la pollution de l'air, présidée par Jean-François Husson et dont Leïla Aïchi alors sénatrice en était la rapporteure. Considérée comme l'une des plus graves menaces pour la santé mondiale par l'Organisation Mondiale de la Santé, la pollution de l'air est devenue un enjeu majeur à l'échelle mondiale. Selon l'Agence Européenne de l'Environnement, en 2021, 253,000 décès en Europe étaient imputables à l'exposition aux particules fines (PM_{2,5}) (European Environment Agency, 2023). L'imputabilité des pathologies et des décès à la pollution de l'air est soulevée comme une situation majeure par les organisations mondiales et revêt un enjeu sanitaire et économique de plus en plus important pour les Etats. En 2007, l'agence française de sécurité sanitaire de l'environnement et du travail (AFFSET) publiait un rapport intitulé « Coûts des effets de la pollution sur certaines pathologies pour l'Assurance maladie ». Il indique qu'une part des coûts de l'Assurance maladie étaient attribuables à l'environnement (entre 0,1 et 0,5 milliards d'euros en 2004) dans la mesure où ce dernier peut être la source de pathologies telles que l'asthme ou encore le cancer. En outre, la commission d'enquête du Sénat a montré que la pollution de l'air engageait des coûts sanitaires et non sanitaires en France. Parmi les coûts non sanitaires, on compte les dépenses et les manques à gagner liés aux conséquences des polluants sur les rendements agricoles ou encore sur l'érosion des bâtiments. Ces coûts « cachés » sont estimés à 4,3 milliards d'euros par an selon le rapport. Parmi les coûts sanitaires, il convient de distinguer d'abord les coûts « tangibles » qui sont mesurables en prenant en compte les dépenses de santé remboursées par l'Assurance maladie pour les pathologies imputables à la pollution de l'air. Ces coûts sont estimés à 3 milliards d'euros par an. Il y a ensuite les coûts sanitaires dits « intangibles » qui sont associés « à la mortalité et à la morbidité imputables à la pollution de l'air » : « Selon l'étude menée dans le cadre du programme européen en 2005 « Air pur pour l'Europe », ce coût s'établit entre 68 et 97 milliards d'euros par an pour la France ».

Bien qu'elles fassent l'objet de différentes stratégies de production d'ignorance, les connaissances épidémiologiques sur les pollutions environnementales pourraient à la fois satisfaire les attentes locales dans les zones particulièrement touchées par la pollution, comme à Saint-Nazaire, tout en répondant à l'objectif récurrent des dirigeants politiques depuis le milieu des années 1970 consistant à une réduction des dépenses de protection sociale (Barbier, Zemmour et Theret, 2021). Mais pour que cette vision à long terme puisse voir le jour, une gouvernance par la connaissance, notamment épidémiologique, devra nécessairement remplacer ce qui semble relever d'une gouvernance par l'ignorance.

NOTES

¹ Cette enquête de terrain est issue du projet « Connaissances sur les Inégalités Environnementales et Protection Sociale » (CIEPS, 2024-2026). Ce projet a été financé par la DREES dans le cadre de l'appel à projets de recherche « repenser la protection sociale à l'aune des crises environnementales » conduit par la Mission Recherche de la DREES, en partenariat avec la CNAF, le HCAAM, l'IERDJ, le PUCA, la DGCS, France Stratégie et le CGDD.

² Issu du projet « Les enjeux de la santé-environnement dans un contexte de développement industriel » (2021-2023) financé par la Communauté d'agglomération de la Région nazairienne et de l'Estuaire (CARENE).

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ARS des Pays-de-la-Loire (2025), L'étude de zone sur 5 communes de Saint-Nazaire Agglo se poursuit, Communiqué de presse publié le 27 mai 2025.

Barbier, Jean-Claude ; Zemmour, Mickaël ; Théret, Bruno (2021), *Le système français de protection sociale*, La Découverte, 128 p.

Bensaude-Vincent, Bernadette ; Dorthe, Gabriel (2023), *Les Sciences dans la mêlée : Pour une culture de la défiance*, Editions du Seuil, 272 p.

Boullier, Henri (2023), « Pour une sociologie politique de la méconnaissance réglementaire », *Gouvernement et action publique*, 12(4), p.139-146.

Brown, Phil ; Mikkelsen, Edwin J. (1990), *No Safe Place. Toxic Waste, Leukemia, and Community Action*, Berkeley, University of California Press.

Calvez, Marcel (2009), « Les signalements profanes de clusters de cancers : épidémiologie populaire et expertise en santé environnementale », *Sciences sociales et santé*, vol. 27, no. 2, p. 79-106.

Centre Léon Bérard (2022), *Mieux comprendre les études épidémiologiques*, Département Prévention Cancer et Environnement, IRSN ; Goldberg M., Inserm Unité 687, La causalité en épidémiologie ; Santé Publique France.

Chaskiel, Patrick ; Klein, Etienne (2017), « Un « effet Reach » dans l'industrie aéronautique L'obsolescence réglementaire du chrome VI », *Environnement, Risques & Santé*, 16(5) : 472-478.

European Environmental Agency (2023, 24 novembre), « Les niveaux de pollution atmosphérique restent trop élevés en Europe et constituent le principal risque environnemental pour la santé ».

Fosse, Julien ; Salesse, Camille ; Viennot, Mathilde (2022), *Inégalités environnementales et sociales se superposent-elles ?*, France Stratégie.

Gillette, Solène ; Roudier, Candice ; Kairo, Cécile (2023), « Études de zone en France : bilan et perspectives pour la mise en place d'une surveillance épidémiologique autour des zones industrielles », *Environnement, Risques & Santé*, Vol. 22.

Gillot, Laurence (2017), « Perturbateurs endocriniens. Une évaluation bien empoisonnante... », *Sésame*, 1, 24-28.

Girel, Mathias (2017), « Ignorance stratégique et post-vérité », *Raison présente*, 2017/4 N° 204. pp. 83-96.

Hadna, Saliha (2017), « The Nuclear Safety Authority in France: A Dogma of "Independence" and Institutional Fragility », *Journal of Innovation Economics & Management*, 22, 119-144.

Henry, Emmanuel (2021), « II. Ignorance », In *La fabrique des non-problèmes. Ou comment éviter que la politique s'en mêle*, Presses de Sciences Po, p. 53-94.

Husson, Jean-François ; Aïchi Leïla (2015), *Pollution de l'air : le coût de l'inaction*. Commission d'enquête sur le coût économique et financier de la pollution de l'air, rapport n°610, Tome 1.

Jas, Nathalie (2017), « Millefeuilles institutionnels et production d'ignorance dans le « gouvernement » des substances chimiques dangereuses », *Raison présente*, vol. 204, no. 4, pp. 43-52.

Jouzel, Jean-Noël (2019), *Pesticides. Comment ignorer ce que l'on sait*, Paris, Presses de Sciences Po, 261 p.

Pestre, D. (2006), V., « Régimes de production et de régulation des sciences en société,

Introduction aux Science Studies (p. 94-107). La Découverte.

Pillayre, Héloïse (2023), « Le rôle des associations locales d'aide aux victimes de l'amiante dans l'accès au droit. Transferts de responsabilité et choix des dispositifs d'indemnisation », *Sociologies pratiques*, N° 46(1), p.77-86.

Proctor, Robert N. (2011), *Golden Holocaust: Origins of the Cigarette Catastrophe and the Case for Abolition*, Berkeley: University of California Press.

Rosanvallon, Pierre (2006), *La contre-démocratie, la politique à l'âge de la défiance*, Paris, Seuil, 345 p.

Roussel, Hélène (2022, 4 février), *Surmortalité dans le bassin nazairien : étude de zone et polémiques*, France Bleu Loire Océan.

Topçu, Sezin (2006), « Nucléaire : de l'engagement « savant » aux contre-expertises associatives », *Natures Sciences Sociétés*, 14, 249-256.

Toutut-Picard, Elisabeth ; Josso, Sandrine (2020), Rapport fait au nom de la commission d'enquête sur l'évaluation des politiques publiques de santé environnementale n°3701, enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 16 décembre 2020.

Perturbateurs endocriniens et prévention individuelle : quand la médiation des savoirs en santé environnementale opère comme dispositif biopolitique

Article inédit, mis en ligne le 8 décembre 2025.

Yohann Garcia

Yohann Garcia est docteur en sciences de l'information et de la communication et postdoctorant au Céditec (université Paris-Est Créteil). Ses recherches portent sur la construction et la prise en charge du problème des perturbateurs endocriniens et l'appropriation de la prévention sanitaire et environnementale par les différents publics auxquels elle s'adresse.

yohann.garcia@gmx.fr

Plan de l'article

Résumé et mots clés en français

Title, abstract and keywords in english

Titulo, resumen y palabras clave en español

Introduction

Entre information, éducation et gouvernement des conduites : une médiation ambivalente

Devenir médiatrices en santé environnementale

Une médiation du biopouvoir

Des appropriations socialement situées

Conclusion : une médiation normative vectrice d'inégalités

Notes

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Cet article étudie la médiation des savoirs en santé environnementale à partir des dispositifs de prévention des perturbateurs endocriniens. Sur la base d'une enquête ethnographique combinant des observations d'ateliers de prévention dans deux services de maternité publique et des entretiens avec leurs animatrices et leurs participant·es, il montre comment cette configuration de la médiation, tout en faisant advenir de nouvelles catégories de médiatrices et de médiateurs, conduit à un usage normatif des savoirs. Se dessine alors une médiation du biopouvoir davantage tournée vers l'encadrement des conduites individuelles que vers l'« encapacitation » des publics. Au-delà des enjeux de pouvoir, la médiation observée est susceptible de reproduire les inégalités sociales sans régler le problème des expositions ubiquitaires aux substances chimiques.

Mots clés

Prévention, perturbateurs endocriniens, santé environnementale, biopolitique, genre, inégalités.

TITLE

Endocrine disruptors and individual prevention: when the mediation of environmental health knowledge operates as a biopolitical device

Abstract

This article examines the mediation of environmental health knowledge through endocrine disruptor prevention devices. Based on an ethnographic study combining observations of prevention workshops in two public maternity wards and interviews with facilitators and participants, it shows how this mediation configuration, while giving rise to new categories of mediators, promotes a normative use of scientific knowledge. It reveals a form of biopower mediation focused more on governing individual conduct than on truly empowering the public. Beyond power issues, the observed mediation is likely to reproduce social inequalities without resolving the problem of ubiquitous chemical exposure.

Keywords

Prevention, endocrine disruptors, environmental health, biopolitics, gender, inequalities.

TITULO

Disruptores endocrinos y prevención individual: cuando la mediación de los saberes en salud ambiental funciona como dispositivo biopolítico

Resumen

Este artículo estudia la mediación de los saberes en salud ambiental a partir de los dispositivos de prevención de los disruptores endocrinos. A partir de una investigación etnográfica que combina observaciones de talleres de prevención en dos maternidades públicas y entrevistas con sus animadoras y participantes, se muestra cómo esta configuración de mediación, al tiempo que da lugar a nuevas categorías de mediadoras y mediadores, conduce a un uso normativo del conocimiento. Se perfila así una mediación del biopoder más orientada al control de las conductas individuales que a la «capacitación» real de los públicos. Más allá de los juegos de poder, la mediación observada tiende a reproducir desigualdades sociales sin resolver el problema de la exposición ubicua a las sustancias químicas.

Palabras clave

Prevención, disruptores endocrinos, salud ambiental, biopolítica, género, desigualdades.

INTRODUCTION

« En attendant que la science avance et par précaution, il est préférable et possible de réduire ses expositions aux perturbateurs endocriniens. »

Santé publique France, 1000-premiers-jours.fr, 2021 [2019].

Depuis 2019, des campagnes de communication invitent régulièrement les futurs et jeunes parents à adopter des gestes protecteurs pour éviter les perturbateurs endocriniens. L'individualisation des problèmes publics de santé ou d'environnement est une tendance

lourde des modalités contemporaines de l'action publique. Ainsi, en tant qu'il relève de ces deux aspects, le problème des perturbateurs endocriniens n'échappe pas à cette modalité de prise en charge politique. Composante de l'action publique, la communication publique sanitaire participe ainsi au « gouvernement du social » (Ollivier-Yaniv et Rinn, 2009) en s'appuyant sur plusieurs types de savoirs scientifiques qui constituent sa dimension normative (Romeyer, 2015). Pour autant, en dehors des campagnes de communication, peu de travaux se sont intéressés à la prévention en santé environnementale où il est question de réduire l'exposition à des substances nombreuses et ubiquitaires.

À la suite des recherches de Coralie Nicolle sur la prévention du cancer, cet article se propose de considérer la prévention des perturbateurs endocriniens comme une « médiation du discours institutionnel » (Nicolle, 2020), soit une imbrication de situations de communication dans lesquelles se déploie le discours à partir des savoirs en santé environnementale. Dès lors, l'objectif de cette contribution est d'interroger l'usage de ces savoirs dans des contextes précis où ils servent de levier de gouvernement des conduites individuelles, alors même que l'omniprésence de ces substances dans l'environnement quotidien les rend difficilement évitables et que d'autres instruments d'action publique ont été envisagés par le passé (encadré no 1).

Encadré no 1 – Principales étapes de la construction et de la prise en charge du problème des perturbateurs endocriniens et genèse des instruments infocommunicationnels.

Au début des années 1990, plusieurs scientifiques américain-es découvrent la capacité de certaines substances chimiques à interférer avec le système hormonal et formulent le problème des « perturbateurs endocriniens ». Celui-ci circule rapidement dans les arènes politiques et médiatiques à l'échelle transnationale et européenne, donnant lieu à des luttes tant dans la définition du problème que des instruments pour le résoudre. Des ONG telles que Greenpeace et le World Wide Fund for Nature (WWF) jouent un rôle central dans son inscription à l'ordre du jour politique européen. Pour autant, le règlement sur l'autorisation, l'enregistrement et l'évaluation des produits chimiques (Reach) voté en 2006 et qui prévoyait l'interdiction des perturbateurs endocriniens a finalement permis leur autorisation sous réserve d'une maîtrise valable des risques, entérinant ainsi une définition du problème favorable aux acteurs économiques. Ce règlement centralise également l'évaluation des substances dangereuses au niveau de l'Union européenne, limitant les actions nationales d'interdiction ou de restriction. À partir de la deuxième moitié des années 2000, d'autres instruments d'action publique infocommunicationnels se développent. Ils s'intensifient après la création des agences régionales de santé (ARS) en 2010, qui organisent le maillage territorial de la prévention en santé environnementale à travers les plans régionaux santé-environnement (PRSE).

D'après Jean Davallon, la médiation renvoie à « la mise en œuvre d'un élément tiers rendant possible l'échange social, alors même que les univers de la production et de la réception sont a priori par nature disjoints » (Davallon, 2003, p. 53). Dans le même temps, la médiation peut revêtir un aspect plus normatif et induire des relations de pouvoir asymétriques. Pour Jean-Philippe De Oliveira, elle désigne ainsi « la capacité d'une organisation à produire et à diffuser des orientations sociales et à participer à leur mise en pratique » (De Oliveira, 2014, p. 131). Dès lors, cet article cherche à démontrer dans quelle mesure la prévention des perturbateurs endocriniens, qui repose sur une médiation des savoirs en santé environnementale, constitue également une médiation du biopouvoir, c'est-à-dire un pouvoir « qui se donne pour tâche de gérer la vie » (Foucault, 1976, p. 182).

Cet article s'appuie sur des observations ethnographiques d'ateliers de prévention des perturbateurs endocriniens dans deux maternités publiques (n = 32) et des entretiens approfondis (n = 32) conduits avec leurs animatrices (n = 8) et leurs participantes (n = 24). Les observations s'inspirent¹ de l'« ethnographie de la communication », qui accorde une attention particulière à la situation, aux participant·es et à leurs rôles, aux instruments et aux normes, ainsi qu'aux genres de discours (Hymes, 1977, p. 56-62). Chaque atelier durait

en moyenne une heure trente et accueillait en moyenne trois participant·es. Les entretiens, quant à eux, suivent la méthode de l'« entretien ethnographique » (Spradley, 1979), qui vise à recueillir des verbatims significatifs de la culture des enquêté·es. Neuf thématiques étaient abordées, incluant la trajectoire de sensibilisation, le ressenti et la perception du risque, les pratiques individuelles, les rétributions, les mécanismes de politisation et de dépolitisation du problème, le rapport à l'atelier et les pratiques informationnelles, le vécu de la grossesse, le langage indigène et les commentaires métadiscursifs, et enfin, la trajectoire biographique et les caractéristiques sociodémographiques.

Nous reviendrons d'abord sur l'ambiguïté qui caractérise la médiation des savoirs en santé environnementale entre information et éducation du public d'une part et gouvernement des conduites d'autre part. Nous nous intéresserons ensuite à la manière dont la prévention fait advenir des nouvelles catégories de médiatrices, en montrant de quelle manière s'élabore le discours préventif à partir des trajectoires biographiques et des dispositions professionnelles. Les situations de communication au sein desquelles la médiation prend corps invitent à appréhender l'atelier de prévention comme un dispositif infocommunicationnel. Si la médiation poursuit l'objectif d'informer sur les risques pour inciter au changement de comportement, nous verrons qu'elle fait l'objet d'appropriations plurielles par les publics auxquels elle s'adresse, lesquelles produisent parfois des effets inverses à ceux recherchés en première instance.

ENTRE INFORMATION, ÉDUCATION ET GOUVERNEMENT DES CONDUITES : UNE MÉDIATION AMBIVALENTE

En France, plusieurs réformes du système de santé ont contribué à prioriser la prévention primaire, c'est-à-dire l'intervention en amont de la survenue de maladies. Celle-ci s'inscrit dans le cadre global de la « promotion de la santé » tel que défini par la charte d'Ottawa dès 1986. Dans ce contexte, les mesures ne visent pas à agir sur les causes structurelles des problèmes de santé, mais se focalisent sur l'échelle individuelle. À la suite des discussions autour de la deuxième stratégie nationale sur les perturbateurs endocriniens, plusieurs directions générales de l'administration centrale établissent les règles de diffusion d'une information sur les perturbateurs endocriniens. Santé publique France prend alors en charge la conception d'un site d'information « grand public » au « ton positif et non anxiogène, accessible et pédagogique²».

La prévention des perturbateurs endocriniens s'inscrit dans la politique plus large des « mille premiers jours ». Celle-ci repose sur une traduction des savoirs scientifiques en épigénétique et en épidémiologie qui identifient la période de la grossesse comme un déterminant de l'état de santé des adultes. Ces savoirs associent à ce constat la notion de réversibilité, c'est-à-dire la capacité de pouvoir agir en faveur de sa santé pour diminuer les risques de survenue d'une pathologie. La stratégie des mille premiers jours relève d'une biopolitique des populations, dans la mesure où il est attendu des individus qu'ils agissent sur différents processus biologiques pour contribuer à la santé de l'ensemble de la population. Cet usage social des savoirs scientifiques se trouve être particulièrement normatif parce que les injonctions à modifier les comportements sont principalement dirigées vers les femmes dont l'identité est assignée au rôle de (futures) mères. Dans le même temps, l'enrôlement de la prévention dans la parentalité positive au nom de l'enfant à naître, présenté comme vulnérable, amoindrit le potentiel de contestation (Fournier et Jarty, 2019, p.52).

La structure du site d'information éponyme matérialise une double ambition en mettant à disposition du public des contenus scientifiques à caractère pédagogique, tout en ciblant des environnements domestiques spécifiques qu'il est invité à modeler de sorte qu'ils soient favorables à sa santé (cuisine, chambre, salle de bain...). Tout comme cette première configuration présente dans les campagnes de communication publique, les ateliers de prévention que nous avons pris pour objet d'étude rejouent l'ambiguïté entre la volonté

d'informer et d'éduquer des groupes de publics spécifiques d'une part et celle d'encadrer leurs conduites individuelles d'autre part³. En effet, l'enjeu de ces dispositifs est non seulement d'informer les (futurs) parents en leur transmettant des connaissances scientifiques, mais aussi de les sensibiliser, c'est-à-dire de leur faire prendre conscience des dangers de leur environnement domestique et surtout de les rendre sensibles par la stimulation de leurs sens, comme nous le verrons plus loin. Les supports de communication destinés aux futurs publics des ateliers présentent cette double caractéristique. Au cours de la même séance, ils promettent un apprentissage « non formel » (Jacobi, 2018) (des substances dont il faut se prémunir, de leurs effets sanitaires associés, des périodes sensibles...) en même temps qu'ils encouragent à l'action (« apprendre à détecter », « identifier pour mieux les chasser »⁴).

Les sages-femmes qui animent ces ateliers, parfois accompagnées d'auxiliaires de puériculture, jouent un rôle central. Elles se situent à l'interface entre le discours institutionnel normatif légitimé par les savoirs scientifiques évoqués, leurs propres connaissances ainsi que leurs expertises et les réactions des publics à qui elles s'adressent.

DEVENIR MÉDIATRICES EN SANTÉ ENVIRONNEMENTALE

Les sages-femmes sont au cœur de la médiation en santé environnementale sur les perturbateurs endocriniens. Dans ces situations de communication, elles reçoivent régulièrement des (futurs) parents, le plus souvent des femmes enceintes, afin de les « sensibiliser » et de leur faire adopter des gestes protecteurs. Les sages-femmes donnent sens à ce mandat et deviennent des médiatrices informelles en santé environnementale. Sans que ce titre soit reconnu comme tel, elles représentent la figure du tiers qui assure la transmission d'une information non anxiogène en conformité avec les lignes directrices de l'action publique nationale. Dans ce processus, leurs dispositions sociales et leur expertise en gouvernement de la périnatalité (Vozari, 2021) sont des caractéristiques essentielles pour construire la médiation.

« Dire ou ne pas dire » : construire un discours acceptable

Dans les deux terrains étudiés, toutes les sages-femmes ont suivi la même formation du projet « Femmes enceintes environnement santé » (Fees) dispensée par l'Association de la prévention de la pollution atmosphérique (Appa) et la Mutualité française. Initiée en 2011, le projet est financé par Santé publique France. Les supports de communication de ces formations sont directement mobilisés dans les ateliers. Ils constituent un socle commun de références qui sert de ressource aux médiatrices. Leur appropriation des savoirs en santé environnementale passe d'abord par l'utilisation des différentes catégories de perception des risques telles qu'elles sont dispensées lors de ces formations. Celles-ci portent sur la prise en compte de trois voies d'exposition aux perturbateurs endocriniens (air, alimentation, cosmétiques). Cette catégorisation du réel en trois catégories donne la possibilité de rendre le risque gouvernable à l'échelle individuelle.

Pour autant, la médiation procède bien d'un processus de (re)construction du discours qui doit concilier l'impératif de délivrer des recommandations sur la base de connaissances scientifiques et celui de ne « pas angoisser », comme en témoigne cet extrait d'entretien :

« Moi, j'ai un petit souci avec ce que je peux dire et ne pas dire. C'est-à-dire qu'on doit donner de l'information sur un sujet qui est quand même stressant, parce qu'on a vite fait de sortir le mot "cancer". [...] J'ai un peu de mal à savoir comment je peux aborder ce sujet-là. En même temps, j'ai conscience que c'est important de comprendre pourquoi on fait les choses. Donc, c'est vrai qu'en début d'atelier, je manque de courage, je pense, des fois, c'est-à-dire que j'essaie d'expliquer pourquoi on est là... Je ne suis pas encore très au clair vis-à-vis de ce que je peux dire et ne pas dire. [...] C'est compliqué d'amener ce sujet-là, pourtant c'est l'essence du

sujet, c'est pourquoi on est là, parce qu'après on va leur dire : "Ah ben il ne faut pas manger des fruits et légumes avec plein de pesticides !", d'accord, mais pourquoi ? [...] Mais c'est compliqué parce qu'il faut attirer leur attention en leur disant : "Attention, on parle d'un sujet qui est très important" et d'un autre côté, pas les angoisser. Mais que ce soit suffisamment percutant pour qu'elles aient envie de changer des choses, mais sans les angoisser non plus. Donc, c'est difficile de trouver le juste équilibre à ce niveau-là, et là, moi, ça me pose souci pour le moment. »

Entretien avec Naomi, 44 ans, bac+5 sage-femme animatrice, 18 mai 2021.

La figure de médiatrice se construit donc à partir des situations de l'atelier, mais aussi en fonction des dispositions sociales et professionnelles des sages-femmes.

Faire sens d'un nouveau mandat

Les animatrices des ateliers sont recrutées parmi les sages-femmes et les auxiliaires de puériculture, qui sont des spécialistes de l'accompagnement et de l'encadrement de la grossesse et de la périnatalité. Ce sont aussi des actrices qui, en dépit de la reconnaissance de leur profession, occupent une position intermédiaire dans le champ médical et souvent dominée par d'autres spécialités (pharmacie, pédiatrie, médecine générale). Dans ce contexte, l'acquisition de savoirs et de compétences dans le domaine de la santé environnementale, sanctionnée par une formation – voire, plus rarement, un diplôme universitaire – leur permet de s'affirmer en tant qu'expertes de l'accompagnement de la parentalité, au-delà de la naissance, ainsi que le confie Séverine, sage-femme formée en santé environnementale, animatrice d'ateliers :

« En fait, on voit aussi avec toutes les dépressions postnatales et tout ça, on a un rôle vraiment à jouer. [...] On va dire, une mère qui va bien, un couple qui va bien, qui accueille un enfant dans de bonnes conditions, voilà, sa vie, elle va être toute différente que s'il arrive dans une famille déprimée, mal, et voilà. Et ça semble être un peu éloigné des perturbateurs endocriniens, mais si on peut faire en sorte que les mamans se sentent compétentes dans leur fonction de maman, eh bien déjà, on a gagné quelque chose. »

Entretien avec Séverine, 47 ans, bac+5 sage-femme animatrice, 25 juillet 2022.

Naomi, sage-femme rencontrée lors d'une journée de formation⁵ des professionnelles de la périnatalité et de la petite enfance, mobilise des dispositions à la médiation en santé environnementale. À 44 ans, elle est l'une des plus anciennes du centre hospitalo-universitaire (région Paca) qu'elle intègre en 1999 après ses études de sage-femme (bac+5 dont une première année de médecine). « L'entrée par la réduction des déchets » l'amène à se questionner sur le nombre de produits ménagers qu'elle utilise et les alternatives pour « réduire le plastique », notamment le « faire soi-même » pour tendre vers le zéro déchet. Cette première phase la pousse à se renseigner sur les huiles essentielles et les « propriétés des plantes », dont elle fait part à une cadre du service avec qui elle est amie lors de balades régulières dans « la nature ». Ces connaissances et cet attrait ont conduit Naomi à se voir proposer l'animation d'ateliers de prévention sur les perturbateurs endocriniens ainsi que le financement d'un certificat d'études universitaires en « santé environnementale en périnatalité et fertilité ». La validation de ce parcours fait de Naomi la plus diplômée des sages-femmes qui animent des ateliers et celle qui a suivi la formation la plus longue : un an, contre deux à trois jours pour ses collègues et ses homologues du centre hospitalier de Bourgogne-Franche-Comté.

Les savoirs acquis lors de ces formations sont mis à profit pour encadrer les conduites individuelles, faisant de la médiation un lieu d'exercice de la gouvernementalité. Comme le soulignait Michel Foucault, une des caractéristiques du biopouvoir est non seulement « d'investir la vie de part en part » (Foucault, 1976, p. 183) en s'appliquant à une pluralité de domaines tels que les « problèmes de natalité, de longévité, de santé publique » (*ibid.*, p. 184), mais aussi de prendre forme « à tous les niveaux du corps social » (*ibid.*, p.

185) dans des institutions variées, mais aussi à l'échelle des individus.

UNE MÉDIATION DU BIOPOUVOIR

À la suite des écrits de Michel Foucault, Paul Rabinow et Nikolas Rose ont précisé le concept de biopouvoir. Ils proposent d'en retenir trois caractéristiques particulièrement fécondes pour analyser l'usage des savoirs scientifiques sur les perturbateurs endocriniens. D'abord, « un ou plusieurs discours de vérité sur le caractère “vital” des êtres humains vivants, et un ensemble d'autorités considérées comme compétentes pour dire cette vérité ». Ensuite, des « stratégies d'intervention sur l'existence collective au nom de la vie et de la santé ». Enfin, des « modes de subjectivation, par lesquels les individus sont amenés à travailler sur eux-mêmes, sous certaines formes d'autorité, en relation avec des discours de vérité » (Rabinow et Rose, 2006, p. 197).

L'atelier comme dispositif infocommunicationnel

Dans le prolongement de l'approche foucauldienne, nous proposons d'analyser la configuration de l'atelier comme un dispositif infocommunicationnel. Violaine Appel et Thomas Heller précisent que ce dernier ne saurait se résumer à un support matériel ou à des discours figés dans le temps. Au contraire, c'est un processus dynamique qui se déploie à partir des pratiques des actrices et des acteurs, mais aussi dans des contextes organisationnels précis (Appel et Heller, 2010, p. 40-45). Le dispositif est à la fois révélateur des savoirs utilisés et des intentions des actrices et acteurs, de même qu'il s'inscrit dans des dispositifs organisationnels préexistants qui permettent sa légitimation. Les ateliers de prévention façonnent un espace-temps qui assure la mise en relation d'actrices et d'acteurs, de même qu'ils font circuler des discours, des outils et des supports dans le but d'informer et d'éduquer, mais aussi d'agir sur les représentations sociales et de modifier les comportements au nom de la santé et de la vie.

En tant que dispositif, l'atelier de prévention constitue une stratégie d'intervention complémentaire aux campagnes de communication publique. Il offre une infrastructure matérielle qui permet le déploiement de la prévention et des recommandations, dans une logique de préservation de la santé et de régulation des processus biologiques. L'usage des savoirs en santé environnementale observé se traduit d'abord par un discours de vérité. Dès l'introduction de l'atelier, les sages-femmes légitiment leur intervention en attribuant l'augmentation de pathologies (diabète de type 2, obésité, cancers hormono-dépendants) à l'exposition croissante aux perturbateurs endocriniens. Elles associent ces substances à des pratiques quotidiennes, rappelant les trois voies d'exposition majeures vues dans leurs formations (alimentation, cosmétiques, qualité de l'air). Ce discours, illustré par des données épidémiologiques (baisse de la qualité du sperme, augmentation des infertilités), combine un registre modérément alarmiste (« si on continue comme ça, ça va pas aller mieux») et une injonction à l'action préventive (« soit on reste là à regarder tout ça gentiment sans rien faire, soit on décide de peut-être bousculer un petit peu les choses⁶»).

La subjectivation est ainsi au cœur du dispositif qui participe à la construction des identités et des individu·es en tant que sujets « capables de “reconnaître” les “risques” qu'ils encourent et de les “affronter” » (Berlivet, 2013, p. 118). Les sages-femmes organisent les séances de sorte qu'elles impliquent les participantes dans l'intériorisation des normes de santé environnementale. Une maison de poupée sert à reproduire l'environnement domestique, renforçant l'individualisation et la privatisation du risque (Figure 1). Cette installation permet aux participantes d'identifier des « éléments problématiques » reliés à des « facteurs de risques ». Par exemple, des plantes et des animaux pour l'utilisation d'insecticides ou encore une salle de bain et des produits d'entretien pour la qualité de l'air intérieur. L'approche par le mode de vie aborde l'exposition potentielle aux perturbateurs endocriniens de manière progressive sur le ton du « jeu ». L'objectif est de connaître les pratiques des participantes, soumises du même coup à l'évaluation des animatrices qui

ajustent leurs recommandations en conséquence :

« Sage-femme (SF) : Alors... On va commencer par notre jolie petite maison ! [En s'adressant à moi et à des étudiantes sages-femmes : Vous avez le droit de jouer aussi, hein !] Donc, dans la maison, on a essayé de recréer un petit peu un intérieur pour représenter la maison, et du coup, qu'est-ce qui, d'après vous, dans la maison pourrait polluer l'air que vous respirez, par exemple ? Y a des choses qui vous interpellent ?

- Participante (P) : Les meubles en kit.
- SF : Ouais. Alors les meubles, en effet, parce que c'est surtout de la colle en fait. C'est de petites particules de bois qui sont assemblées avec de la colle et, effectivement, ça va rediffuser dans l'air, ça va aller se coller dans l'air. Dans les meubles, c'est une pollution au formaldéhyde, par exemple. Le formaldéhyde, c'est l'odeur du neuf. Quand c'est l'odeur du carton, que ça sent fort, en fait ça sent le produit chimique. Donc, effectivement, les meubles pour les bébés, entre autres... »

Atelier de prévention, maternité région Paca, cinq participant·es dont un conjoint, carnet de terrain no 2, 11 juillet 2022.



Figure 1. Maison de poupée destinée à aborder les différentes sources d'exposition aux perturbateurs endocriniens, atelier de prévention, maternité région Paca, 17 octobre 2022. © 2022 Auteur.

Dans certains cas, cette « régulation par la parole » (Memmi, 2003, p. 43) s'accompagne de séquences où les participantes apprennent à créer des produits « sans perturbateurs endocriniens » (Figure 2). Ces sessions fournissent les recettes, ustensiles et matières premières nécessaires, rendant l'évitement individuel à la fois accessible et ludique. Cette approche clôturait un ensemble de « biopédagogies », visant à « transmettre des savoirs significatifs liés à l'identité et aux désirs de vie » (Harwood, 2008, p. 15) et s'apparentant à la « communication engageante ». Forcée en psychologie sociale et sciences de l'information-communication, cette notion associe la transmission d'informations à la réalisation d'actions pratiques, avec l'idée que des gestes simples permettent de tendre progressivement vers des actions plus conséquentes (Courbet *et al.*, 2013, p. 27-28). Cependant, comme tout dispositif, l'atelier implique résistances et détournements, les participantes négociant parfois la médiation.



Figure 2. Confection de produits d'hygiène et de soin (liniment, baume pour mamelons, lingettes...) « *do it yourself* » sans perturbateurs endocriniens, atelier de prévention, maternité région Bourgogne–Franche-Comté, 15 septembre 2022. © 2022 Auteur.

Des savoirs en tension canalisés

Les contestations observées ne visent jamais à remettre en question frontalement le dispositif, pas plus que les sages-femmes qui le portent. Pendant l'atelier, les participantes remettent l'accent sur les propriétés structurelles des substances, comme leur omniprésence dans l'environnement ou leur absence de réglementation en amont de leur mise sur le marché. « Mais pourquoi c'est pas interdit ? Je suis désolée, mais si c'est toxique, ça devrait pas être sur le marché⁷ ! », s'agace Romane, 43 ans, factrice. « Je pensais qu'on en parlait davantage des perturbateurs endocriniens, c'est quand même des choses qu'on devrait facilement bannir...⁸ », s'étonne encore Asya, 34 ans, psychiatre. Dans ce cas, les sages-femmes recadrent le propos et garantissent la poursuite de la médiation, y compris lorsque les participantes s'estiment « découragées » face à l'ubiquité des perturbateurs endocriniens, comme lors de ce tour de chaises en fin d'atelier :

« *Participante* : Moi, je suis découragée !

– *Sage-femme (SF)* : On va essayer de vous réencourager !

– *P* : Non, mais c'est parce qu'il y a tellement de choses partout... En fait, on va à l'hôpital, on est perfusé·e, c'est que des trucs en plastique... Donc forcément... fin', moi je suis infirmière, donc voilà... je me dis, en fait : "À quoi ça sert ?", c'est décourageant dans ce sens-là.

– *SF* : C'est toujours gratifiant parfois de le faire juste à l'échelle de sa famille, voilà, faut se recentrer sur quelque chose de petit, de simple, parce que vous

maîtrisez pas le monde entier... »

Atelier de prévention, maternité région Bourgogne-Franche-Comté, six participantes, carnet de terrain n° 2, 9 juin 2022.

Il est aussi des situations où la médiation se heurte à l'incertitude scientifique. C'est notamment le cas lorsque les recommandations ne peuvent trancher sur les bénéfices sanitaires liés à la consommation d'eau à propos de laquelle les participantes s'interrogent. Choisir entre l'eau du robinet et l'eau en bouteille est un conseil sur lequel les sages-femmes restent prudentes et délèguent l'appréciation aux femmes elles-mêmes afin qu'elles prennent connaissance de la qualité de leur eau auprès des autorités sanitaires locales. Lorsque les participantes contestent une information ou une recommandation, les sages-femmes s'en servent de levier pour renforcer les conseils de précaution. Par exemple, face à des interrogations sur l'efficacité des labels écologiques (« vous pensez que ça nous protège vraiment, c'est vraiment efficace, ça ? »), elles insistent sur leur utilité pour encourager le changement de pratiques, même si les bénéfices sanitaires sont modérés (« ça limite, en tout cas, c'est le moins pire »⁹).

Ceci nous pousse à examiner davantage les appropriations des recommandations issues de la médiation, en dehors des situations de communication dans lesquelles elle prend forme.

DES APPROPRIATIONS SOCIALEMENT SITUÉES

L'enquête ethnographique renseigne sur l'ancrage social des recommandations institutionnelles. Comme le rappelle Coralie Nicolle, la médiation est toujours le produit d'une configuration particulière où « chaque individu a la possibilité d'appuyer, relayer, contester, critiquer voire rejeter les recommandations » (Nicolle, 2020, p. 189). Un premier aspect notable de cette configuration est le caractère genré des activités de médiation : les animatrices sont exclusivement des femmes et les ateliers sont fréquentés à 95 % par des femmes contre 5 % d'hommes. Ensuite, le processus de médiation opère en contexte de forte proximité sociale des publics avec les médiatrices. L'atelier vient conforter des pratiques pour la plupart préexistantes, même si d'autres facteurs influencent aussi l'appropriation de la médiation.

Des participantes averties

En dehors de l'atelier, les recommandations restent globalement appliquées. Elles « trouvent leur public », dans la mesure où les participantes rencontrées sont déjà converties aux modes de vie écologiques et appartiennent aux classes sociales supérieures ou moyennes supérieures (Tableau 1). Elles sont diplômées entre bac+1 et bac+8 et occupent généralement des professions qualifiées, parfois même dans le champ médical. Elles disposent également d'une bonne littératie en santé environnementale, c'est-à-dire d'une capacité à lire les étiquettes des produits, à repérer les labels suggérés ou encore à hiérarchiser les risques.

Profession et catégorie socioprofessionnelle (PCS)	Nombre
PCS 3 (Cadres et professions intellectuelles supérieures)	13
PCS 4 (Professions intermédiaires)	8
PCS 5 (Employées)	1
PCS 6 (Ouvrières)	1
PCS 8 (Sans activité professionnelle)	1

Tableau 1. Catégorie socioprofessionnelle des participantes aux ateliers de prévention interrogées en entretien, d'après la nomenclature PCS 2003 de l'Insee.

Dans ce cadre, l'atelier récompense leurs comportements vertueux et les efforts entrepris. Il est vu comme une « continuité ». Pour les personnes qui avaient déjà modifié leurs habitudes, les recommandations paraissent moins contraignantes à mettre en œuvre. Pour ces fractions les plus élevées des classes supérieures et moyennes supérieures, le coût du

changement est moindre :

« Ça s'est bien passé, parce que c'est quand même des choses auxquelles je faisais attention dès le début, donc c'est un peu passé comme une lettre à la poste. Là, depuis que je suis enceinte, de base, j'ai pas remis de vernis à ongles, j'ai arrêté de me faire des teintures de cheveux, des choses comme ça, parce que dedans c'est blindé de perturbateurs. Donc non, en fait, ça m'a pas... Je l'ai pas mal vécu. En fait, j'ai pas eu de culpabilité de quoi que ce soit, y a pas eu d'écho particulier par rapport à la grossesse, plutôt le fait d'être confortée dans ce que je faisais déjà, quoi. »

Entretien avec Audrey, 31 ans, bac+5, neuropsychologue en centre hospitalier, un enfant, 14 décembre 2022.

Pour autant, la proximité sociale et la proximité de genre entre les participantes et les animatrices ne signifient pas une appropriation universelle des recommandations issues de la médiation.

Au-delà de la classe et du genre, des appropriations différenciées

Au sein de notre échantillon, d'autres facteurs paraissent significatifs dans la manière de s'approprier l'information, en particulier le vécu de la grossesse. Delphine, infirmière en établissement public, présente des dispositions à la sobriété. Initialement motivée par une critique de l'hyperconsommation, elle privilégie la réutilisation des vêtements d'occasion pour les enfants, tout en utilisant des produits perçus comme écoresponsables, tels que ceux de la marque L'Arbre vert. En revanche, elle refuse certaines des recommandations, comme le fait de créer sa propre lessive ou de scanner les produits en rayon, pratiques qu'elle estime trop chronophages. Être vigilante à certaines préconisations lui donne la possibilité a contrario, d'apaiser son sentiment de culpabilité par rapport à sa précédente grossesse où elle a eu recours à des produits transformés. Cela se traduit notamment par la création d'un potager et l'achat de fruits et légumes non traités auprès d'une amie maraîchère¹⁰.

Dans d'autres cas, lorsque le vécu de la grossesse est associé à une expérience négative, comme la survenue de troubles de santé chez l'enfant, la médiation engage les participantes dans le maternage intensif. Orthophoniste enceinte de son deuxième enfant, Annaëlle avait déjà modifié ses pratiques avant de venir à l'atelier. Elle s'efforce de cuisiner régulièrement pour limiter les produits transformés, y compris pour les goûters de son enfant. En dépit de cette conformité aux recommandations, elle exprime un sentiment de culpabilité et se dévalorise en raison des pratiques de sa grossesse précédente (« je me suis sentie bête et nulle d'avoir réchauffé du plastique au micro-ondes pour mon bébé¹¹»). Si l'appropriation de la médiation est socialement située, elle résulte aussi d'autres facteurs qui montrent qu'elle est un processus complexe, en permanente recomposition.

CONCLUSION : UNE MÉDIATION NORMATIVE, VECTRICE D'INÉGALITÉS

En tant qu'elle s'inscrit dans une action gouvernementale visant à modifier les conduites individuelles, la prévention des perturbateurs endocriniens relève bien d'une biopolitique des populations. La médiation des savoirs se place dans le cadre de cette biopolitique en cela que l'usage des connaissances scientifiques en fait un outil du biopouvoir. Cette politique prend appui sur des catégories d'actrices et d'acteurs institutionnels spécifiques, en particulier les sages-femmes qui s'approprient le mandat qui leur est confié et deviennent des médiatrices en santé environnementale.

Pour autant, il apparaît que la médiation néglige l'ancrage social des situations de communication, c'est-à-dire les déterminants sociaux qui président aux pratiques et à l'appropriation des recommandations. Dans la continuité d'autres travaux, cet article

montre pourtant combien elles sont socialement situées tant du côté des médiatrices que des participantes. L'appropriation des savoirs reste essentiellement le fait de publics féminins situés dans le haut de l'espace social. Le dispositif préventif occulte aussi les coûts du changement assumés par les femmes qui mettent en œuvre les recommandations et entreprennent également un travail de médiation des savoirs auprès de l'entourage et de leurs conjoints. Ces coûts ne sont pas simplement matériels ou financiers, ils sont aussi symboliques. Ils réfractent en partie la répartition inégalitaire du travail domestique au sein duquel s'insère la vigilance aux perturbateurs endocriniens. Au-delà de ces deux catégories analytiques que sont le genre et la classe, l'appropriation de la médiation en santé environnementale est résolument le produit des trajectoires biographiques.

Plusieurs questions viennent alors à se poser. D'abord, celle de la réduction des inégalités et de « l'encapacitation » (*empowerment*) des publics, censée être au cœur de la médiation. Or, l'enquête de terrain montre que, telle qu'elle est pratiquée, la médiation est davantage susceptible de reproduire, voire de creuser, les inégalités sociales. Ensuite, qu'en est-il des « non prévenu·es », de celles et ceux qui sont exclu·es de la médiation ? La médiation en santé environnementale vise le plus souvent la « protection » des « publics vulnérables ». Or, l'usage de cette catégorie institutionnelle a tendance à se focaliser sur la seule dimension médicale de la vulnérabilité, négligeant l'épaisseur des situations sociales qui forgent le rapport à la norme de prévoyance et, in fine, la faculté de se prémunir ou non des substances perturbatrices du système endocrinien. Enfin, pour être opérationnel, le dispositif de communication au cœur de la médiation occulte bien souvent l'ubiquité des substances. L'actualité récente autour des dénommés « polluants éternels » (substances per- et polyfluoroalkylées [PFAS]) vient pourtant rappeler toute la difficulté de se soustraire à la pollution chimique. Dans ce contexte, comment les personnes, notamment celles issues de milieux populaires, se saisissent-elles des recommandations et quels effets cela produit-il sur la médiation elle-même ? Ces aspects mériteraient d'être plus finement investigués.

NOTES

¹ Ce modèle a orienté notre analyse, mais nous n'avons pas utilisé de grille d'observation rigide afin de rester attentif aux différentes situations de communication et de prendre en compte les aléas de l'enquête.

² Direction générale de la Prévention des risques (DGPR) *et al.*, *Lettre de mission sur la réalisation d'un site Internet sur les substances chimiques* adressée à Santé publique France le 8 juin 2018, p. 2. Document interne transmis après une demande d'accès aux documents administratifs, accessible auprès de l'auteur.

³ Notons que, dans l'une des maternités enquêtées, d'autres actions de médiation avaient été envisagées pour sensibiliser les futurs et jeunes parents aux perturbateurs endocriniens avant la pandémie de Covid-19, notamment un jeu sérieux (*serious game*). Ici encore, ce format particulier de médiation des savoirs n'est pas sans rappeler les travaux autour des nouvelles formes d'éducation non formelle.

⁴ Ces expressions figurent sur les affiches de promotion des ateliers de prévention de l'exposition aux perturbateurs endocriniens diffusées dans les maternités enquêtées et consultables auprès de l'auteur. Nous ne les avons pas reproduites ici, car une recherche inversée par image ou par titre pourrait conduire à l'identification des lieux de l'enquête et donc à rompre l'anonymat.

⁵ Journées de formation « Perturbateurs endocriniens : passer de la connaissance à l'action », Comité régional d'éducation pour la santé Provence-Alpes-Côte d'Azur, Marseille, carnet de terrain n° 1, 3-4 septembre 2020

⁶ Atelier de prévention, maternité région Paca, trois participantes, carnet de terrain n° 2, 5 septembre 2022.

⁷ Atelier de prévention, maternité région Paca, deux participant·es, carnet de terrain n° 1, 17 mai 2021.

⁸ Atelier de prévention, maternité région Paca, une participante, carnet de terrain n° 2, 17 octobre 2022.

⁹ Atelier de prévention, maternité Bourgogne-Franche-Comté, quatre participantes, carnet de terrain n° 2, 14 avril 2022

¹⁰ Entretien avec Delphine, 37 ans, bac+3, infirmière en établissement public, deux enfants, enceinte, 7 juillet 2022.

¹¹ Entretien avec Annaëlle, 34 ans, bac+5 orthophoniste associée en cabinet, un enfant, enceinte, 13 juillet 2021.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Appel, Violaine ; Heller, Thomas (2010) « Dispositif et recherche en communication des organisations » (p. 39-57) in Appel, Violaine ; Boulanger, Hélène ; Massou, Luc (dir.), *Les dispositifs d'information et de communication. Concepts, usages et objets*, Bruxelles : De Boeck Supérieur (coll. « Culture & Communication »).

Berlivet, Luc (2013), « Les ressorts de la “biopolitique” : “dispositifs de sécurité” et processus de “subjectivation” au prisme de l’histoire de la santé », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, vol. 60, no 4-4 bis, p. 97-121.

Courbet, Didier ; Fourquet-Courbet, Marie-Pierre ; Bernard Françoise (2013), « Communication persuasive et communication engageante pour la santé. Favoriser des comportements sains avec les médias, Internet et les *serious games* » (p. 21-46) in Blanc, Nathalie (dir.), *Publicité et santé : des liaisons dangereuses ? Le point de vue de la psychologie*, Paris : In press.

Davallon, Jean (2003), « La médiation : la communication en procès ? », *Médiation et information*, no 19, p. 37-59.

De Oliveira, Jean-Philippe (2014), « Quand les associations coproduisent l’action publique : enjeux et tensions autour des campagnes grand public de prévention du sida » (p. 129-146) in Utard, Jean Michel ; Aldrin, Philippe ; Hubé, Nicolas ; Ollivier-Yaniv, Caroline (dir.), *Les mondes de la communication publique*, Rennes : Presses universitaires de Rennes (coll. « Res publica »).

Foucault, Michel (1976), *Histoire de la sexualité. 1. La volonté de savoir*, Paris : Gallimard (coll. « Nrf »).

Fournier, Tristan ; Jarty, Julie (2019), « Gouverner les “mille premiers jours de vie”. Quelles résistances possibles face à la biolégitimité du “care alimentaire” ? », *Revue des sciences sociales*, no 61, p. 46-55.

Harwood, Valerie (2008), « Theorizing Biopedagogies » (p. 15-30) in Wright, Jan ; Harwood, Valerie (dir.), *Biopolitics and the “Obesity Epidemic”: Governing Bodies*, New York/London : Routledge.

Hymes, Dell (1977), *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*, London: Tavistock (coll. « Anthropology »).

Jacobi, Daniel (2018), *Culture et éducation non formelle*, Québec : Presses de l’université du Québec (coll. « Publics et culture »).

Memmi, Dominique (2003), *Faire vivre et laisser mourir. Le gouvernement contemporain de la naissance et de la mort*, Paris : La Découverte (coll. « Textes à l’appui/Politique et société »).

Nicolle, Coralie (2020), *Médiation du discours institutionnel sur le dépistage des cancers et appropriation par les publics féminins*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication – Université Paris-Est.

Ollivier-Yaniv, Caroline ; Rinn, Michael (2009), *Communication de l'État et gouvernement du social : pour une société parfaite ?*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble (coll. « Communication, Médias et Sociétés »)

Rabinow, Paul ; Rose, Nikolas (2006), « Biopower Today », *BioSocieties*, vol. 1, no 2, p. 195-217.

Romeyer, Hélène (2015), « Le bien-être en normes : les programmes nationaux nutrition santé », *Questions de communication*, vol. 27, no 1, p. 41-61.

Spradley, James P. (1979), *The Ethnographic Interview*, New York: Holt, Rinehart and Winston.

Vozari, Anne-Sophie (2021), *Le souci des mères : ethnographie du gouvernement de la maternité en périnatalité*, thèse de doctorat en Sociologie – École des hautes études en sciences sociales.

Médiation des savoirs et légitimation des pratiques de santé: le cas de l'automédication au cannabis thérapeutique

Article inédit, soumis le 8 décembre 2025.

Stéphane Djahanchahi

Stéphane Djahanchahi est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication au département Information Communication de l'IUT Dijon Auxerre Nevers. Il est rattaché au laboratoire CIMEOS (UR4177) de l'Université de Bourgogne. Ses recherches portent sur la communication des marges et le rôle des dispositifs de communication numérique dans la légitimation des connaissances et des expertises sur des questions de santé.

stephane.djahanchahi@iut-dijon.u-bourgogne.fr

Plan de l'article

Introduction

Analyse un processus de médiation sur des connaissances illégales

Méthodologie : procédure d'enquête et dispositif d'analyse

Les divers types d'expertises et de légitimations

Conclusion

Références bibliographiques

Annexes

RÉSUMÉ

Cet article porte sur la question de l'automédication au cannabis thérapeutique. Cette recherche portait sur des processus de médiation liés aux usages sociaux de savoirs scientifiques et techniques. Nous avons étudié des forums d'usagers et cultivateurs de cannabis pour interroger les dimensions normatives de ces dispositifs. L'analyse a porté sur les logiques de légitimation des connaissances qui sous-tendent la diffusion des savoirs pratiques liés à l'automédication, en dehors, voire en opposition à l'autorité de santé. Nous présentons nos résultats concernant la légitimation des savoir-faire pratiques clandestins appuyés sur des connaissances scientifiques et techniques.

Mots clés

Communauté en ligne ; Santé ; Légitimation ; Expertise ; Cannabis ; Dispositif sociotechnique.

TITLE

Mediation of Knowledge and Legitimization of Health Practices: The Case of Self-Medication with Therapeutic Cannabis

Abstract

This article is about the issue of self-medication with medical cannabis. It is focused on mediation processes related to the social uses of scientific and technical knowledge. We studied forums of cannabis users and growers to examine the normative dimensions of these mechanisms. The analysis focused on the logic of knowledge legitimization that supports the dissemination of practical knowledge related to self-medication, outside of, or even in opposition to, health authorities. Here, we wish to present our findings concerning the legitimization of clandestine practical know-how based on scientific and technical knowledge.

Keywords

Online Community, Health, Legitimization, Expertise, Cannabis, Sociotechnical device.

TÍTULO

Mediación del Conocimiento y Legitimación de las Prácticas de Salud: El Caso de la Automedicación con Cannabis Terapéutico

Resumen

Este artículo trata sobre la cuestión de la automedicación con cannabis terapéutico. El tema de esta investigación se centró en procesos de mediación relacionados con los usos sociales de conocimientos científicos y técnicos. Estudiamos foros de usuarios y cultivadores de cannabis para examinar las dimensiones normativas de estos dispositivos, así como las lógicas de legitimación del conocimiento que apoyan la difusión de saberes prácticos relacionados con la automedicación, fuera o incluso en oposición a la autoridad sanitaria. Aquí deseamos presentar nuestros resultados concernientes a la legitimación de los saberes prácticos.

Palabras clave

Comunidad en línea, Salud, Legitimación, Pericia, Cannabis, Dispositivo sociotécnico

INTRODUCTION

La question des savoirs sur le cannabis est complexe. En Occident, la consommation de cette plante et de ses dérivés est perçue comme un problème de santé publique et dans le même temps, comme une ressource médicinale. Le premier Codex Medicamentarius (définissant la pharmacopée officielle) pour la France, édité en 1818, intégrait le cannabis, mais il fut finalement écarté en 1933, car il était trop compliqué de le prescrire à cause de la variabilité de ses effets (Arveiller, 2013). Depuis le milieu du XX^e siècle, des études scientifiques ont approfondi la compréhension de ses principes actifs et des effets de leur consommation.

Malgré les restrictions légales qui existent encore¹, certaines recherches scientifiques sur le cannabis sont accessibles en ligne, et les États prohibant son usage n'ont pas pu empêcher le public de s'informer. Le cadre normatif de l'autorité de santé, qui fonde sa légitimité sur la recherche scientifique et le rapport risque-bénéfice, n'a pas réussi à justifier son bien-fondé auprès des populations, que ce soit pour les libertés individuelles ou les pratiques médicales chez les usagers ou leurs proches. De ce fait, différents savoirs ont servi à développer des pratiques de production et de consommation dans des cadres culturels,

scientifiques et institutionnels particuliers. Plus précisément, différentes médiations autour de ces connaissances ont aidé à réduire les risques liés au mésusage en permettant aux usagers d'adapter leurs modes de consommation, de production et de préservation des principes actifs du cannabis. Avec Internet, des techniques de consommation et de production ont été diffusées, notamment via des forums en ligne depuis le début des années 2000, permettant le partage de savoir-faire pratiques et de témoignages d'usagers.

Les modalités de légitimation de savoirs clandestins

Notre recherche, menée dans le cadre d'une thèse financée par le LabEx LipSTIC, visait à comprendre de quelles manières les interactions en ligne contribuent au développement et à la légitimation de savoir-faire pratiques. Nous avons formulé l'hypothèse que ces interactions organisent et légitiment les connaissances dans des communautés de pratiques. Nous avons cherché les conséquences observables de cette hypothèse en étudiant la légitimation des savoir-faire pratiques sur des forums en ligne. De cette manière, nous avons questionné le potentiel rationalisant et la possible instrumentalisation de communautés en ligne pour qui cet usage est considéré comme un traitement alternatif. Les forums de cannabisculteurs participeraient à construire un ordre social normatif dans la relation au marché (prescriptions sur les méthodes de culture) et également pour des questions de santé (prescription des pratiques de consommation) via l'invocation de représentations symboliques par les participants. Celles-ci résonnent différemment selon les profils d'usagers, mais leur servent à négocier un monde commun. Elles renvoient tour à tour au capitalisme (logiques marchandes), au progrès technique (innovations pour la production ou la transformation), à la santé (réduction des risques et usages médicaux) et à la nature (rapport au vivant et à l'écologie).

En questionnant l'usage social des connaissances scientifiques, nous abordons la médiation comme un processus de construction de sens, fondé sur la mise en relation entre savoirs et publics à travers des dispositifs, autour de cette question de santé controversée. Nous revenons dans cet article sur la façon dont nous appréhendons les connaissances et les expertises mobilisées et revendiquées sur ces forums pour discuter des conséquences que cela entraîne sur la construction de l'objet de recherche, notre mode d'accès à ce dernier ainsi que le paradigme épistémologique qui nous permet de conduire une analyse. À partir de là, nous présentons la méthodologie développée pour analyser cette médiation des connaissances et nos résultats de catégorisation des connaissances et des expertises par leurs sources de légitimation, centrales pour la compréhension des usages sociaux des savoirs. Nous discutons enfin du rôle que jouent les dispositifs sociotechniques de communication numérique dans cette médiation, pour la représentation du risque en matière de santé au sein de communautés informationnelles et cognitives.

Jusqu'à la fin des années 1990, les études sur le cannabis thérapeutique étaient lacunaires, car centrées sur l'abus récréatif. Avec l'essor d'Internet, malgré la loi² interdisant de présenter le cannabis sous un jour favorable, l'accès à des contenus alternatifs s'est ouvert, notamment sur des forums spécialisés. La thèse a débuté en 2016, date à laquelle en France, le cannabis ne pouvait être qu'automédiqué. Dans ce sens et à titre d'exemple, Bersani *et al.*, (2016) soulignent le grand nombre de témoignages liant la consommation de cannabis à la perte de poids tout en rappelant qu'Internet est la source d'information immédiate la plus populaire concernant les drogues illicites et leurs usages. En outre, des recherches en sciences de la communication sur des forums traitant de pratiques déviantes (usages de médicaments détournés) ont montré que des usagers de forums peuvent prendre le statut d'experts à l'intérieur de leur communauté (Orange *et al.*, 2013). Ces brefs éléments de contexte permettent de rappeler que ces recherches sur les usages des savoirs répondent à une demande sociale.

ANALYSE UN PROCESSUS DE MÉDIATION SUR DES CONNAISSANCES ILLÉGALES

Notre recherche s'inscrit dans le courant des études en communication numérique en santé, qui s'intéressent aux phénomènes véhiculés par les dispositifs sociotechniques d'information et de communication (Cordelier et Galibert, 2021, p. 5). Notre objet de recherche intègre ainsi à la fois la structure numérique et les discours qui y circulent, ensemble qui contribue à la légitimation de l'usage thérapeutique du cannabis.

Le Léviathan cannabique pour conceptualiser la légitimation des pratiques

Nous mobilisons la métaphore du Léviathan (Callon et Latour, 2006) pour conceptualiser la légitimation de l'usage thérapeutique du cannabis, qui dépend de l'articulation entre savoirs scientifiques, retours d'usagers et politiques publiques. Son développement est conditionné par un ensemble mouvant de croyances, de politiques de santé publique et de programmes de recherche ayant diverses finalités. Le Léviathan s'adjoit un maximum d'*alliés* (résultats d'études scientifiques, dispositions morales vis-à-vis des libertés individuelles, témoignages, lois de divers États, etc.) pour développer une vision produisant des discours normatifs et performatifs. La force du Léviathan—ou l'institutionnalisation de savoir-faire pratiques liés à l'automédication au cannabis—dépend de l'intensité de ses liens avec ces différents éléments. Parmi ces liens, les expertises occupent une place centrale : comprendre de quelles manières elles se légitiment et participent au renforcement de ce réseau constitue l'une des orientations de cet article.

Dans cette optique, l'usage thérapeutique du cannabis se structure autour d'une constellation d'acteurs, de savoirs et de pratiques, dont la légitimité repose sur leur capacité à s'articuler avec des éléments scientifiques, sociaux et politiques variés. Cette conceptualisation souligne la manière dont les expertises s'entrelacent pour renforcer ou pour freiner la légitimité de ces pratiques alternatives.

Posture du chercheur face aux savoirs d'une communauté de pratique controversée

Pour comprendre le sens que les acteurs attribuent à leurs pratiques, nous mobilisons des concepts issus de l'ethnométhodologie (pratique, indexicalité, réflexivité). Ils offrent la possibilité d'analyser la construction collective d'objets sociaux et symboliques, qui servent de références dans les discussions hébergées par les forums. Nous considérons que les références mobilisées n'ont pas de pouvoir en elles-mêmes : leur agentivité dépend du contexte et des usages que leur donnent les participants. En complément, la théorie de l'acteur-réseau permet d'élargir l'analyse au-delà des seuls échanges interpersonnels, en intégrant le rôle d'autres formes d'agentivité (documents, savoirs stabilisés, technologies).

Un paradigme constructiviste pragmatique

Si la nature physico-chimique du cannabis reste stable, sa reconnaissance comme ressource thérapeutique a varié au cours de l'histoire selon les cadres sociaux et développements scientifiques. Ce constat de l'existence d'une réalité matérielle stable et de la variabilité de ses significations sociales justifie une posture constructiviste pragmatique : elle articule réalisme critique et relativisme épistémologique (Avenier et Thomas, 2015). Cette orientation méthodologique permet d'analyser les discours d'usagers sans adopter une position surplombante ni se limiter à leurs interprétations. Elle souligne ainsi l'importance du cadrage épistémologique dans la construction de l'objet de recherche et dans l'étude des processus de légitimation des savoirs.

MÉTHODOLOGIE : PROCÉDURE D'ENQUÊTE ET DISPOSITIF D'ANALYSE

Face aux difficultés institutionnelles d'interroger des acteurs militants français dont les pratiques sont illégales, nous avons choisi de rencontrer des acteurs pour lesquels l'usage de cannabis (thérapeutique comme récréatif) n'était pas systématiquement associé à la déviance, notamment en Amérique du Nord. Les connaissances scientifiques mobilisées étant souvent d'origine nord-américaine, il était pertinent d'interroger directement ces acteurs. Cette phase d'acculturation permet par la suite de procéder à un codage des messages de notre corpus en accord avec les représentations des usagers des forums, tout comme de qualifier leurs propositions ou d'en comprendre l'origine. Constitué de 24 fils de discussion, notre corpus est issu de trois forums de cultivateurs et consommateurs de cannabis, sélectionnés notamment pour leur fréquentation, l'orientation des échanges vers les savoir-faire pratiques et leurs possibles liens avec des acteurs marchands.

Nous avons mené une phase exploratoire lors de déplacements internationaux, combinant entretiens formels avec des médecins spécialisés et échanges informels avec des acteurs du circuit paralégal en Amérique et en Europe. Ces rencontres, enrichies de discussions avec des malades en automédication, ont permis d'identifier des enjeux centraux pour les usagers : disposer d'un produit suffisamment puissant tout en limitant les effets secondaires et les risques liés à la consommation. Cette phase a mis en évidence l'importance du mode de consommation, illustrée par la diversité des produits infusés au cannabis (boissons, aliments, gélules, herbe, résines, huiles) et leurs effets spécifiques.

Ensuite, une veille sur différents forums et sites web mentionnés par la communauté³ a permis d'identifier trois catégories autour desquelles s'articulent les échanges : qualité, puissance, réduction des risques. Ces catégories articulent des repères symboliques, que nous appelons *figures*, qui sont mobilisées dans les discussions, par exemple, la question de la puissance est souvent liée aux différentes variétés de cannabis. Certaines étant plus fortes, elles sont considérées comme plus thérapeutiques, car il faut s'exposer à moins de risques inhérents à la consommation (les goudrons si le produit est fumé) qu'avec une variété à plus faible teneur en THC. Il apparaît également que des extraits contenant l'ensemble des molécules aromatiques d'une variété de cannabis n'ont pas le même intérêt thérapeutique que ceux ne contenant que du THC et du CBD. On peut également évoquer la réputation des différents grainetiers qui produisent les variétés par croisements et par sélection, certaines firmes étant reconnues pour la qualité génétique et donc agronomique de leurs variétés (durée de floraison, résistance aux stress) quand d'autres usent de stratégies marketing pour vendre trop cher des produits qui ne sont pas à la hauteur des promesses qui les accompagnent, etc. Ces éléments ont mis en avant l'importance de la dimension expérientielle des discussions sur les savoir-faire pratiques, tout comme l'importance des logiques de reconnaissance intracommunautaire propres aux usagers des forums.

Sélection des sites analysés

En explorant les ressources mobilisées en lien avec les différentes figures, nous avons identifié divers supports numériques, y compris des sites marchands, pertinents pour notre étude, ainsi que des éléments conceptuels et symboliques mobilisés par les acteurs. Ces figures sont résumées dans le tableau suivant :

Concepts sensibilisateurs	Figures associées
Qualité	Figures des modes de production (hydro, coco, terre)
	Figures des types de plantes (CBD, génétiques, indica/sativa, black phenos)

	Figures des types de transformations et d'extractions (<i>BHO QWISO, rosin, ice-o-lator, dry-sift</i>)
	Figures de la maturation et de la préservation des principes actifs (trichomes, curing)
Puissance	Figures des effets psychoactifs et de l'ivresse cannabique
	Figures des types de produits consommés (extraits, fleurs)
	Figures de variétés et génétiques (réputation)
Réduction des risques (RdR)	Figures des industriels du secteur de la consommation
	Figures des engrais et additifs
	Figures des modes de consommation (combustion, vaporisation, ingestion)

Figure 1 : Articulations des concepts sensibilisateurs à différentes figures identifiées dans les échanges.

Nous avons choisi des forums qui possédaient une activité discursive, francophone et anglophone, relativement régulière car la différence de contraintes légales importait. Nous avons analysé des discussions issues d'un forum anglophone et deux forums francophones en utilisant la grille d'analyse des dispositifs sociotechniques de Josiane Jouët et de Coralie Le Caroff (2013) pour étudier leur fonctionnement. Ces sites « *présentent de fortes différenciations dans leur ligne éditoriale, leurs modalités de gestion, les qualités des participants, les types de contribution et les formes de discussion et de partage* » (Jouët et Le Caroff, 2013).

Dans notre cas, la distinction s'est réalisée essentiellement selon le marqueur de leur financement et de leurs liens avec des acteurs économiques du secteur : l'un soutenu par un acteur économique reconnu dans le secteur du cannabis, l'autre adossé uniquement à un site annuaire, et qui avait été créé par un malade chronique (aujourd'hui décédé) désireux d'échanger et de partager sur des modes de culture et de consommation. C'est pourquoi nous avons pris en compte la présence de diverses formes de publicité ou de financement, et la potentielle orientation politique ou stratégique des échanges, renforçant ainsi la dimension critique de notre enquête. Finalement, l'analyse a porté sur un fil de 60 pages après avoir consulté 331 pages de discussion sur le forum anglophone conservé, trois fils de discussion après avoir consulté 448 pages sur le forum francophone lié à un acteur marchand, et enfin dix-huit fils de discussions sur 559 pages consultées, pour le forum francophone sans lien affiché avec des acteurs économiques.

	Site 1, non lié au monde marchand (site francophone)	Site 2, soutenu par un acteur économique (site francophone)	Site anglophone
messages au 27/10/2017	1 116 768	1 585 514	9 281 166
sujets au 27/10/2017	47580	358 215	319 854
membres au 27/10/2017	6390	NC	NC
messages au 30/03/2022	1 131 145	1 921 200	7 990 119
sujets au 30/03/2022	48 252	NC	270 272
membres au 30/03/2022	1 386	NC	211 180
création	2002	2003	NC
pages consultées	559	448	331
nombre de discussion(s) analysée(s)	18	3	1

Figure 2 : Aperçu de l'activité discursive des sites étudiés

Méthodologie d'analyse des messages et discussions

Nous avons analysé les messages à la lumière de ce qui participait à donner du crédit à leurs propos dans les échanges. De cette manière nous avons repéré les types dominants de légitimation associés aux savoir-faire pratiques discutés sur les forums. Ces formes de légitimation des connaissances reflètent les diverses origines des expertises des membres qui prennent part aux échanges. Nous avons identifié les figures qui s'expriment à travers les acteurs et celles qui sont mobilisées par eux, selon les formes de légitimation employées.

Ces figures se déploient autour de trois concepts sensibilisateurs⁴ (Blumer, 1931) qui sont comme trois pôles autour desquels nous retrouvons certaines qualités normatives des discussions et plus largement des forums -notamment pour le concept sensibilisateur de réduction des risques- mais également des dimensions prescriptives issues de discours produits par des acteurs marchands. Ces figures sont d'autant plus centrales que le lien qui relie les membres de ces communautés est une volonté de connaissance, comme précisée dans la conceptualisation de la « communauté informationnelle et cognitive » dont l'existence repose sur un primat informationnel et cognitif pour la participation (Galibert, 2014). Mais cette orientation vers le savoir n'exclut pas une forte dimension de camaraderie et de convivialité entre participants. L'utilisation de ces forums par leurs usagers entraîne l'appropriation de ces représentations, qui se réfèrent à une diversité de savoirs et de sources de connaissances. Par exemple, mobiliser une source scientifique ou de « savoir stabilisé » (tel que Wikipedia pour des caractéristiques physico-chimiques de certains composés comme dans l'exemple en annexe 1) permet de renforcer la légitimité d'une proposition de recette, en prouvant que les températures proposées correspondent à la réaction recherchée. Si le recours à des *savoirs stabilisés* renvoie à une forme de légitimation institutionnelle, mobiliser une expérience de consommation et des effets identiques rapportés par d'autres usagers renvoie à une autre forme de légitimation, que nous appelons « ésotérique ». Enfin, quand l'usager explique avoir pensé à chercher telle information à tel endroit, il légitime son propos en mettant en avant sa capacité à s'orienter dans les informations disponibles, nous appelons alors cette légitimation « autodidacte ». Nous détaillons ces légitimations dans la section suivante. Pour les identifier et nous y référer lors de l'analyse, nous avons codé les messages sur le logiciel AtlasTI©. Le codage, dont un exemple est reproduit ci-dessous, consistait à marquer les types de sources et les intérêts des propositions dans les échanges pour identifier les figures mobilisées dans diverses

stratégies de légitimation.



Figure 3 : Extrait des éléments de codages déployés sur le logiciel Atlas.TI

Notre démarche itérative a conduit à ne conserver que les figures participant à faire la différence dans les échanges et à comprendre à quoi elles étaient liées, certaines annotations ont ainsi pu être abandonnées et d'autres précisées. Nous allons à présent explorer la manière dont ces dynamiques se traduisent concrètement au sein des dispositifs sociotechniques de communication numériques, et la manière dont elles influencent les interactions et les discours autour de l'automédication au cannabis

LES DIVERS TYPES D'EXPERTISES ET DE LÉGITIMATIONS

Les résultats révèlent donc trois formes principales de légitimation des savoirs au sein des communautés d'utilisateurs de ces espaces : institutionnelle, autodidacte et ésotérique. Ces formes de légitimation se distribuent selon les types de savoirs mobilisés (théoriques ou pratiques) et en fonction des objectifs des échanges.

La légitimité perçue des connaissances joue un rôle central dans les processus de médiation des savoirs, particulièrement dans le contexte du cannabis thérapeutique. Les savoirs entourant cette pratique sont hybrides, combinant expériences pratiques, de consommation ou de production voire de transformation, et savoirs théoriques, qui soutiennent les différentes pratiques, comme les mécanismes d'absorption, la pharmacologie de différentes molécules ou encore des connaissances agronomiques ou de chimie pour la production ou la transformation des principes actifs.

Benner *et al.* (1997) ont montré que cette combinaison de savoirs pratiques et théoriques permet aux infirmières par exemple, de devenir expertes ; un processus similaire se produit chez les usagers du cannabis thérapeutique. Internet offre un accès simultané aux savoirs théoriques (dictionnaires, encyclopédies, reportages) et aux expériences personnelles (blogs, forums), et supporte une partie de ces processus de médiation en permettant la distribution de la cognition (Conein, 2004). Cependant, les savoirs pratiques ne peuvent être pleinement appréhendés par la simple lecture ; ils nécessitent une approche réflexive et empathique, souvent couplée à une nécessaire expérimentation personnelle. Les individus qui adaptent leurs pratiques en fonction des informations en ligne, qui expérimentent et qui discutent ensuite de façon critique, compilent alors des connaissances qui peuvent les conduire à s'exprimer en position d'expert. Même si leur expertise n'est pas liée à leur formation ou domaine professionnel, leur parcours est comparable à la notion de « carrière » décrite par Becker (1985), en y ajoutant que leur profession peut enrichir leur pratique en y apportant des compétences spécifiques.

La légitimation des expertises en question

L'expertise est définie comme la capacité d'un individu à fournir un diagnostic éclairé par des connaissances légitimes à une situation donnée. Elle peut aider à la décision et être incitative (Trépos, 2006). Elle est également instituante en définissant un problème qui

nécessite une expertise, ou alors, plus classiquement, mandatée (Castel, 1985). Deux types principaux d'expertises existent dans le domaine de la santé : l'expertise institutionnelle, jugée crédible en raison de l'image de l'institution, et l'expertise expérientielle, crédibilisée aux yeux des pairs, des communautés concernées, parfois aussi des institutions car elle s'ancre dans l'expérience vécue.

En analysant les différents types d'expertises, des facteurs communs déterminant leur légitimité ont été identifiés. Les expertises académiques et technico-professionnelles tirent leur reconnaissance de cursus de formation et d'intégration dans des corps professionnels reconnus. De cette situation, découle une tension particulière entre l'expertise biomédicale et les savoirs d'expérience, particulièrement dans le cas du cannabis thérapeutique. Les usagers ressentent des bénéfices personnels alors que le discours médical officiel peut les considérer à risque. L'expertise expérientielle est alors légitimée par les pairs et se développe par l'expérimentation, indépendamment du statut hiérarchique.

Un modèle d'expert hybride émerge donc, combinant pratique informelle et formation formelle, et pour lequel nous proposons trois formes de légitimation : institutionnelle, ésotérique et autodidacte. Tout d'abord, un usager sera reconnu en qualité d'expert sur ces espaces numériques s'il est capable de délimiter son champ de compétence, de mobiliser des connaissances pertinentes, d'en indiquer les limites et si d'autres peuvent attester de sa compétence (Djahanchahi *et al.*, 2021).

Ces trois formes de légitimation s'articulent avec les trois intérêts de connaissance identifiés par Habermas (1976) : l'intérêt technique, qui renvoie à la production d'un savoir visant le contrôle et l'efficacité ; l'intérêt pratique, qui vise la construction d'une compréhension partagée pour orienter l'action collective ; et l'intérêt émancipatoire, qui correspond à la capacité critique de se libérer de contraintes ou de dominations.

Légitimation institutionnelle et intérêt technique

Lorsque l'intérêt technique domine, la légitimation est institutionnelle. Elle provient d'un champ de connaissances stabilisé que les membres de la discussion veulent mobiliser pour améliorer leur pratique (s'exposer à moins de méfaits pour plus d'effets lors de la consommation). Ce premier extrait illustre la légitimation institutionnelle, où un usager mobilise un savoir stabilisé, ici d'ordre physico-chimique. L'argument prend la forme d'une analogie scientifique, empruntant ses codes à un discours biomédical et technique :

« Toute molécule est assez petite pour être volatile, tout dépend de sa forme, si le THC est présent dans de la weed, ou dissout dans du glycol, la t° de vaporisation ne sera pas la même, comme la nicotine dans du tabac ou dans du glycol. »

Ce propos ne se fonde pas sur l'expérience directe de l'usager, mais sur une référence implicite à des lois de la chimie et à un savoir académique reconnu. La citation illustre de quelle manière les membres mobilisent des connaissances scientifiques stabilisées pour renforcer la crédibilité d'une pratique (ici, l'adaptation de la vaporisation du THC), s'inscrivant ainsi dans une logique de contrôle technique de l'efficacité et des risques.

Légitimation ésotérique et intérêt pratique

Lorsque l'intérêt pratique domine, la légitimation est principalement ésotérique. Elle dépasse la seule dimension expérientielle, qui serait personnelle, en y intégrant une validation par les pairs, mais en dehors des institutions officielles. La légitimation ésotérique repose donc sur la reconnaissance au sein d'un cercle d'initiés. Ici, un usager partage le compte rendu d'une expérimentation personnelle sur la préparation d'un e-liquide enrichi au BHO , tout en soulignant ses limites :

« ça se dissout, j'ai dû taper plus ou moins 1 gramme (au pif) de BHO⁵ dans 10 ml de e-liquide (...) bof, ventre vide, ça ne me fait rien à part tousser. Je dirais qu'après avoir fumé, ça me permettrait d'éviter un demi joint ... mais bon, c'est moi... donc pas universel. »

La valeur de ce témoignage ne tient pas tant à sa validité universelle qu'à son inscription dans une communauté d'initiés, capables d'évaluer la pertinence du retour d'expérience. Ici, l'expertise repose sur une logique de pairs : les autres membres reconnaissent à l'auteur une légitimité à s'exprimer, non pas en vertu d'une compétence institutionnelle, mais parce qu'il a « essayé » et accepte d'en partager les résultats, y compris négatifs. Ce processus illustre la logique pratique et communautaire de la légitimation ésotérique : l'expérience vaut par sa circulation et son évaluation collective.

Légitimation autodidacte et intérêt émancipatoire

Enfin, la légitimation autodidacte s'incarne dans les démarches d'usagers qui construisent seuls leur savoir, puis le mettent en débat. L'exemple suivant met en scène un participant qui partage à la fois son cheminement personnel, ses difficultés et ses découvertes :

« Bon, ca y est, j'ai fait le tour (enfin je crois) j'arrête là, je passe à la caisse et promis fini les pavés. Ce thread <http://fuckcombustion.com/threads/...> est une Fille de joie de mine d'or. Merci Sasha ! Tu as pu tester la nouvelle recette avec la teinture mère ? En tout cas c'est clair que le plus dur c'est de réussir à comprendre leurs jargons sans se retaper la totalité du thread c'est quasiment impossible. Un man a essayé de faire un lexique, j'ai zappé de le bookmarked. Je crois que l'on peut dire (vu le nombre de retours positifs et de photos) cette année que le ejuice au THC est tout à fait réalisable assez simplement. Et peu importe le "type" de concentré. »

Ce message met en avant l'humour et l'autodérision, tout en révélant la dimension émancipatoire de l'autodidaxie : l'auteur souligne l'importance d'une ressource collective (« mine d'or »), remercie un pair, exprime ses difficultés d'apprentissage (le jargon, les fils de discussion trop longs), puis conclut en ouvrant une perspective émancipatrice pour l'ensemble de la communauté (« le e-juice au THC est réalisable »). Ici, la légitimité découle de la capacité à s'orienter dans l'information, à reconnaître ses propres limites et à mettre ses acquis à disposition des autres, pour proposer une solution qui permette de consommer en limitant l'exposition aux risques inhérents à la fumée, comme c'est le cas dans l'usage de cigarettes électroniques dans une démarche de réduction des risques liés à l'inhalation.

Une articulation entre logiques de légitimation et dynamiques communautaires

Ces trois modes de légitimation se complètent et jouent un rôle prépondérant dans la médiation des connaissances, influençant la manière dont les individus perçoivent et intègrent les informations liées à leur santé. Leur distribution en fonction des intérêts de connaissance met en évidence une dynamique cognitive et sociale qui conforte l'intérêt d'une posture constructiviste pragmatique pour analyser la production de savoirs profanes. L'intérêt heuristique de cette typologie réside dans la mise en évidence de leur complémentarité : lorsqu'il y a un déficit de légitimation institutionnelle, la reconnaissance ésotérique par les pairs vient renforcer la crédibilité des savoirs en circulation, tandis que la démarche autodidacte comble les manques par une recherche et par une mise en cohérence individuelles. Ces dynamiques permettent de saisir la manière dont les communautés pallient l'absence d'encadrement officiel en construisant collectivement des formes hybrides d'autorité et d'expertise.

Conséquences sur la représentation du risque en matière de santé

Comprendre ces processus est essentiel pour l'autorité de santé afin d'adapter son message et de surmonter les blocages, les oppositions et les défiances. La prise en compte des dimensions cognitives de ces processus de légitimation peut favoriser une médiation plus efficace des connaissances scientifiques et améliorer la prévention sur les questions de santé. Ces dynamiques de légitimation reflètent des tendances plus larges dans la manière dont les risques sanitaires sont appréhendés. De cette manière, en élargissant notre perspective au-delà du cas spécifique du cannabis thérapeutique, il est possible d'identifier deux façons d'approcher la représentation du risque en matière de santé, qui se révèlent être soit théorique, soit pratique. Dans l'approche pratique, on tolère par exemple parfois

des comportements risqués pour préserver le confort du malade, contrairement à l'approche théorique qui interdit strictement.

Dans l'approche pratique de la représentation du risque, les figures agissantes proviennent de l'expérience, qui peut être collective et pour l'accès à laquelle l'empathie joue un rôle prépondérant. Dans l'approche théorique du risque, les figures agentives proviennent du domaine scientifique et suivent donc une légitimation institutionnelle.

Il est possible de dire qu'à l'échelle individuelle, le libre arbitre de chacun met en relation les savoirs et expériences justifiant l'une ou l'autre de ces approches de la représentation du risque. Cela renvoie à la dimension instituante de la légitimation autodidacte : dans quel cadre approcher cette pratique de santé ? Cette fois-ci, les connaissances sont traitées et hiérarchisées à travers un intérêt émancipatoire. La légitimité perçue par l'individu des différentes sources de connaissances sera alors au cœur de ses choix. Ce processus d'évaluation de la validité de l'information peut également être rapproché de celui dans lequel est projeté le chercheur analysant la légitimation de l'usage de cannabis thérapeutique chez des publics qui cherchent à déborder le cadre du système de santé et confirme l'intérêt du constructivisme pragmatique pour ce type d'études.

Du point de vue collectif, les discours qui circulent au sein de ces espaces participent à la formation et à la reconnaissance de la communauté, aidant ses membres à échapper aux stigmates sociaux souvent associés à des pratiques controversées comme l'est la consommation de cannabis. Au-delà de produire des formes alternatives d'autorité, ces espaces numériques offrent d'une part un soutien affectif et interpersonnel, d'autre part la possibilité pour les membres de discuter et d'échanger sans subir le jugement de la société extérieure. Ce processus de reconnaissance contribue également à créer un espace où les individus peuvent affirmer leurs choix de manière rationnelle et acceptée par leurs pairs, préalable à des prises de décisions éclairées en matière de santé, et en accord avec des pratiques de soin dégagées des barrières moralistes qui enferment la pratique médicale par la loi dans certains états et à certaines époques.

CONCLUSION

Notre travail met en lumière la complexité des processus de médiation et de légitimation des connaissances liées à l'automédication au cannabis thérapeutique. Il met également en avant le rôle que prennent les dispositifs de communication numérique collaboratifs, en particulier ceux à vocation communautaire, dans la médiation des connaissances en créant des espaces de reconnaissance et de légitimation. Ces espaces donnent la possibilité aux usagers de naviguer entre normes collectives et savoirs personnels tout en échappant aux stigmates associés à leurs pratiques. Les réseaux socio-numériques favorisent la diffusion de connaissances souvent négligées voire intégralement rejetées par les pouvoirs publics. Ces connaissances découlent d'une autre forme de légitimation, parallèle aux instances officielles, qui obéit pourtant à une reconnaissance par les pairs. Les forums sur lesquels cette légitimation s'observe et se construit ont des dimensions normatives, notamment concernant les pratiques de consommation.

Les savoirs expérientiels d'usagers témoignant de leurs pratiques peuvent être plus directement accessibles que des savoirs institutionnels stabilisés, qui parfois paraissent éloignés de l'expérience vécue des individus. Leur légitimité dépend, au sens wébérien, plus du charisme des interlocuteurs que des marqueurs produits par les instances officielles productrices de normes et de savoirs, telles que des universités, tout en découlant de processus d'essai-erreurs et des discussions critiques qui les accompagnent. Nous appelons cette légitimation ésotérique car elle se développe au sein d'un cercle d'initiés, elle s'appuie sur des savoirs stabilisés tout comme sur l'expérience personnelle des individus, mais ne peut pas être reconnue comme telle par les instances médicales pour des raisons légales ou à cause de stigmates sociaux. Cette légitimation participe à renforcer le Léviathan

du cannabis thérapeutique, soulignant les limites de la parole officielle sur certaines questions controversées.

Cette étude souligne ainsi l'importance de considérer les dimensions cognitives et sociales dans la légitimation des connaissances en santé, plus complexe qu'une simple question de littératie numérique ou de formation scientifique. Nos résultats invitent à réfléchir à l'articulation entre savoirs scientifiques, expérientiels, pratiques amateurs et expertises qualifiées de profanes pour une meilleure compréhension et gestion des pratiques de santé, tout en valorisant - du moins en ne négligeant pas- l'autonomie et l'expérience des individus que les discours institutionnels peuvent avoir tendance à négliger, à mésestimer voire à mépriser.

NOTES

¹ En France, la loi n° 70-1320 du 31 décembre 1970 a instauré un régime d'interdiction stricte du cannabis dans la continuité de la Convention unique de 1961. Tout usage récréatif reste puni d'un an d'emprisonnement et 3 750 € d'amende, et depuis 2019 passible d'une amende forfaitaire de 200€. Alors que l'accès médical au cannabis a débuté en Californie en 1996, au Canada en 2001 et aux Pays-Bas en 2003, puis que son usage récréatif a été légalisé en Uruguay en 2013, au Canada en 2018 et en Allemagne en 2024 ce n'est qu'en 2018 que l'ANSM a jugé pertinent d'autoriser son usage thérapeutique dans certaines indications. L'accès demeure limité à l'expérimentation nationale instaurée par le décret n° 2020-1230 et concerne 1683 patients au 27 février 2025. La culture personnelle à visée médicale reste interdite.

² Issu de la loi de 1970, l'article L.3421-4 du Code de la santé publique est toujours en vigueur en 2025 : « La provocation au délit prévu par l'article L. 3421-1 ou à l'une des infractions prévues par les articles 222-34 à 222-39 du code pénal, alors même que cette provocation n'a pas été suivie d'effet, ou le fait de présenter ces infractions sous un jour favorable est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 75 000 euros d'amende. »

³ L'annuaire collaboratif *Leafly.com* a été un outil clé. Ce site répertorie les dispensaires et permet aux usagers de partager leurs expériences sur les variétés de cannabis, classées selon les effets récréatifs, thérapeutiques ou négatifs. Ainsi, les usagers sont guidés vers le produit le plus approprié pour leur situation en s'appuyant sur l'expérience d'autres utilisateurs. Nous avons également mobilisé le site collaboratif *Seedfinder.nl*, qui recense les variétés de cannabis selon les grainetiers (breeders) qui les produisent et permet d'en identifier les liens de parenté tout comme d'en donner les principales caractéristiques agronomiques et psychoactives.

⁴ Pour Herbert Blumer, un concept sensibilisateur est un repère théorique qui suggère une direction d'analyse plutôt qu'une définition stricte d'un objet. Il sert de guide exploratoire en suggérant des dimensions pertinentes à investiguer, tout en laissant place à l'interprétation et à la découverte empirique.

⁵ Butane Honey Oil ou Butane Hash Oil : concentré de cannabis extrait via du butane et dont l'aspect rappelle celui du miel et qui entre dans la catégorie « huile », c'est-à-dire les extraits les plus concentrés.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Arveiller, Jacques (2013), « Le Cannabis en France au xixe siècle : Une histoire médicale », *L'Évolution Psychiatrique*, vol. 78, n°3, p. 451-484.

Avenier, Marie-José ; Thomas, Christine (2015), « Finding one's way around various methodological guidelines for doing rigorous case studies: A comparison of four

epistemological frameworks », *Systemes d'information management*, vol. 20 n°1, p. 61-98.

Becker, Howard S. (1985), *Outsiders : Études de sociologie de la déviance*, Paris : Éditions Métailié (collection « Leçons de choses »).

Benner, Patricia ; Tanner, Christine A. ; Chesla, Catherine A. (1997), *Becoming an Expert Nurse*. *AJN The American Journal of Nursing*, vol. 97 n°6, p. 16BBB-16CCC

Bersani, Francesco Saviero ; Santacroce, Rita ; Coviello, Marialuce ; Imperatori, Claudio ; Francesconi, Marta ; Vicinanza, Roberto ; Minichino, Amadeo ; Corazza, Ornella (2016), « Cannabis: A self-medication drug for weight management? The never ending story », *Drug Testing and Analysis*, vol. 8 n°2, p. 177-179.

Blumer, Herbert (1931), *Science Without Concepts*. *American Journal of Sociology*, vol. 36 n°4, p. 515-533.

Callon, Michel ; Latour, Bruno (2006), « Le grand Léviathan s'apprivoise-t-il ? » (p. 11-32) in Madeleine, Akrich ; Callon, Michel ; Latour Bruno (dir.), *Sociologie de la traduction (1-)*, Paris, Presses des Mines.

Castel, Robert (1985), « L'expert mandaté et l'expert instituant » (p. 81-92), in *Situations d'expertise et socialisation des savoirs - Actes de la table ronde des 14 et 15 mars 1985*, Saint-Etienne : CRESAL.

Conein, Bernard (2004), « Cognition distribuée, groupe social et technologie cognitive », *Réseaux*, vol. 124 n°2, p. 53-79.

Cordelier, Benoît ; Galibert, Olivier (2021), « Perspectives infocommunicationnelles de la communication numérique en santé » (p. 1-20) in Cordelier, Benoit ; Galibert, Olivier, *Communications numériques en santé*, Londres, Editions ISTE.

Djahanchahi, Stéphane ; Galibert, Olivier ; Cordelier, Benoît (2021), « Vers une catégorisation info-communicationnelle de l'expertise dans les communautés de santé en ligne » in Cordelier, Benoit ; Galibert, Olivier, *Communications numériques en santé*, Londres, Editions ISTE, p.179-208.

Galibert, Olivier (2014), *Pour une approche communicationnelle du Community Management. Problématiques en tensions entre une théorie critique et une théorie de l'émancipation*, Mémoire d'HDR, Vol 1, Université de Bourgogne.

Habermas, Jurgen (1976), *Connaissance et intérêt*, Paris : Gallimard (collection « Bibliothèque de philosophie »).

Jouët, Josiane ; Le Caroff, Coralie (2013), « Chapitre 7 - L'observation ethnographique en ligne » in Barats, Christine (dir.) *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, Armand Colin, p.147-165.

Orange, Valérie ; Millerand, Florence ; Thoër, Christine (2013), « Profils et modes de contribution dans un forum sur le détournement de médicaments : Une analyse diachronique des interactions », *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, vol. 10, p.87-106.

Trépos, Jean-Yves (2006), « Savoirs professionnels et situations d'expertise », *Knowledge, Work & Society/Savoir, Travail & Société*, vol. 4 n°2, p.7-18.

ANNEXES

	Site 1, non lié au monde marchand (site francophone)	Site 2, soutenu par un acteur économique (site francophone)	Site anglophone
messages au 27/10/2017	1 116 768	1 585 514	9 281 166
sujets au 27/10/2017	47580	358 215	319 854
membres au 27/10/2017	6390	NC	NC
messages au 30/03/2022	1 131 145	1 921 200	7 990 119
sujets au 30/03/2022	48 252	NC	270 272
membres au 30/03/2022	1 386	NC	211 180
création	2002	2003	NC
pages consultées	559	448	331
nombre de discussion(s) analysée(s)	18	3	1

Figure 1 : Aperçu de l'activité discursive des sites étudiés

Concepts sensibilisateurs	Figures associées
Qualité	Figures des modes de production (hydro, coco, terre)
	Figures des types de plantes (CBD, génétiques, indica/sativa, black phenos)
	Figures des types de transformations et d'extractions (<i>BHO QWISO, rosin, ice-o-lator, dry-sift</i>)
	Figures de la maturation et de la préservation des principes actifs (trichomes, curing)
Puissance	Figures des effets psychoactifs et de l'ivresse cannabique
	Figures des types de produits consommés (extraits, fleurs)
	Figures de variétés et génétiques (réputation)
Réduction des risques (RdR)	Figures des industriels du secteur de la consommation
	Figures des engrais et additifs
	Figures des modes de consommation (combustion, vaporisation, ingestion)

Figure 2 : Articulations des concepts sensibilisateurs à différentes figures identifiées dans les échanges.

Re: recette e liquide
 #16 le 28 août 2012, 18:15
 et quelqu'un a regardé la T° de vaporisation de la nicotine (présente dans les e-liquides et assimilé lors de la vapote ?)
 D'après wiki : T° d'ébullition 247 °C (décomposition) => même si il y a vapeur avant 247 °C et que l'on ne veut pas de
 décomposition (du moins je suppose) on peut diviser cette T° par 2 (c'est une bonne marge, non ?) => 123,5 °C on
 est pas mal proche de la bonne T° pour le THC et autres bonnes "cochonneries"
 peut être la solubilité, limitée, de l'huile (bho) dans le PG => le % de THC assimilé par taff très bas => faut s'acharner pour
 avoir des "effets" 😊
 voilà où j'en suis actuellement en m'inspirant des fofo ricains et autres .
 Celui qui trouve le moyen de faire des e-pétard avec une e-cloppie classique (si c'est pour se balader avec un saucisson
 polonais au bec, autant acheter un vaporisateur), faut qu'il me fasse goûter ça !
 là , j'ai dilué, au bain marie, jusqu'à saturation du BHO dans du PG et bin bof quoi l'en veux Gégène ?
 cest du Gelbe 🍌🍌
 Le tribus des Gelbes
 Amélioration lumineuse d'un cool tube V1 et v2.0
 Achetez à Wino Home made savitall
 Pe e d l ve



Figure 3 : Extrait des éléments de codages déployés sur le logiciel Atlas.TI

Des usages ordinaires de la science ? Analyse du recours aux savoirs scientifiques dans un quartier à Québec

Article inédit, mis en ligne le 8 décembre 2025.

Olivier Tredan

Olivier Trédan est Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université de Rennes (IUT Lannion) et membre du laboratoire ARENES - UMR 6051. Ses recherches portent sur l'impact du web sur les pratiques professionnelles des journalistes et sur les habitudes de consommation de l'information en ligne et hors-ligne.

olivier.tredan@univ-rennes.fr

Marie-Claude Savoie

Candidate à la maîtrise en communication publique avec mémoire à l'Université Laval. Son sujet de recherche porte sur la baladodiffusion indépendante en français chez les humoristes québécois. Elle est membre du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour et de l'Observatoire de l'humour.

marie-claude.savoie.3@ulaval.ca

Fábio Henrique Pereira

*Titulaire de la Chaire de journalisme scientifique Bell à l'Université Laval au Canada. Il est également professeur associé à l'Université de Brasilia. Ses recherches portent sur la construction du problème public de la désinformation scientifique et sur les pratiques d'information des publics scientifiques. Il est coéditeur de la revue scientifique internationale *Sur Le Journalisme*.*

fabio-henrique.pereira@com.ulaval.ca

Plan de l'article

Résumé et mots clés en français

Title, abstract and keywords in english

Titulo, resumen y palabras clave en espanol

Introduction

Des usages des savoirs scientifiques peu étudiés

La haute-ville de Québec : présentation du terrain

L'actualité scientifique absente des pratiques informationnelles

La défense du quartier avant tout

Un rapport instrumental à la science au sein des conseils de quartier

Conclusion

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Cet article porte sur les formes d'appropriation de l'information scientifique et aux médiations utilisées. Il explore les usages ordinaires de la production scientifique dans un quartier de Québec. Il se penche sur la manière dont les réunions publiques, les médias

locaux et les espaces de discussion en ligne mobilisent les savoirs scientifiques dans le cadre de leurs activités. Différentes techniques de collecte de données ont été utilisées, l'accent étant mis sur une observation participante et des entretiens semi-directifs. Les résultats mettent en évidence un désintérêt relatif des répondants pour les dispositifs de vulgarisation de la science, y compris pour le journalisme. À son tour, le territoire organise les réseaux de sociabilité, structure les pratiques culturelles et configure les usages des savoirs scientifiques.

Mots clés

Savoirs scientifiques, territoire, usages de l'information, Québec

TITLE

The ordinary uses of science: analysis of the use of scientific knowledge in a quebec neighbourhood

Abstract

This article discusses the ways in which scientific information is appropriated and mediated. It examines the ordinary use of scientific content in a Quebec City neighborhood. It looks at how public meetings, local media and online discussion platforms make use of scientific knowledge in the course of their activities. Data was collected through various techniques, with a particular focus on participant observation and semi-structured interviews. The results show a relative disinterest of the respondents in mechanisms of science popularization, including journalism. Instead, the territory organizes networks of sociability, structures cultural practices and configures the use of scientific knowledge.

Keywords

Scientific knowledge, territory, uses of information, Quebec (Canada)

TÍTULO

¿Usos ordinarios de la ciencia? Análisis de la movilización de la información científica en un barrio de quebec.

Resumen

Este artículo analiza las formas de apropiación y mediación de la información científica. Examina los usos habituales de contenidos científicos en un barrio de Quebec. Explica cómo las reuniones públicas, los medios de comunicación locales y las plataformas de debate en línea utilizan el conocimiento científico en sus actividades. Para eso, se han utilizado diversas técnicas de recogida de datos, sobre todo la observación participante y las entrevistas semiestructuradas. Los resultados muestran un relativo desinterés de los encuestados por los mecanismos de divulgación científica, incluido el periodismo. En su lugar, el territorio organiza redes de sociabilidad, estructura las prácticas culturales y configura el uso del conocimiento científico.

Palabras clave

Conocimiento científico, territorio, usos de la información, Quebec (Canada)

INTRODUCTION

Cet article porte sur les usages sociaux de la science. L'approche adoptée questionne la médiation scientifique dans un sens plus large qu'une perspective circonscrite aux actions menées par les acteurs de la culture scientifique. La médiation est ici entendue dans le sens que lui confère la sociologie de la médiation (Hennion, 2007), c'est-à-dire une invitation à s'attarder sur les processus de la mise en relation entre un objet, ici la science, et sa consommation, la manière dont elle est intégrée dans les pratiques ordinaires.

Nous y présentons moins des résultats définitifs sur ces usages qu'un itinéraire de recherche et un protocole méthodologique pour saisir les formes d'appropriation de la science. En rejoignant Cefaï et Pasquier (2003, p. 35), nous cherchons à analyser « la circulation des interprétations dans les interactions de la vie quotidienne et à travers tous les lieux et moments où les expériences singulières se transforment en engagements collectifs ».

L'originalité de notre approche réside dans l'ancrage de l'observation dans un territoire délimité : un quartier de classe moyenne situé dans la ville de Québec, au Canada. Ce quartier est considéré comme une unité d'observation permettant d'analyser, dans un même mouvement, les espaces de médiation scientifique, la circulation de l'information à l'échelle locale et la mise en discussion des politiques publiques dans le cadre de dispositifs de démocratie locale. Cette observation s'inscrit par ailleurs dans un contexte de controverses locales entourant des projets d'aménagement urbain et le développement de nouvelles infrastructures de transport.

L'article repose sur l'hypothèse que les savoirs scientifiques constituent une ressource pour renforcer et légitimer d'autres activités, notamment liées à la défense de certaines conceptions du territoire, rendues sensibles notamment lors de controverses environnementales (mode de transport, qualité de l'air, etc.). Pour l'étayer, nous présenterons le protocole méthodologique mis en place dans le cadre de cette étude. Les résultats empiriques mettront en lumière les principales contributions de cette étude à la compréhension des logiques d'usage des savoirs scientifiques. Nous soulignons in fine des rapports instrumentaux et utilitaristes à la science, au sein de réseaux de coopération où la science est mobilisée comme une ressource argumentative.

DES USAGES DES SAVOIRS SCIENTIFIQUES PEU ÉTUDIÉS

La mise en agenda de certains problèmes publics - le changement climatique, la pandémie de Covid-19, les mouvements anti-vaccins, la circulation des *fake news* - s'est traduite par un regain d'intérêt pour la circulation des savoirs scientifiques et leur possible disqualification. Les recherches quantitatives sur la consommation de la science se sont attachées à mettre en avant les déterminants sociodémographiques des consommateurs : en majorité des hommes, fortement dotés en capitaux scolaire et culturel et ayant un bon niveau de littératie scientifique, positionnés plutôt à gauche sur l'échiquier politique (Metag, 2020).

D'autres travaux ont porté sur les pratiques des passionnés de science qui participent à la production de savoirs et où la « démarcation de la science est une affaire de pouvoir et d'autorité, plutôt qu'une question de vérité » (Evans, 2005, p. 7). Étudier la circulation des savoirs scientifiques permet ainsi de mettre en évidence des « processus d'hybridation des connaissances entre science amateur et science professionnelle » (Boure et Lefevre, 2013, p. 149). Cependant, ces perspectives renseignent peu sur les logiques d'usages des savoirs

scientifiques.

Pour ce faire, nous avons cherché à explorer la mobilisation de la production scientifique au niveau local. Aborder la question par les territoires nous semble pertinent pour cerner les pratiques informationnelles (en général et liées à la science en particulier) et identifier des réseaux de coopération (Becker, 1988) locaux autour d'activités qui ne sont pas nécessairement liées à la science (associations socioculturelles, d'éducation populaire, médias de proximité, institutions municipales, acteurs et actrices de la médiation scientifique, etc.).

L'entrée par le territoire offre ainsi la possibilité de replacer les savoirs scientifiques dans leur utilité pour les activités ordinaires, c'est-à-dire :

« donner des trucs techniques et des instructions, enseigner comment accomplir les activités de ce monde avec le moins de danger possible, promouvoir ou donner des informations à propos des sites, des événements à venir, faire de la publicité pour des items variés, faire circuler des informations et des opinions sur des questions d'actualité pour ce monde » (Strauss, 1978, p. 279).

Dans une perspective en termes de monde social, le savoir scientifique constitue une ressource mobilisable dans le cadre d'activités collectives, puisque « c'est ensemble, et par la discussion, que les citoyens doivent élaborer leurs idées politiques, et cela implique qu'il existe des lieux où la conversation politique informelle puisse se produire au quotidien » (Eliasoph, 2010, p. 279).

Cette perspective se rapproche de la sociologie des usages, en considérant que « toute bonne sociologie des médias fait toujours plus ou moins une sociologie des usages » (Glévarec, 2005, p. 164), c'est-à-dire la nécessité d'une compréhension des pratiques informationnelles comme entrée pour l'analyse de la circulation de la science. Ces travaux s'attachent à replacer les usages de l'information dans un cadre plus large de pratiques sociales, en intégrant l'emploi des techniques (l'usage) mais aussi les comportements, les attitudes et les représentations des individus. Ils soulignent le rôle des contextes interactionnels dans la formation des pratiques et des opinions. La sociologie des usages est ainsi propice à mieux comprendre les logiques qui président à l'usage de l'information, en particulier scientifique, à savoir de quelle manière elle est saisie et mobilisée par ses lecteurs dans le cadre d'activités quotidiennes, sans être nécessairement restreinte à une logique de coproduction des savoirs. En reprenant l'opposition entre activité de renfort et activité cardinale (Becker, 1988), saisie non comme hiérarchie, mais pour distinguer ce qui est exposé au public et ce qui reste en coulisse, la science apparaît ainsi comme une activité de renfort pour renforcer ou pour légitimer des activités ordinaires. Penser la science comme un renfort ouvre ainsi la voie à l'étude des usages sociaux des savoirs.

LA HAUTE-VILLE DE QUÉBEC : PRÉSENTATION DU TERRAIN

L'enquête a été menée entre 2022 et 2023. Le territoire choisi a une forte identité territoriale liée à son histoire, que les enjeux actuels, en termes d'aménagement et de mobilité, contribuent à alimenter. La majorité de ses résident-e-s appartient à la classe moyenne, d'origine majoritairement québécoise, et bien dotée en capital culturel. Situé dans la haute-ville de Québec, le quartier bénéficie d'offres commerciale, culturelle et servicielle de proximité où il est possible de faire l'économie de l'usage de la voiture.

Notre ambition était d'arriver à identifier les espaces de discussion et les sujets débattus à l'échelle d'un quartier. Nous nous sommes ainsi attachés à identifier les espaces où la science pourrait être mobilisée au sein des activités proposées aux participants (lieux de médiations scientifiques, centres socioculturels), aux espaces de consultation (conseil de quartier) et les espaces de mise en circulation de l'information locale. Une palette diversifiée des techniques de récolte des données a été mobilisée, l'accent étant mis sur une

observation participante des dispositifs de participation citoyenne et des entretiens semi-directifs. Ce protocole de recherche a été approuvé par le comité d'éthique de l'Université Laval (n° d'approbation 2022-254 / 17-08-2022¹).

Observation

Les conseils de quartier ont constitué une entrée principale pour l'enquête. Il s'agit d'espaces d'assemblées consultatives composées de citoyen-ne-s élu-e-s (Bherer, 2006), dont le travail consiste en effet à répondre aux demandes d'avis de la part de l'administration municipale, à réaliser des consultations publiques sur les projets d'aménagement urbain et à formuler des recommandations, sous la forme des résolutions. Les conseils de quartier organisent des rencontres publiques mensuelles, animées par un collège de onze citoyen-ne-s élu-e-s qui composent chaque conseil. À Québec, les citoyen-ne-s intéressé-e-s par les questions débattues sont également convié-e-s, ainsi que le conseiller municipal du secteur et le conseiller en consultation publique de la Ville de Québec. Les sujets qui y sont discutés sont divers, mais ont en commun d'être en lien avec les enjeux propres à chaque quartier de Québec², largement déterminés par la situation géographique et socioéconomique du territoire. Pour traiter de ces sujets, le recours à des expert-e-s pendant le conseil de quartier a également été observé par l'organisation de courtes conférences sur des sujets plus pointus liés, par exemple, à l'environnement.

Dans le cadre de cette recherche, les conseils ont été pensés comme des espaces importants de mobilisation de la science dans le débat public à l'échelle du quartier. Une première ronde de collecte de données s'est déroulée entre octobre 2022 et mai 2023 par l'observation de cinq rencontres du conseil de quartier sélectionné. Elle a permis de comprendre le fonctionnement de cet espace associatif, les profils des participant-e-s et les modalités de participation. Nous avons également observé les situations d'interaction, y compris les rapports entre les élu-e-s et les citoyen-ne-s, et la place occupée par les savoirs scientifiques dans les discussions et dans les délibérations. Pour cela, une grille d'observation³ a été utilisée pour orienter la prise de notes à propos des débats observés, en insistant sur les moments où les savoirs scientifiques étaient mobilisés. *In fine*, nous avons recruté des participant-e-s à ces réunions pour des entretiens semi-directifs en profondeur.

Entretiens

Le projet de recherche s'est particulièrement intéressé aux personnes présentes lors des rencontres du conseil de quartier observé. Nous souhaitons plus précisément connaître leurs motivations à participer à ces rencontres citoyennes, leur relation à la science et leurs façons de s'informer. Pour le recrutement de ces personnes, puisque la caractéristique principale des personnes à recruter pour les entretiens était le fait d'assister au conseil de quartier, il semblait convenable d'avoir recours à cette méthode plus subjective qui mise sur une sélection arbitraire des personnes qui pourraient participer à l'étude. La présidente du conseil de quartier étudié nous a permis ensuite d'entrer en contact avec des citoyen-ne-s qui lui paraissaient davantage impliqué-e-s dans l'espace de discussion et d'échange d'information qu'offre le conseil de quartier. Cela nous a donc donné la possibilité de s'entretenir avec des personnes qui assistent de façon régulière aux rencontres du conseil de quartier ou qui occupent un poste au sein du conseil. Au final, six personnes ont été interviewées.

Les questions portaient sur le profil sociodémographique des participants, leur rapport au territoire, leurs pratiques culturelles et informationnelles ainsi que leur rapport au cadre de vie. Toutes les entrevues ont été anonymisées.

Analyse des espaces de mise en circulation de l'information locale

Afin de cartographier les espaces de discussion et les sujets débattus à l'échelle d'un quartier, nous nous sommes par ailleurs attachés à identifier les espaces où la science pourrait être mobilisée au sein des activités proposées aux participant-e-s (lieux de

médiations scientifiques, centres socioculturels), aux espaces de consultation : parallèlement aux réunions du conseil de quartier, nous avons également assisté à une audience publique en 2023, à laquelle la population du quartier avait été conviée, concernant les impacts de la construction d'une ligne de tramway à leur environnement. Nous nous sommes également penchés sur les dispositifs de mise en circulation de l'information locale, en particulier un *pure player*⁴ lié au territoire. Pour ce dernier, 47 articles comportant les mots-clés « science » ou « scientifiques » ont été identifiés. 21 concernaient des actions de médiations scientifiques, 16 des portraits de personnalités du quartier, 10 concernant des débats liés au cadre de vie (les mobilités urbaines et la qualité de l'air).

Nous nous sommes intéressés de manière exploratoire au groupe du quartier en question sur Facebook. Le nombre d'abonné·e·s, conséquent, atteint 1 400. Durant la période de confinement lié à la pandémie de Covid-19, il est venu remplacer les discussions informelles, en particulier à la sortie des écoles, et perdue aujourd'hui en ligne, en marge de ces espaces informels.

En plus des élu·e·s et des participant·e·s aux conseils de quartier, des entretiens ont été réalisés auprès de journalistes, médiatrices scientifiques, animateur·rices de médias locaux et de groupes Facebook. Six autres personnes ont été interrogées lors de cette phase de l'étude. Ces entretiens ont apporté des éléments complémentaires aux observations menées dans le cadre de l'enquête principale. Ils ont permis de contextualiser les dynamiques locales de circulation de l'information en ne nous focalisant pas, a priori, sur une activité susceptible de mobiliser certains savoirs scientifiques.

L'ACTUALITÉ SCIENTIFIQUE ABSENTE DES PRATIQUES INFORMATIONNELLES

Interrogé·e·s sur leur pratique de consommation d'informations scientifiques, les enquêté·e·s évoquent leur absence et dévoilent une conception restrictive de la science :

« Non, ce n'est pas vraiment un sujet qui m'intéresse beaucoup. Je veux dire, je trouve ça important. Mais j'ai fait les sciences au cégep, donc j'ai quand même un bagage scientifique. Mais je m'intéresse plus à l'actualité politique, ça beaucoup, l'actualité culturelle, mais scientifique, moins » (femme, 40 ans, citoyenne, participante des réunions du conseil de quartier).

Cette ancienne enseignante assimile la science aux techniques, excluant *de facto* les sciences sociales et, par conséquent, toute la documentation réalisée, en les disqualifiant. Pourtant, elle

« continue à tout lire là-dessus tout le temps ». « Je m'intéresse beaucoup aussi, dès qu'il y a des articles dans les journaux sur la pauvreté, les itinérants, tout ça, ça vient me chercher beaucoup. La répartition de la richesse, les foyers pour accueillir les démunis. »

En effet, les répondant·e·s expriment une vision très appliquée de la science, qu'ils et elles considèrent comme un répertoire des contenus et des techniques « utiles », « nécessaires » ou directement « appliquées » à la vie quotidienne, y compris aux activités du conseil de quartier, comme nous le verrons plus tard. Ainsi, le rapport à la science, y compris la recherche d'information se construit en fonction du quotidien des habitant·e·s du territoire et par leur engagement dans la vie associative locale, comme l'exprime bien l'un des répondants :

« Pour l'actualité scientifique, est-ce que cela veut dire si je m'intéresse aux planètes, à la physique, à la chimie? Je m'intéresse moins à cela. Mais, j'écoute le téléjournal et presque toute la soirée, je suis des émissions d'information [...]. Si j'ai besoin d'aller au conseil de quartier et qu'ils ont besoin de savoir ce que cela prend

sur le trottoir pour ne pas tomber, à ce moment-là je vais m'intéresser aux informations sur ce sujet. Je m'intéresse aux informations scientifiques en fonction des questions qu'on me pose ou des besoins que j'ai » (homme, 66 ans, citoyen, participant des réunions du conseil de quartier).

Lorsque, dans les entretiens, nous évoquons l'actualité - scientifique ou non -, son suivi est délégué aux médias généralistes.

« Je suis abonné au Devoir, justement, ça fait que j'ai essayé de me donner justement... J'ai un genre... D'être à l'affût de l'actualité, je trouve ça quand même important. J'aime ça varier les médias, justement, donc peut-être avec La Presse, Radio-Canada, Le Devoir. J'essaie d'être au courant. La radio, je pense que c'est un de mes moyens, un de mes médiums préférés » (homme, 29 ans, membre élu du conseil de quartier).

Le suivi de l'actualité scientifique suit cette logique où les enquêté-e-s leur délèguent le suivi, sans que transparaisse a priori un travail de documentation.

« Scientifique ? Non, je ne le suis pas activement, mais je suis abonnée à plusieurs médias sur Instagram, fait que des fois, ils vont présenter des nouvelles scientifiques. « Ah, je ne savais pas que c'était arrivé ! », mais je ne suis pas à la recherche nécessairement avec cette actualité-là » (femme, 28 ans, citoyenne, participante des réunions du conseil de quartier).

Ainsi, l'accès à l'information, notamment scientifique, repose largement sur la consultation de quelques médias, sans engagement systématique dans un travail de documentation approfondi.

Même si l'enseignement supérieur offre un cadre de socialisation, rares sont ceux à avoir conservé des pratiques : quelques podcasts scientifiques ont été mentionnés, ainsi qu'un abonnement à une revue de sciences de gestion. Un seul enquêté mentionne en effet spontanément une revue scientifique, en science de gestion, la *Harvard Business Review* :

« C'est mon copain qui sait que je m'intéresse vraiment à la gestion, avec [...] ma maîtrise en gestion. J'aime ça. Je ne sais pas pourquoi, il me dit "T'aimerais tu t'abonner à cette revue-là ?" Je dis " Ouais, j'aurais jamais pensé à ça". Puis, il l'a fait, il m'a dit "Je vais t'abonner, ça va être ton cadeau de Saint-Valentin". Voilà, je reçois la revue, puis j'adore ça » (femme, 28 ans, citoyenne, participante des réunions du conseil de quartier).

Néanmoins, provoquer dans l'échange l'énumération de ces ressources masque des expériences où le contact à la science est plus fortuit. Celles-ci dépendent par exemple des réseaux de sociabilité où la mobilisation de savoirs spécifiques, notamment techniques, devient nécessaire. C'est le cas d'une citoyenne élue, apicultrice à ces heures perdues. Avoir une ruche en zone urbaine témoigne d'une attention portée au cadre de vie. Elle précise un intérêt : « *Quand c'est appliqué, je te dirais. J'aime beaucoup le l'aspect appliqué. La recherche pour la recherche, non, mais si on fait quelque chose avec le projet ou le résultat puis on l'applique, ça j'apprécie beaucoup plus* » (femme, 41 ans, membre élue du conseil de quartier). La science intervient de manière indirecte, où les réseaux de sociabilité alimentent le partage de savoirs, autant que celui-ci l'enrichit en retour. « *C'est à l'aide de journaux partagés avec l'oncle qui est abonné à une revue américaine sur l'apiculture qu'il a pris beaucoup d'informations et des livres sur les abeilles qu'on a achetés, mais j'ai surtout échangé avec l'oncle* » (femme, 41 ans, membre élue du conseil de quartier).

LA DÉFENSE DU QUARTIER AVANT TOUT

Si l'actualité scientifique est absente des propos des personnes interrogées, les pratiques culturelles, elles, sont présentes : consommation de documentaires, emprunt de livres dans

les bibliothèques de quartier, visites régulières au théâtre et au musée, auquel plusieurs enquêté·e·s sont abonné·e·s. Ces pratiques témoignent de leurs propriétés sociales, autant que des conditions permettant l'accès aux expériences culturelles, organisées autour de sociabilités, concentrées à l'échelle du quartier. Les modes de déplacement alternatifs à la voiture offrent ainsi un élément de « patrimonialisation », distinguant les quartiers de la haute-ville du reste de Québec, particulièrement des banlieues, et se traduisant par une injonction au développement et à l'utilisation des modes de transport durable.

Le quartier joue ainsi un double rôle dans la construction identitaire de ses habitant·e·s. D'un côté, il organise les réseaux de sociabilité construits autour de pratiques culturelles et d'un engagement politique en défense du quartier. De l'autre, il participe à la définition d'un style de vie et au partage des valeurs communes liées à « l'idéologie du territoire » (Di Méo, 1996), où la défense du cadre de vie et la lutte contre le changement climatique s'entremêlent.

Ainsi, plus que les médias d'information, c'est le territoire qui configure les usages de la science, au moins dans les cas analysés dans cette étude. Les discussions menées au sein des réunions du conseil de quartier et les débats publics autour de la construction d'une ligne de tramway dans la ville de Québec divisent particulièrement les habitant·e·s. Cette controverse s'est rendue sensible lors de notre enquête à travers des manifestations ou l'apposition de pancartes aux fenêtres des logements exprimant le soutien au projet ou son rejet.



Figure 1. Manifestation en faveur du tramway

Source : Radio-Canada, <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1907562/tramway-quebec-transport-en-commun-citoyens>



Figure 2. Manifestation contre le tramway

Source : Radio-Canada, <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1977791/manifestation-tramway-troisieme-lien-quebec-legault-duhaime-ouellet>

Ces répertoires d'action oscillent entre la recherche d'un effet de masse et la scandalisation, ils se prolongent en ligne où deux groupes Facebook s'opposent ainsi autour du projet : à « Québec désire son tramway ! » s'oppose « Québec mérite mieux ». Comptabilisant respectivement 5 000 membres, le premier a été lancé en 2022 pour peser dans la médiatisation de la controverse.

Les contenus partagés au sein des groupes se focalisent sur deux dimensions du projet, dans un registre émotionnel : le bénéfice pour les habitant·e·s d'une diminution notable de la circulation automobile, opposé aux conséquences de la disparition des arbres du fait de l'aménagement des rues pour le passage du tramway. Dans ce cadre, les savoirs scientifiques occupent une place secondaire et périphérique. Les informations municipales et les contenus journalistiques constituent l'essentiel des articles partagés par les membres actifs. Les références aux publications scientifiques sur la mobilité et les politiques publiques en matière de transport sont quasi inexistantes. Les rares publications faisant référence à une expertise, sans nécessairement provenir des milieux académiques, sont partagées pour renforcer les arguments des défenseur·euses ou détracteur·rices du projet dès qu'elles recourent aux statistiques comme preuves irréfutables. Elle témoigne ainsi d'un rapport purement instrumental à la science où l'information circule via une myriade d'intermédiaires, au gré de consultation de supports, dans des rubriques non scientifiques.



Loïc Ras-Mike Lefebvre

16 novembre 2022 · 🌐

[Statistiques] Selon le dernier rapport de European Transport Safety Council , 6 000 enfants de 14 ans et moins sont morts entre 2011 et 2020 dans des accidents de la route dans l'Union Européenne.

Près de la moitié des décès concernent les enfants voyageant en voiture.

Il est grand temps de changer les choses 🙄



Urban Cycling Institute

15 novembre 2022 · 🌐

There is no 'War on Cars'.

There is an ongoing massacre on all other road users.

(who is killing who by [European Transport Safety Council](#)). Our road safety lan... En voir plus

Voir la traduction



J'aime

Commenter

Envoyer

Figure 3. Billet publié dans le groupe Facebook Québec mérite son tramway

Source : <https://www.facebook.com/groups/3146956962221457/posts/3219135718336914/>

UN RAPPORT INSTRUMENTAL À LA SCIENCE AU SEIN DES CONSEILS DE QUARTIER

Ce même rapport instrumental a été identifié lors des débats publics au sein des conseils de quartier. Au cours des cinq réunions observées, les participant·e·s ont mobilisé des contenus associés à la science, généralement pour parler d'environnement, de thématiques de santé et de bien-être, de mobilité urbaine et d'aménagement urbain. Ces informations proviennent d'un répertoire hétérogène de sources : des productions médiatiques (des médias généralistes, un média environnemental), ainsi que des bulletins d'information, des sites web gouvernementaux des articles publiés sur Wikipédia. Certains participants évoquent des données provenant « d'enquêtes » ou « d'études », sans préciser leur origine. Nous n'avons jamais été témoins, lors des échanges, de la mention d'articles publiés par des médias spécialisés en sciences ou d'études parues dans des revues savantes. D'ailleurs, lors des rencontres, la légitimité de ces différentes sources n'a jamais été mise en question. Au contraire, en qualifiant certains arguments de scientifiques, indépendamment de leur qualité ou de leur source, ces participant·e·s veulent légitimer leurs prises de position au sein de ces rencontres. Or, ce constat semble faire écho à la dimension instrumentale et utilitariste de la science à travers ses usages ordinaires. Toutefois, il amène à s'interroger sur la façon dont les informations liées à la science arrivent aux enquêté·e·s. Elles semblent

moins dépendre de la légitimité des sources disponibles que de leur accessibilité et de leur capacité à faire sens dans le cadre d'activités quotidiennes, domestiques, professionnelles ou militantes. Par exemple, une habitante bénéficie d'un travail de veille mené dans un cadre professionnel.

« On reçoit trois fois par semaine des revues de presse, un peu des nouvelles en environnement. Ça, je dois lire ça pour être un petit peu à jour sur l'actualité environnementale. Des fois, il va y avoir des rapports ou des recherches qui sortent et qui sont présentés, mais qui font comme partie du lot d'actualités qu'on reçoit » (femme, 28 ans, citoyenne, participante des réunions du conseil de quartier).

Notre analyse révèle que la science était particulièrement présente dans trois situations : en tant qu'objet de discussion publique, en tant qu'objet de controverse et en tant que ressource pour subsidier les délibérations et la prise de décision.

Ainsi, lors de la réunion du mois d'avril 2023, le conseiller responsable des questions relatives à la santé et à l'environnement et un médecin invité, spécialiste en santé publique, ont présenté le rapport « Mon environnement, Ma santé ». Il s'agissait d'une étude indépendante, menée par le Centre intégré universitaire de santé et de services sociaux de la Capitale-Nationale, sur la qualité de l'air dans un des arrondissements de la ville de Québec et sur son impact sur la santé de la population locale. Cette intervention voulait ainsi à répondre aux préoccupations citoyennes concernant les effets de la pollution sur la santé respiratoire, notamment sur l'asthme et sur les décès. Lors de leur présentation, ces deux acteurs ont mobilisé un vocabulaire issu du monde des sciences, mettant en avant les objectifs de leur recherche, les choix des protocoles méthodologiques employés, y compris la construction de l'échantillon ainsi que l'interprétation statistique des résultats. Au final, les conférenciers ont proposé neuf recommandations pour améliorer la qualité de l'air à travers l'adoption de mesures visant à diminuer les particules fines, la présence de dioxyde d'azote et de poussière de nickel, tout en favorisant le verdissement des espaces publics et en renforçant la gouvernance ainsi que la coordination des initiatives. Cette étude devient alors immédiatement un sujet de discussion publique. Les participants (membres du conseil et citoyen·ne·s) ont questionné les impacts de ces actions sur la conduite des politiques municipales, ainsi que sur leurs propres habitudes (par exemple : « La voiture électrique, est-ce que ça aide ? », « Faut-il utiliser des masques ? », « Quelles sont les sources d'émission [de polluants] ? », « Comment mesure-t-on l'impact des particules fines sur les indicateurs de santé ? »). Des questions ont également été posées à propos des normes internationales concernant la concentration de particules en suspension dans l'air.

Les savoirs scientifiques étaient par ailleurs sujets à des controverses. C'était le cas par exemple de la construction de la ligne de tramway. Un des sujets de discussion portait sur le nombre d'arbres qui seraient abattus lors de sa construction, un chiffre qui variait entre 600 et 2 380 selon la source (« Québec mérite son tramway » ou « Québec mérite plus ») et selon le registre argumentatif et la charge émotionnelle liée, mais qui a obligé les pouvoirs publics à recourir à l'expertise pour évaluer les impacts lors des réunions de décembre 2022, janvier et avril 2023. Ainsi, le conseil de quartier a fait part à la municipalité des « préoccupations » des citoyen·ne·s concernant « le nombre d'arbres à couper » (réunion de décembre 2022). En avril 2023, le responsable des questions de santé et de l'environnement a proposé d'inviter deux spécialistes pour répondre aux questions des citoyens. En réponse à cette controverse, la Ville de Québec a finalement produit un « ratio de compensation » écologique de « 20 arbres plantés pour chaque arbre abattu dans les quartiers à proximité du tramway⁶ ». Le projet du tramway a également été abordé lors d'une séance d'information et d'échange organisée par la Ville de Québec pour discuter publiquement de l'impact des travaux préparatoires sur le quotidien des citoyen·ne·s, déjà au cœur des discussions publiques (la foresterie urbaine, les impacts des travaux préparatoires sur la mobilité et les activités commerciales). Lors des échanges avec l'assistance, les habitant·e·s ont exprimé leurs interrogations sur les enjeux d'ordre scientifique liés au débat : « le nombre d'arbres

qui seront abattus », « la valeur monétaire d'un arbre », « des conséquences pour la coupe inutile des arbres », « l'accès aux commerces ou aux bureaux par les personnes à mobilité réduite », « les effets des vibrations [provoquées par les travaux d'aménagement] aux maisons qui sont relativement vieilles ». Les enjeux soulevés dans différents cadres - les débats du conseil de quartier, les consultations publiques, les manifestations en ville, les discussions dans les groupes Facebook - sont dénués de références explicites aux acquis de la science.

Lors de la réunion de janvier 2023, la controverse tournait autour des résultats d'une enquête réalisée par l'association des commerçant·e·s du quartier, qui mentionnait les effets négatifs sur l'économie de la transformation de la principale voie commerciale du territoire en rue piétonne. Cette information a été réfutée par les participant·e·s à la réunion. Ainsi, un membre du conseil a questionné la représentativité de l'échantillon (« un tiers seulement des commerçants se sont prononcés »). Un autre membre fait référence à un article publié par *Radio-Canada* qui montrait que les citoyens étaient majoritairement favorables aux rues piétonnes. Une troisième conseillère a finalement proposé de réaliser un sondage auprès des habitant·e·s du quartier pour que « les citoyens puissent s'exprimer » à propos de ce sujet.

Les participant·e·s au conseil ont également fait appel à des propos scientifiques ou à des démarches perçues comme telles pour alimenter les délibérations et la prise de décision. La réalisation de sondages auprès des habitant·e·s du quartier sera ainsi vue comme un outil important pour « recueillir des informations à la source, auprès des citoyens » (réunion d'avril 2023). Lors de la réunion de novembre 2022, les conseiller·ères ont présenté les résultats d'un sondage sur la sécurité routière dans le quartier et qui s'est ensuite traduite par l'approbation d'une résolution visant à améliorer les feux de circulation. La construction de toits blancs et verts dans les maisons du quartier pour réduire « l'îlot de chaleur » (réunion d'avril 2023) était un autre sujet de discussion fréquent. Évoqué lors de la réunion de novembre 2022, il sera repris au mois de janvier 2023 lorsque l'un des citoyen·ne·s a fait référence à une étude portant sur Paris (sans que la source soit citée) et qui montrait les avantages de construire des toits blancs dans les immeubles résidentiels. Une résolution sera approuvée à cette réunion. Cette discussion sera cependant reprise lors de la réunion du mois d'avril 2023, quand un membre du conseil suggère de mettre en avant un programme pour financer les travaux d'adaptation des toits, « voire même obliger » les habitant·e·s à choisir le toit blanc « avec compensation » de la part du gouvernement.

Pour les objets de discussion, de controverse ou comme argument mobilisé pour alimenter le processus de décision, les savoirs scientifiques sont considérés comme une ressource pour la construction du débat public local au sein du territoire observé. Cependant, il s'agit d'une définition particulière de la science comme objet trivial (Jeanneret, 2008), qui prend son sens dans le cadre des échanges autour du territoire. Cette « science » de l'ordinaire échappe au contrôle des institutions de recherche ou de communication scientifique, y compris le journalisme. Les participants du conseil de quartier évoquent des études, des sondages, des rapports et des documents pour alimenter le débat, sans prêter attention ni à la source ni au statut attribué par la communauté scientifique à ce genre de contenu.

CONCLUSION

Sur le plan méthodologique, cet article propose une approche novatrice pour l'étude des usages ordinaires de la science. Il s'agit d'observer ces pratiques dans un territoire circonscrit afin d'analyser les espaces de médiation scientifique et de circulation de l'information, où celle-ci devient une ressource mobilisée ponctuellement, selon des conceptions spécifiques des territoires. De ce point de vue, la science pourrait constituer une activité de renfort (Becker, 1988) pour d'autres activités liées au territoire, notamment autour de controverses environnementales (mode de transport, qualité de l'air, etc.).

Or, nos données suggèrent que l'information scientifique transite par un entrelacs complexe de médiations, où interviennent des renforts multiples. Il existe bien des points de jonction entre la production de la science et sa réception : l'activité scientifique peut fournir des ressources nécessaires à la coordination des activités propres à leur monde, dans notre cas, les enjeux de défense du territoire et de participation citoyenne dans les espaces associatifs locaux.

Concernant les usages de la science, les résultats mettent en évidence l'inscription sociale des pratiques ordinaires, façonnée par les divers contextes d'interaction auxquels les individus participent. La sociologie des usages insiste sur les dimensions complémentaires d'analyse à prendre en compte : les représentations des individus afin d'approcher les significations d'usage ; l'observation des pratiques, qui révèlent des habitudes ancrées et structurées par des discours d'accompagnement, ainsi que par les degrés de légitimité associés à ces pratiques ; l'étude des contextes et des situations d'usage. Dans cette perspective, les sources mobilisées par les acteurs sont hétérogènes, et la place des productions savantes marginale. L'information qui en découle est souvent détournée ou réinterprétée en fonction du contexte : elle peut être utilisée pour soutenir ou réfuter un argument, alimenter une controverse, légitimer un acteur ou un point de vue, etc.

Cette mobilisation « instrumentale », « utilitariste » de la science, exploitée en fonction des intérêts des individus pour animer un débat et pour influencer la prise de décision politique, amène à questionner le degré d'intégration aux mondes sociaux de ce que l'on appellerait en principe les « publics de la science ». Le schéma d'une appropriation de contenus scientifiques en interaction entre producteurs et consommateurs de sciences est trop linéaire pour postuler un circuit clair de circulation de l'information scientifique. L'accompagnement de la science, auquel les médias participent, se réalise nécessairement en lien avec les réseaux de coopération au sein desquels les individus évoluent. Plus particulièrement, nous avons, au cours des entretiens, décelé des « prises » (Hennion, 2009) qui conduisent à un recours à la science, comme l'apiculture urbaine, qui implique l'accumulation d'un savoir spécialisé.

Les résultats semblent corroborer le constat de la complexité des coopérations. Il exige la prise en compte, dans l'analyse, de l'ensemble des scènes où la science fournit les ressources nécessaires aux activités et aux postures des personnes engagées dans leur territoire. C'est là que survient l'idée de culture telle que formulée par Becker (1999) : non pas un ensemble de références stabilisées que les individus intègrent par la socialisation, mais des références qu'ils peuvent mobiliser au gré de leur intégration dans des réseaux de coopération. À l'échelle de nos observations, la science ne constitue pas une activité en soi qui vient supporter d'autres activités. Elle peut apparaître ponctuellement lors de réunions d'un conseil de quartier au travers d'un objectif de légitimation.

Notre travail offre deux contributions aux études sur la circulation et les usages de la science. Il s'agit tout d'abord de la (re)découverte d'une science profane, mise en circulation dans les interactions au quotidien et qui se constitue en une ressource mobilisable dans le cadre d'activités collectives. Cette situation remet en question certains discours normatifs autour de la perte de légitimité des sciences dans les sociétés contemporaines (Cesarino, 2021). Il convient de s'interroger : « De quelle science parle-t-on ? ». La seconde contribution est d'ordre méthodologique. L'entrée par le territoire et par la mobilisation d'un ensemble diversifié de techniques de recherche qualitatives offre la possibilité de saisir certains aspects de cet usage ordinaire de la science qui ne sont pas toujours visibles aux chercheurs. Nous cherchons désormais à adapter et à améliorer ce protocole méthodologique en élargissant les territoires locaux qui feront l'objet d'études dans un futur proche, pour analyser les usages de la science et leur prise en compte dans les actions de médiation scientifique.

NOTES

¹ Conformément aux recommandations du comité d'éthique, le quartier a été anonymisé afin d'empêcher l'identification des membres du conseil de quartier qui occupaient des fonctions au moment de la réalisation de l'enquête.

² Ville de Québec, « Tous les conseils de quartier », consulté le 28 septembre 2024, https://www.ville.quebec.qc.ca/citoyens/participation-citoyenne/conseils_quartier/conseils.aspx

³ <https://osf.io/dbcpx>

⁴ <https://monquartier.quebec/>

⁵ Le rapport est disponible sur :

https://www.ciusscapitalenationale.gouv.qc.ca/sites/d8/files/docs/ProfSante/SPU/rap_a_c_sc_2019-02-25_vf.pdf

⁶ Ville de Québec (2023), Chantiers 2023 - Vieux-Vimoilou et Maizerets : rencontre publique, consulté le 28 septembre 2024, <https://www.ville.quebec.qc.ca/citoyens/participation-citoyenne/activites/CPFichierAzure.ashx?Fichier=9f11c138-1990-456d-88bd-0a66bf5e3a24.pdf>

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Becker, Howard. S. (1988), *Les Mondes de l'art*, Paris : Flammarion.

Becker, Howard S. (1999), *Propos sur l'art*, Paris : l'Harmattan.

Bherer, Laurence (2006), « Le cheminement du projet de conseils de quartier à Québec (1965-2006) : un outil pour contrer l'apolitisme municipal ? », *Politique et Sociétés*, vol.25, n° 1, p. 31-56.

Boure, Robert ; Lefebvre, Muriel (2015), « Entre science légitime et science amateur : le devenir trivial d'une information scientifique sur Internet », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 16, n° 1, p. 143-152.

Cefai, Daniel ; Pasquier Dominique (2003), « Introduction » (p. 13-59), in Cefai, Daniel ; Pasquier, Dominique (dir.), *Les Sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris : Presses Universitaires de France.

Cesarino, Letícia (2021), « Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética », *Ilha Revista de Antropologia*, vol. 23, n° 1, p. 73-96, consulté le 5 août 2024, <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/75630>.

Di Méo, Guy (1996), *Les territoires du quotidien*, Paris : L'Harmattan, coll. Géographique Sociale.

Eliasoph, Nina (2010), *L'évitement du politique*, Paris : Economica.

Evans, Robert (2005), « Introduction. Demarcation Socialized: Constructing Boundaries and Recognizing Difference », *Science, Technology and Human Values*, vol. 30, n° 1, pp. 3-16.

Glévarec, Hervé (2005), *Libre antenne. La réception de la radio par les adolescents*, Paris : Armand Colin et Ina

Hennion, Antoine (2007), *La passion musicale : une sociologie de la médiation*, Paris : Métailié.

Hennion, Antoine (2009), « Réflexivités. L'activité de l'amateur », *Réseaux*, n° 153, p.55-78.

Jeanneret, Yves, (2008), *Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels*, Paris : Hermès-Lavoisier, coll. Communication, médiation et construits sociaux.

Metag, Julia, (2020), « What drives science media use? Predictors of media use for information about science and research in digital information environments », *Public*

Understanding of Science, vol. 29, n° 6, p. 561-578.

Strauss Anselm. L. (1978), « A Social World Perspective » (p. 119-128), in Norman Denzin (dir.), *Studies in Symbolic Interaction*, Greenwich : JAI Press.

De la vulgarisation à l'autodiagnostic : une histoire éditoriale des tests dans Psychologies Magazine (1970-2020)

Article inédit, mis en ligne le 8 décembre 2025.

Léo Tertrais-Flamand

Doctorant en sociologie à l'Université Paris Nanterre, membre du CRESPPA-CSU et de l'IRIS. Ses recherches portent sur l'histoire et la diffusion des catégories de santé mentale, particulièrement celle de « psychopathe », et des dispositifs de quantification de la personnalité.

tertraisflamandleo@protonmail.com

Alex Maignan

Doctorant en sociologie à l'Université Paris Nanterre, membre du CRESPPA-CSU et de l'IRIS. Ses recherches portent sur l'importance croissante des problématiques de santé mentale, en lien avec la diffusion de catégories psychologiques à l'existence contestée quoique largement mobilisée (en l'occurrence celle d'hypersensibilité).

Alex.maignan@parisnanterre.fr

Plan de l'article

Introduction

De la vulgarisation à la connaissance de soi

Pédagogie, introspection et publicité : le triple visage des tests

Des tests en développement (personnel)

Conclusion

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Les tests psychologiques, disponibles aujourd'hui massivement en ligne, sont des objets d'investigation particulièrement intéressants pour réfléchir à la question de la diffusion et de la médiation de la culture psychologique contemporaine. Partant du succès de Psychologies Magazine depuis les années 1970, l'objectif de cet article est d'analyser l'évolution des formes et fonctions des tests psychologiques qui y sont publiés. Nous montrons que leur vocation est à la fois tributaire des dynamiques éditoriales du magazine (de la vulgarisation au développement personnel), mais aussi plus généralement des recompositions de la culture psychologique et de l'espace des professions psychothérapeutiques contemporaines.

Mots clés

Psychologie, vulgarisation, tests, édition, développement personnel.

TITLE

From Popularization to Self-Diagnosis: An Editorial History of Tests in Psychologies Magazine (1970-2020)

Abstract

Psychological tests, now widely available online, are notably interesting objects of investigation for examining the dissemination and mediation of contemporary psychological culture. Using Psychologies Magazine, which has thrived since the 1970s, as a case study, this article aims to explore how the forms and functions of the psychological tests it features have evolved. We argue that the role of these tests is shaped not only by the magazine's editorial strategies (shifting from dissemination to personal development), but also, more generally, the reconfigurations of psychological culture and the landscape of contemporary psychotherapeutic professions.

Keywords

Psychology, Dissemination, Tests, Publishing, Coaching.

TITULO

De la divulgación al autodiagnóstico: una historia editorial de los tests en Psychologies Magazine (1970-2020)

Resumen

Los test psicológicos, hoy disponibles masivamente en línea, son objetos de investigación particularmente interesantes para reflexionar sobre la cuestión de la difusión y la mediación de la cultura psicológica contemporánea. A partir del éxito de Psychologies Magazine desde los años 70, el objetivo de este artículo es analizar la evolución de las formas y funciones de los test psicológicos que se publican en la revista. Mostramos que la finalidad de estos test está condicionada tanto por las dinámicas editoriales de la revista (de la divulgación al desarrollo personal) como, de manera más general, por las recomposiciones de la cultura psicológica y del ámbito de las profesiones psicoterapéuticas contemporáneas.

Palabras clave

Psicología, Divulgación, Test, Edición, Coaching.

INTRODUCTION

De plus en plus de professionnel·le·s de la santé mentale s'inquiètent du recours croissant à l'auto-diagnostic, notamment chez les jeunes (Couppé de Kermadec, 2021 ; Fournier, 2023). Cette pratique, qui consiste à identifier soi-même, et pour soi-même, le nom et les formes de son mal-être, s'appuie notamment sur l'existence de nombreux tests et questionnaires disponibles en ligne. C'est le cas par exemple du site Psychologies.com, qui propose aujourd'hui des centaines de tests gratuitement. En France, la pratique culturelle et ludique du questionnaire auto-administré, à des fins d'introspection et de connaissance de soi, est ancienne - en témoigne le questionnaire rendu célèbre par Marcel Proust durant les années

1920. En miroir, les travaux d'Alfred Binet ont contribué au développement de l'expertise psychométrique : en 1907, à la demande du gouvernement, il a conçu, en collaboration avec Théodore Simon, les premiers tests d'intelligence destinés aux enfants (Paicheler-Harrou, 1985). C'est cette ambivalence du questionnaire psychologique que nous proposons d'interroger, à la fois comme outil de laboratoire interne au champ académique (Martin, 2020), et en tant que vecteurs de diffusion de la « culture psychologique de masse » (Castel et Le Cerf, 1981) auprès de publics non-scientifiques, fonctionnant ainsi comme support de connaissance de soi pour des individus en quête de réponses existentielles.

Avant d'être un site Internet, Psychologies.com est un magazine : à sa création en 1970, son titre est Psychologie, puis devient Psychologies en 1983, avant de prendre en 1998 le nom qu'on lui connaît aujourd'hui, Psychologies magazine. Ce « projet de journalisme scientifique » (Lemerle, 2014, p. 153) s'inspire de son prédécesseur états-unien Psychology Today, avec qui est signé dès 1970 un contrat d'exclusivité en faveur de Psychologie sur la diffusion de leurs articles en langue française. Des accords similaires existent également avec Psychologie Heute et Psicologia Contemporanea, autant d'intermédiaires culturels (Bourdieu, 1979) européens analogues, à l'avant-garde du phénomène psy anglo-saxon et de son importation (Psychologies magazine -PM-1, 1978, n° 100, p. 5). Spécificité de la mouture française par rapport à son prédécesseur anglophone, des tests ou questionnaires sont régulièrement proposés au lectorat et ce, dès les premiers numéros du magazine. Cette différence n'est pas anodine. En France, le processus de professionnalisation de la psychologie est étroitement lié au succès, à partir des années 1920, des tests psychotechniques en tant que dispositifs d'orientation scolaire et de sélection professionnelle. S'ils se sont retrouvés sous le feu de la critique à la suite de la Libération, ils sont largement réhabilités à partir de la seconde moitié des années 1950 (Carroy, Ohayon et Plas, 2006, p.209-2013). C'est une forme de psychologie appliquée, pratiquée par des technicien·ne·s pour beaucoup employé·e·s par l'Etat (Le Bianic, 2013, p. 15). Aux Etats-Unis, la professionnalisation des psychologues n'est pas centrée sur la pratique des tests. Elle trouve racine dans la légitimation de savoirs universitaires et est tributaire du rôle prépondérant d'« acteurs privés (universités, associations professionnelles, associations de diplômés) » (Ibid., p. 32).

De « Quelle est votre forme d'intelligence ? » en 1973 à « Savez-vous vous rendre heureux ? » en 2005, en passant par les quiz de culture psychologique, le magazine propose des formes de questionnaires auto-administrés contrastés. Ces tests oscillent entre deux pôles : d'un côté, la vulgarisation des savoirs et techniques psychologiques, de l'autre, une forme de médiation introspective qui aboutit à l'élaboration de connaissances sur soi (Mauger et Poliak, 1998). Depuis la parution de son premier numéro jusqu'à la mise en ligne de son site internet, la rubrique des tests donne la possibilité d'interroger la position d'intermédiaire culturel occupée par le mensuel, au fil des inflexions de sa politique éditoriale et des recompositions du marché des thérapies et du bien-être français. En tant qu'objet d'investigation, la rubrique des tests permet ainsi non seulement de documenter la genèse de la diffusion de cet incontournable genre journalistique contemporain (Ringoot, 2014) à la croisée de Binet et Proust, mais également d'avoir un regard sur le processus de professionnalisation de la psychologie française et les conflits de légitimité qui l'ont traversé.

Après avoir exposé les outils et méthodes employés, nous commencerons par la genèse du magazine et des premiers tests apparus dans ses sommaires. Nous montrerons qu'ils ont autant pour fonction d'accompagner le lectorat dans ses démarches introspectives que, du côté des rédacteur·ice·s, de servir de pivot à l'économie de la maison d'édition du magazine. Ensuite, ce genre éditorial, bien que délaissé durant les années 1980, revient sur le devant de la scène à partir de la fin des années 1990, porté conjointement par la popularisation du développement personnel et par le virage numérique pris par le mensuel.

DE LA VULGARISATION À LA CONNAISSANCE DE SOI

Le magazine est l'objet d'un double mouvement au cours de ses cinquante ans d'existence: projet de vulgarisation proche des savoirs académiques au départ, il devient ensuite un appui pour la recherche de bien-être, tout en se parant des codes du magazine féminin. Cette évolution est le fruit de ruptures correspondant à l'histoire de ses deux rachats principaux en 1982 et 1998 (Lemerle, 2014). Nous utiliserons cette périodisation pour la suite, telle que: PM1 (1970-1982), PM2 (1983-1997) et PM3 (1998-2020). Nous avons pu consulter 547 des 572 numéros publiés entre 1970 et 2020 à la Bibliothèque nationale de France afin d'examiner leur contenu et de numériser les 342 tests que nous avons trouvés. Nous avons constitué un registre des tests qui compile leur titre, le numéro dans lequel il est publié, l'éventuelle bibliographie qui l'accompagne et son auteur·ice¹. Nous avons ensuite codé l'ensemble des tests selon la fonction principale qu'il est supposé avoir pour le lectorat. Une analyse de contenu systématique permet d'avoir un regard sur l'évolution des façons dont les tests sont investis par la rédaction du magazine en fonction des périodes éditoriales. Par exemple, ont été publiés 6,2 tests par an en moyenne en PM1, 2,9 en PM2 et 8,7 en PM3.

Nous avons identifié cinq fonctions à partir de la lecture de l'ensemble des tests, en combinant à la fois leur contenu et la formulation de leur titre :

- *Vulgarisation*, lorsque l'objectif est de rendre accessible des connaissances académiques. Par exemple, « Connaissez-vous Freud ? » (PM1 1971, n° 20) prend la forme d'un quiz de culture psychanalytique détaillant l'œuvre de Freud, avec pour vocation d'améliorer les connaissances du lectorat sur le sujet.

- *Ludique*, lorsque c'est un simple jeu de magazine. Par exemple, « Des lettres et des chiffres » (PM1 1980, n° 123) est une succession d'exercices cognitifs littéraires et mathématiques ;

- *Connaissance de soi*, lorsque le dispositif sert de support à l'introspection. Par exemple, « Êtes-vous vous-mêmes ? » (PM3 2002, n° 211) propose de répondre à des questions à choix multiples qui sont autant de réactions émotionnelles possibles à une situation donnée. Une fois les choix scorés, la conclusion révèle au lectorat s'il est plus ou moins authentique avec lui-même ;

- *Connaissance d'autrui*, quand il s'agit de comprendre son entourage. Par exemple, « Connaissez-vous les vrais désirs de l'autre ? » (PM3 2006, n° 254) propose à un couple de répondre au questionnaire à deux pour faire le bilan de leur intimité sexuelle ;

- *Résoudre un nœud existentiel*, lorsque le questionnaire vise à identifier et résoudre un problème personnel. Par exemple, « Qu'est-ce qui vous bloque ? » (PM3 2019, n° 401) consiste à cocher parmi quarante phrases affirmatives celles qui correspondent le mieux. Un système de score permet ensuite d'identifier d'éventuels nœuds psychiques, en l'occurrence avoir tendance à l'inhibition, à sur-réagir ou à manquer d'empathie.

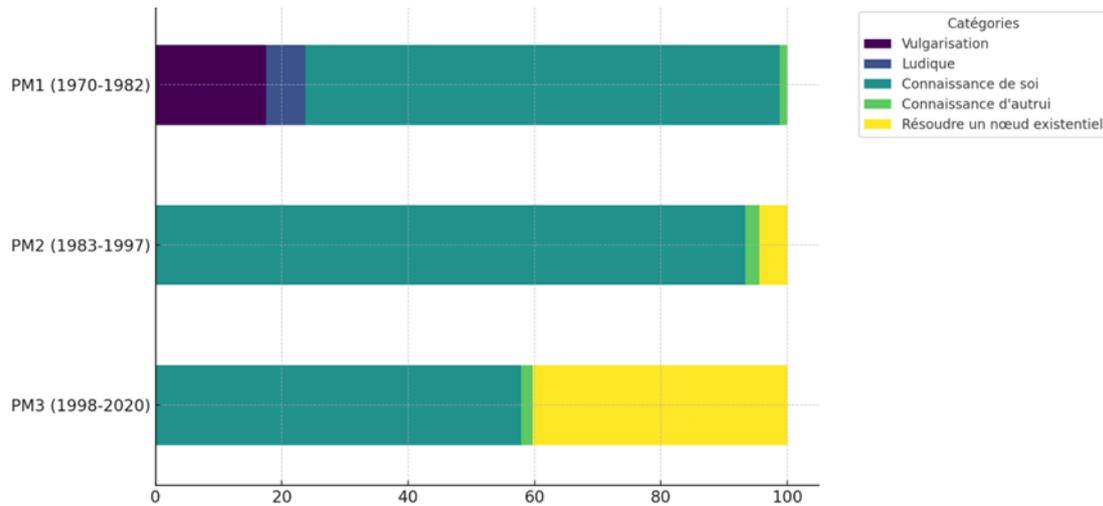


Figure 1 : Proportion des fonctions des tests pour le lectorat durant chaque période éditoriale de Psychologies Magazine

Sans surprise, la fonction « connaissance de soi » domine largement toutes les autres (69 % des tests toutes périodes confondues). En première période, les fonctions endémiques « ludiques » et de « vulgarisation » renvoient à l'ambition pédagogique du périodique. Ce sont des quiz de culture psychologique et des exercices cognitifs qui visent par exemple à entraîner la mémoire. Nouveauté de la troisième période éditoriale, émerge la fonction « résoudre un nœud existentiel ». Elle se distingue de la « connaissance de soi » par l'ajout d'une dimension problématique (quelque chose fait problème) et bien souvent négative dans la formulation : désormais le lectorat a des difficultés que le test permet de dévoiler.

Pour chacune des périodes nous avons mené un travail de prosopographie des auteur·ice·s des tests. L'accessibilité des sources pour la troisième période nous a permis de véritablement systématiser la collecte d'informations et de constituer une base de données à partir de laquelle on peut obtenir certaines statistiques de comptage. Cela est d'autant plus essentiel que seulement 8 des 86 auteur·ice·s sont membres de la rédaction à proprement parler. Le magazine a ainsi largement recours à des professionnel·le·s extérieur·e·s, plus ou moins actif·ve·s dans le champ médiatique. En revanche, pour les périodes antérieures nos sources sont plus parcellaires, mais permettent néanmoins de reconstituer la trajectoire des figures clés de la rédaction du magazine (p. ex. François Richaudeau, fondateur du magazine). Enfin, pour documenter le tournant numérique nous avons eu recours au service Wayback Machine proposé par web.archives.org. Nous avons compilé l'ensemble des versions disponibles de la page d'accueil générale du site, ainsi que de la page d'accueil de la section test, afin de pouvoir conjointement mener une analyse lexicométrique du contenu (n=2051) et visuelle de l'interface en fonction des années (2000-2020). Cela permet d'avoir un regard sur la façon dont les tests sont mis en valeur sur le site internet.

PÉDAGOGIE, INTROSPECTION ET PUBLICITÉ : LE TRIPLE VISAGE DES TESTS

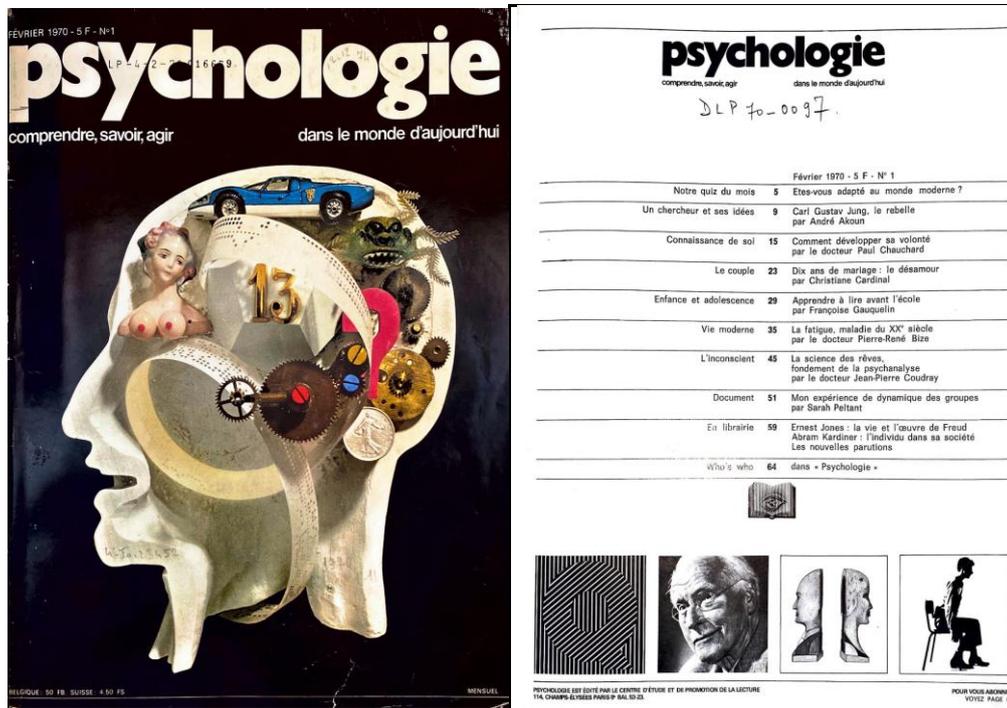


Figure 2. Couverture et sommaire du premier numéro de Psychologie (1970)

De son nom initial Psychologie, le magazine est un projet porté par François Richaudeau, docteur en communication sur le tard (1988) et spécialiste de la lecture. Fort de son succès éditorial, il fonde également en 1966 le Centre d'étude et de promotion de la lecture (CEPL), qui se structure ensuite par la création des éditions Retz en 1975. Dès sa création, le magazine oriente ses tests autour de trois fonctions principales, qui reflètent son positionnement éditorial et fondent l'identité de la rubrique. La première est de vulgariser les sciences humaines de façon ludique, la deuxième est de servir de support d'introspection et de connaissance de soi, la troisième est consacrée à la promotion d'ouvrages.

La chaîne de production éditoriale et l'économie circulaire des tests



Figure 3. Première et dernière page du premier test publié dans Psychologie (1970, n° 2)

La rubrique *quiz* apparaît dès le second numéro du magazine, par un questionnaire intitulé « *Êtes-vous en accord avec vous-même ?* » (Figure 3). Derrière ce titre se cache une forte empreinte jungienne, et le lectorat est amené à vérifier s'il peut se considérer comme un « *homme plein* » ou si une facette de sa vie lui provoque de l'insatisfaction. Il faut se lancer dans une série de soixante questions à choix multiples à l'issue desquelles le·la lecteur·ice obtient ses résultats grâce à un tableau de correspondance qui les associe à une explication textuelle. Dans le numéro suivant, « *Êtes-vous un extraverti ou un introverti ?* » entre plus explicitement dans des logiques de vulgarisation. Au-delà du résultat, c'est aussi l'occasion de lire une présentation efficace de ces deux concepts de Carl Gustav Jung « *presque passées dans le langage courant* » (PM1 1970, n° 3, p. 5). Les dernières lignes invitent le·la lecteur·ice à continuer de se renseigner sur le sujet car « *ces quelques touches psychologiques sont insuffisantes* » (Ibid., p. 67). On lui conseille de se procurer *Psychologie moderne* de A à Z publié en 1967 par le CEPL ou bien de se plonger directement dans l'œuvre du maître.

La forme des tests et leurs ambitions peuvent être comprises en prenant en compte la trajectoire de Françoise Gauquelin qui assure avec son mari la direction scientifique du magazine. Spécialisé·e·s dans la lecture et membres fondateurs du CEPL, il et elle co-signent avec Richaudeau plusieurs guides sur la lecture avant la création de *Psychologie*. Françoise Gauquelin est psychologue et statisticienne, formée à la psychotechnique à la Sorbonne durant les années 1940. Cette spécialité fonde la légitimité de son expertise sur la quantification par l'usage de tests et emploie un contingent de praticien·ne·s qui « *présentent le plus souvent des profils hybrides, aux frontières du monde académique et des applications* » (Le Bianic, 2013, p. 185). Elle s'est imposée en France depuis les années 1920, notamment en tant que dispositif d'orientation scolaire permettant de repérer les enfants les plus aptes. C'est également en tant qu'outil de sélection professionnelle (PM1 1974, n° 40, p. 53) que les tests psychotechniques ont trouvé leur succès, au service de l'organisation scientifique du travail (à chacun·e ses compétences, à chacun·e son poste). Ils sont devenus incontournables au point de ternir leur image. Plusieurs articles (PM1 1973, n° 40 et PM1 1978, n° 104) font en effet état du *ras le bol* des candidat·e·s à l'embauche.

Ils-elles sont appelé-e-s à se soumettre à une batterie de tests laborieux et parmi ceux-là, le *test du village*, consistant à construire son *village idéal* en piochant dans une boîte de jouets, est réputé particulièrement infantilisant. C'est par ailleurs là que réside la spécificité des tests proposés par le magazine français. Les questionnaires auto-administrés rompent, au moins en partie, avec la relation d'expertise psychotechnique traditionnelle, non pas sur le plan des savoirs scientifiques mobilisés, mais en termes de déroulement pratique. Ce support de médiation est en effet bien plus horizontal que la situation clinique traditionnelle, car il n'implique pas la présence de l'analyste. Celle-ci n'est médiée que par les interprétations typifiées en fin de rubrique, qui restent néanmoins largement ouvertes à l'interprétation. On considère que le sujet a parfaitement la capacité de produire des connaissances introspectives, pourvu qu'on lui fournisse des clés et des outils d'interprétation psychologique suffisamment pédagogiques. Le magazine promulgue l'autonomie des individus, en participant à semer les graines de la légitimation des savoirs psychologiques expérientiels et de l'autodiagnostic, qui germeront par la suite.

En 1974, Retz publie *20 tests pour se connaître*, co-signé par les Gauquelin. Le livre rassemble des tests déjà publiés dans le magazine pour la plupart et nous renseigne sur la conception de ces dispositifs. Le but pour le lectorat est de se départir de la vision fixiste et réductionniste que son entourage peut donner de sa personnalité et d'embrasser la complexité de son intériorité. Toutefois, si le test est un outil « *pour atteindre la personnalité consciente* », il faut « *d'autres techniques pour atteindre la personnalité inconsciente* » (p. 12). Par ailleurs, ce livre ne s'adresse pas à un public en grande souffrance psychique, la « *seule ambition* » est de « *faire réfléchir à votre manière d'être* » (p. 223). Les tests publiés dans le livre ont subi quelques amendements car ils « *ont été revus et corrigés en fonction des réponses de nombreux lecteurs* » du magazine, puis « *ils ont subi un examen final sur un groupe de cinquante sujets des deux sexes, de tous âges et de toutes conditions* » (p. 14). Se retrouve là la casquette de statisticienne de F. Gauquelin. Cet effort empirique a deux fonctions : calculer la moyenne et l'écart type des réponses afin que le-la lecteur-ice puisse comparer ses résultats avec le « *groupe de sujets normaux* » (p. 234) et en déduire des coefficients de corrélations entre les résultats des différents tests. Par exemple, le score d'extraversion est positivement corrélé à l'adaptation au monde moderne, l'attitude de chef ou encore l'absence d'anxiété. Certaines corrélations sont également l'occasion de commenter les rapports de genre contemporains : « *la comparaison du questionnaire 'masculinité-féminité' avec le questionnaire "Êtes-vous victime ou bourreau ?" n'indique pas de corrélation significative entre le pôle "masculinité" et le pôle "bourreau" (heureusement, nous vivons dans un monde civilisé !), mais une corrélation légèrement significative entre le pôle "féminité" et le pôle "victime"* » (p. 234). Cette empreinte psychométrique indique à quel point la rédaction de Psychologie se positionne du côté des normes de scientificité, durant une période où les psychologues « *revendiquent le monopole des tests et examens psychotechniques et entendent se démarquer des "charlatans" qui font un usage commercial de la psychologie, usurpent le titre et emploient des méthodes d'évaluations sans valeur scientifique attesté* » (Le Bianic, 2013, p. 10). Chacun des tests est associé à une bibliographie et parmi les travaux hétéroclites mobilisés, il y a l'incontournable Jung et certaines de ses collaboratrices comme Jolande Jacobi, mais également Hans Eysenck (à qui est emprunté son test de Q.I.), Alfred Adler, Sigmund Freud ou encore de manière plus surprenante Michel Foucault. Ces dispositifs ne sont pas conçus comme des rubriques de magazines simplement divertissantes mais comme des dispositifs de médiation et de création de savoirs psychologique à part entière. À la façon des kits d'apprentis chimiste, la forme du test donne la possibilité de se familiariser avec les méthodes usuelles de la recherche psychologique. Cependant, plutôt que de reproduire des résultats déjà connus en maniant des liquides bariolés, ici la situation d'expérimentation a pour ambition d'engendrer des connaissances nouvelles par un effort d'auto-analyse.

Sept ans après la publication de la première compilation, Retz réitère avec *Des tests pour mieux communiquer*. Le principe est le même mais la stratégie est cette fois-ci plus rodée.

En effet, la maison d'édition lance en 1975 une nouvelle collection baptisée « *Savoir communiquer* » qui accueille une salve de guides. Dans chacun, le lectorat trouvera un test introductif pour dresser le bilan. Ce test est reproduit peu de temps après dans *Psychologie*, ce qui permet de faire la publicité de l'ouvrage et de fournir une rubrique à peu de frais. Enfin, ces tests sont compilés dans un livre dédié dont la parution est publicisée dans le magazine. Le tout forme une économie circulaire des tests, qui profite d'un bout à l'autre de la chaîne de production éditoriale à l'écosystème Retz. Par exemple, Michel Grenouilloux, responsable pédagogique en formation journalistique, est missionné d'écrire pour cette collection *Savoir écouter, comprendre, noter, retenir* (1976). Elle contient le test « *Savez-vous écouter ?* » qui est reproduit dans le magazine la même année puis dans la compilation finale.

Au-delà des tests qui visent à se connaître soi-même, certaines personnes signent à plusieurs reprises des *quiz* de culture psychologique pour le magazine. C'est le cas de Claude Bonnafont qui est employée entre 1971 et 1972 pour en écrire sur Freud, Piaget, Jung, Lorenz, Pavlov et Adler. Le premier de la série indique : « *à partir de ce numéro, nous faisons varier la formule du Quiz qui traditionnellement ouvre chaque numéro de "Psychologie". Notre jeu ne se borne plus à la question : vous connaissez-vous vous-même ? Il s'étend au domaine : connaissez vos connaissances* » (PM1 1971, n° 20, p. 4). Une partie de ces *quiz* font suite à la précédente publication d'un dossier dédié et font office de contrôle de connaissance « *sous une forme amusante* » (PM1 1971, n° 20, p. 4). En parallèle, Bonnafont sera invitée à participer à un ouvrage collectif du CEPL publié en 1972 intitulé *Les 10 grands de la psychologie* et à nouveau l'économie circulaire de Retz fait montre de son efficacité.

La légitimité et l'usage des tests en question

Durant la première période du magazine, de nombreux articles reviennent sur l'histoire et l'actualité des tests. Ce type de texte offre parfois un contrepoint critique face à l'engouement positiviste de la rubrique dédiée. Dans un article provenant de *Psychologie Today*, Franck McMahon, un psychologue anglophone, se montre particulièrement sévère avec la pratique (PM1 1972, n° 26). Il revient d'abord sur le test de Rorschach qu'il estime peu fiable, notamment car son interprétation est généralement biaisée. Il considère également que la profession stagne à surinterpréter à partir des informations lacunaires données par les tests de personnalité. Selon lui, « *afin de maintenir le mythe du professionnalisme, nous surinterprétons [...] et craignons par-dessus tout de ne pas voir quelque chose dans le dépouillement d'un test* » (Ibid., p. 46). Cela est d'autant plus prégnant en France, où le processus de professionnalisation des psychologues a largement reposé sur le succès de l'expertise psychotechnique. Cet article anticipe la période éditoriale suivante, durant laquelle les tests proposés dans le magazine sont nettement moins pris au sérieux.

À suivre McMahon, le test ne peut pas être considéré comme un outil autonome, il prend nécessairement sens dans une situation d'échange clinique. « *Nous autres, psychologues, craignons de perdre le pouvoir que nous avons sur notre patient en faisant appel à l'aide que cet être doué d'intelligence pourrait nous apporter* » (Ibid., p. 45). Pour bien faire, il faudrait désormais plutôt travailler main dans la main avec le-la patient-e afin de coconstruire un discours véritablement signifiant. On assiste en ce sens en France à une progressive reconfiguration de la profession. Les nouvelles générations de psychologues, formée à la méthode clinique, ont tendance à rejeter la désuète psychotechnique, « *l'exploration en profondeur de cas individuels* » est ainsi de plus en plus préférée à « *la mise en équivalence des individus par le recours à des tests psychotechniques standardisés* » (Le Bianic, 2013, p.17).

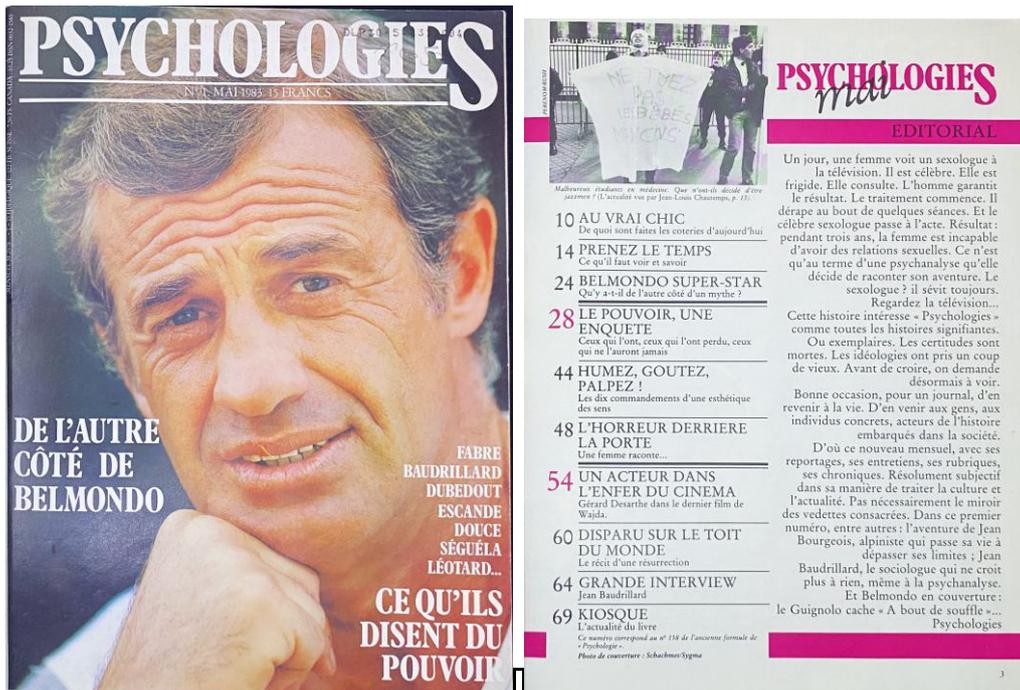


Figure 4. Couverture et sommaire du premier numéro de la nouvelle formule de Psychologies (1983)

En 1983, le premier numéro du désormais *Psychologies* au pluriel est dédié au pouvoir tel qu'en parlent des figures comme Jean Baudrillard ou Jacques Séguela. Le premier éditorial signé par le rédacteur en chef annonce la couleur : « *Les certitudes sont mortes. Les idéologies ont pris un coup de vieux* », l'heure est au postmodernisme, à ceux « *qui ne croient plus à rien, même à la psychanalyse* » (PM2 1983, n° 1, p. 3). La nouvelle rédaction ne paraît pas non plus croire aux vertus des tests, et de plus de six par an en moyenne entre 1970 et 1982, le magazine passe à moins de trois tests entre 1983 et 1997. Cette rubrique n'est plus une préoccupation centrale et désormais l'équipe propose ponctuellement des *psycho-jeux* (p. ex. figure 5) sous l'impulsion de sa nouvelle rédactrice en chef Michèle Costa Magna, docteure en sociologie et psychanalyste. Elle tirera de cette expérience un livre compilant cinquante de ces « *petits cousins divertissant des tests* », à destination des enfants en 2000. Les bibliographies disparaissent et le ton est plus léger. Par ailleurs, contrastant avec l'empreinte psychotechnique et psychanalytique de la période précédente, les tests commencent plus régulièrement à se rapprocher des études sur la personnalité anglo-saxonnes (Parker, 1997). Le peu d'incursion dans ce domaine était précédemment le fait de traductions issues de *Psychology Today*, par exemple Raymond Cattell, psychologue états-unien, qui écrit sur la quantification de la personnalité (PM1 1974, n° 50). L'équipe mobilise notamment en 1984 des éléments des travaux du psychiatre britannique Peter Tyrer pour proposer de déterminer la personnalité du lectorat en quinze questions seulement. C'est d'ailleurs là l'un des tests se voulant le plus proche de la recherche scientifique de la période.



Figure 5. Première page du test du cadeau magique (PM2 1983, n° 6)

DES TESTS EN DÉVELOPPEMENT (PERSONNEL)

Avec l'avènement des logiques du développement personnel à la fin des années 1990, les tests de *Psychologies Magazine* retrouvent une place centrale. Ce renouveau s'accompagne d'un tournant numérique, offrant au magazine une plateforme qui élargit considérablement la portée et l'accessibilité de ses tests.

Résoudre des nœuds existentiels



Figure 6. Couverture et sommaire du premier numéro de la nouvelle formule de Psychologies Magazine avec un macaron test (PM3 2001, n° 199)

Alors que Bernard Pivot remet au goût du jour le questionnaire de Proust dans *Bouillon de Culture* depuis 1991 sur *Antenne 2*, les tests retrouvent leur place centrale dans le magazine à partir de la fin des années 1990, avec près de neuf tests par ans en moyenne entre 1998 et 2020. Ils reparaissent sous un jour nouveau, ni alignés sur les attentes académiques de la psychotechnique ou théorique de la psychanalyse comme en première période, ni pour autant aussi légers que les psycho-jeux de la seconde. Ils n'ont par ailleurs pas ou peu vocation à vulgariser des résultats académiques non plus, mais proposent davantage de servir de support de médiation des logiques du développement personnel (Marquis, 2014). Ce changement est notable car il est le reflet d'une ligne éditoriale qui s'adresse désormais directement aux souffrances et difficultés de leur lectorat (p. ex. *Qu'est-ce qui vous empêche de savourer le quotidien ?* PM3 2020, n° 408). Celui-ci peut ne pas nécessairement se rendre compte du problème existentiel qui l'encombre, le test agissant alors comme un révélateur. Dans le même temps, l'objectif est de fournir des clés et des solutions à ces souffrances, en montrant qu'il est possible d'agir (à condition d'en prendre conscience). Ces tests sont ainsi orientés vers un objectif pratique : à chaque problème sa solution individualisée.

Qui écrit les tests ?

Un rapide coup d'œil sur les professions des auteur·ice·s des tests de la période nous apprend que bien que les psychologues soient encore fortement représenté·e·s (36 %), accompagnés par un nombre limité de psychiatres (14 %), on assiste également à l'apparition de la nébuleuse des psychothérapeutes (28 %) et coachs (9 %). Par suite de l'explosion de l'offre des psychothérapies contemporaines (Garnoussi, 2008), les praticien·ne·s sont généralement conduits à se spécialiser pour pouvoir mettre en avant une technique (p. ex. *Gestalt*, PNL ou hypnose) ou un domaine d'expertise (p. ex. éducation, sexualité ou nutrition) qui leur permettent de se démarquer. Les auteur·ice·s de tests sont généralement sollicité·e·s au titre de leur domaine de spécialité, ou des thèmes qu'ils·elles traitent sur le moment (souvent en lien avec la publication d'un livre). Par exemple, Saverio Tomasella, psychanalyste et auteur important de la littérature sur l'hypersensibilité, donne sept tests pour le magazine dont « *Quel calimero êtes-vous* » (PM3 2017, n° 374) et « *Quel sensible êtes-vous ?* » (PM3 2019, n° 399).

Les tests sont à l'image des tendances des professions thérapeutiques : l'affiliation à de grands systèmes théoriques (psychanalyse en tête de liste) laisse sa place à une tendance au pragmatisme, au *whatever works* (Forner-Ordini, 2019). En ce sens, seuls 28 % des auteur·ice·s de tests de la période se positionnent comme psychanalystes. Les tests sont désormais conçus comme des outils qui se veulent athéoriques, en proposant des réponses concrètes à des interrogations tout aussi concrètes. Les références académiques mobilisées par leurs auteur·ice·s et leurs affiliations professionnelles, qui étaient auparavant au fondement de la légitimité du dispositif, sont remplacées par les compétences individuelles affichées et leur capital symbolique.

Le rayonnement des praticien·e·s, en majorité des femmes (66 %), est fonction de la distribution de certains atouts extra-thérapeutiques qui permettent de se distinguer dans un marché saturé. Pour commencer, la publication d'un livre est une source de légitimité importante, quitte à l'auto-publier. Seul·e·s 14 % des auteur·ice·s du panel n'ont publié aucun livre pour 44 % qui ont publié plus de 10 livres. Cependant la crédibilité est dépendante de la renommée de la maison dans laquelle l'auteur·rice parvient à faire publier son manuscrit. Les psychiatres de notre panel qui publient la plupart chez l'éditrice Odile Jacob profitent d'une mise en avant autrement plus importante que ceux et celles qui doivent se contenter de maisons moins dotées en capital symbolique, comme Eyrolles. Rares sont celles et ceux qui ont une couverture médiatique importante, même si certaines de ces nouvelles célébrités de la culture psychologique médiatique viennent régulièrement écrire des tests, tout particulièrement le psychiatre Christophe André qui livre 29 tests durant la période. L'équipe du magazine a tout intérêt à demander à ces figures d'écrire un test pour

elle, qui sert de produit d'appel, et les praticien·ne·s profitent de l'audience du magazine en retour.

Les tests 2.0

Dès l'an 2000, l'équipe de *Psychologies* lance son site internet et prend le nom de domaine *psychologies.com*. C'est sur cette plateforme que les tests rédigés pour le magazine profitent d'une seconde vie. Ils gagnent en longévité, une multitude de ces dispositifs deviennent aisément accessibles, parmi lesquels le public navigue au gré de ses envies et préoccupations actuelles. De plus, la grammaire HTML crée des interfaces autrement plus efficaces que des cases à cocher sur le papier d'un magazine, qu'il faut ensuite comptabiliser pour se référer aux résultats cachés quelques pages plus loin. Tout est automatisé, le test peut être passé en quelques minutes et le résultat apparaît instantanément.



Figure 7. Capture d'écran de la page d'accueil du 9 novembre 2000

La rubrique des tests n'est au départ pas particulièrement mise en valeur, ni sur l'interface du site (figure 7), ni dans les publicités du magazine papier (p. ex. PM3 2001, n° 199, p. 115). Ce sont plutôt le forum, les articles et les permanences proposées par les grandes figures de la revue (le 11 juillet 2000, l'internaute avait la possibilité par exemple de se connecter sur le site pour que Christophe André réponde à ses questions entre 16 et 18 heures) qui sont mises au centre de la stratégie de communication. Lorsque le portage des tests sur le site est mentionné à la toute fin des rubriques dédiées du magazine, c'est l'argument quantitatif qui est mobilisé : 40 tests en ligne en mars 2002, 70 en septembre 2002, la barre des 100 est passée en 2004 (fêtée par une page entière de promotion dédiée dans le magazine papier) et il existe aujourd'hui plus de 600 tests en libre accès sur le site. Aux alentours de la moitié des années 2000, l'équipe propose de rendre certains tests payants à raison de deux euros par questionnaire, mais cette stratégie est rapidement abandonnée.

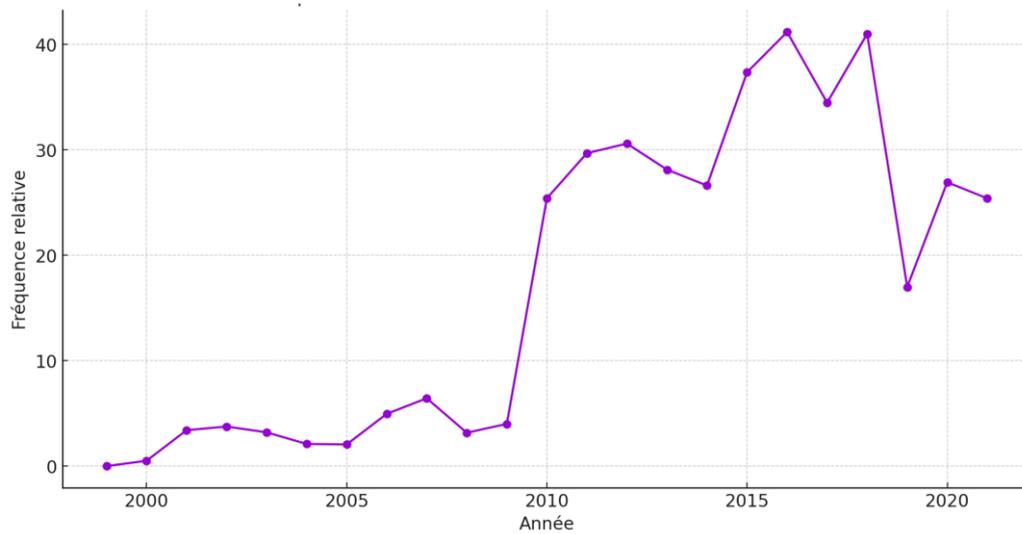


Figure 8. Évolution de la fréquence relative des mots-clés liés aux « tests » (% du total de mots des pages d'accueil) par année

En 2008, Psychologies est racheté par Hachette, ce qui conduit à un développement significatif de leur stratégie numérique. Dans ce contexte, les tests occupent une place croissante à partir de l'année 2010, particulièrement sur la page d'accueil. La fréquence relative des mots-clés liés aux tests (« test », « tests », « quiz », « questionnaire », « questionnaires ») représentait 4,0 % de l'ensemble des mots extraits des pages d'accueil archivées en 2009, avant de s'élever à 25,39 % en 2010. De même, dès janvier, le lien vers la page des tests obtient une centralité et une visibilité plus importante après une mise à jour du site (Figure 9).



Figure 9. Capture d'écran de la page d'accueil le 11 et 28 janvier 2010

Cette mise en valeur coïncide avec l'arrivée de Flavia Mazelin Salvi, rédactrice qui prend en charge la rubrique pour le magazine papier. Entre 2009 et 2020, elle est créditée sur 80 % des tests publiés, généralement en collaboration avec des praticien·ne·s extérieur·e·s (p. ex. Isabel Korolitski ou Gérard Bonnet). « Spécialiste en développement personnel », elle est également la créatrice d'une application de gestion du stress pour le compte de Psychologies. Cet investissement supplémentaire exerce une influence sur le type de test qui est mis en avant sur leur page d'accueil. Avant 2010, les tests sont plutôt cantonnés à la personnalité (p. ex. *Êtes-vous influençable ?*) et on assiste ensuite à une mise en ligne massive de questionnaires divers et variés où se côtoient tous les types que l'on a pu mettre en valeur précédemment : des quiz de culture ; des exercices cognitif associés au *Q.I.* ; des tests associés au *bien-être* qui visent à résoudre un nœud existentiel ; et également des questionnaires plus légers sur la nutrition ou le rapport à la beauté.

CONCLUSION

Cet article porte sur l'évolution de la forme des tests psychologiques proposés par un des principaux magazines français de diffusion culturelle de la psychologie depuis sa création en 1970. Nous avons montré qu'à chaque configuration éditoriale, les usages, les fonctions et les fondements des tests peuvent varier. Les tests proposés par le magazine sont d'abord des supports de médiation scientifique qui profitent de leur vertu ludique. La médiation s'opère à deux niveaux : ils permettent de se familiariser avec les savoirs psychologiques et ils légitiment l'une des techniques empiriques centrales de la discipline. Le tout permet « *d'installer dans l'horizon de pensée légitime, un système de représentation déterminé (de l'homme, de la causalité psychologique et des comportements, de l'évaluation quantifiée de soi)* » (Lemerle, 2014, p. 230). Par ailleurs, le test du mois est régulièrement adapté d'un ouvrage récemment paru pour en faire la promotion. Enfin, ces tests peuvent avoir vocation à servir de support existentiel au lectorat. Ils sont présentés comme des outils d'introspection, sources de réponses personnalisées à des problématiques du quotidien. Typiquement, est charriée la promesse d'augmenter ses chances de succès dans le domaine concerné (amour, travail, sexualité, parentalité...). Sur ce plan, ils s'éloignent des savoirs académiques pour s'inspirer des logiques pragmatiques du développement personnel.

Suivre la trajectoire des tests permet également de s'intéresser au processus de professionnalisation des métiers de l'accompagnement psychologique. La première période témoigne de l'importance historique de la psychotechnique dans la légitimation de la psychologie, tiraillé entre normes de scientificité d'une part et pratiques de diffusion à grande échelle de l'autre. La deuxième période, de 1983 à 1997, fait état de la perte de légitimité des tests, tendanciellement remplacée par l'idéal thérapeutique de la nouvelle génération de psychologues formé·e·s à l'approche clinique. Enfin, à partir de 1998, les tests de magazine reviennent à la mode, revitalisés par le succès des logiques de développement personnel. L'éclatement du marché des thérapies et du bien-être provoque une multiplication des statuts des auteur·ice·s de tests (psychiatre, psychologue, psychothérapeutes, coach...) et une spécialisation accrue de leurs pratiques professionnelles (émotions, sexualité, nutrition...).

L'existence du site Internet modifie en profondeur l'usage que l'on peut faire des tests. Alors qu'auparavant, avec le magazine, le lectorat n'avait accès qu'aux tests des numéros possédés, désormais les internautes peuvent profiter de l'ensemble des tests disponibles, et cela gratuitement. Il est ainsi intéressant de suivre la trajectoire du site internet lui-même, où l'on voit la manière dont les tests prennent une importance croissante, voire essentielle, au sein de ce segment de la culture psychologique. Toutefois, la limite de cette approche est qu'elle ne permet pas d'avoir accès à leur réception concrète. Il resterait ainsi à analyser la façon dont les individus réceptionnent et se réapproprient ce type de dispositifs de quantification de soi, alors qu'en parallèle, nous assistons à une explosion du nombre de tests disponibles en ligne. Cela demande de réussir à naviguer dans un univers contrasté, qui agglomère les autotests de dépistage de maladies mentales avec des propositions aussi triviales que « Quel Pokémon êtes-vous réellement ? ».

NOTES

¹ Ce registre, ainsi que l'ensemble des données produites pour cet article, est mis à disposition sur notre carnet Hypothèses *Idéal Atypique* (cf. Tertrais-Flamand, 2025).

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Bourdieu, Pierre (1979), *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris : Les Éditions de Minit.

Carroy, Jacqueline ; Annick Ohayon ; Régine Plas (2006), *Histoire de la psychologie en France : XIXe - XXe siècles*. Paris : La Découverte.

Castel, Robert ; Le Cerf, Jean-François (1980), « Le phénomène « psy » et la société française : Vers une nouvelle culture psychologique », *Le Débat*, n° 1, p. 32 45.

Couppé de Kermadec, Audrey (2021), « Sur TikTok, l'auto-diagnostic des ados inquiète les psys ». Madmoizelle, [en ligne], consulté le 12 septembre 2024, <https://www.madmoizelle.com/sur-tiktok-lauto-diagnostic-des-ados-inquiete-les-psys-1226808>.

Fournier, Léa (2023), « Santé mentale : attention à l'autodiagnostic sur les réseaux sociaux », Slate, [en ligne], consulté le 12 septembre 2024, <https://www.slate.fr/story/242813/sante-mentale-autodiagnostic-tiktok-instagram-facebook-risques-psychotherapie>.

Forner-Ordioni, Elsa (2019), « *Whatever works* ». *Sociologie des thérapies cognitives et comportementales*, thèse de doctorat en sociologie, EHESS.

Le Bianic, Thomas (2013), « Une profession balkanisée : les psychologues face à l'État en France (1945-1985) ». *Politix* N° 102, no 2, p. 175 207.

Lemerle, Sébastien (2014), *Le singe, le gène et le neurone : Du retour du biologisme en France*, Paris : Presses Universitaires de France.

Marquis, Nicolas (2014), *Du bien-être au marché du malaise*, Paris : Presses Universitaires de France.

Martin, Olivier (2020). « Chapitre 6. L'extension de la mesure : les échelles », dans *L'empire des chiffres*, 133 48. Hors collection. Paris : Armand Colin.

Mauger, Gérard ; Poliak, Claude (1998), « Les usages sociaux de la lecture ». *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. 123, n° 1, p. 3 24.

Paicheler-Harrou, Geneviève (1985). *L'invention de la psychologie moderne*. Paris : Editions L'Harmattan.

Parker, James D. A. (1997), *In Search of the Person: The Historical Development of American Personality Psychology*, York: York University.

Ringoot, Roselyne (2014), *Analyser le discours de presse*, Paris : Armand Colin.

Tertrais-Flamand, Léo (2025). « La psychologie par ses tests. Mise à disposition des données d'une recherche sur Psychologies Magazine. » Billet. *Idéal Atypique*. <https://ideatype.hypotheses.org/2162>.

La médiatisation des vulgarisateurs scientifiques sur YouTube : figures et légitimation de pratiques en voie de professionnalisation

Article inédit, mis en ligne le 8 décembre 2025

Benoist Blanchard

Docteur associé au laboratoire MICA, Université Bordeaux-Montaigne. Sa thèse (2025) porte sur la vulgarisation scientifique pro-amateur francophone sur YouTube. Il est diplômé d'un Master Cinéma et Audiovisuel (Faculté des Sciences, Aix Marseille Université, 2007) ainsi que d'un Master en Sciences Politiques (Sciences Po Grenoble, 2017). Il est l'auteur de l'ouvrage « La vulgarisation scientifique sur YouTube, la science en émotions » (Un@ Éditions, 2025).

Mail : benoist.blanchard@u-bordeaux-montaigne.fr

Plan de l'article

Résumé et mots clés en français
Title, abstract and keywords in English
Título, resumen y palabras clave en español
Introduction
Identifier les vidéastes
Médiatisation et médiation
Les figures légitimes de vidéastes
Conclusion
Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Cet article examine la manière avec laquelle les vulgarisateurs scientifiques amateurs francophones sur YouTube sont perçus, décrits et légitimés dans l'espace médiatique. À travers l'analyse de 176 articles de presse française entre 2016 et 2022, nous explorons la construction médiatique de ces vidéastes qui sont associés à des « figures ». L'étude révèle la manière dont ces vidéastes, experts, passionnés ou militants, influencent la réception publique de la science tout en illustrant la diversité des rôles attribués aux savoirs scientifiques dans l'espace médiatique.

Mots clés

YouTube, vulgarisation scientifique, figure, légitimation, autorité.

TITLE

Media reception of science popularization YouTubers figures. How is their legitimacy constructed ?

Abstract

This article examines the way in which French-speaking amateur science popularizers on YouTube are perceived, described and legitimized in the media space. Through the analysis of 176 French press articles between 2016 and 2022, we explore the media construction of these videographers who are associated with "figures". The study reveals how these videographers, experts, enthusiasts or activists, influence the public reception of science while illustrating the diversity of roles attributed to scientific knowledge in the media space.

Keywords

YouTube, science popularization, figure, legitimation, authority.

TÍTULO

La recepción mediática de la figura de los YouTubers de divulgación científica. ¿Qué construcción de su legitimidad ?

Resumen

Este artículo examina la forma en que los divulgadores científicos aficionados de habla francesa en YouTube son percibidos, descritos y legitimados en el espacio mediático. A través del análisis de 176 artículos de prensa francesa entre 2016 y 2022, exploramos la construcción mediática de estos videógrafos asociados a "figuras". El estudio revela cómo estos camarógrafos, expertos, entusiastas o activistas, influyen en la recepción pública de la ciencia, al tiempo que ilustra la diversidad de roles atribuidos al conocimiento científico en el espacio mediático.

Palabras clave

YouTube, divulgación científica, figura, legitimación, autoridad.

INTRODUCTION

Depuis le début des années 2010, des vidéastes amateur·es ont pris YouTube (Assilaméhou-Kunz et Rebillard, 2022 ; Cormerais et Gilbert, 2019 ; Louessard et Farchy, 2018) comme un espace de diffusion de contenus de vulgarisation scientifique (VS). Si le phénomène est resté relativement confidentiel en France dans la mesure où, parmi ces chaînes, rares sont celles qui dépassent le million d'abonnés, il a été suffisamment remarquable pour que la presse nationale et régionale s'empare du sujet. Pour ces vidéastes, qui sont soumis aux mêmes injonctions de publitude (Allard *et al.*, 2017) que les autres YouTubeur·ses, le statut particulier des contenus qu'il·elles transmettent pose des difficultés particulières : il·elles doivent rassurer leur audience sur l'exactitude des savoirs qu'il·elles transmettent tout en étant dans une tension régulière entre jouer le jeu du divertissement culturel et tenir un rôle d'autorité dans la passation de savoirs scientifiques. Ces vidéastes s'appuient sur des postures et des références culturelles qui construisent un *ethos* du·de la vulgarisateur·trice scientifique (Adenot, 2016). Mais d'autres influences construisent ou renforcent leur image comme c'est le cas pour le cycle du crédit (Latour et Woolgar, 1979), la mise en lumière de leur statut universitaire sur leur chaîne, l'appartenance à certains réseaux, ou comme nous allons le voir, à travers la réception médiatique de la presse.

La VS se caractérise par son effort d'extrême simplification du langage utilisé (Monvoisin, 2007), par une langue moyenne (Spies, 2019) et par la démystification de la science (Baur, 2021), recourant à des formats médiatiques de sociodiffusion (Jacobi et Schiele, 1988) à large audience, notamment par l'image (Spies, 2019) et par la verticalité de sa diffusion. Contrairement à la médiation, la VS n'a pas pour objet d'accompagner le public dans une démarche d'appropriation d'un savoir mais elle le diffuse de manière unilatérale en essayant d'atteindre le plus grand auditoire possible. En d'autres termes, la VS est unidirectionnelle, tandis que la médiation permet un échange (Kleine, 2020, in Chevry Pébayle, 2021).

Ce caractère unilatéral de la VS ne se limite cependant pas à sa diffusion. Il se double d'un processus complexe de légitimation à travers les médias, où l'image des vidéastes de YouTube est façonnée et valorisée. En effet, bien que la VS semble privilégiée par rapport à d'autres formes de médiation plus institutionnelles¹, la manière dont les médias construisent et diffusent ses représentations reste largement inexplorée. Ces processus de représentation jouent un rôle crucial dans la manière dont les vidéastes sont perçus et définis par le public, contribuant à l'élargissement de leur légitimité en tant qu'acteurs scientifiques.

Dans cet article, nous proposons d'analyser les processus de légitimation des vidéastes amateur·es francophones de VS dans la presse écrite française, tant nationale que régionale, en version papier et numérique. Nous souhaitons démontrer que la construction médiatique des acteur·rices de la VS sur YouTube s'appuie sur des représentations qui jouent un rôle important dans la réception de leurs contenus et dans la manière dont les vidéastes sont perçus, définis et caractérisés dans le discours médiatique. Ces représentations participent à la construction d'un imaginaire collectif sur YouTube, le présentant comme un espace dynamique et novateur pour combler des lacunes scientifiques et combattre des phénomènes comme les fake-news, la méfiance envers les sciences, l'érosion de la confiance dans les institutions, etc. En mettant en lumière ces processus de légitimation, nous montrons de quelle manière la presse valorise la VS sur YouTube et contribue à définir l'image des vidéastes et de leurs productions dans l'espace médiatique.

Nous nous pencherons sur le traitement médiatique de la VS sur YouTube à travers 176 articles de presse pour comprendre de quelle manière la plateforme YouTube et le travail d'un échantillon de vulgarisateur·trices scientifiques y sont décrits, afin d'examiner si ce traitement contribue à valoriser leur travail et à légitimer leur discours.

Nous formulons l'hypothèse que les médias, tant au niveau national que local, participent à la construction de figures de YouTubeur·ses spécialisé·es dans la VS. À l'instar d'Eliseo Verón qui analyse la façon dont les médias participent activement à la construction de l'événement lui-même (1981), nous montrerons que ces représentations médiatiques contribuent, d'une part, à leur légitimation scientifique, en les rapprochant de la figure de l'expert (Paradeise, 1985), d'autre part, à la valorisation de leur démarche sur YouTube, en les positionnant comme des modèles incarnant des symboles d'un idéal où l'engagement personnel et la passion pour la science s'entrelacent avec des valeurs d'émancipation et de liberté. La médiatisation façonne les figures en leur attribuant une lisibilité et une autorité sociale qui vont au-delà de leur seule expertise (Verón, 1981). Dans le cas des vulgarisateur·trices scientifiques, la presse participe à cette élaboration en leur conférant une place particulière dans l'espace médiatique, oscillant entre celle du spécialiste et celle de la figure héroïque amateur. Définie par Yves Jeanneret comme l'« accumulation de capital symbolique, d'une cristallisation de valeurs autour du nom d'un auteur ou du titre d'une œuvre » (1982, Introduction), la notion de figure permet de rendre compte de cette cristallisation et de la manière dont elle influence et oriente le travail des vidéastes, mais aussi de comprendre la manière dont ce dernier est interprété. Ces figures sont ainsi associées à des idéaux qui conjuguent une vision idéalisée de l'engagement personnel et les valeurs d'une société contemporaine, où l'idéal du talent (Allard et Cordier, 2017) constitue l'un des fondements du modèle économique de la plateforme YouTube.

Par cet article, nous souhaitons mettre à jour ce qui constitue le processus de légitimation des vidéastes de VS situés en dehors des cadres académiques et la construction de leur expertise scientifique d'abord dans l'espace médiatique puis dans l'espace public. À cette fin, nous décrirons la méthode employée pour l'extraction et l'analyse du corpus, nous présenterons les résultats et nous conclurons par une discussion qui rendra compte de notre interprétation de ces derniers.

IDENTIFIER LES VIDÉASTES ET LEUR POSITIONNEMENT DANS LA PRESSE

Constitution de corpus et grille d'analyse

Nous avons identifié et sélectionné un corpus d'articles issus de la presse nationale et régionale française traitant de l'activité et des productions de quatorze chaînes de vulgarisation scientifique amateur francophone sur YouTube. Cet échantillon rassemble les vidéastes suivants : « Castor Mother », « Le Réveilleur », « Le Sense of Wonder », « Melvak », « Primum Non Nocere », « Science4all », « Sciences de Comptoir », « Scilabus », « Climen », « Entracte Science », « Mr. Sam », « ScienceClic », « Strange Stuff and Funky Things » et « Tania Louis ». Pour constituer cet échantillonnage, nous avons retenu plusieurs critères : les chaînes devaient être actives en juin 2022, comptabiliser plus de 15 000 abonnés, traiter de sujets relevant des sciences analytiques et de la nature (exception faite de « Mr. Sam ») et être affiliées à l'association Le Café des Sciences (exception pour « ScienceClic »).

Nous avons constitué un corpus de 176 articles de la presse française, extraits via la base Europresse, pour la période du 14 mars 2016 au 11 avril 2022². Cette sélection repose sur une recherche par mots-clés, incluant les noms des chaînes de l'échantillon ainsi que ceux des vidéastes lorsque ces derniers sont connus. L'analyse du corpus s'appuie sur une approche majoritairement quantitative, combinant des méthodes chronométriques, textométriques et sémantiques à l'aide des logiciels « Lexico5 » et « Tropes », ainsi qu'une analyse du discours. Ces outils permettent d'examiner l'évolution des figures dans le temps et de mettre en lumière les processus de légitimation à l'œuvre dans les articles étudiés.

Analyse quantitative du corpus des articles de presse

Tous les vidéastes n'occupent pas les mêmes positions dans les articles et les modalités d'apparition y sont multiples. Il apparaît ainsi indispensable de distinguer celles et ceux qui se trouvent au cœur de l'article (par exemple lors d'un portrait) de celles et ceux qui y occupent une position plus marginale (cité dans le papier comme simple exemple). En nous appuyant sur des indicateurs présents dans le discours (citations, place accordée dans l'article, simple référence ou sujet central, etc.), nous avons attribué des catégories aux vidéastes en fonction de leur statut dans l'article et du rôle que leur assignent les journalistes. À cette fin, nous nous appuyons sur la notion de « saillance », que Frédéric Landragin définit comme étant « la mise en avant d'une entité par rapport à d'autres entités » (2021, p. 50). Ce concept traduit une hiérarchisation dans l'énonciation des individus référencés dans un discours, en fonction non seulement de la fréquence de leurs apparitions, mais aussi de la forme et de la position qu'ils occupent dans le texte. Ainsi, nous avons identifié cinq catégories de saillance des vidéastes dans les articles³ :

- **Sujet** : le·la vidéaste est l'objet principal de l'article ;
- **Témoin** : son expérience sert à illustrer ou enrichir un angle d'analyse ;
- **Expert** : il·elle oriente le débat ou tranche une question, jouant ainsi un rôle d'autorité ;
- **Lien** : il·elle établit un pont avec un autre sujet, un collectif ou une programmation, etc. ;

- Mention : il-elle est cité-e pour illustrer ou incarner un des objets de l'article.

Grille d'analyse de discours des articles par vidéaste

Pour analyser notre corpus, nous utilisons une grille d'analyse de discours qui nous renseigne sur la manière dont se construisent :

- Les identités (récit, parcours de vie) ;
- Les compétences scientifiques attribuées aux vidéastes ;
- La fiabilité du message transmis ;
- La fiabilité du·de la messenger·e ;
- Les compétences des vidéastes en VS et leur efficacité, sur la base d'indicateurs d'audience, de posture politique (Douyère & Ricaud, 2019), qu'ils soient perçus comme artisans ou connaisseurs (Flichy, 2010).

La notion de compétence est définie par Najoua Mohib et Michel Sonntag (2004) selon trois dimensions ; la capacité, c'est-à-dire le pouvoir faire, la performance et le savoir. Selon ces auteurs, il est impossible d'aborder la compétence sans considérer le pouvoir d'agir, qui est accordé par une figure d'autorité (ici, les journalistes). Lorsque cette action autorisée se révèle efficace, elle devient synonyme de légitimité : « la compétence ne désigne pas seulement un savoir-faire efficace, mais aussi un savoir-faire autorisé ; elle confère un pouvoir d'intervention dans un champ d'action délimité » (Mohib et Sonntag, 2004, p. 4).

Analyses automatisées

Pour analyser les occurrences de mots et la fréquence d'association de deux termes (cooccurrences), nous avons utilisé le logiciel Tropes (Landré et Molette, 2018), un outil gratuit sous licence dédié à l'analyse sémantique de contenu, ainsi que le logiciel Lexico5 (Salem et SYLED-CLAZT, s.d.), un logiciel gratuit (sous conditions) sous licence, spécialisé en statistique textuelle ou textométrique. L'étude des occurrences et cooccurrences a donné la possibilité d'identifier la prégnance d'une certaine conception d'un phénomène à travers les rapprochements sémantiques et l'omniprésence de certains termes, révélant ainsi des structures paradigmatiques sous-jacentes.

MÉDIATISATION ET MÉDIATION

Issus de la confrontation du corpus et des outils d'analyse, les résultats présentés⁴ répondent aux questions suivantes :

- Comment la plateforme YouTube est-elle perçue ? Cette image profite-t-elle au traitement médiatique des vidéastes ?⁵
- Les articles de presse contribuent-ils à valoriser le travail et légitimer le discours des vidéastes de VS ? Et si oui, comment ?
- Existe-t-il des indices nous renseignant sur les effets réels, c'est-à-dire mesurables, de cette VS sur ses récepteurs finaux ?

La perception de YouTube dans les articles du corpus

Le nombre d'occurrences du mot « YouTube » est de 371 pour l'ensemble du corpus. Et si YouTube peut être qualifié de « plateforme » (31 occurrences), de « média », de « canal de contact », de « juste un espace où déposer ses vidéos », de « repaire », d'« endroit », de « site », de « réseau social », de « communauté » : il est, d'une manière générale, présenté comme un espace de stockage et une interface de contenus (le groupe nominal « Sur YouTube » apparaît 106 fois dans le corpus).

Cependant, le site est également perçu de manière plus étendue et éclaire sur ce qu'il peut

représenter. Tout au long du corpus, le site est régulièrement associé à :

- une prise de risque aux retombées positives et épanouissantes, comme le tremplin d'une activité qui bouleverse et engage une vie : « Commencer YouTube a, sans aucun doute, été une des meilleures idées que j'ai pu avoir dans ma vie » (annexe 1 : propos d'une vidéaste rapporté par la journaliste),
- un espace social, le miroir de la société : « YouTube n'est qu'une version miniature de la société » (annexe 2 : propos d'une vidéaste rapporté par la journaliste), « YouTube est une communauté » (annexe 3 : propos de la journaliste),
- une entreprise, un empire commercial, voire une entité philanthropique : « mission de YouTube qui est de rendre l'information disponible au plus grand nombre » (annexe 4 : propos de la directrice de YouTube France rapporté par le journaliste),
- une arène d'expériences, notamment professionnelles : « YouTube, terrain de jeu des vulgarisateurs » (annexe 5 : propos de la journaliste),
- un dispositif fait de règles et d'usages : « Sur YouTube, le ton humoristique peut servir de passerelle pour parler des sujets sérieux » (annexe 6 : propos de la journaliste), « YouTube est fait de codes qu'il faut maîtriser » (annexe 7 : propos de la journaliste),
- un terme propre à être clamé comme un slogan (Maingueneau, 2012, concept d'« aphorisation »). Ici, YouTube devient polysémique, pour garantir une « ouverture référentielle maximale » (Prak-Derrington, 2017, à propos du slogan « Je suis Charlie ») : « Elles font YouTube » (annexe 8 : nom d'un programme cité par la journaliste),
- un média dissident de communication de masse : « YouTube aujourd'hui me rappelle les radios libres » (annexe 1 : propos d'un vidéaste rapporté par la journaliste).

Dans le corpus analysé, nous avons identifié un ensemble de verbes associés à YouTube, lesquels décrivent à la fois les aspects passifs et actifs de la plateforme, ainsi que son impact sur les utilisateur·trices et les contenus. YouTube est ainsi présenté comme un espace dynamique et une entité influente, qui régule et façonne les contenus et les interactions. Le site apparaît comme un intermédiaire puissant entre les créateur·trices, les contenus et le public, tout en étant l'objet de critiques concernant ses pratiques de filtrage et de mise en avant :

- aspect *passif* : YouTube est perçu comme un contenant. Des verbes comme « déborde » ou « prend du poids » suggèrent que la plateforme est perçue comme un espace immense, quasiment saturé de contenus, hors de contrôle,
- aspect *actif* : YouTube est perçu comme un agent. Les verbes comme « permet », « bloque », « suggère », « met en relation », « déploie », « promeut », « offre », « considère » montrent comment YouTube joue un rôle direct dans la facilitation ou la restriction de certaines actions. La plateforme est décrite comme une entité qui régule les interactions entre les utilisateur·trices (par exemple, par l'algorithme de suggestion), tout en offrant des opportunités et en façonnant les comportements.

Cette analyse des articles sur YouTube révèle une perception multidimensionnelle de la plateforme. D'une part, YouTube est souvent présenté comme un espace de stockage et une interface de contenus, avec des désignations telles que « plateforme », « réseau social » ou « communauté ». Cependant, au-delà de cette fonction technique, le site est également perçu de manière plus complexe, reflétant des dimensions sociales, professionnelles et économiques. Il est vu comme un tremplin pour des carrières et une arène reproduisant ses dynamiques sociales. En tant qu'entreprise influente, fixant ses propres règles et usages, YouTube joue un rôle clé d'intermédiaire entre les créateurs et leurs audiences.

Données de corpus

Les deux tableaux suivants présentent la répartition des catégories au sein de l'ensemble du corpus, selon les genres journalistiques et pour les vidéastes de l'échantillon. Il est à noter qu'une des chaînes de l'échantillon n'apparaît dans aucun article. Les pourcentages figurant en ligne B2:F2 indiquent les proportions d'articles correspondant à chaque catégorie dans l'ensemble du corpus. Ceux présents en A3:A6 illustrent les proportions d'articles selon leurs genres dans le corpus. Enfin, les pourcentages en B2:F6 montrent la répartition des articles en fonction de leur genre, selon la catégorie à laquelle appartiennent les vidéastes. Les données remarquables sont mises en évidence en italique.

	A	B	C	D	E	F
1		Mention	Lien	Témoin	Expert	Sujet
2	176 articles	38 (21%)	63 (36%)	4 (2%)	54 (31%)	17 (10%)
3	71 comptes-rendus (40%)	8 (21%)	41 (65%)	0	20 (37%)	2 (12%)
4	65 reportages (37%)	7 (18%)	7 (11%)	4 (100%)	13 (24%)	0
5	31 enquêtes (18%)	19 (50%)	14 (22%)	0	18 (33%)	14 (82%)
6	9 interviews (6%)	4 (11%)	1 (1%)	0	3 (6%)	1 (6%)

Figure 3. Répartition des étiquettes sur l'ensemble du corpus et par genre

Les données indiquent que les catégories « liens » et « experts » sont les plus représentées dans le corpus, atteignant respectivement 36 % et 31 %. En revanche, la catégorie « témoin » est presque inexistante (2 %) et n'apparaît que dans les articles de type « reportage ». La catégorie « expert » est principalement présente dans les articles de type « comptes-rendus » et « enquêtes » (respectivement 37 % et 33 %), tandis qu'elle est proportionnellement moins présente dans les « interviews », genre représentant seulement 6 % des articles du corpus. Cela s'explique par le fait que les vidéastes de notre échantillon sont rarement les « sujets » des interviews (uniquement un article) et que ce genre a pour fonction de mettre en avant une personnalité. La catégorie « lien » domine dans les articles de type « comptes-rendus », ce qui est attendu, étant donné que ce genre consiste à mettre en lumière une information (ici, un contenu médiatique) en la rendant connectée à ses auteurs ou parties prenantes. La catégorie « mention » apparaît principalement dans les articles de type « enquête », ce qui est également prévisible, puisque ce genre implique une multiplication des sources et des références.

Le second tableau représente la répartition des étiquettes pour chacun des vidéastes sur l'ensemble du corpus.

Vidéastes	Mention	Lien	Témoin	Expert	Sujet	Total
n°1	2	6	0	0	3	11
n°2	1	0	0	0	0	1
n°3	0	0	0	0	0	0
n°4	2	3	0	2	1	8
n°5	2	2	0	1	0	5
n°6	1	4	0	0	8	13
n°7	0	2	0	5	0	7
n°8	3	3	2	4	0	12
n°9	6	1	0	2	0	9
n°10	2	0	0	0	0	2
n°11	9	17	1	2	4	33
n°12	7	10	1	8	1	27
n°13	0	5	0	5	0	10
n°14	3	10	0	25	0	38
Total	38	63	4	54	17	176

Figure 4. Répartition des étiquettes pour chacun des vidéastes sur l'ensemble du corpus

Ces tableaux de synthèse, élaborés à partir de l'analyse croisée des grilles de discours des articles par vidéaste et des données du tableur du corpus, révèlent une répartition inégale des étiquettes attribuées aux vidéastes dans le corpus. L'étiquette « lien », qui désigne une médiation entre une figure et un contenu, est prédominante, mettant en avant leur expertise dans cinquante-quatre articles. Il ressort de cette analyse que les articles accompagnent l'acte de médiation en associant un nom à un contenu, tout en reconnaissant la crédibilité des vidéastes, tant pour leurs connaissances scientifiques que pour leurs compétences en VS. La figure de l'incarnation scientifique, via la mise en relation d'un contenu, d'un-e vidéaste et d'un médium, est utilisée par les médias à des fins de médiation scientifique, et cette figure est perçue comme experte dans près d'un tiers des articles. Ces éléments, en comparaison avec les autres étiquettes, constituent un résultat numériquement significatif.

La médiatisation de la VS sur YouTube dans les articles du corpus

Le logiciel Tropes nous permet de comptabiliser vingt-quatre occurrences pour le radical « médiat » qui mène à médiateur, médiatrice et médiation. D'une manière plus précise, le terme « médiateur » compte trois occurrences, le terme « médiatrice » compte huit occurrences et « médiation » n'apparaît qu'une seule fois.

Médiat* : 24

Vulgaris* : 214

YouTubeu* : 149

médiateur : 3

Vulgarisateur* : 68

YouTubeur* : 117

médiatrice : 8

Vulgarisatrice : 12

YouTubeuse* : 32

médiation : 1

Vulgariser : 10

Vulgarisation : 116

L'activité de communication scientifique sur YouTube est largement associée à de la « vulgarisation » et non à de la « médiation ». Le terme « vulgarisation » est très largement associé à « scientifique » (vingt relations sur Tropes). Les articles rapportent l'idée que la science à la télévision n'intéresse plus le public. YouTube apparaît comme une solution originale pour remédier à ce problème (54 références dans le corpus) : [On parle d'] « effet YouTube (...) À l'heure où la science à la télévision est moribonde, les vidéos sur Internet sont le nouvel eldorado des vulgarisateurs » (annexe 9 : propos de la journaliste).

Il y figure ainsi une opposition marquée entre le média traditionnel qu'est la télévision, perçue comme dépassée, inadaptée ou délaissée et YouTube qui semble renouveler une approche de la transmission scientifique : « télévision vue comme sclérosée » (annexe 1 : propos de la journaliste), « De quoi clore le bec de tous ceux qui croient que la science n'intéresse pas le grand public, à commencer par les directeurs de chaînes de télévision et de radio. » (annexe 1 : propos de la journaliste), « cette nouvelle façon d'aborder la science. » (annexe 7 : propos du journaliste).

Ce renouvellement est assuré par une relève de vulgarisateur·trices jeunes et dynamiques (les articles du corpus ont ceci de commun qu'ils utilisent des verbes d'action) qui agissent par « passion » en faveur d'un public lui-même jeune. Si la passion comme gage d'authenticité reste à discuter, l'authenticité semble assurer une certaine fiabilité du message puisqu'elle rompt avec une image de la science perçue traditionnellement comme désincarnée ou inaccessible.

Voici les occurrences pour les radicaux « jeune » et « passion » :

jeune* : 116

Passion* : 77

Jeunesse : 7

Passionnant* (adj contenus) : 17

Passionne* (verbe) : 8

Passion* (nom) : 15

Passionné* (adj des youtubeurs) : 36

Les articles mettent en avant un langage simple d'accès qui déconstruit l'image d'une science jargonneuse. Les vidéastes de VS sur YouTube sont présentés·es comme des personnes sympathiques, accessibles et authentiques, une image qui, encore une fois, vise à aller à rebours de celle de la recherche prétendument située en dehors du monde ordinaire : « ce style est aussi une des raisons du succès de ces vidéos : C'est proche de l'interaction naturelle avec quelqu'un, lorsqu'on papote. » (annexe 10 : propos d'un vidéaste rapporté par le journaliste)

La référence à l'humour (trente-trois références dans le corpus) apparaît régulièrement comme un marqueur propre à la vulgarisation scientifique sur YouTube, de même que la capacité à surprendre l'auditoire par de nouveaux savoirs ou la déconstruction d'anciennes croyances bien ancrées. La VS sur YouTube possède tous les contours du divertissement sans pour autant mettre de côté ses atouts éducatifs, puisqu'il est rappelé que les vidéos proposent du contenu rigoureux, un peu comme le font les serious games (Fourquet-Courbet et Courbet, 2016). L'humour enfin est perçu à la fois comme un trait propre à la vidéo du genre YouTube et comme une technique de VS aidant au partage d'un savoir : « Apprendre, comprendre et transmettre. Sur YouTube, le ton humoristique peut servir de passerelle pour parler des sujets sérieux. » (annexe 6 : propos du journaliste).

L'analyse des articles met en évidence que les vidéos de VS sont principalement associées à la vulgarisation plutôt qu'à la médiation scientifique. Considéré comme une réponse à l'intérêt décroissant pour la science à la télévision, YouTube est perçu comme un espace

innovant, moderne et dynamique, propice à l'émergence de nouveaux-elles vulgarisateur·trices, souvent jeunes et passionné·es. Ces créateur·trices parviennent à rendre la science plus accessible et engageante pour un public jeune, notamment par l'utilisation de l'humour et de codes de genre, en optant pour des formats plus attractifs et interactifs, à l'opposé des formats jugés austères de la télévision traditionnelle. Cependant, la vulgarisation scientifique sur YouTube ne se réduit pas à un sous-genre de la médiation scientifique. Les journalistes soulignent fréquemment la rigueur de la démarche des vidéastes et des indicateurs de légitimité confèrent une certaine autorité à leurs productions.

La construction de la figure des vulgarisateurs scientifiques sur YouTube

Le corpus révèle plusieurs tendances et thèmes communs à l'ensemble du traitement des vidéastes. Si ces derniers sont généralement présentés comme des vulgarisateur·trices, certain·es sont également décrit·es comme des conteur·ses d'histoires, de « récits » (157 occurrences), d'expériences et de passions, chacun apportant une dimension spécifique à la communication scientifique sur la plateforme : « l'experte en animaux légendaires qui conte les histoires comme personne » (annexe 11 : propos de la journaliste). Cela contribue à une complémentarité de l'offre, une notion particulièrement présente dans les articles présentant des sélections de chaînes de vulgarisation scientifique.

De nombreux articles valorisent la passion et l'authenticité des créateur·trices, les décrivant comme des figures dynamiques qui utilisent leur enthousiasme pour engager et éduquer leurs audiences, décrivant la transposition d'un « intérêt pour » à un « intérêt à » (Flichy, 2010): « [Simon Rondeau] partage sa fascination (...). [Ses vidéos] disent toutes son attachement profond à la mer. » (annexe 5 : propos de la journaliste). Cette passion est souvent perçue comme un gage de crédibilité et de succès. Les journalistes insistent également sur le fait que les vidéastes ont les caractéristiques socio-démographiques des publics qui les regardent.

La figure de l'expert·e, qu'elle soit envisagée sous l'angle de l'authenticité ou d'autres prismes, apparaît fréquemment et joue un rôle central dans la construction de la légitimité des vidéastes, en particulier en lien avec leur statut d'autorité. Cette légitimité se façonne différemment selon les situations personnelles des créateur·trices de contenu et le contexte spécifique dans lequel l'article s'inscrit. Elle se décline autour de deux dimensions principales : l'expertise scientifique et l'expertise en VS. Cette légitimité peut se fonder sur un parcours universitaire (qui n'est pas toujours bien connu des journalistes), un diplôme (réel ou perçu comme tel), un réseau, ou encore une activité professionnelle. Le contexte social ou individuel joue un rôle déterminant dans la manière dont les vidéastes sont perçu·es au fil du temps, évoluant ainsi d'un simple statut de vidéaste de VS à celui d'expert·e reconnu·e dans un domaine scientifique. Avec la crise sanitaire du Covid-19 par exemple, certaines disciplines ont été mises au-devant de la scène : la médecine, la virologie, mais aussi, la lutte contre les fake-news ou les théories pseudo-scientifiques. Une actualité peut aussi servir de point de départ pour invoquer une figure experte, de lien ou de témoin, comme c'est le cas avec la série d'articles (trois enquêtes) de William Andureau pour *Le Monde* (annexes 12, 13, 14). Il peut s'agir aussi de contextes individuels propres à y associer des mythes lorsque le parcours de vie d'une personne médiatique croise celui de récits initiatiques (parfois mythiques) intégrant la quête de soi, la quête de sens, le chemin menant à la prise de conscience, etc. Situés dans une époque de l'« âge narratif » (Salmon, 2007), ces articles proposent un récit proche du storytelling qui consisterait à mettre « en place des engrenages narratifs, suivant lesquels les individus sont conduits à s'identifier à des modèles et à se conformer à des protocoles. » (Salmon, 2007, p. 16).

LES FIGURES LÉGITIMES DE VIDÉASTES

La réception critique de la presse concourt à valoriser la VS sur YouTube et à construire des figures légitimes des vidéastes. Pour cela, les articles attribuent du crédit à cette activité dès lors que :

- la VS sur YouTube est présentée comme une formule renouvelant les codes de médiation d'une science perçue comme poussiéreuse et propre à un média dépassé (la télévision) ;
- cette VS est assurée par une génération de jeunes vidéastes présent·es comme passionné·es, connecté·es et sympathiques. Cela renforce l'idée d'un contenu authentique, branché à son époque, aux références modernes. La science est réappropriée par un réseau d'amateur·es rendu·es légitimes par leur popularité, leurs parcours et leur influence ;
- ces vidéastes, par ailleurs compétent·es, semblent allier habilement rigueur scientifique et divertissement ;
- les leviers principaux pour satisfaire les critères de divertissement sont l'humour et une approche renouvelée de certains savoirs populaires.

Que ce soit par des témoignages, propos rapportés ou ceux des journalistes, le terme « YouTube » renvoie à de nombreuses situations, processus ou référentiels. Il n'est pas possible de réduire l'ensemble des occurrences à une seule de ses facettes. YouTube est à tour de rôle une entreprise, un système social, une activité, un qualificatif, un réseau, un média, une arène démocratique porteuse d'une mission d'intérêt public, etc. Commun à tous ces usages au sein des articles, YouTube apparaît régulièrement comme une entité autonome très proche d'un agent ou d'un organisme vivant. YouTube est apte à considérer quelque chose, à suggérer, à promouvoir ou au contraire à bloquer, YouTube prend du poids, se déploie, déborde. Enfin YouTube est perçu comme un système facilitateur qui permet à ses usager·es de partager des savoirs, de se mettre en relation, de créer des réseaux professionnels ou militants, d'offrir des opportunités. Tout comme l'algorithme qui le constitue, YouTube est voilé de mystères ce qui engendre un brouillard sémantique autour de son identité. Néanmoins, de toutes ces représentations portées par ces différents contextes discursifs, l'image de YouTube demeure positive, quitte à lui prêter des intentions sociales démocratiques bien éloignées de son ambition commerciale initiale. À la lecture de ces articles, nous comprenons que YouTube est rassembleur, propose au visionnage des productions audiovisuelles gratuites, qu'il éduque, qu'il est un miroir du monde, ou encore qu'il propose un espace de liberté pour entreprendre, tester ou (se) découvrir.

Les vidéastes sont présent·es sous divers aspects : expert·es, militant·es, passionné·es et innovateur·trices. Certain·es sont perçu·es par le prisme de l'engagement, utilisant leur plateforme pour aborder des questions sociales ou politiques, décrivant des vidéastes humanistes (Monvoisin, 2007), tandis que d'autres sont célébré·es pour leur créativité et leur capacité à rendre les sujets scientifiques plus accessibles et divertissants, notamment par des récits de jeunes talents (Allard et Cordier, 2017). Les articles insistent sur les effets positifs des vidéos sur les apprentissages et la prise de conscience des récepteurs finaux sur les grands enjeux de notre temps (politique, fake-news, sujets environnementaux). La manière de représenter ou de parler des vulgarisateurs scientifiques varie du statut d'expert·e d'une discipline ou de la médiation scientifique, à celui de la jeune personne passionnée portée par un fort désir de faire ses expériences et de naître à la vie médiatique ou politique. Ainsi, le traitement de certains vidéastes oscille entre une approche formelle, s'appuyant sur leur parcours académique ou leurs responsabilités actuelles et l'image d'un·e vidéaste bohème échappant aux contraintes de la vie quotidienne, en quête d'une identité personnelle et exposant ses passions comme un vecteur d'émancipation et de construction de soi.

CONCLUSION

Nous proposons deux figures qui synthétisent la construction médiatique de ces vidéastes dans la presse française du 14 mars 2016 au 11 avril 2022 :

- la figure éclairante, qui se décline à travers deux acceptations du terme « expert ». D'abord, dans son sens traditionnel, désignant celui ou celle qui est rendu-e habile par l'expérience (Trenel, 1985), mais qui a progressivement évolué vers une version plus contemporaine, celle de spécialiste (Sennett et Dauzat, 2009). Cette figure est ainsi associée à un savoir technique (Sintomer, 2008), intimement lié à deux paradigmes majeurs de notre société, la modernité et le progrès ;

- la figure inspirante, celle de l'« amateur », renvoie à l'image héroïque de l'individu passionné et désintéressé : une personne qui se donne sans compter, qui partage et collabore. Cette représentation s'est largement imposée lors des premiers âges d'internet, notamment à travers les communs (Cardon et Casilli, 2015). La figure encapacitée (Bullich, 2015) est valorisée dans son action de « démocratisation des compétences » (Adenot, 2016, p. 2). Elle s'affirme comme le porte-étendard d'une science à libérer et à restituer à la société. À l'image de jeunes justicières contemporaines, ces figures bousculent les codes établis, revendiquent leur liberté et incarnent l'avant-garde d'une révolution citoyenne en mouvement.

	La figure « éclairante »	La figure « inspirante »
Identité	Experte, universitaire, reconnue	Jeune, encapacitée, talentueuse
Légitimité	Diplômée, expérimentée, Actrice de réseau	Passionnée, engagée, bénéficiaire de réseau
Autorité	Témoin, experte	Sujet, mention
Compétence en VS	Efficace, pédagogue, Sérieux	Dynamique, Drôle, Léger

Figure 5. Synthèse des indicateurs construisant les figures présentées

Il est envisageable que cette « figure inspirante » puisse être subdivisée en deux sous-figures distinctes. Avec un échantillon plus large, il aurait sans doute été possible de différencier le traitement médiatique des vulgarisateurs et des vulgarisatrices. En effet, si la figure masculine, jeune et amatrice, semble particulièrement liée à celle de l'héroïsme romanesque et de la liberté, la figure féminine, quant à elle, incarne plutôt la fraîcheur, la pétillance et la frivolité. Ainsi, nous pourrions opposer une figure masculine chevaleresque, investie d'une mission initiatique, à une figure féminine qui représenterait avant tout une ressource généreuse de divertissement, d'émerveillement et de légèreté visuelle, souvent construite autour d'une image pétillante, lumineuse et pleine de vitalité.

Ainsi, en guise de prolongement de notre analyse, il serait pertinent d'explorer plus en profondeur les dynamiques de pouvoir inhérentes à la construction médiatique de ces figures. En effet, si la figure inspirante se présente comme le vecteur d'une démocratisation des savoirs et d'une émancipation individuelle, il convient d'examiner dans quelle mesure les traits qui lui sont attribués ne participent pas à des logiques de représentation genrée qui renforcent des stéréotypes associés aux rôles traditionnels masculins et féminins. Pour ce faire, une comparaison systématique entre les représentations médiatiques des vidéastes masculins et féminins donnerait la possibilité d'identifier d'éventuelles inégalités dans la valorisation des profils, et ainsi de mesurer l'impact des stéréotypes de genre sur la légitimation des acteurs·trices de la vulgarisation scientifique.

NOTES

¹ Pour cela, nous nous fondons sur les chiffres d'audience des chaînes que nous étudions et nous les comparons avec d'autres chiffres d'audience ou de fréquentation de structures académiques de la médiation scientifique. Par exemple, le rapport d'activité 2022 d'Universcience (établissement public français issu du rapprochement en 2009 entre le Palais de la découverte et la Cité des sciences et de l'industrie) indique que le taux de fréquentation pour 2022 est de 2,1 millions d'entrées. D'un autre côté, la chaîne YouTube « Scienceetonnante » comptabilise environ 6,2 millions de vues pour ses vidéos de l'année 2022 et un total d'environ 9 500 commentaires (Socialblade, n.d.). Évidemment comparer ces seuls chiffres ne suffit pas à en tirer des conclusions, néanmoins ils constituent des données significatives de « mise en contact » d'un savoir avec une audience.

² Période allant du 14 mars 2016, date du premier article identifié dans le corpus, au 11 avril 2022, jour de l'extraction des données.

³ Pour justifier cette classification, nous renvoyons les lecteurs à l'annexe 15 (disponible à cette adresse : <https://doi.org/10.34847/NKL.4095MSRB>) où nous prenons l'exemple de la vidéaste Vivian Lalande, créatrice de la chaîne « Scilabus », à qui nous avons attribué ces cinq catégories en fonction des différents statuts qui lui sont accordés dans les articles du corpus.

⁴ Dans cet article, nous illustrons nos analyses par des extraits verbatim répertoriés sous la forme d'annexes et disponibles sur Nakala à cette adresse : <https://doi.org/10.34847/NKL.4095MSRB>.

⁵ Nous analysons la perception de YouTube à partir d'un corpus de presse sélectionné non pas pour son traitement de YouTube en tant que tel, mais parce qu'il traite de certaines vidéastes présentes sur la plateforme. Autrement dit, notre analyse porte sur la manière dont la plateforme YouTube est représentée dans un corpus où l'entrée principale est un échantillon de vidéastes, et non sur une étude exhaustive de la représentation médiatique de YouTube dans la presse.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Adenot, Pauline (2016), « Les pro-am de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l'ethos de l'expert en régime numérique », Itinéraires. [En ligne] consulté le 04 février 2025, <http://journals.openedition.org.ezproxy.u-bordeaux-montaigne.fr/itineraires/3013>

Agnès, Yves (2015), *Manuel de journalisme : L'écrit et le numérique* (3e édition.). La Découverte. 480 p.

Allard, Laurence ; Alloing, Camille ; Le Béhec, Mariannig ; Pierre, Julien (2017). « Introduction : Les affects numériques ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 11, Article 11. [En ligne] consulté le 22 septembre 2025, <https://doi.org/10.4000/rfsic.2870>

Allard, Laurence ; Cordier, Anne. (2017, novembre 20). « CONFÉRENCE INAUGURALE - Colloque "Youtubeurs, Youtubeuses" ». [En ligne] consulté le 22 septembre 2025, https://www.youtube.com/watch?v=7iu7-q4t_0o

Assilaméhou-Kunz, Yvette ; Rebillard, Franck (2022). *La machine YouTube : Contradictions d'une plateforme d'expression*. C & F éditions. 340 p

Baur, Monica (2021), « La lutte contre la désinformation sur YouTube », *Communication*, Vol. 38/2. [En ligne] consultée le 27 août 2024, <http://journals.openedition.org.ezproxy.u-bordeaux-montaigne.fr/communication/14314>

Bullich, Vincent (2015), « Régulation des pratiques amateurs et accompagnement de la

professionnalisation : la stratégie de YouTube dans la course aux contenus exclusifs », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, consulté le samedi 14 septembre 2024, [en ligne], <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2015/supplement-b/02-regulation-des-pratiques-amateurs-et-accompagnement-de-la-professionnalisation-la-strategie-de-youtube-dans-la-course-aux-contenus-exclusifs>

Cardon, Dominique ; Casilli, Antonio (dir.), « Qu'est-ce que le Digital Labor ? ». Institut National de l'Audiovisuel (INA), 41 -79. <https://doi.org/10.3917/ina.cardo.2015.01.0042>

Cormerais, Franck ; Gilbert, Jacques Athanase (2019). *Études digitales : Youtubeurs, youtubeuses : Inventions subjectives*. 2019 - 1, n° 7. Classiques Garnier. 289 p.

Douyère, David ; Ricaud, Pascal (2019). « Présentation du dossier. Youtube, un espace d'expression politique ? ». *Politiques de communication*, 13(2), Article 2. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/pdc.013.0015>

Flichy, Patrice (2010), *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, Paris. 112 p.

Fourquet-Courbet, Marie-Pierre ; Courbet, Didier (2016). « Les *serious games*, dispositifs de communication persuasive ». *Réseaux*, n° 194(6), 199 228. [En ligne] Consulté le 22 septembre 2015, <https://doi.org/10.3917/res.194.0199>

Jacobi, Daniel ; Schiele, Bernard (1988), *Vulgariser la science : Le procès de l'ignorance*. Champ Vallon. 288 p.

Jeanneret, Yves (1982), *Un demi-siècle de réception critique de l'œuvre de Romain Rolland en France : 1898-1945*. [Thèse. Université de la Sorbonne Nouvelle, Paris III].

Kleine, Morgane (2020), « Doit-on supprimer la vulgarisation scientifique au profit de la médiation scientifique ? », [blogue] *La science en passant*, in Chevry Pébayle, Emmanuelle (2021). *Pratiques informationnelles des youtubeurs scientifiques au service de la médiation du savoir. Youtubeurs scientifiques: Activité et pratiques informationnelles*. *Communication. Information médias théories pratiques*, Vol. 38/2, Article Vol. 38/2. [En ligne] consulté le 22 septembre 2025, <https://doi.org/10.4000/communication.14808>

Hou, Jiaqi ; Landragin, Frédéric (2021), « L'effet des facteurs de distance et de fréquence sur la saillance des entités référentielles », *Langages*, [En ligne] consulté le 28 janvier 2025, <https://doi.org/10.3917/lang.224.0109>.

Landragin, Frédéric (2020), « La saillance : Origines perceptives, applications linguistiques, enjeux interdisciplinaires ». *Semen*, [En ligne] consulté le 27 août 2024, <https://doi.org/10.4000/semn.14430>

Landré, Agnès ; Molette, Pierre (2014). *Tropes* (version 8.4.2). [Logiciel]. <https://www.tropes.fr>

Latour, Bruno ; Woolgar, Steeve (2013). *La vie de laboratoire : La production des faits scientifiques*. La Découverte. 296 p.

Louessard, Bastien ; Farchy, Joëlle (2018), *Scène de la vie culturelle : YouTube, une communauté de créateurs*. Mines ParisTech, PSL. 182 p.

Maingueneau, Dominique (2012). *Les phrases sans texte*. Armand Colin. 184 p.

Mohib, Najoua ; Sonntag, Michel (2004), « La légitimité au cœur de l'action et de la compétence ». 7ème Biennale internationale de l'éducation et de la formation, Lyon, France. [En ligne] consulté le 28 janvier 2025, <https://hal.science/hal-03114467v1>

Monvoisin, Richard (2007). *Pour une didactique de l'esprit critique—Zététique et utilisation des interstices pseudoscientifiques dans les médias* [Thèse, Université Joseph-Fourier - Grenoble I]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00207746>

- Paradeise, Catherine (1985). « Rhétorique professionnelle et expertise ». *Sociologie du travail*, 27(1), Article 1. <https://doi.org/10/ghptp>
- Plenel, Edwy (2013), « La presse, miroir d'une société ». Cités. [En ligne] consulté le 28 janvier 2025, <https://doi.org/10.3917/cite.055.0168>.
- Prak-Derrington, Emmanuelle (2017). « "Je suis Charlie". Analyse énonciative et pragmatique d'un slogan de crise ». *Cahiers d'Études Germaniques*, 73, Article 73. [En ligne] consulté le 22 septembre 2025, <https://doi.org/10.4000/ceg.2258>
- Salem et SYLED-CLA2T (s.d). *Lexico* (version 5). [Logiciel]. <https://lexi-co.com/>
- Salmon, Christian (2007). *Storytelling : La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Découverte. 239 p.
- Sennett, Richard ; Dauzat, Pierre-Emmanuel (2009). *Ce que sait la main. La culture de l'artisanat*, traduit de l'américain par Pierre-Emmanuel Dauzat, Paris, Albin Michel. 403 p.
- Sintomer, Yves (2008). « Du savoir d'usage au métier de citoyen? ». *Raisons politiques*, n° 31(3), 115-133. [En ligne] consulté le 22 septembre 2025, <https://doi.org/10.3917/rai.031.0115>
- Spies, Virginie (2019), « Youtube, un espace d'expression pour le chercheur ?. L'expérience de Des médias presque parfaits et du Frames festival - un témoignage » (p. 85-97), in Cormerais, Franck, Gilbert, Jacques Athanase, *Youtubeurs, youtubeuses : inventions subjectives*, *Études digitales*, n° 7, 2019, 296 p. [En ligne] consulté le 28 janvier 2025, <https://dx.doi.org/10.15122/isbn.978-2-406-10419-3.p.0085>
- Trenel Jacques (1985). *Lexique français-latin*. Paris : Belin, 704 p.
- Véron, Éliseo (1981), *Construire l'événement. Les médias et l'accident de Three Mile Island*. Éditions de Minuit. 184 p. [En ligne] consulté le 22 septembre 2025, <https://doi.org/10.3917/minui.danaj.1981.01>

De nouveaux acteurs de la médiation scientifique sur Instagram ? L'exemple du traitement de la santé mentale par Brut, Konbini et FranceTVSlash

Article inédit, mis en ligne le 8 décembre 2025.

Nicolas Brard

Nicolas Brard est maître de conférences dans l'équipe PRIM de l'Université de Tours. Ses recherches portent sur l'engagement public des chercheurs, les marginalités dans la recherche scientifique et la vulgarisation scientifique sur les réseaux socio-numériques. nicolas.brard@univ-tours.fr

Plan de l'article

Résumé et mots clés en français

Title, abstract and keywords in english

Titulo, resumen y palabras clave en espanol

Introduction

Le traitement de la santé mentale au prisme d'une plateforme

Acteurs et volonté d'influence

Conclusion

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

L'essor des médias vidéo sur Instagram, et leur dimension presque incontournable auprès de certains publics, interrogent leur rôle dans la médiation scientifique. Cet article analyse cette question à travers le traitement du sujet de la santé mentale par Brut, Konbini et FranceTVSlash (2021-2023). L'étude met en lumière une convergence des enjeux entre les médias vidéo et la médiation scientifique. Elle relève une éditorialisation marquée par des récits personnels, un cadrage événementiel et le rôle de l'influence. La diversité des acteurs – experts, témoins et personnalités publiques – reflète une évolution de la professionnalisation et des légitimités dans la diffusion des savoirs. Enfin, ces médias, bien que favorisant des approches participatives, révèlent un cloisonnement des rôles et une faible intégration des institutions scientifiques.

Mots clés

Instagram, médiation scientifique, santé mentale, réseaux socio-numériques, médias

TITLE

New players in scientific mediation on Instagram? The example of Brut, Konbini and FranceTVSlash's treatment of mental health

Abstract

The rise of video media on Instagram, and their almost inescapable dimension with certain audiences, questions their role in scientific mediation. This article analyzes this question through the treatment of the subject of mental health by Brut, Konbini and FranceTVSlash (2021-2023). The study highlights a convergence of issues between video media and scientific mediation. It points to an editorialization marked by personal accounts, event-based framing and the role of influence. The diversity of players - experts, witnesses and public figures - reflects an evolution in professionalization and legitimacy in the dissemination of knowledge. Finally, these media, while favoring participatory approaches, nonetheless reveal a compartmentalization of roles and a weak integration of scientific institutions.

Keywords

Instagram, scientific mediation, mental health, social-digital networks, media

TÍTULO

¿Nuevos actores de la mediación científica en Instagram? el ejemplo de Brut, Konbini y el tratamiento de la salud mental en FranceTVSlash

El auge de los medios de vídeo en Instagram, y su dimensión casi ineludible con determinados públicos, plantea interrogantes sobre su papel en la mediación científica. Este artículo analiza esta cuestión a través del tratamiento del tema de la salud mental por Brut, Konbini y FranceTVSlash (2021-2023). El estudio pone de relieve una convergencia de temas entre los medios de vídeo y la mediación científica. El contenido editorial está marcado por los relatos personales, el encuadre basado en los acontecimientos y el papel de la influencia. La diversidad de actores -expertos, testigos y personajes públicos- refleja una evolución de la profesionalización y la legitimidad en la difusión del conocimiento. Por último, aunque estos medios favorecen los enfoques participativos, siguen revelando una compartimentación de los papeles y una falta de integración de las instituciones científicas.

Palabras clave

Instagram, mediación científica, salud mental, redes sociales y digitales, medios de comunicación

INTRODUCTION

La croissance exponentielle des réseaux socio-numériques (RSN) comme Facebook, Instagram ou Twitter a profondément modifié les modalités de diffusion des médias en ligne, jusqu'à devenir des incontournables. Mais cette dépendance n'est pas sans conséquence sur le fonctionnement de ces derniers, tant du point de vue éditorial qu'économique (Sebbah et al., 2020). La puissance des RSN à atteindre des cibles variées, y compris les plus jeunes, a de plus conduit à l'émergence de médias spécifiques comme Brut, Konbini, Loopsider ou FranceTVSlash, exploitant le potentiel des plateformes pour leur diffusion, en privilégiant le format de vidéos courtes et en développant une éditorialisation propre à répondre au fonctionnement des RSN et favorisant l'engagement (Guéraud-Pinet, 2022). Cette dépendance aux RSN impose une adaptation continue, dictée par les évolutions et tendances qui traversent ces plateformes. Les lignes éditoriales sont ainsi largement guidées par les métriques d'audience, et conséquemment par les attentes du public, devenant un support de narration des problèmes publics, centré sur l'expérience personnelle (Aubert, 2023, p. 57).

Si Facebook reste historiquement un canal de diffusion majeur de ces médias, celui-ci

connaît une perte de vitesse chez les moins de 25 ans, qui se tournent massivement vers d'autres réseaux comme Snapchat, Tiktok et Instagram¹. C'est sur ce dernier que se concentre la présente analyse. En 2023, Instagram s'est imposé comme la deuxième application la plus téléchargée au monde après TikTok, totalisant plus de 2 milliards d'utilisateurs mensuels, dont près de 24 millions en France². Cette plateforme, en plus de donner accès à l'ensemble des vidéos produites par ces médias comme le permet aussi YouTube, offre un potentiel particulier en matière d'éditorialisation, une diversité de formats vidéo, photo, texte, mais aussi d'interactivité grâce aux *live et stories* notamment. Par ailleurs, si TikTok est aujourd'hui la plateforme où ces médias natifs des RSN recueillent le plus grand nombre d'abonnés, cette croissance est relativement récente. À titre d'exemple, le média Brut y a acquis plus d'un million de *followers* entre novembre 2024 et janvier 2025. Étudiant les contenus diffusés entre 2021 et 2023, nous avons retenu Instagram comme l'espace le plus représentatif de la démarche de ces médias.

Compte tenu de leur importance croissante dans le paysage médiatique et de leur dimension presque incontournable auprès d'une certaine audience - particulièrement les plus jeunes - compte tenu également d'une évolution de la médiation scientifique - , qui suggérait déjà un renforcement de l'interaction avec le public plutôt qu'une transmission verticale des savoirs (Bergeron, 2016) vers les « sciences dans la société » (Las Vergnas, 2016) -, il convient de se demander dans quelles mesures les médias vidéo pourraient s'affirmer comme de nouveaux acteurs de la médiation scientifique. Étant entendu que leur fonctionnement est, comme nous l'avons écrit, largement orienté vers le traitement des problèmes publics tout en répondant aux enjeux de proximité et d'engagement propres aux plateformes qu'ils occupent. Autrement dit, ces médias, par la diversité des contenus, des formats proposés et l'intervention de multiples pourvoyeurs de l'information, évoluent aujourd'hui vers un nouveau positionnement dans la diffusion des savoirs, en lien avec les contraintes et logiques imposées par les plateformes.

Pour explorer ces enjeux, cet article s'appuie sur l'exemple de la santé mentale, un sujet qui a pris une ampleur croissante dans la société depuis la pandémie de Covid-19³, et qui occupe désormais une place centrale dans le paysage médiatique, en particulier au sein des médias natifs des RSN. Ces derniers, construisant leur ligne éditoriale autour de la mise en récit des problèmes publics, ont largement investi cette thématique, en phase avec l'attention accrue des pouvoirs publics, illustrée par des initiatives comme Santé Psy Étudiant (2021) ou la plateforme Cnaé (2023). Par ailleurs, la santé mentale se prête particulièrement au récit personnel, un format en adéquation avec les logiques algorithmiques d'Instagram, et répondant à l'enjeu d'une « économie des affects » (Alloing et Pierre, 2017, p. 11) largement développée sur une telle plateforme.

La période étudiée s'est étendue du 1er janvier 2021 au 31 décembre 2023, permettant d'analyser l'évolution du contenu sur une période longue, tout en offrant la possibilité de relever l'éventuelle présence d'une régularité ou au contraire d'opérations ponctuelles. Le *terminus a quo* choisi ici correspond à un moment où les conséquences psychologiques de la pandémie de Covid-19, notamment les conséquences des confinements successifs, commençaient à recevoir une certaine attention médiatique.

Pour sélectionner les médias les plus pertinents à analyser, nous avons restreint notre étude à trois comptes Instagram parmi les plus influents en France : FranceTVSlash, Brut et Konbini (n = 286 publications). Le choix des médias s'est fondé sur plusieurs critères : leur popularité attestée par leur nombre d'abonnés, leur position consolidée dans le paysage médiatique et leur ancienneté sur la plateforme. Brut et Konbini se distinguent comme les médias vidéo les plus suivis sur Instagram, surpassant largement d'autres acteurs similaires comme Loopsider ou Simone Media. Fait notable, Konbini se revendique comme le premier média sur Instagram, bien que son nombre d'abonnés soit inférieur à celui de Brut. Le choix de FranceTVSlash repose sur la volonté d'analyser un média évoluant dans un cadre économique différent, puisqu'il appartient au service public (France Télévisions). Un autre critère clé a

été l'orientation éditoriale de ces médias. Il nous importait qu'ils soient généralistes et non spécialisés en sciences ou en médecine, tout en abordant de manière significative des thématiques scientifiques. La santé mentale s'est révélée être un terrain d'étude particulièrement pertinent, ces médias ayant manifesté un engagement notable sur ce sujet : Brut a lancé Brut.Mental, Konbini a initié l'action « Engagé.es pour la santé mentale », tandis que FranceTVSlash a produit plusieurs séries documentaires comme *Addicts* ou *Dans ma tête*. Ces initiatives témoignent d'un intérêt éditorial fort pour la mise en récit des enjeux de santé mentale. Un tableau récapitulatif des principales caractéristiques de ces médias figure ci-dessous. Enfin la très large majorité des contenus produits par ces médias sont prévus pour être diffusés et consommés sur les réseaux socio-numériques, avec notamment des durées relativement courtes. Cependant, comme nous allons le voir, certains de ces médias ont parfois tenté d'utiliser Instagram comme un lieu de promotion afin de rediriger vers des contenus accessibles sur d'autres plateformes, comme le cas de Brut X, disparue en 2022.

Chaîne	Public cible	Date de lancement sur Instagram	Nombre d'abonnés	Nombre de posts	Description de la chaîne	Nombre de posts analysés
Brutofficial	18-35 ans	Août 2016	4,4M	13 491	Histoires sans filtres	81
Konbini	18-30 ans	Décembre 2011	2,8M	19 308	In pop we trust	96
Francetvslash	18-30 ans	Février 2018	394k	4819	Séries, histoires et témoignages	107

Tableau 1 : Comptes Instagram observés (en date du 04/09/2024)

Le choix d'opérer la collecte de données sur Instagram n'est pas sans présenter un certain nombre de difficultés. Initialement, nous avons envisagé une extraction automatisée des publications (*scraping*), mais cette approche s'est heurtée à deux obstacles majeurs. D'une part, Instagram dispose d'un système de détection performant des comportements automatisés, entraînant une déconnexion systématique après quelques dizaines de minutes de collecte. Malgré diverses tentatives de contournement, comme l'introduction de délais pour imiter une navigation humaine, le *scraping* s'est avéré impraticable. Mais surtout, cette première approche nous a confronté au caractère parfois peu informatif du texte des posts Instagram, qui ne renseignait pas toujours précisément sur le contenu de la vidéo associée, et qui aurait présenté le risque d'écarter un certain nombre de publications en opérant une recherche uniquement par mots clés une fois la collecte automatique réalisée. Face à ces contraintes, nous avons opté pour une collecte manuelle, permettant un repérage plus précis et contextuel des publications. Pour chaque post recensé, nous avons relevé : la date, le texte du post, les personnes mentionnées (@), la présence éventuelle d'un partenariat commercial, le nombre de mentions « j'aime » ou de vues, l'URL et un ensemble de mots clés caractérisant la nature du contenu (mention d'une pathologie, format du post - témoignage, promotion, appel à contribution, etc.). Cette méthode manuelle de récolte de données n'est pas sans faille bien entendue et est parfois subjective, selon ce que l'on entend par « santé mentale ». L'Organisation mondiale de la Santé la définit comme « état de bien-être qui permet à chacun de réaliser son potentiel, de faire face aux difficultés normales de la vie, de travailler avec succès et de manière productive, et d'être en mesure d'apporter une contribution à la communauté⁴ ». Santé publique France ajoute une précision en distinguant trois dimensions de la santé mentale : la « santé mentale positive » couvrant notamment le bien-être et l'épanouissement personnel ; la « détresse psychologique réactionnelle » liée aux situations de la vie ; et les « troubles psychiatriques de durée variable⁵ ». Mais face à des contenus très variés dans leurs thèmes et leurs façons d'être

abordés, il est possible que certains des posts analysés ici, ou au contraire écartés du corpus, soient sujets à débat.

Notre méthodologie, d'abord inspirée par le modèle MEDIATS (Modèle économique, Discours, Institutions, Acteurs, Techniques en Société) d'analyse des médias (Lafon, 2019), avait pour objectif d'analyser les différents types de contenus diffusés sur Instagram concernant la santé mentale, qu'il s'agisse de témoignages, de vidéos d'information ou d'interviews culturelles, comme autant de dispositifs de médiation spécifiques. Nous avons également porté notre attention sur l'implication du public à travers les interactions générées et sur les caractéristiques socioprofessionnelles des personnalités intervenant dans ces médiations ; tout en replaçant ces éléments dans le contexte des spécificités d'Instagram, notamment à travers l'analyse des partenariats commerciaux ou des mentions de comptes (@).

L'article est structuré en deux parties complémentaires. La première examine la diversité des formats proposés sur Instagram pour traiter de la santé mentale, en les analysant comme autant de dispositifs de médiation qui mobilisent différents registres narratifs et formes d'engagement. La seconde partie s'intéresse aux acteurs de cette médiation : elle questionne d'une part, leur rôle dans l'ouverture de la parole sur la santé mentale, d'autre part, les enjeux professionnels de la médiation scientifique dans ces espaces numériques.

LE TRAITEMENT DE LA SANTÉ MENTALE AU PRISME D'UNE PLATEFORME

Pour traiter le sujet de la santé mentale, les trois médias que nous étudions mettent en place une grande diversité de formats, largement tournés autour du récit personnel. La temporalité de diffusion de ces contenus répond, quant à elle à une logique événementielle, notamment sous-tendue par les enjeux de partenariats économiques propres à ces médias.

Des dispositifs de médiation multiples

Comme le suggère la prédominance des témoignages, un point commun à la majorité des contenus publiés est la forte volonté d'incarnation du sujet, qui s'inscrit à la fois dans la logique éditoriale de ces médias, mais également dans le fonctionnement algorithmique des réseaux comme Instagram, valorisant la mise en avant du soi, à la première personne, par des vidéos face caméra, et la recherche de l'engagement (Alloing et Pierre, 2017 ; Gomez-Mejia, 2016). Cette intention est également soulignée par les accroches de Brut et FranceTVSlash, « Histoires sans filtres » et « Séries, histoires et témoignages », présente dans l'en-tête de leur compte Instagram. Le récit personnel occupe ainsi une place prépondérante dans l'évocation de la santé mentale, qu'il s'agisse de personnalités publiques ou d'anonymes. Cet effet est aussi renforcé par les appels à témoignages des abonnés de ces médias, soulignant l'objectif de normalisation de la santé mentale et de libération de la parole. Dans cette lignée, une logique de l'entraide est visible, avec la multiplication des messages de prévention. Les numéros d'urgence comme le 3114 (Suicide écoute) ou le Fil Santé Jeune font l'objet de plusieurs posts sur FranceTVSlash et Brut, soit pour eux-mêmes, soit en association avec des témoignages ou des posts informatifs sur la santé mentale. La délivrance de conseils « pratiques » est aussi régulière, comme un épisode de podcast « 6 conseils pour aider un ami en dépression » avec la psychologue Romane Di Stefano (Brut – 14/12/2023 ; 26/06/2023), un guide contre les crises d'angoisses (FranceTVSlash – 31/08/2021) ou encore des conseils pour limiter l'anxiété sociale lors des fêtes de fin d'année (Brut – 22/12/2021) ou à la sortie du confinement (Brut – 09/06/2021).

L'organisation d'une émission hebdomadaire *Bien dans nos têtes* sur Brut, en partenariat avec l'assureur Macif, illustre cette démarche participative fondée sur l'appel aux témoignages. Entre novembre 2022 et février 2023, les *live* traitent chaque semaine d'une nouvelle question comme l'impulsivité, les troubles de l'attention ou encore l'impact des

réseaux socio-numériques sur la santé mentale. Chaque émission, diffusée en direct sur l'application Brut, est précédée d'un appel à témoignages sous la forme de messages vocaux à envoyer sur Whatsapp. Il en est de même pour FranceTVSlash, qui se positionne cependant davantage sur la production de séries et de documentaires, dans les émissions *Étiquettes* ou *Dans ma tête*, laissant la parole à une ou plusieurs personnes concernées par un trouble de la santé mentale. Il apparaît dans ces dispositifs une logique de co-construction, telle que suggérée dans les modèles participatifs de diffusion des savoirs, où le témoignage et l'expérience vécue constituent le point de départ de l'entreprise de médiation.

La santé mentale s'incarne aussi par le « détour de la culture » (Urbas, 2022), à la fois dans les dispositifs employés et par l'usage de la pop culture et plus largement l'univers de la fiction pour traiter d'un sujet sensible. Marqueur identitaire de Konbini, dont l'accroche est « In pop we trust », elle est utilisée à de nombreuses reprises par l'ensemble des médias étudiés pour évoquer le sujet. Cela s'observe lors de la promotion d'œuvres cinématographiques ou de livres, comme le film *The Son*, qui fait l'objet d'une interview de l'acteur principal Hugh Jackman sur Brut (24/02/2023) faisant la part belle à la santé mentale ; par la diffusion de séries télévisées comme *Mental*, dont le groupe France Télévisions est lui-même producteur, et *En Thérapie* ; ou encore par les vidéos du psychiatre Jean-Victor Blanc, porteur du compte @culturepopetpsy, visant à parler de santé mentale grâce à la fiction. À propos de ce dernier, on peut relever le partenariat commun à Konbini et Brut avec le festival Culture pop et psy, dont la promotion est largement opérée dans ces médias. Ce festival, créé en 2022, se donne pour objectif de « dépoussiérer les idées reçues sur les troubles psychiques, éduquer avec une approche scientifique et ludique, déstigmatiser et libérer la parole grâce à des partages d'expérience inspirants et enfin favoriser l'inclusion des personnes concernées⁶. »

Une éditorialisation caractéristique des médias vidéo

L'analyse de l'éditorialisation de la santé mentale au sein de notre corpus, à travers la temporalité des publications, leurs objectifs et les thématiques abordées, révèle de nombreuses similitudes entre les médias étudiés. Ces convergences s'inscrivent dans des dynamiques déjà identifiées, notamment « la logique du rendez-vous et l'autopromotion ; la conception de formats éditoriaux et publicitaires ; la prise en considération de l'actualité et des audiences pour la structuration de l'offre » (Guéraud-Pinet, 2022, p. 102).

La dimension événementielle, au sens d'opérations au cours desquelles des séries de posts sont publiées dans un temps défini, d'une semaine ou d'un mois généralement, est particulièrement présente. Le mois d'octobre, défini à plusieurs reprises comme mois de la santé mentale, est l'occasion pour ces médias de publier des contenus relatifs à ce sujet. Mais on assiste aussi à la création de dispositifs spéciaux, comme « Engagé.e pour la santé mentale » mis en place par Konbini entre les mois de mai et juin 2022, ou divers partenariats avec des associations ou organisation à but non lucratif comme celui entre Brut et @aurora.institute (août 2022), FranceTVSlash et @maison.perchée (octobre-novembre 2023) ou encore, comme nous l'avons vu, Konbini et le Festival Culture Pop et Psy — dont Brut est également partenaire. Cette rythmicité contribue à accroître la proximité avec les formats culturels (Urbas, 2022), alors que le traitement d'une « actualité » propre à la santé mentale est finalement très peu présent.

En dehors de ces opérations définies dans le temps, le traitement de la santé mentale se développe largement selon une logique promotionnelle. C'est notamment au détour d'une information culturelle et sportive, que le sujet peut être évoqué. Ainsi, au cours de la promotion d'un album, d'une tournée ou autour d'un événement sportif, chanteurs, acteurs et athlètes sont invités à se livrer sur leur rapport à la santé mentale, voir à évoquer leurs propres troubles psychiques. Cette modalité est commune aux trois médias de notre corpus, mais est plus affirmée chez Brut et Konbini que sur FranceTVSlash. Ce mélange des genres permet aux médias de rattacher les enjeux du traitement de l'actualité à des thèmes caractéristiques de leur ligne éditoriale, notamment ici la pop culture et la santé mentale,

propice à toucher leur audience cible, les jeunes adultes. Cette démarche se manifeste également au travers d'autres partenariats, dont la dimension commerciale est clairement mentionnée dans le texte et la vidéo du post cette fois-ci, au cœur du modèle économique de ces médias. La santé mentale sert alors plutôt d'alibi ici, amenuisant la frontière entre contenu publicitaire et éditorial. Ces publications représentent une source notable de posts, avec des marques comme l'horloger Omega, sponsor du nageur Michael Phelps (Brut), L'Oréal Paris et le rugbyman Romain Ntamack (Brut) ou encore la marque de rasoirs Gillette (Konbini). À côté de ces marques, il existe également des collaborations avec des dispositifs pouvant avoir un lien concret avec la santé mentale comme le groupe Qare ou Angel, le service de santé en ligne du groupe Axa. Ces cas, où la promotion d'un produit est directement associée à un problème de santé mentale, questionnent particulièrement cette porosité entre publicité et éditorial. Certaines vidéos sponsorisées soulèvent encore plus d'interrogations, comme le témoignage sur Brut (26/11/2022) d'une personne porteuse d'un trouble du spectre autistique et utilisant le CBD pour apaiser son anxiété, dont le contenu est sponsorisé par *La ferme du CBD*, entreprise commerciale spécialisée dans la vente de cette substance.

Enfin, l'autopromotion occupe une place centrale dans ces stratégies éditoriales, renforçant le rôle d'Instagram comme plateforme de relais pour leurs productions. C'est peut-être avec FranceTVSlash que ce phénomène est le plus prégnant, par son importante activité de production de documentaires et d'émissions, et de diffusion de séries. Ainsi, de nombreux posts autour de la santé mentale font la promotion du contenu d'une émission à retrouver sur le site de la chaîne, dévoilant quelques extraits d'un témoignage, comme pour l'émission *Étiquettes* ou *Dans ma tête*. Ce phénomène est aussi présent chez Konbini et Brut, renvoyant vers leur site web ou l'application Brut par exemple, notamment à l'occasion de la diffusion des *live* hebdomadaires *Bien dans nos têtes*. Ce phénomène suggère la porosité pouvant exister sur ces comptes entre médiation et communication, où chaque post n'existe pas forcément que pour lui-même en tant que vecteur d'information, mais s'inscrit dans un environnement plus large, en lien avec l'évolution de ces médias d'un 100 % réseaux socio-numériques à l'occupation d'autres plateformes (application, site web, service de *streaming*...) (Aubert, 2023, p. 32).

ACTEURS ET VOLONTÉ D'INFLUENCE

Le choix des acteurs présents dans ces médias est à questionner surtout si l'on se souvient de la phrase prononcée par Guillaume Lacroix, un des fondateurs de Brut, lors d'une interview en 2019 : « Ce qui est génial, c'est que [les Millenials] ne font aucune différence dans la source de l'info. Que ça vienne d'un individu, d'une marque, d'une source média, d'une agence de presse, ce n'est pas important pour eux. Ce qui est important, c'est : « est-ce que c'est légitime, est-ce que c'est crédible, est-ce que je peux y croire, est-ce que c'est authentique⁷ ». Ces propos nécessitent de se questionner sur la mise en place d'un nouveau paradigme relatif à la professionnalisation de la médiation scientifique, dans un contexte où les réseaux socio-numériques et les médias natifs rebattent les cartes de l'autorité journalistique et scientifique, de la place du public et de l'expertise profane (Sedda *et al.*, 2022, p. 9-10).

Derrière la volonté participative, des rôles finalement cloisonnés

L'analyse des acteurs présents dans les contenus relatifs à la santé mentale révèle 3 profils types : l'expert, le témoin de la société civile, la personnalité publique. L'usage de ces différents profils varie quelque peu selon les trois comptes explorés, mais le premier constat qui émerge est un cloisonnement des rôles et un effacement de la contradiction (Aubert, 2023, p. 123-127). Le constat de cette diversité d'acteurs et d'isolement de chaque parole reflète les évolutions récentes en matière de légitimité dans le domaine de la santé. Le discours de l'expert est ainsi de plus en plus mis au même plan que l'expertise née du vécu

de la maladie ou de son expérience au quotidien en tant qu'aidant. Ainsi, le témoignage personnel n'est pas interrompu, ni par la figure de l'expert, ni celle du journaliste. Ce dernier, bien qu'occupant un rôle notable sur ces comptes, se fait parfois, mais rarement, médiateur de l'information scientifique comme sur Konbini (22/10/2023), dans le cadre d'une vidéo intitulée « Quelle est la différence entre un psychiatre, un psychologue, un psychanalyste et un psychothérapeute ? ». Mais leur visibilité reste modeste sur Instagram. Certains journalistes peuvent être mentionnés dans les posts, dont certains possèdent des comptes personnels avec des nombres conséquents d'abonnés, comme Mina Soundiram (@minasndrm, 90,7 k abonnés) ou Juliette Deshormes (@juliettedeshormes, 11,4 k abonnés) pour Brut.

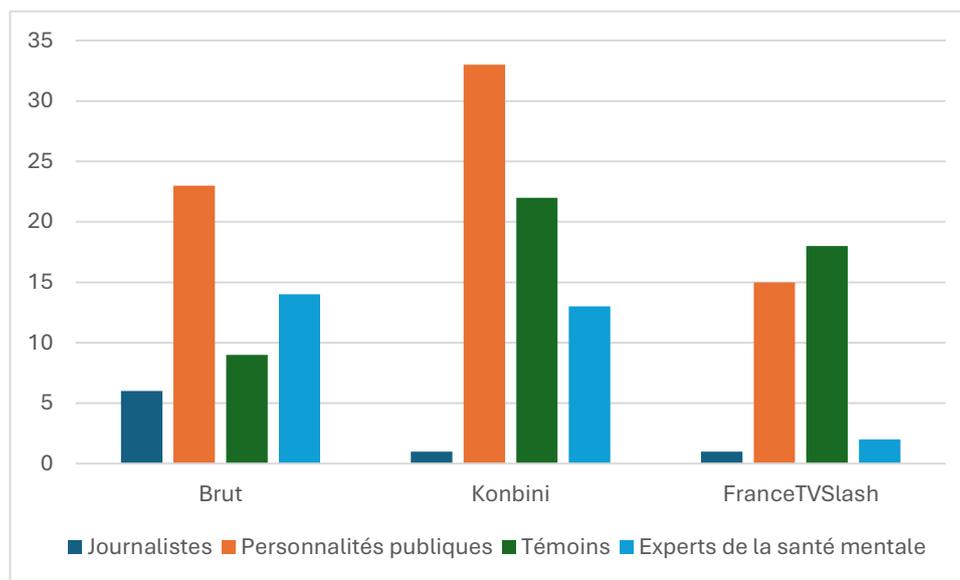


Tableau 2 : Répartition des mentions des différents acteurs sur Brut, Konbini et FranceTVSlash

Le témoin, personnalité publique ou privée, livre un récit continu mêlant vécu personnel et information sur sa santé mentale et ses éventuels troubles. Dans cette modalité du récit d'expérience, les témoins « privés » ou « anonymes » représentent une part importante des contenus sur la santé mentale, en particulier sur FranceTVSlash et Konbini. Le contenu de ces interventions est souvent plus spécifique que dans le cas des personnalités publiques. On y parle d'une pathologie en particulier, d'une addiction, d'une expérience traumatisante aux conséquences importantes sur la santé mentale. Les témoins expliquent ici leurs symptômes, leur prise en charge et leur rapport aux professionnels de santé, se constituant comme une source d'« expertise expérientielle » (Salles, 2022, p. 14) sur la santé mentale. Deux catégories de témoins sont présentes : des personnes confrontées personnellement à un problème de santé mentale et des aidants, en particulier des parents d'enfants atteints d'un trouble psychiatrique ou du neurodéveloppement. Si cette approche favorise une forme d'implication du public, elle ne s'inscrit pas pour autant dans un réel dialogue, ni avec le public, ni entre les différents acteurs de la médiation de la santé mentale.

L'autre figure du témoignage personnel de la santé mentale, la personnalité publique, pose des questionnements différents sur son usage et sur son rôle dans la médiation des savoirs. Le potentiel prescripteur des célébrités en matière de santé publique est déjà bien connu (Allem et al., 2017), et tous les médias étudiés en font largement usage. Si le questionnement de célébrités autour de la santé mentale apparaît régulier, quelles que soient les personnalités interviewées, plusieurs figures démontrent un engagement plus affirmé sur la santé mentale, intervenant souvent dans plusieurs de ces nouveaux médias, comme les artistes Pomme (@pommeofficial) et Louanne (@watchoutfortornado), le sportif Camille Lacourt (@cam_lacourt_off) ou l'influenceur Noholito (@noholito_o). Ces figures médiatiques ne se limitent pas à partager leur expérience personnelle, mais adoptent une

approche plus pédagogique, incitant à prendre soin de sa santé mentale et à consulter des professionnels si nécessaire. Elles sont également sollicitées dans le cadre de campagnes de sensibilisation plus larges, comme le partenariat entre Konbini et Santé Publique France autour des risques liés à la consommation d'alcool, diffusé entre septembre et octobre 2023.

Alors que les professionnels en santé mentale sont très nombreux sur Konbini et encore plus sur Brut, ils sont moins visibles sur FranceTVSlash. Par ailleurs, alors que l'on aurait pu s'attendre à une certaine perméabilité des experts entre les différents comptes étudiés, on remarque que ce n'est pas le cas à une exception près : le psychiatre Jean-Victor Blanc (~4900 abonnés), fondateur du Festival Culture Pop et Psy (~14 000 abonnés), dont ont été partenaires Konbini et Brut. Leur rôle dans ces médias est cadré autour du conseil et de la description d'éléments d'ordre clinique propres à la santé mentale. Mais leurs modes d'intervention renseignent sur la position qu'ils occupent dans ces médias. Ils ne répondent pas le plus souvent à des questions dans le cadre d'une interview mais adoptent un positionnement de médiateur, s'adressant directement au public derrière son écran.

La volonté d'influence comme élément commun

Si les rôles de chacun apparaissent distincts, la notion d'influence semble constituer un terreau commun. Cette notion, de même que celle de la personne qui l'incarne, l'influenceur·se, regroupe une grande variété de situations qui rendent sa définition difficile. Elle inclut notamment la dimension des données, comme la capacité de ces personnes à atteindre une communauté vaste et à générer de l'engagement de sa part, dans l'idée d'une « forme de performativité » (Desmoulins *et al.*, 2018, p. 19), qui l'a naturellement associée au domaine du marketing. L'influence existe également dans une dimension communicationnelle comme « l'aptitude à transférer des informations relationnelles et expérientielles à un maximum de personnes connectées. » (Sedda *et al.*, 2022, p. 9). Mais dans cette perspective, l'influenceur·se peut aussi être considéré·e comme un·e médiateur·rice, suggéré· par les liens relationnels que l'individu tisse avec sa communauté (Staij, 2022, p. 129). Dans notre cas, l'influence s'interroge à deux niveaux : la constitution d'une nouvelle professionnalisation de la médiation en lien avec ce statut d'« influenceur » et son usage par des médias comme Brut, Konbini ou FranceTVSlash et la démarche qu'il sous-tend.

L'enjeu de l'influence est peut-être le plus marquant à propos des experts sollicités dans ces médias. La plupart d'entre eux sont des créateurs de contenus sur les réseaux sociaux et bénéficient d'une communauté plus ou moins importante, de quelques milliers et plus d'une centaine de milliers d'abonnés. Si la majorité des intervenants sont des professionnels de la santé mentale, psychiatre ou psychologue, on relève aussi quelques figures du monde de la santé, mais non spécialisées dans ce domaine, comme @docamine_, médecin généraliste, créateurs de contenus (~116 000 abonnés sur Instagram), qui anime pendant plusieurs semaines l'émission hebdomadaire de Brut, Bien dans nos têtes, aux côtés de la psychologue @psynergy_delphinepy, et du journaliste-docteur en neurosciences @chandroukumar. La présence majoritaire de cette composante d'influence parmi les experts interroge sur une nouvelle forme de légitimité propre à ces nouveaux médias diffusés sur les réseaux sociaux numériques. L'intégration dans des réseaux socio-numériques apparaît comme un critère favorisant l'intervention de ces professionnels. De la même façon, plusieurs des témoins « anonymes » s'inscrivent également dans une démarche de création de contenus, de vulgarisation, voire de militantisme autour de leurs troubles et de leur impact dans le quotidien. Il s'agit par exemple de Kentin Payette sur Brut (compte TikTok supprimé) à propos de son vécu concernant son trouble bipolaire, ou de Llewellyn sur Konbini (@une_patte_atypique, ~13 200 abonnés) autour du trouble du spectre autistique. Enfin, comme nous l'avons déjà précisé, les personnalités publiques ont sans aucun doute une capacité d'influence sur le public. Elles bénéficient par ailleurs de communautés parfois bien plus vastes que les autres acteurs en présence dans ces médias.

La stratégie des médias derrière ce choix a déjà été suggérée (Aubert, 2023, p. 103-107).

Le poids occupé par la veille sur les réseaux sociaux dans la pratique journalistique y répond sûrement, favorisant la mise en avant de personnes déjà intégrées aux RSN, mais également une démarche guidée par les métriques avec une volonté d'accroître la visibilité des contenus produits par le média grâce à la force des influenceurs. Enfin, dans une logique professionnelle, particulièrement pour les experts en santé mentale, le choix de personnalités déjà investies de façon indépendante dans la médiation s'avère rassurant quant à leur capacité à intervenir dans les contenus vidéo de ces médias. Plus globalement, il est à noter ici une logique d'effacement des intermédiaires, qui s'inscrit dans l'exposition du récit de soi valorisé par les RSN. La figure d'un médiateur qui servirait l'interface entre la recherche et le public a disparu. Chacun devient responsable de sa propre médiation, voire d'une médiation de soi, de son expérience professionnelle ou de son vécu personnel vis-à-vis de la santé mentale.

CONCLUSION

L'analyse du traitement de la santé mentale met d'abord en évidence une adaptation aux normes et aux codes techniques et éditoriaux des médias natifs des réseaux socio-numériques. Comme le formule Verstappen et Opgenhaffen dans leur étude sur l'actualité scientifique sur Instagram, il s'agit de « *making it fit* » (Verstappen et Opgenhaffen, 2024). Notre étude souligne la convergence existante entre les enjeux de médias étudiés, autour de l'engagement du public et de la valorisation du récit de soi, et ceux de la médiation, suggérant que ces médias vidéo pourraient se positionner aujourd'hui comme de nouveaux acteurs de la médiation scientifique. Cela passe par la mise en place de dispositifs multiples de diffusion de savoirs, sous-tendus par une forte intention d'implication du public, qui apparaît parfois dans une démarche de co-construction ; et grâce à la mobilisation de médiateurs particuliers, valorisant l'expertise expérientielle et les professionnels de santé endossant le rôle de médiateurs indépendants par la création de contenus sur les réseaux socio-numériques. Le cloisonnement des rôles reste cependant notable, tout en se rejoignant sur l'enjeu de l'influence, source d'engagement du public.

La grande absente est l'institution scientifique. Sa faible implication pourrait suggérer un désinvestissement des plateformes plus récentes, ou une difficulté à s'adapter aux nouvelles logiques de circulation des savoirs, en particulier auprès d'un public jeune massivement présent sur Instagram et TikTok. Dès lors, se pose aussi la question de sa capacité à développer des interactions plus directes avec ces médias natifs des RSN et à proposer des contenus en phase avec les pratiques actuelles de consommation numérique. Enfin, nous avons volontairement pris un exemple dont nous savions qu'il était largement traité par ces nouveaux médias, permettant d'analyser un corpus riche de publications. Or, lors de la collecte de données, nous avons remarqué le nombre limité d'informations traitées dans le domaine des STEM (*Science, technology, engineering and mathematics*). Cette absence semble correspondre aux conditions nécessaires à l'émergence d'une médiation scientifique dans ces médias, autour d'une logique de métriques et de volonté de narration de problèmes publics. Les processus à l'œuvre en matière de santé mentale sont-ils transposables à d'autres champs scientifiques ? L'exploration d'autres thématiques donnerait la possibilité ainsi de mieux comprendre précisément de quelle manière la médiation scientifique s'inscrit dans ces médias en constante évolution.

NOTES

¹ Médiamétrie (2024), « L'année Internet 2023 », [en ligne], consulté le 5 septembre 2024, <https://www.mediаметrie.fr/fr/annee-internet-2023>

² Eugène Matthieu (2024), « Chiffres Instagram - 2024 », *Blog du modérateur (BDM)*, [en ligne], consulté le 5 septembre 2024, <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-instagram/>

³ Sol, Jean ; Jasmin, Victoire (2021), *Après le choc de la crise sanitaire, réinvestir la santé mentale (Rapport d'information 304)*, Paris : Commission des affaires sociales, Sénat.

⁴ Organisation mondiale de la Santé (2024), « Santé mentale : Renforcer notre action », [en ligne], consulté le 5 septembre 2024, <https://www.who.int/fr/news-room/factsheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>

⁵ Santé publique France (2023), « Santé mentale », [en ligne], consulté le 17 mars 2025, <https://www.santepubliquefrance.fr/maladies-et-traumatismes/sante-mentale>

⁶ Blanc, Jean-Victor (2018), « À propos de Pop&Psy », [en ligne], consulté le 10 septembre 2024, <https://popetpsy.fr/apropos/>

⁷ VIUZ and CO (2019), « Guillaume Lacroix (Brut) - Marketing Remix by Viuz », [en ligne], consulté le 16 mars 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=BLU257LHQIs>.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Allem, Jon-Patrick ; Leas, Eric C. ; Caputi, Theodore L. ; Dredze, Mark ; Althouse, Benjamin M. ; Noar, Seth M. ; Ayers, John W. (2017), « The Charlie Sheen Effect on Rapid In-home Human Immunodeficiency Virus Test Sales », *Prevention Science*, vol. 18, no 5, p. 541-544.

Alloing, Camille ; Pierre, Julien (2017), *Le Web affectif : Une économie numérique des émotions*, Paris : INA.

Aubert, Aurélie (2023), *Une information brute ? Journalisme, vidéos et réseaux sociaux*, Paris : INA.

Bergeron, Andrée (2016), « Médiation scientifique », *Arts et Savoirs*, [en ligne], consulté le 17 mars 2025, <https://doi.org/10.4000/aes.876>.

Desmoulins, Lucile ; Alloing, Camille ; Mohli, Vanessa (2018), « L'influence n'est-elle que donnée(s) ? Médiations et négociations dans les agences de communication "influenceurs" », *Communication & Organisation*, vol. 54, no 2, p. 29-40.

Gomez-Mejia, Gustavo (2016), *Les Fabriques de soi ? Identité et Industrie sur le web*, Paris : éditions MkF.

Guéraud-Pinet, Guylaine (2022), « Éditorialisation et mise en visibilité des contenus audiovisuels des médias d'information en ligne français : Le cas de Konbini, Brut et Loopsider (2013-2021) », *Télévision*, CNRS éditions, vol. 13, no 1, p. 91-108.

Lafon, Benoît (2019), « Introduction. Les médias et les médiatisations : Un modèle d'analyse » (p. 7-16), in Lafon Benoît, *Médias et médiatisation*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

Las Vergnas, Olivier (2016), « De la médiation scientifique aux sciences dans la société, 30 ans d'ambiguïtés de l'action culturelle scientifique » (p. 177-187), in Caillet Elisabeth & al. (dir.), *La médiation culturelle : Cinquième roue du carrosse*, Paris : L'Harmattan.

Salles, Chloé (2022), « Pratiques sur Instagram de patients atteints du mélanome : Compétences info-communicationnelles et mise en visibilité professionnalisée du cancer », *Études de communication*, no 58, p. 49-66.

Sebbah, Brigitte ; Sire, Guillaume ; Smyrniaios, Nikos (2020), « Journalisme et plateformes : De la symbiose à la dépendance », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol. 9, no 1, p. 6-11.

Sedda, Paola ; Botero, Nataly ; Orellana, Myriam Hernandez (2022), « Influenceurs et influenceuses santé : Les récits et les savoirs du corps sur les réseaux sociaux », *Études de communication*, no 58, p. 7-23.

Staii, Adrian (2022), « La participation des “influenceurs” non spécialisés aux communications publiques de santé : Enjeux de légitimation », *Études de communication*, no 58, p. 125-145.

Urbas, Boris (2022), « Culture scientifique », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, [en ligne], consulté le 17 mars 2025, <https://publictionnaire.humanum.fr/notice/culture-scientifique/>

Verstappen, Marie ; Opgenhaffen, Michaël (2024), « Making it Fit : How Science News Gets Remediated for Facebook and Instagram », *Journalism Studies*, vol. 25 no 9, p. 1010-1028.

Communiquer la science : pratiques et discours de créateur·rice·s de contenus sur la plateforme TikTok

Article inédit, mis en ligne le 8 décembre 2025.

Sarah RAKOTOARY

Maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Bourgogne Europe, laboratoire CIMEOS UR 4177

Ses travaux de recherche portent sur les usages du numérique dans la communication scientifique. Elle s'intéresse notamment à la circulation des formats numériques de la publication et de l'information scientifiques, aux enjeux de l'appropriation des réseaux socionumériques par la sphère académique, et aux stratégies d'acteur·rice·s qui en découlent.

Sarah.rakotoary@u-bourgogne.fr

Plan de l'article

Introduction

Etats des lieux de la communication numérique scientifique

Vulgarisation, médiation, communication scientifique ?

Médiation, remédiation et circulation des contenus scientifiques

Plateformisation de la communication scientifique

TikTok et la diffusion de contenus scientifiques

Créateur·rice·s de contenus scientifiques et écriture « plateformisée »

L'appropriation d'une écriture scientifique « plateformisée »

La question de l'autorité sur les réseaux socionumériques

La question de la reconnaissance et de la visibilité

L'enjeu de performance

Stratégies identitaires, médiation et remédiation de contenus scientifiques sur TikTok

Remédiation et circulation des contenus médiatiques et culturels

Recontextualisation des contenus scientifiques

Diffusion des savoirs sur les plateformes : travail, rémunération et logiques croisées

Réajustement des compétences du·de la créateur·rice de contenu scientifique

Conclusion

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Cet article examine les dynamiques de la vulgarisation scientifique sur des plateformes numériques, en se concentrant sur TikTok. Il explore la transition de la médiation scientifique classique vers une médiatisation adaptée aux logiques des réseaux socionumériques, où les créateur·rice·s de contenu jouent un rôle clé. L'analyse de l'écriture scientifique « plateformisée » révèle comment ces acteur·rice·s construisent et affirment leur identité numérique tout en naviguant entre les exigences des algorithmes et les attentes du public. En s'appuyant sur des exemples de remédiation de pratiques et de stratégies identitaires, l'article met en lumière les formes renégociées, multi-formats et engageants de la diffusion des savoirs scientifiques

Mots clés

Communication des sciences, vulgarisation scientifique, médiation scientifique, plateformes numériques.

TITLE

Scientific content creators on TikTok: mediation and remediation processes

Abstract

This article examines the dynamics of science popularisation on digital platforms, with a focus on TikTok. It explores the transition from traditional science mediation to a form of mediatisation adapted to the logics of social networks, in which content creators play a key role. The analysis of 'platformed' scientific writing reveals how these actors construct and assert their digital identities as they navigate between the demands of algorithms and the expectations of the public. Through examples of remediation of practices and identity strategies, the article highlights the regenerated, multi-format and engaging forms of disseminating scientific knowledge.

Keywords

Science communication, science popularisation, science mediation, digital platforms.

TÍTULO

Creadores de contenidos científicos en TikTok: procesos de mediación y remediación

Resumen

Este artículo examina la dinámica de la divulgación científica sobre las plataformas digitales, con especial atención a TikTok. Explora la transición de la mediación científica tradicional a una forma de mediatización adaptada a las lógicas de las redes socionuméricas, en la que los creadores de contenidos desempeñan un papel clave. El análisis de la escritura científica «plataformizada» revela cómo estos actores construyen y afirman su identidad digital mientras navegan entre las exigencias de los algoritmos y las expectativas del público. A partir de ejemplos de remediación de prácticas y estrategias de identidad, el artículo pone de relieve las formas regeneradas, multiformato y atractivas de difundir el conocimiento científico.

Palabras clave

Comunicación científica, divulgación científica, mediación científica, plataformas digitales.

INTRODUCTION

Au-delà de cette capacité à rendre visible sur une multiplicité d'espaces numériques des liens sociaux, les pratiques et usages autour des réseaux socionumériques ont pris une toute autre ampleur. Il s'agit de dispositifs sociotechniques créant une valeur monétaire autour de la dimension participative de ses usagers. Ces dernier·e·s occupent une position centrale

dans les dynamiques de circulation des contenus, assumant de manière conjointe les fonctions de production et de réception, caractéristiques des logiques participatives propres aux environnements numériques. En cela, les réseaux socionumériques s'apparentent au modèle de la plateforme (Bullich, 2021).

Ces dispositifs permettent non seulement d'atteindre un large public, mais aussi de renégocier des pratiques de médiation scientifique. Pratiques qui s'élaborent autour d'une double médiation : technique par la dimension structurante de l'outil, sociale car les usages se ressource dans le social. Le rôle des usagers est donc central, puisqu'ils et elles participent à la création de contenu et qu'ils et elles génèrent par le fait même de la valeur monétaire. Émergent ainsi les « créateur·rice·s de contenu », une appellation largement diffusée par les plateformes et désormais souvent revendiquée par les usagers, en contraste avec celle d'« influenceur·euse », qu'ils et elles rejettent. Toutefois, cette dénomination reste discutable, car elle ne rend pas compte de toute la complexité des tâches ni des compétences, souvent invisibles, mobilisées dans ces pratiques.

Les interactions entre le public, le contenu scientifique et la plateforme elle-même soulèvent de nouvelles dynamiques d'autorité et de légitimité, redéfinissant ainsi les contours traditionnels de la vulgarisation scientifique. Certains auteurs soulignent les processus de médiation (scientifique, sociotechnique), mais également de rémédiation (Colas-Blaise, 2018 ; Mayeur et al., 2021). La production de contenus implique en effet une appropriation de savoirs médiatiques, culturels, scientifiques et techniques, dans un objectif de diffusion rapide et engageante. Dans ce contexte, le processus de remédiation numérique devient nécessaire : les créateur·rice·s adaptent leur discours, leur ton, et même la forme de leur contenu pour répondre aux exigences spécifiques de la plateforme. La remédiation ici dépasse une simple réécriture ou une adaptation : elle implique une reconfiguration du savoir scientifique, qui est reformulé et recontextualisé, pour capter l'attention d'un public habitué à une consommation immédiate de contenu. Ainsi, loin de se contenter d'une retranscription, la remédiation numérique permet de remanier non seulement le contenu, mais aussi la forme et la fonction du savoir, dans un environnement où la visibilité, la créativité et l'immédiateté sont des impératifs.

Dans cette dynamique, en nous intéressant aux créateur·rice·s de contenus scientifiques sur TikTok, plusieurs questions émergent : comment les spécificités de TikTok, en tant que plateforme numérique, réactualisent-elles l'activité de médiation scientifique ? La fabrique de soi des créateur·rice·s de contenus scientifiques sur TikTok influence-t-elle réellement la manière dont les savoirs sont médiés et partagés ? Et dans quelles mesures ces pratiques témoignent-elles d'une remédiation des contenus scientifiques, où la forme et la portée des savoirs sont réadaptées pour répondre aux exigences de la plateforme ? Ce phénomène de remédiation numérique, dépendant des logiques propres à TikTok, nous invite à réfléchir aux conséquences de la platformisation sur les pratiques de médiation scientifique.

L'objet de cet article est ainsi de comprendre qui sont les acteur·rice·s de la médiation scientifique qui investissent TikTok, et de mettre en lumière les processus pluriels de médiation qui redéfinissent les relations entre le public, le ou la créateur·rice de contenus / médiateur·rice / vulgarisateur·rice scientifique et la plateforme numérique.

ÉTATS DES LIEUX DE LA COMMUNICATION SCIENTIFIQUE NUMÉRIQUE

Vulgarisation, médiation, communication scientifique ?

La communication scientifique distingue les discours produits par les communautés scientifiques et la diffusion des discours sur la science (Jeanneret, 1994). Discours sur la science, communication des sciences (Maillot, 2018), #SciCom, l'enjeu est de réussir à jongler entre des compétences communicationnelles et techniques à des fins de production

de contenus pertinents à destination des publics.

Entre vulgarisation scientifique, médiation scientifique, et communication scientifique, les définitions et les limites sont poreuses. Malgré ses connotations parfois négatives, la vulgarisation dépasse la simple traduction d'un texte scientifique. Il s'agit d'une ré-écriture qui n'est ni en défaut ni en perte par rapport aux textes scientifiques, mais en excès (de questionnements, de contexte, de sens, de désir).

La vulgarisation est un dispositif de communication scientifique qui contribue à tenir les sciences à la portée du grand public et de surcroît à la critique, sociale et scientifique (Bodin, 2022), en conditionnant la réception des contenus. La vulgarisation scientifique est censée renvoyer à des réalités de communication nuancées, néanmoins, lorsqu'on interroge les chercheur·e·s sur leurs activités de communication, la vulgarisation semble être la seule et unique issue. « De (fausse) traduction à (vraie) interprétation, la vulgarisation des sciences, qui était machine à transmettre des savoirs, s'est transformée en un fait social et communicationnel total » (Raichvarg, 2010, p. 110). En effet, elle s'érige de plus en plus en pratique communicationnelle située.

La médiation scientifique, quant à elle, joue sur la présence d'une tierce dans le processus de transmission des savoirs scientifiques. Elle est liée à des questions de professionnalisation d'un savoir-faire, mais également à de nouvelles formes d'adresse au public engendrant un engagement plus actif. Dans le domaine de la recherche anglo-saxonne, il s'agit d'imposer une rupture nette à la transmission linéaire de discours scientifique pour s'adresser au public. Le concept de « Public engagement with science » (Zeng et al., 2020) revendique cet état de fait en introduisant une dimension consultative, participative, et productive au public.

Médiation, remédiation et circulation des contenus scientifiques

La pluralité des médias, les contraintes de l'information en images, les pratiques sociales en mouvement influent sur la communication des sciences et plus largement sur l'ambiguïté des relations entre sciences et société. Il est question dans ce cadre de médiatisation scientifique ou de mise en média de l'information scientifique pour favoriser leur introduction dans le débat public. Plus encore dans l'optique de toucher un large public, des transformations s'opèrent tant sur la dimension textuelle (reformulation) que sur la dimension visuelle (figurabilisation) (Bourgatte et Jacobi, 2019).

En outre, l'ensemble de ces termes, communication, vulgarisation, médiation et médiatisation, peut être nuancé mais il faudra retenir que le rapport qu'entretient la société avec le savoir a évolué de la traduction, à l'implication vers la séduction. La communication des sciences contribue à leur reformulation, à leur débat, à leur légitimation ou encore à la critique de leurs applications. Elle n'est jamais unilatérale et implique toujours une tierce qu'elle soit physique, morale voire technique.

Le dispositif joue aussi un rôle dans ces processus de diffusion de savoirs scientifiques. Une médiation sociotechnique (Miège, 2007) s'opère dans le processus de production, de réception et de circulation de ces contenus. Les contenus de vulgarisation scientifique ne peuvent alors être dissociés des médias qui les relaient, des architextes qui accompagnent leur écriture, des supports et des modes de diffusion. Outre la médiation scientifique, un autre type de médiation se rattache alors : la médiation sociotechnique qui suppose la présence d'une tierce représentée par la plateforme numérique où convergent éléments sémiotiques, stratégies socioéconomiques et pratiques socioculturelles (Bullich, 2021).

Par ailleurs, cette construction de sens opérée par la médiation sociotechnique se joue et se rejoue au gré des relectures et des réécritures des différentes formes médiatiques. Toute médiation opérée par le dispositif constitue en effet une forme de remédiation, dans la mesure où les médias actuels s'appuient sur la remédiation et exigent une réinterprétation des productions des médias précédents (Bolter et Grusin, 2003). Cette reprise constitue une forme de reconstruction de sens à partir de contenus déjà produits.

La remédiation produit donc un « supplément de sens » (Colas-Blaise, 2018) déstructurant la linéarité de la réception et de la production de contenus médiatiques. Elle s'inscrit dans une forme de recontextualisation et dans une nouvelle inscription corporelle et incarnée. Le format est repensé et enrichi de modalités d'écriture multimédia réactualisant également les rapports entre production et réception des contenus. C'est en ce sens que nous parlons de remédiation en ce qui concerne la production de contenus scientifiques initiée par des acteur·rice·s dont les couches identitaires plurielles donnent la possibilité de proposer aux publics des contenus remédiés en référence à d'autres (médiatiques, culturels, scientifiques, organisationnels, performatifs).

Plateformisation de la communication scientifique

Le développement du web social a conduit à une redéfinition des valeurs structurant la communication scientifique, telles que la participation, la collaboration et le partage de ressources, de savoirs et d'expériences. Une diversification des formes et des formats s'en suit alors et accentue le flou entre les contours des appellations que nous avons préalablement mentionnées. Le format vidéo enrichit de manière significative la communication scientifique en devenant d'un côté un des leviers permettant à des intermédiaires de se positionner dans la sous-filière de la publication scientifique (Rakotoary, 2019), d'un autre côté, en plébiscitant l'utilisation du média vidéo dans l'enseignement supérieur et la recherche, ce, depuis les années 1990 (Bourgatte et Jacobi, 2019). Le déplacement graduel de la publication scientifique vers des formats de diffusion et des contenus de plus en plus médiatiques est concomitant au développement technique et s'élargit aux réseaux socionumériques grand public.

En outre, les secteurs des techniques numériques et de l'informatique continuent à se positionner comme étant des intermédiaires dans l'accès à l'information individualisée. Les plateformes prennent le pas sur les entreprises productrices d'information en charge notamment de la diffusion de contenus scientifiques. Par conséquent, une diversité d'acteur·rice·s amateur·es et indépendant·e·s, travailleur·euse·s de la connaissance, s'y retrouvent dans une logique de travail ouvert (Flichy, 2019).

De cette diversification émergent les créateur·rice·s de contenus scientifiques, les influenceur·euse·s scientifiques ou encore les YouTubeur·euse·s scientifiques. Il s'agit d'acteur·rice·s aux profils majoritairement académiques et scientifiques qui réactualisent les modalités de transmission des savoirs par le processus de vulgarisation sous format vidéo. Professionnel·le·s ou pro-am (Adenot, 2016) de la vulgarisation scientifique sur les plateformes numériques, ils ou elles mobilisent une forme d'expertise numérique et communicationnelle en plus de leur propre expertise scientifique. En mobilisant des compétences infocommunicationnelles, ils et elles contribuent ainsi à faire circuler et à rendre visible les savoirs scientifiques.

Un processus de négociation sous tension entre contraintes initiées par les plateformes et code moral, éthique se met en place du côté des créateur·rice·s de contenus scientifiques. En ce sens, ces acteur·rice·s déclinent des modalités de création et de publication particulières, entre connaissance des codes techniques et pratiques individualisées.

TikTok et la diffusion de contenus scientifiques

TikTok est un réseau social qui totalise environ 1,7 milliard d'utilisateurs actifs en 2022, demeurant ainsi l'application la plus téléchargée depuis 2020 avec un total de 987 millions de téléchargements¹. En effet, la période de la pandémie a favorisé une accélération de la production et de la consommation de vidéos courtes². L'appropriation de la plateforme est aussi encouragée par l'accès à une médiathèque vernaculaire (Allard, 2021) favorisant les initiatives expressives individuelles localisées en cohabitation avec des contenus iconiques ou audiovisuels. À cela s'ajoutent des facilités d'export et de partage sur d'autres plateformes qui réagentent la circulation des contenus sur les réseaux socionumériques et l'accès à une bibliothèque de ressources techniques (montage, sonorisation) intuitive.

TikTok a introduit un fil d'actualité dédié aux STEM (*Science, Technology, Engineering, and Mathematics*) lancé initialement aux États-Unis, puis étendu à la France et à l'Europe en avril 2024. Ce flux est spécifiquement conçu pour un public jeune, mettant en avant des contenus éducatifs visant à promouvoir l'apprentissage et l'intérêt pour les disciplines scientifiques et techniques, d'ingénierie et de mathématiques³. De même, des espaces privilégiés émergent dans cet objectif éducatif avec le #ApprendreSurTikTok qui a cumulé plus de 3 milliards de vues entre 2020 et 2023⁴ et qui regroupe des usagers ou des créateur·rice·s de contenus autour de 5 thématiques principales : français, sciences, histoire-géographie, culture générale et langues⁵. Le #TikTokAcadémie⁶ a également sa place dans les contenus éducatifs proposés par des professeurs de collège ou de lycée.

La thématique des sciences est celle qui regroupe le nombre le plus conséquent de vues sur TikTok (40%)⁷ grâce à des vidéos informatives ou à des expériences scientifiques filmées. Les questionnements autour des relations entre TikTok et la recherche, puis la vulgarisation scientifique se sont ainsi posés naturellement à travers plusieurs entrées : le lien avec l'apprentissage, la valeur ajoutée, les dérives (comme la désinformation) ou encore l'appropriation et l'influence sur des publics divers. Les « TikTokeur·euse·s scientifiques » ont déjà fait l'objet d'études notamment à travers des enjeux de catégorisation : des comptes individuels, des comptes organisationnels, des comptes d'agrégateurs (Exaltia) et d'autres comptes sans thème scientifique (Zeng et al., 2020). Ces mêmes comptes naviguent entre plusieurs points de vue : le divertissement, l'éducation et la science.

Il est également important de noter les controverses qui entourent TikTok et qui peuvent être à l'origine de certains biais tacites, notamment en lien avec la protection des données personnelles, la santé mentale des jeunes usagers ou encore les risques liés à la désinformation⁸.

Sur TikTok, nous nous sommes ainsi intéressés aux créateur·rice·s de contenus qui mettent en valeur leur « passé scientifique », et qui construisent au fil de leurs interventions leur individualité scientifique oscillant entre la figure savante légitimée et la construction d'une « figure d'autorité numérique ». Cette étude qualitative repose sur une analyse de contenus vidéos. TikTok a été retenu pour ses formats de participation codifiés et pour son rôle dans la diffusion de savoirs. Les critères de sélection incluent l'analyse des 10 dernières vidéos les plus populaires de six créateur·rice·s de contenus scientifiques avec un parcours académique. Au total, 60 vidéos ont été recueillies oscillant entre 2 000 et 3 millions de vues et publiées entre décembre 2021 et mai 2024. En parallèle, six entretiens semi-directifs ont été réalisés pour obtenir des données qualitatives sur les pratiques de création des contenus scientifiques.

Compte TikTok	Nombre d'abonnés	Nombre de j'aime	Biographie	Activité scientifique
brusicor02	141 700	2 400 000	La chimie, c'est la vie ! 🧪 Prends ta blouse, on file au labo ! 🔬	Assistant ingénieur / Technicien RMN
sciencebestiale	520	10 200	Sur YouTube @Sciencebestiale	Enseignant-chercheur
tangleroux	265 800	2 000 000	Enfilez votre blouse et entrez dans mon laboratoire ! Mon métier ? La FAQ ici 📄	Pharmacien biologiste
pierrekerner	723	3 310	Auteur de Strange Stuff And Funky Things #SSAFT et Moi, Parasite. #Evolessons	Enseignant-chercheur
yanntoutcourt	781 400	29 700 000	Histoire feat. esprit critique	Enseignant
laquestionquetutposespas	26 100	309 200	Diététicienne nutritionniste et apprentis chercheur en psychologie cognitive 🧠	Doctorante

Tableau 1 : Répartition des entretiens semi-directifs

En ce qui concerne l'analyse de contenu des vidéos, la grille d'analyse a été construite en fonction de trois entrées : les métadonnées (date, légende, hashtags, vues, mentions j'aime,

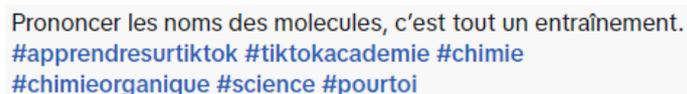
commentaires), la construction discursive (thématiques ou sujets, argumentaires, prise de position) et les marqueurs scripto-audiovisuels en référence à la plateforme, à l'identité ou au contenu scientifique (images, son, mentions écrites, modalités d'interaction).

CRÉATEUR·RICE·S DE CONTENUS SCIENTIFIQUES ET ÉCRITURE « PLATEFORMISÉE »

L'appropriation d'une écriture scientifique « plateformisée »

La politique de TikTok repose sur les tendances et la création de mèmes, ce qui signifie que l'écoute et l'imitation constituent une composante essentielle des contenus scientifiques présents sur TikTok (Zeng *et al.*, 2020). Il s'agit d'une architecture composée de codes numériques et de pratiques techno-sémiotiques qui sont réappropriées par les créateur·rice·s de contenus scientifiques (Grison et Bolz, 2023).

TikTok promeut un cadre architextuel qui est celui des vidéos courtes qui tournent en boucle. Ces mêmes vidéos sont ensuite soumises à des canons d'expression qui homogénéisent les formats, notamment à travers la présence d'un métatexte : sous-titre, hashtag, retranscriptions, émoticônes. Sur les différentes publications qui ont été analysées, un quart d'entre elles utilisent le #science ou encore le #tiktokacademie comme nous l'indique la capture d'écran ci-dessous.

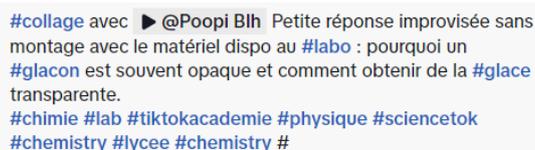


Prononcer les noms des molécules, c'est tout un entraînement.
#apprendresurtiktok #tiktokacademie #chimie
#chimieorganique #science #pourtoi

Figure 1 : Capture d'écran avec hashtag

Le reste des hashtags fait ensuite référence à des informations disciplinaires (chimie, physique, biologie, médecine) ou encore au matériel scientifique (microscope, lab).

TikTok favorise les comportements mimétiques et contribue à populariser des formats spécifiques : challenge, duo, collage, réponse@, tendances, # etc. mais également des gestes et des mouvements tout autant que des contenus orientés. « Les pratiques sur TikTok permettent et encouragent de re-dire ou re-jouer les vidéos, de se servir de l'extrait audio, de faire des duos, etc. » (Grison et Bolz, 2023)



#collage avec @Poopl Blh Petite réponse improvisée sans montage avec le matériel dispo au #labo : pourquoi un #glaçon est souvent opaque et comment obtenir de la #glace transparente.
#chimie #lab #tiktokacademie #physique #sciencetok
#chemistry #lycee #chemistry #

Figure 2 : Capture d'écran avec hashtag

Plusieurs formulations propres aux réseaux socionumériques circulent également au sein des vidéos et renvoient le plus souvent à des formulations en lien l'interaction créateur-usager : « Dis-moi en commentaire... », « Laissez-moi un petit commentaire », « Abonne-toi pour plus de vidéos », « abonne-toi » etc.

Au-delà de cet architexte précis proposé par TikTok, les créateur·rice·s de contenus scientifiques s'approprient et enrichissent les formes d'écriture de manière à jouer sur leur identité et donc sur leur légitimité. « [...] ces agencements scripto-audiovisuels forment des contenus au sein desquels se mixent des signes et se créolisent des écritures ; ils relèvent d'une "seconde visualité" en ce sens qu'ils sont bien plus que de simples images [...] » (Allard, 2021, p.69).

Concernant les mentions écrites sur les vidéos, certain-es créateur·rice·s de contenus vont préférer des transcriptions complètes, d'autres préféreront mettre en lumière les points clés et d'autre emprunteront des formats comme les « compteurs de bugs ». La même

situation est observée en ce qui concerne le son, certain·es créateur·rice·s de contenus jouent avec les *trend* tandis que d'autres préfèrent uniquement mettre une voix off. Ici encore ces choix d'écriture reflètent des marqueurs identitaires spécifiques. Cette double appropriation (des architextes et des contenus scientifiques) est traduite par une prise de parole distanciée des normes, motivée par l'auto-publication ou par la sollicitation (réactions, commentaires).

La question de l'autorité sur les réseaux socionumériques

Les chercheur·e·s et les universitaires qui communiquent sur les réseaux socionumériques bénéficient préalablement d'une autorité cognitive dépendante de la crédibilité, de la réputation (Broudoux, 2007, p. 3) et de la légitimité du·de la chercheur·e. L'autorité cognitive acquise *a priori* par le·la chercheur·e lui donne la possibilité de se positionner en tant qu'expert de sa discipline vis-à-vis de ses pairs et du grand public.

À cela s'ajoute la capacité de ces chercheur·e·s à produire de la connaissance scientifique, des discours scientifiques qui impliquent la mise en place d'un protocole de tri de l'information, d'une mise en mémoire et d'une discussion. Pourtant, sur les réseaux socionumériques, l'autorité cognitive seule ne suffit plus, et le·la chercheur·e doit adapter la production de ses contenus (scientifiques) aux spécificités des plateformes pour garantir leur visibilité.

La construction de la légitimité scientifique numérique devient ainsi un processus continu pour le·la chercheur·e qui tente de concilier son autorité cognitive acquise avec son expérience et sa pratique des modes d'expression propres aux réseaux socionumériques. Cette forme émergente de légitimité requiert la prise en compte de trois enjeux principaux: la production d'un discours scientifique adapté aux médias, la mise en scène de la crédibilité, de la légitimité et de l'autorité scientifiques, ainsi que la co-construction collective des connaissances à travers les interactions.

La question de la reconnaissance et de la visibilité

« Se rendre socialement visible » (Honneth, 2004) est l'apanage des chercheur·e·s dès le début de leur carrière. Les discours sont maniés et remaniés de manière à susciter des réactions positives de la part des communautés de pairs.

De ce fait, les profils académiques sur les réseaux socionumériques sont souvent organisés selon des critères clairement définis. L'identité numérique du·de la chercheur·e repose sur une présentation de soi stratégique, ayant pour objectif de lui faire gagner sa place dans l'espace compétitif de la recherche académique. X par exemple, avant son rachat en 2022, a été utilisé pour promouvoir et obtenir des publications, des communications scientifiques ou des projets de recherche.

Dans le cadre de leurs activités, les créateur·rice·s de contenus scientifiques n'hésitent pas à mettre en avant des signes qui les relieraient à leurs compétences académiques de manière à asseoir la crédibilité et la légitimité de leurs propos. Les personnalités scientifiques participent ainsi à un entrecroisement de leurs identités déclaratives en ligne à dimensions personnelles et professionnelles. En l'occurrence, il peut s'agir d'indices en lien avec l'activité de recherche, l'activité de vulgarisation sur d'autres plateformes et les autres productions, ou encore la dimension disciplinaire du compte. Voici quelques exemples de biographies de ces créateur·rice·s de contenus en ligne dénotant cet entrecroisement des identités.

- « Diététicienne nutritionniste et apprentis chercheur en psychologie cognitive 🧠 »
- « Enfilez votre blouse et entrez dans mon laboratoire ! Mon métier ? La FAQ ici 📄 »
- « Auteur de Strange Stuff And Funky Things #SSAFT et Moi, Parasite. #Evolessons »
- « Histoire feat. esprit critique »

Plusieurs comptes analysés font également mention dans leur biographie ou dans les liens externes du « Café des sciences »⁹. Il s'agit d'une communauté de vulgarisateur·rice·s scientifiques, qui fédère et diffuse les contenus produits par ses membres. En outre, il mène

des initiatives collectives telles que la participation à des festivals scientifiques et est régulièrement reconnu comme une référence dans le domaine de la vulgarisation scientifique amateur. Les membres s'appuient sur une légitimité de corporation (Mansier, 2019) et d'appartenance à une communauté reconnue pour cadrer leurs activités. Ils en font également mention dans les entretiens qui ont été menés :

« Puis est venue la montée des YouTubeurs scientifiques, et j'ai rejoint le collectif "Café des sciences". C'est en voyant des créateurs que j'ai fini par passer à la vidéo. »

« Grâce au café des sciences, on a pu, par exemple mettre un pied dans l'édition. Moi, j'ai participé à un livre qui s'appelle la science à contre-pied. »

L'enjeu de performance

La mise en média des sciences a eu pour conséquence directe, une croissance de la présence des chercheur·e·s à l'écran voire à l'image. En les mettant à l'honneur, les discours télévisuels ont contribué à développer des enjeux liés à la performance (Mansier, 2019) : exploit technique, idée innovante, ouvrage récent, expertise etc.

Au-delà de la question de la légitimité, la performance du·de la chercheur·e est également porteuse d'enjeux. Les vidéos TikTok issues de notre corpus sont mises en scène pour la plupart dans des lieux de performance des chercheur·e·s (laboratoires, bibliothèques, musées etc.). Les lieux, les objets et les acteur·rice·s sont choisis de manière intentionnelle pour reconstituer des représentations en lien avec la science.

Une approche intéressante de la « représentation » scientifique consiste à expliciter des concepts par le biais de sketches illustrant des jeux de rôles. L'humour ne se réduit pas à un simple acte langagier visant une réaction précise, ainsi performé dans les sphères publiques notamment médiatiques et numériques il permet de se positionner sur des sujets fictifs ou d'actualité, en jouant sur des registres tels que l'ironie, la moquerie ou l'autodérision. Dans le cadre des entretiens, il est ressorti une appétence individuelle et identitaire pour l'humour et le second degré lors de la conception des scripts vidéos de communication des sciences.

« Mais si on peut parler d'une ligne éditoriale, moi ce que j'aime bien, c'est quand même l'humour, c'est quand même une des choses sur lesquelles je tombe très très facilement. »

« Et par contre au niveau des animations un peu humoristiques ou des animations de schémas, ça c'est moi qui le fais derrière depuis septembre dernier. »

STRATÉGIES IDENTITAIRES, MÉDIATION ET REMÉDIATION DE CONTENUS SCIENTIFIQUES SUR TIKTOK

Remédiation et circulation des contenus médiatiques et culturels

Les extraits audiovisuels sont également essaimés sur TikTok qu'il s'agisse d'extraits de télé-réalité (Grison & Bolz, 2023), d'expressions virales, de scènes « cultes » ou encore de formats précis. Les contenus audiovisuels, initialement produits en dehors de TikTok, sont non seulement redistribués, mais aussi réinterprétés et réappropriés par les utilisateurs. En outre, des références cinématographiques sont parfois présentes à travers la diffusion de courts extraits (Alien, Tchernobyl), des formats sont réutilisés (documentaire animalier, documentaire d'enquête) et les aspects visuels et esthétiques sont aussi parfois travaillés de manière à obtenir un contenu plus qualitatif.

De plus, certain·es créateur·rice·s de contenus scientifiques présents sur TikTok diversifient également leurs activités et surtout leurs supports de diffusion des sciences. En outre, il y a la participation et la conception de podcasts dédiés à la science (comme Podcast Science, Futura Science), ou encore l'édition d'ouvrages thématiques dédiés à la vulgarisation scientifique, mais aussi la tenue de blog scientifique. À cela s'ajoute la participation à des ateliers grand public et à des festivals (comme la Fête de la Science) pour effectuer des

interventions beaucoup plus centrées sur la médiation scientifique. Bien que ces activités restent accessoires face à l'activité principale sur les réseaux socionumériques, elles illustrent la manière dont la remédiation favorise la circulation des contenus à travers des environnements médiatiques multiples, chacun redéfinissant les rapports entre les producteur·rice·s de contenus, les supports et les publics.

Recontextualisation des contenus scientifiques

Les références scientifiques ne sont pas uniquement factuelles, mais parfois aussi présentes dans des méthodes de travail, des valeurs individuelles ou encore dans la structuration de propos. Il est en effet beaucoup question de liberté, mais aussi d'intégrité scientifique dans les entretiens. En effet, les choix éditoriaux et les méthodes de production de contenus sont souvent raliés à ces valeurs initialement présentes dans le monde scientifique et académique.

En ce qui concerne la structuration du propos, les argumentaires en lien avec les modèles didactiques sont aussi présents. Plusieurs éléments agencés de manière individuelle sont présents dans les propos portés dans les vidéos sélectionnées : une question (une problématique ou un problème), une explicitation, une démonstration, une série d'arguments (contradiction, preuve par l'étonnement, références théoriques), une solution. Les créateur·rice·s de contenus restent également très en alerte face à cette structuration comme le montre ces extraits :

« Les compétences qui sont très utiles quand on veut perdurer ? Pour moi bah c'est l'intégrité scientifique quand même. Oui, c'est vraiment le plus important à mon avis à mes yeux, pour pouvoir vraiment se faire une place respectée parmi les vulgarisateurs scientifiques francophones, ben voilà, on fait un contenu, on le source, on le vérifie et si on s'est trompé, on corrige. »

« [...] c'est que le début de la vidéo va être très rythmé et plus on avance dans la vidéo et moins sur cet hyper rythme en fait, et plus on est sur quelque chose de peu plus humain. Oui, mais je voudrais qu'il y ait une contradiction évidente car d'un point de vue scientifique, on sait que les pauses sont hyper importantes dans la compréhension d'un, d'une vidéo ou d'un texte. »

Dans leur discours, il y a le plus souvent des références scientifiques que ce soit à travers des noms d'autres chercheur·e·s, l'usage du jargon scientifique matériel et conceptuel (fluoréscéine, acides aminés, cellule de conway, hypothalamus, cortex préfrontal, etc.), mais aussi la présence d'objets en lien avec le savoir scientifique (matériel de laboratoire, structure moléculaire, moniteur, fossiles, carte, ouvrages, etc.). Un des éléments clés reste également la présence d'images dans les vidéos postées. Images qui renvoient à des diagrammes, des schémas de structure chimique, des schémas anatomiques ou à des images d'illustrations (images de synthèse, mêmes, portraits d'acteur·rice·s clés). Les contenus scientifiques sont recontextualisés et adaptés aux spécificités des plateformes numériques et enrichissent un discours distancié de la publication scientifique traditionnelle.

Diffusion des savoirs sur les plateformes : travail, rémunération et logiques croisées

Les créateur·rice·s de contenus dépendent de cette forme de contrôle technicisée pour pouvoir générer des revenus. « Les plateformes de produits culturels calculent d'autres métriques venues du monde des médias, basées sur la popularité » (Flichy, 2019, p. 178). Un travail de calcul opaque hiérarchise les offres sur les plateformes privilégiant ainsi certain·e·s créateur·rice·s au détriment des autres. Face à cela, ils tendent à diversifier leurs activités et leurs revenus de manière à garder la maîtrise éthique et scientifique sur le contenu produit.

Plusieurs alternatives s'offrent ainsi aux créateur·rice·s de contenu scientifique : exercer deux activités à temps complet chacune, exercer chaque activité à temps partiel, n'exercer que l'activité de création de contenus, n'exercer que l'activité de recherche ou professionnelle. Recourir au travail de plateforme permet en outre de s'affranchir des formes canoniques du travail et de s'engager dans des activités pour le plaisir (Flichy, 2019).

« Depuis deux ans, je suis à mi-temps en laboratoire et le reste de mon temps est consacré à la création de vidéos et à l'animation de mes réseaux sociaux. »
« Oui, j'ai un emploi du temps flexible, mais je considère la vulgarisation comme une partie de mon travail. »
« Comme je suis fonctionnaire à temps plein, je ne peux pas avoir d'activité annexe rémunérée. Si je veux être rémunéré, je devrais entreprendre des démarches administratives pour une activité secondaire. »

La rémunération sur TikTok est le plus souvent corrélée au nombre de vues que peuvent faire les différentes vidéos des créateur·rice·s de contenus. Néanmoins, ce modèle économique n'est pas toujours viable, ce qui pousse les différents acteur·rice·s à varier leurs sources de revenus sur la plateforme en ayant dans un premier temps recours aux collaborations et partenariats. Ici encore, le propre des créateur·rice·s de contenus scientifiques est de garder une certaine liberté dans le choix des partenariats : en favorisant les organismes publics en lien avec l'enseignement supérieur et la recherche, ou avec la culture et la connaissance. De même, une autre alternative reste le fait de favoriser les collaborations avec d'autres créateur·rice·s de contenus ou avec des médias curateurs de contenus de vulgarisation scientifique (comme Exaltia). Dans ce cadre, hormis l'aspect financier, gagner en visibilité reste l'objectif majeur. De manière plus directe, ils ou elles n'hésitent pas à transmettre le lien de leur plateforme de financement participatif.

« Oui, c'est pour ça que je préfère rester dans mon poste actuel. Cela me permet de ne pas dépendre financièrement de mes vidéos et de garder une certaine liberté quant aux sponsors. »
« J'essaie de ne pas faire trop de placement de produits. Je préfère travailler avec des institutions comme le CNRS, Sidaction ou l'Inserm pour faire des vidéos sur des sujets qu'ils souhaitent aborder. Ça passe mieux auprès du public. »
« Je privilégie les partenariats avec des institutions comme des musées. Je fais essentiellement ça quand même, hein, essentiellement ça va être des musées. Ça peut être aussi des médias là par exemple, le prochain qui va arriver, je vais faire un partenariat pour communiquer sur un programme historique qui va bientôt passer sur France 2. Ok c'est pareil, je privilégie plus la télé publique »

La remédiation englobe donc également une forme d'hybridation des pratiques professionnelles des créateur·rice·s de contenus, des stratégies socio-économiques nuancées qui influent sur les processus de production et de diffusion des contenus scientifiques.

Réajustement des compétences du·de la créateur·rice de contenu scientifique

Être créateur·rice de contenus sur une plateforme favorisant les contenus audiovisuels est un défi de taille qui implique l'acquisition de certaines compétences. Les créateur·rice·s de contenus deviennent en effet « multi casquettes » et se forment en entrepreneuriat, en communication, en gestion des réseaux sociaux, mais aussi dans des compétences plus techniques, comme l'éclairage ou le montage vidéo. L'objectif est ici de naviguer entre les différents aspects de l'écriture sur les réseaux socionumériques de manière à avoir des retombées positives. La question de la performance est finalement au cœur des stratégies de production de contenus : entre compétences propres à des créateur·rice·s de contenus scientifiques et mise en exergue d'une identité performée dans l'objectif de « séduire » sa communauté.

« Au début, je pensais naïvement qu'il suffisait d'allumer la caméra et de poster. Mais j'ai vite compris qu'il fallait apprendre beaucoup de choses : les réglages de la caméra, l'installation d'un studio, la captation du son, l'écriture de scripts, le montage, la création de miniatures. Je me suis donc payé une formation en ligne en janvier, que j'ai finie en février. »
« Après, c'est aussi de l'incarnation. Moi, je crois que je récolte aussi le fruit d'années d'activités annexes, des années de pratique théâtrale, de tournage détourné dans des cours et dans des moyens métrages. »

Comme le montre ces extraits, le ou la créateur·rice de contenu scientifique performe et s'adonne à des stratégies de mise en scène et d'exposition de soi (Hogan, 2010) en éditant et en ré-éditant des formats et des contenus de manière à faire perdurer une image de soi légitime, crédible, mais également visible.

CONCLUSION

La vulgarisation scientifique est un processus dynamique et évolutif, influencé par les avancées techniques et les contextes culturels. Loin d'être une simple traduction des concepts scientifiques en termes accessibles, elle intègre des outils et des pratiques, comme les plateformes de réseaux sociaux numériques, et s'adapte aux habitudes des publics. Tout ceci enrichit la manière dont la science est expliquée, rendant la communication scientifique plus créative. Le recours aux plateformes numériques remodèle ces aspects de la communication des sciences et renégocie les termes de la médiation, de la médiatisation et de la vulgarisation.

Par ailleurs, TikTok s'est érigé, parmi les différents réseaux sociaux numériques, comme un terrain fertile pour une consommation croissante d'informations variées, diffusées sous forme de courtes vidéos. L'apprentissage et l'éducation aux sciences font partie des prérogatives de cette plateforme malgré les biais présents. Ainsi, un nombre croissant de créateur·rice·s de contenus scientifiques issus de profils académiques a émergé sur cette plateforme.

Les formes identitaires numériques de ces créateur·rice·s de contenus peuvent alors être questionnées. En effet, l'ethos du·de la chercheur·e qui fait de la vulgarisation se construit ici de manière stratégique (Adenot, 2016) en faisant appel à une forme d'autorité cognitive et informationnelle (Broudoux, 2007), qui contribue à mettre en avant des enjeux de légitimité, de crédibilité ou encore de notoriété. De même, la création de contenus scientifiques sur TikTok repose sur la diffusion et la remédiation de contenus scripto-audiovisuels variés, de formats d'écriture multiples allant des références culturelles aux formats les plus scientifiques.

Cette relecture permanente des contenus contribue à une redéfinition des rapports entre science, médias, dispositifs techniques et société, où la forme et le fond convergent pour capter l'attention et encourager l'engagement. Au-delà de cet aspect, elle interroge les logiques socio-économiques sous-jacentes et redéfinit les compétences requises pour la diffusion des savoirs scientifiques. Pour ouvrir sur de nouvelles perspectives néanmoins, la compréhension des publics, voire la perception publique de la science face à cette multiplication de formats et d'identités mérite également d'être étudiée.

NOTES

¹ Digimind, <https://blog.digimind.com/fr/agences/tiktok-chiffres-et-statistiques-france-monde-2020>, consulté le 9 mars 2025.

² De manière factuelle un enseignant nous a indiqué lors des entretiens, que ses vidéos TikTok ont vraiment été développées à partir du premier confinement : « Et à ce moment du premier confinement 2020 j'ai commencé à me dire allez, je vais faire ces vidéos d'histoire. Parce qu'on entendait parler du fait que des élèves passaient trop de temps sur TikTok et pas assez à aller voir les vidéos de cours de rattrapage faites par les enseignants. »

³ <https://newsroom.tiktok.com/fr-fr/fil-stem-fr>

⁴ <https://newsroom.tiktok.com/fr-fr/apprendre-sur-tiktok>

⁵ <https://newsroom.tiktok.com/fr-fr/apprendre-sur-tiktok>

⁶ <https://blog.workyt.fr/tiktok-peut-elle-devenir-une-plateforme-dapprentissage-de-reference/>

⁷ <https://newsroom.tiktok.com/fr-fr/apprendre-sur-tiktok>

⁸ <https://www.publicsenat.fr/actualites/international/le-senat-appelle-a-suspendre-tiktok-si-le-reseau-ne-se-met-pas-en-conformite-avec-certaines-demandes>

⁹ <https://www.cafe-sciences.org/>

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Adenot, Pauline (2016), « Les pro-am de la vulgarisation scientifique : De la co-construction de l'ethos de l'expert en régime numérique », *Itinéraires. Littérature, textes, cultures*, 2015-3.

Allard, Laurence (2021), « Culture mobile « algo-rythmée » : TikTok comme scène globalisée des causes mobilisatrices #BlackLivesMatter, #digitalintifada », *L'Observatoire*, vol. 2, N° 58, p. 69-71.

Bodin, Cyril (2022), « La mise en récit du monde social par la vulgarisation, entre logiques d'appropriation triviales et sociodicée », *Communication & langages*, vol. 4, N° 214, p.111-125.

Bolter, Jay David ; Grusin, Richard (2003). *Remediation: Understanding new media*, MIT Press.

Bourgatte, Michaël ; Jacobi, Daniel (2019), « Les médiatisations visuelles des savoirs scientifiques » (p. 241-271), in Lafon, Benoit (dir), *Médias et médiatisation*, Presses universitaires de Grenoble.

Broudoux, Evelyne (2007), « Construction de l'autorité informationnelle sur le web » in Skare, Roswitha, Lund, Nils Windfeld, et Varheim, Andreas (dir), *A Document (Re)turn : Contributions from a Research Field in Transition*, Frankfurt : Peter Lang.

Bullich, Vincent (2021), « Plateforme, platformiser, platformisation : Le péril des mots qui occultent ce qu'ils nomment », *Questions de communication*, vol. 2, N° 40, p. 47-70.

Colas-Blaise, Marion (2018), « Remédiation et réénonciation : Opérations et régimes de sens », *Interin*, vol. 1, N° 23, p. 64-84.

Flichy, Patrice (2019), « Le travail sur plateforme : Une activité ambivalente », *Réseaux*, vol. 1, N° 213, p. 173-209.

Grisson, Thibault ; Bolz, Liza (2023), « La réinvention de la télé-réalité sur TikTok : Entre nouveaux formats numériques et l'émergence des « créateurs-vedettes » », *Télévision*, vol. 1, N° 14, p. 91-111.

Hogan, Bernie (2010), « The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions », *Bulletin of Science, Technology & Society*, vol. 30, N° 6, p. 377-386.

Honneth, Axel (2004), « Visibilité et invisibilité. Sur l'épistémologie de la « reconnaissance » », *Revue du MAUSS*, vol.1, N° 23, p.137-151.

Jeanneret, Yves (1994), *Écrire la science : Formes et enjeux de la vulgarisation*. Presses universitaires de France.

Maillot, Lionel (2018), *La vulgarisation scientifique et les doctorants Mesure de l'engagement—Exploration d'effets sur le chercheur*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université de Bourgogne - Franche Comté.

Mansier, Pascale (2019), « La place accordée aux informations scientifiques dans les magazines de santé télévisuels », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 2, N° 20/2, p.43-54.

Mayeur, Ingrid, Lapointe, Olivier ; Provenzano, François (2021), « Montages savants. Les

savoirs en humanités à l'épreuve de la remédiation numérique » (p. 507-524), in Colas-Blaise, Marion & Tore, Gian, Maria (dir), « Re- ». *Répétition et reproduction dans les arts et les médias*, Mimésis.

Miège, Bernard (2007), *La société conquise par la communication.*, Tome III, *Les TIC entre innovation technique et ancrage social*. Presses Universitaires de Grenoble.

Raichvarg, Daniel (2010), « La vulgarisation des sciences : Fausse « traduction » et vraie « interprétation » », *Hermès, La Revue*, vol. 1, N°56, p. 105-112.

Rakotoary, Sarah (2019), « JoVE ou l'avènement d'une nouvelle niche d'éditeurs médiatiques », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 2, N° 20/2, p.73-87.

Zeng, Jing, Schäfer, Mike ; Allgaier, Joachim (2020), « Reposting «till Albert Einstein is TikTok famous»: The memetic construction of science on TikTok », *International Journal of Communication*, N°15, p. 3216-3247.

Clichés mathématiques. Mises en récit visuelles de la recherche dans une publication de l'Institut Henri Poincaré: entre communication institutionnelle et médiation des sciences

Article inédit, mis en ligne le 8 décembre 2025.

Odile Chatirichvili

Odile Chatirichvili est actuellement post-doctorante en sciences de l'information et de la communication au sein du LERASS (Université de Toulouse). Après une thèse en littérature comparée consacrée aux autobiographies de mathématiciens, ses recherches portent aujourd'hui sur les discours autour de la sous-féminisation des mathématiques et sur les usages des récits de vies et des portraits dans la communication scientifique.
odile@chatirichvili.fr

Plan de l'article

Résumé et mots clés en français
Title, abstract and keywords in english
Titulo, resumen y palabras clave en espanol
Introduction
Contexte de réalisation et de diffusion des clichés
Des images entre portraits et scènes
Les mises en récit de la recherche mathématique
Conclusion
Notes
Références bibliographiques
Annexes

RÉSUMÉ

Cet article porte sur les usages de la photographie de scientifiques dans le cas particulier des mathématiques contemporaines, en s'appuyant sur une analyse sémiotique des clichés photographiques issus de l'ouvrage *La Maison des mathématiques* (Villani, Uzan, Moncorgé, 2014). Publié dans le cadre de la stratégie de communication d'une institution de recherche, l'Institut Henri Poincaré, alors en évolution quant à son image sociale et à son rapport à la société, l'ouvrage ouvre un terrain de réflexion sur ce que les organismes montrent des mathématiques en tant que pratiques et expériences.

Mots clés

Mathématiques, photographies de scientifiques, communication institutionnelle, médiation des sciences.

TITLE

Mathematical images. Visual narratives of research in a Institut Poincaré's publication,

between institutional communication and mediation of science.

Abstract

This article problematizes the uses of photographs of scientists in the specific case of contemporary mathematics, based on a semiotic analysis of photographic snapshots from the book *La Maison des mathématiques* [The House of Mathematics] (Villani, Uzan, Moncorgé, 2014). Published as part of the communication strategy of a research institution, the Institut Henri Poincaré, which at the time was evolving in terms of its social image and its relationship to society, the book opens up a field of reflection on what can be shown and transmitted about mathematics as practice and experience.

Keywords

Mathematics, photographs of scientists, institutional communication, mediation of science.

TÍTULO

Cliché matemático. Narrativas visuales de la investigación en una publicación del Instituto Henri Poincaré, entre la comunicación institucional y la mediación de la ciencia.

Resumen

Este artículo propone una problematización de los usos de las fotografías de científicos en el caso específico de las matemáticas contemporáneas, a partir de un análisis semiótico de instantáneas fotográficas del libro *La Maison des mathématiques* [La casa de las matemáticas] (Villani, Uzan, Moncorgé, 2014). Publicado como parte de la estrategia de comunicación de una institución de investigación, el Institut Henri Poincaré, que estaba experimentando cambios en cuanto a su imagen social y su relación con la sociedad de la época, el libro abre un campo de reflexión sobre lo que se puede mostrar y transmitir sobre las matemáticas como práctica y experiencia.

Palabras clave

Matemáticas, fotografías de científicos, comunicación institucional, mediación científica.

INTRODUCTION

Si les formes et les dispositifs de médiation des sciences constitue un objet pour les sciences de l'information et de la communication (SIC) (Jeanneret, 1994), ces dernières se penchent rarement sur le cas précis des mathématiques dans ses spécificités épistémiques et communicationnelles (Lefebvre, 2001, p. 12). C'est pourtant un objet d'approches en sciences humaines et sociales : la didactique des mathématiques s'intéresse à la transmission des contenus mathématiques enseignés dans le cadre scolaire et à la « transposition didactique » (Chevallard, 1985), la sociologie interroge les freins d'ordre sociologique qui interviennent dans ce cadre en influençant le rapport des élèves aux pratiques et à l'image de la discipline (Perronnet, 2021) ou analyse le monde social que constitue la recherche mathématique (Menger et Verschueren, 2023). Il revient aux SIC d'étudier de quelle manière les mathématiques, avec leurs spécificités épistémiques, sont constituées en objets de communication et de médiation, dans un cadre social plus large que le seul cadre scolaire.

Alors que les mathématiques sont au cœur des discours institutionnels et médiatiques sur les réformes scolaires, se développe également un discours visant à mieux faire connaître les mathématiques pour lutter contre les idées reçues négatives qui y sont attachées, à travers la médiation de contenus mathématiques et la monstration du monde social de la recherche mathématique. C'est à ce dernier point que s'intéresse notre réflexion, en se concentrant sur un corpus précis : l'ensemble des 61 photographies qui, accompagnées de 18 textes, sont rassemblées dans le livre *La maison des mathématiques* (Villani, Uzan, et Moncorgé, 2014), publié dans le contexte d'une évolution des activités de l'Institut Henri Poincaré, un centre de recherche en mathématiques situé à Paris. En montrant des personnes et des espaces qui produisent les savoirs, il relève au sens strict d'un dispositif de communication et peut être étudié comme tel.

À partir de l'analyse sémiotique des photographies et de l'analyse de discours portant sur un entretien mené avec le photographe, Vincent Moncorgé (dont les verbatim seront signalés par [VM]), nous identifierons la manière dont est envisagée, construite et formulée une image spécifique des mathématiciens, des mathématiques et de la recherche mathématique, dans un contexte de (re)définition de la représentation sociale d'une science et de (re)définition de l'image d'une institution scientifique.

CONTEXTE DE RÉALISATION ET DE DIFFUSION DES CLICHÉS

L'Institut Henri Poincaré (IHP), un institut de recherches mathématiques inauguré en 1928 et restructuré dans les années 1990, accueille dans ses locaux du 5^e arrondissement parisien des chercheurs et chercheuses en mathématiques. Depuis les années 1990, il a une mission de « diffusion d'informations sur les activités scientifiques relatives aux disciplines concernées » vers le grand public¹, mais c'est surtout à partir des années 2010 que ce pan se développe. Cédric Villani (désormais CV), mathématicien lauréat de la Médaille Fields en 2010 et directeur de l'IHP de 2009 à 2017, porte, durant son mandat, le projet de la « Maison des mathématiques », une extension du bâtiment historique de l'IHP doublée de la création d'un musée des mathématiques, la « Maison Poincaré » (qui n'ouvre finalement qu'en 2023).

Le livre *La maison des mathématiques* (désormais MdM), publié en 2014, s'inscrit dans ce contexte d'évolution de l'activité institutionnelle. Formé au photo-journalisme et spécialisé dans la photographie de chercheurs, Vincent Moncorgé (désormais VM) a proposé en 2011 à CV un projet similaire à ceux qu'il a réalisés depuis le milieu des années 2000 en photographiant scientifiques et de chercheurs de plusieurs prestigieuses institutions (ENS Lyon, Synchrotron, écoles d'été de physique). Il a alors « carte blanche » (MdM, p. 143) pour passer plusieurs jours au sein des locaux de l'institut, répartis sur « deux années » entre 2011 et 2013. Les photographies qu'il sélectionne ensuite sont complétées par des textes, commandés à divers acteurs du lieu mais sans lien direct avec les clichés associés dans la maquette - nous nous concentrerons dans cet article sur le travail photographique.

Le tout est mis en forme dans un « beau-livre » (grand format, couverture rigide, papier épais, travail de la mise en page, photographies en couleurs), tiré à « 6 ou 8000 exemplaires » [VM]. L'ouvrage comporte 61 photographies incluant trois images d'objets dans lesquelles ne figurent aucun être humain, auxquels s'ajoutent en fin de volume onze pages de photographies de modèles mathématiques (MdM, p. 130-141) et trois photos d'archives (MdM, p. 6-7), que nous n'avons pas considérées pour cette étude.

Proposé à l'origine par le photographe, constituée d'images qu'il a choisies, le projet devient un dispositif communicationnel et un outil de valorisation de l'IHP dans le cadre de sa stratégie de développement : les photos sont ainsi utilisées comme habillage visuel sur des plateaux de télévision lors des interventions de CV dans les médias, venant illustrer un discours de l'ordre de la mise en récit alliant beauté et plaisir des mathématiques et ouverture prochaine de la Maison des mathématiques.

DES IMAGES ENTRE PORTRAITS ET SCÈNES

Commençons par caractériser plus précisément le contenu de ces photographies. Occupant une pleine page, la majorité des clichés montrent des personnes, prises sur le vif, dans leurs espaces et leurs gestes de travail, parfois à travers une partie de leur corps seulement : visages, dos, mains. Peut-on considérer pour autant qu'il s'agit de portraits ? Les modèles ne regardent jamais l'objectif, les photographies ne sont pas légendées, les noms des modèles ne sont pas indiqués et il n'y a pas de lien entre leur identité et celle des signataires des textes en regard. Ces images relèvent de portraits « dans les pratiques de laboratoire » où « le scientifique est véritablement occupé à une action précise et ne nous regarde pas », voire de « scène[s] de laboratoire », dans la mesure où l'action en acte est mise en œuvre par « un corps collectif et anonyme » (Dondero, 2009). Il y a une décorrélation entre les contenus scientifiques (concepts ou théorèmes mathématiques), la signature scientifique (les mathématiciens spécifiques en lien avec leur travail de recherche singulier) et les corps montrés : sont ainsi mis en valeur les aspects visuels, externes, des modalités de production et de transmission intra-disciplinaire de savoirs spécialisés. Cet aspect permet l'évitement d'une certaine forme de personnalisation des sciences à travers le portrait, renvoyant aux pratiques des « vies de savants », entre discours hagiographiques (Raichvarg et Jacques, 1991, p. 243) et visées politiques (Bensaude-Vincent, 2010, p. 4) et contrevenant théoriquement aux normes communicationnelles des sciences, dont la production de discours reconnus comme « scientifiques » implique l'effacement de l'énonciateur (Thurston, 1994).

Les images sont ainsi construites autour des actions, non des identités des personnes représentées. Le photographe revendique une approche ethnographique voire éthologique : « Photographier des chercheurs c'est comme photographier des grands fauves ». Il évoque la nécessité d'« apprivoiser » ses modèles avant de les prendre en photo, en partageant des moments de convivialité avec eux d'une part, en les habituant au dispositif photographique, notamment au cliquetis du déclencheur d'autre part, pour ne pas troubler les moments de réflexion qu'il cherche à capter. La mise en scène, par le cadrage, les angles et la composition, met l'accent sur des gestes, des postures, des regards, des interactions et des émotions, insistant sur la matérialité physique de la pratique mathématique. Les mains couvertes de craie (MdM, p. 104) rappellent « la magnésie des grimpeurs et des gymnastes » [VM], la posture pour effacer le tableau (p. 57) évoque le « geste maîtrisé d'un art martial » [VM].

Les photographies sont également des scènes : l'image saisit des moments de la vie des mathématiciens en tant que praticiens d'un certain champ social avec ses formes et ses codes, qu'il s'agisse de temps anodins ou d'instantanés clés. Sur le cliché de la p. 105, « *peut-être ma préférée* » [VM], le photographe saisit dans le flou du premier plan les applaudissements qui s'élèvent à la fin d'un exposé, tandis que le sujet, net à l'arrière-plan, arbore une expression complexe, front légèrement en avant, se préparant aux questions qui vont suivre. La composition frontale place le lecteur ainsi du côté des auditeurs et des spectateurs, mais dans l'émotion du mathématicien. Les scènes de groupes sont également nombreuses et soulignent la dimension collective de la pratique des mathématiques, à travers la forme institutionnalisée du séminaire ou les échanges informels entre chercheurs autour d'un problème en cours de travail (Paumier, 2015).

Les photographies dévoilent également des objets qui constituent les décors, les accessoires et les symboles de la recherche mathématique. Dès l'image de couverture, la présence du tableau noir est très forte du tableau noir, objet incontournable, avec la craie, de l'outillage mathématique et utilisé comme support et outil de médiation entre pairs tout autant que comme support et outil d'enseignement, mais aussi code iconographique. Sur le format carré du livre, le tableau apparaît tantôt dans son déploiement horizontal, parfois renforcé par la juxtaposition sur deux pages consécutives de deux clichés de tableau noir (MdM, p. 56 et 57), tantôt dans la verticalité du système de double tableau superposé (p. 59, 67). Dans la

construction de l'image, c'est à la fois un arrière-plan (noir, vert, anthracite, lisse et uni ou parcouru de marques blanches), un cadre à l'intérieur du cadrage du photographe (« photographie rectangle de gens dans des rectangles » [VM]), et un élément de la composition iconique qui unifie visuellement un grand nombre de clichés. L'interaction entre les individus et les traces graphiques qu'ils produisent - qui constituent le support de la pensée mathématique - est ainsi mise en image, parfois d'une manière symbolique : les mathématiciens et mathématiciennes faisant face au tableau sont très souvent de dos, les visages ainsi hors de notre champ de vision, ou bien tournés vers un hors-champ, ou encore aux marges du cadre (p. 55, p. 62) qui est alors majoritairement occupé par le tableau support et symbole du travail mathématique.

Comme en réponse à la tension suggérée par Jacobi et Schiele, selon qui « [l]es mathématiques, du fait même de leur nature, se prêtent certainement mal à la photographie de type laboratoire » (Jacobi et Schiele, 1989, p. 748²), MdM poursuit, selon VM, le but didactique consistant à « reconstituer [...] l'atmosphère des laboratoires », à « vulgariser la vie des savants dans leur cadre » (Raichvarg et Jacques, 1991, p. 191-92), à « diffus[er des] images de la science qui suggèrent comment les gens fonctionnent en tant que scientifiques » (Yoxen, 1985, p. 163³). Le dispositif n'a pas pour but une appropriation, par le grand public, du savoir spécialisé travaillé par les personnes représentées, mais une familiarisation avec les modalités concrètes, matérielles, humaines et sociales de la construction du savoir. Les photographies saisissent les « espaces de médiation » comprenant « aussi bien les objets mathématiques mis en scène que les chercheurs qui se positionnent eux-mêmes et s'impliquent à l'intérieur de cet espace » (Lefebvre, 2001, p. 173).

LES MISES EN RÉCIT DE LA RECHERCHE MATHÉMATIQUE

L'ouvrage illustre une certaine vision des mathématiques et constitue, en tant que support de communication et de diffusion, un dispositif au sein d'une « politique en médiation » de l'IHP (Saillard, 2021, p. 70). Celle-ci, portée par CV dans un contexte de recherche de fonds pour financer le projet, se dégage de la technicité des contenus et des notions mathématiques pour faire appel à des images, des notions communes et des effets de reconnaissance. Il y a construction et usage de mises en récit pour partager et transmettre une culture scientifique particulière (Triquet, 2011), une culture des mathématiques qu'il s'agit à présent de caractériser.

Changer les représentations sociales des mathématiques et des mathématiciens

Les mathématiques font l'objet d'attitudes de rejet de la part du grand public : plutôt qu'une méfiance (telle que celle à l'égard des sciences, dont l'augmentation est relayée par les médias), il s'agit d'une peur voire d'une « violence envers les mathématiques » (Trabal, 1997), considérées elles-mêmes comme violentes par cette « épistémologie populaire » (Trabal, 1997, p. 23) : « discipline de sélection [...] au sein d'un système d'enseignement le plus souvent présenté comme méritocratique » (Boucard et Lémonon, 2018, p. 63) et influencée par des stéréotypes de genre et de classe (Huguet et Régner, 2009 ; Perronnet, 2021), elles sont aussi symboles d'« un pouvoir lié au savoir » dans le cadre social, et relèvent d'une « immanence » qui évacue le sujet sur un plan épistémologique (Trabal, 1998).

Les mathématiques constituent « un cas à part » (Trabal, 1997, p. 48) au sein des sciences, en termes épistémiques, car elles impliquent un mode de connaissance et un formalisme linguistique en rupture avec le sens commun (Trabal, 1997, p. 53), et en termes de représentations sociales. La notion de « conscience disciplinaire » permet de penser l'articulation des « représentations quant aux savoirs disciplinaires et à l'"image" de la discipline » telle qu'elle se construit dans le cadre d'enseignement (Reuter *et al.*, 2013).

Un obstacle communicationnel majeur pour la médiation des mathématiques vers le grand public réside dans la question du rapport au langage. « Les mathématiciens [...] travaillent

[...] sur des objets abstraits », avec « des modes d'exposition très formalisés » (Lefebvre, 2001, p. 11) qui font appel à des pratiques langagières très spécifiques (Coulange, 2014), des usages extrêmement précis de la langue naturelle et d'expressions formalisées (formules, équations) constituant un « registre de représentation non discursive » (Duval, 1993). L'approche du champ des langues de spécialité (LSP) suggère qu'il y a une incompatibilité entre langage formel mathématique et mise en discours (Le Cor, 2014, p. 3).

Les photographies viennent constituer les termes et la grammaire d'une certaine mise en discours non linguistique de la recherche mathématique, sans entrer dans les contenus cognitifs. Ainsi, la composition en gaufrier de huit clichés du même mathématicien, page 111, déploie une série d'expressions faciales d'une grande diversité, dans une organisation quasi cinématographique qui donne à voir « une suite de mouvements », « une attitude de recherche » (Dondero 2009, 209) marquée par une affectivité forte.

En réponse à cela, nous observons une dynamique dans la communication des mathématiques à faire de l'activité de recherche, en tant que processus incarné et en acte, un objet de médiation, prenant en compte les « (méta)-heuristiques développées par le chercheur lors de son activité effective » (Da Ronch, 2022, p. 9) : dans les discours sur les dispositifs à l'IHP, il s'agit « "de donner chair [...] à ces maths qui souvent sont présentées comme des blocs monolithiques un peu froids, un peu abstraits, qui existent depuis des milliers d'années » en expliquant « ce que c'est que de faire des mathématiques » plutôt que « ce que sont les mathématiques » (Saillard, 2021, p. 68).

Or, les représentations sociales identifiées par Trabal associent les mathématiques et les mathématiciens, considérés comme « hypostase de ces mathématiques » (Trabal, 1997, p. 58). « Le mathématicien n'est pas comme les hommes ordinaires » (Trabal, 1997, p. 141). La discipline et la figure sont ainsi toutes deux situées en dehors du monde (asocialité), en dehors de l'humanité (inhumanité), en dehors du réel (divinité), et dans une position de supériorité, imposant une domination symbolique de l'homme (le non scientifique) par l'homme (le mathématicien). La sociodicée des socialisations et de la vulgarisation scientifiques (Bodin, 2022, p. 113) est impliquée dans cette violence symbolique.

À l'encontre d'une image sociale des mathématiques comme froides et scolaires, austères et coupées du monde, l'approche documentaire revendiquée par VM s'appuie sur une rhétorique du « mathématicien humain », par contraste avec le « mathématicien génie ». Interrogé sur les spécificités visuelles et esthétiques des mathématiques, « un plaisir à photographier », VM souligne la richesse des contrastes entre l'intériorité et l'extériorité, l'immobilité et le mouvement : les mathématiciens bougent peu, mais « toujours un petit peu », et il y a « parfois des éclats » que tente de capter l'objectif ; des clichés montrent la concentration, la réflexion, la tension et le relâchement.

Dans le discours du photographe sur sa pratique cohabitent plusieurs lexiques : le document et le récit, articulés par la question de l'effet. Du côté de la démarche documentaire, VM dit chercher à « montrer ce que c'est vraiment », « montrer réellement comment la science se fait », la « réalité de la recherche », « ne pas tricher, essayer de montrer ce qui est vrai », « observer » et évoque pour modèle *La vie de laboratoire* (Latour et Woolgar, 1988). Simultanément, les photos « racontent des histoires », dans leur individualité et dans leur juxtaposition. Elles fixent des scènes et des événements et rappellent des schémas d'un fond narratif commun, décalant les formes du récit scientifique que prend la vulgarisation scientifique.

Ces photographies montrent-elles les mathématiciens comme des hommes ordinaires ? VM revendique une iconographie picturale qui informe la construction et le choix final des clichés : figurations de la statuaire religieuse telles Saint Jérôme (MdM, p. 125) ou le Christ (p. 75), estampe japonaise avec *La Vague* d'Hokusai (p. 57), jusqu'à la dimension cinématographique du Parrain (p. 112). Cadres, jeux sur la profondeur de champ, contrastes de couleurs entraînent la focalisation du regard sur un geste, dans une approche quasiment théâtralisée, qui place les mathématiques hors du champ scolaire et hors de

l'ordinaire, mais qui souligne les liens avec des codes culturels et sociaux partagés.

Tour d'ivoire et maison ouverte

Les photographies mettent en scène l'imaginaire de la « maison » du titre, qui est une métaphore largement déployée par les discours promotionnels de l'IHP : « ouverte à tous », dans laquelle « les maths vous accueilleront bientôt chez elles », « un lieu de partage », un « refuge », pour « pénétrer dans le monde intime des sciences » (Institut Henri Poincaré, 2017). Les photographies s'inscrivent dans cette stratégie discursive : il s'agit de montrer les gens qui habitent dans cette maison et de révéler les traits ordinaires d'une communauté a priori indifférenciée, avec des symboles visuels de convivialité et d'intimité : chaussettes tire-bouchonnées près d'un mathématicien pieds nus (MdM, p. 63), cadrage sur des pieds chaussés de tongs (p. 68), homme endormi sur une chaise (p. 112), petits gâteaux (p. 106), mug d'où dépasse le fil d'un sachet de thé (p. 119), bébé (p. 83).

Le photographe se positionne ainsi comme un passeur qui, en montrant l'intérieur de la « tour d'ivoire » des mathématiques, y fait entrer un public non mathématicien, ou en ferait sortir les mathématiques. Selon VM, « montrer l'IHP, la boîte et son contenu, dans la société civile, c'est la preuve que ça existe, le premier acte de médiation ». Dans cette idée d'une médiation des mathématiques qui n'est pas une médiation mathématique, les modèles du chercheur-vulgarisateur (Boltanski et Maldidier, 1970) et du « troisième homme » (Moles et Oulif, 1967) sont tous deux infléchis. En effet, la production du discours iconique et textuel est réalisée conjointement par des acteurs scientifiques et non-scientifiques, institutionnels et non-institutionnels : les photographies que nous analysons capturent certains aspects de la « communication endogène intra-disciplinaire » (les moments de travail collectif entre mathématiciens) et constituent elles-mêmes des supports de « communication exogène » (puisque « ni l'énonciateur ni le destinataire ne sont définis comme producteurs de connaissances ») ; quant aux textes, dont les énonciateurs sont producteurs de connaissances, ils relèvent de la « communication endogène trans-scientifique » (Veron, 1997). Il y a donc une origine énonciative double. Le photographe, dans ce dispositif, devient un « troisième homme » particulier, dont le regard propose une grille visuelle de lecture du monde, une mise en récit. Cette communication exogène remplit ainsi la double fonction de « valoriser l'institution scientifique » au regard de la société en produisant de belles images qui décalent l'image du mathématicien comme pur esprit asocial et inhumain, et de « vulgariser la science dans la société » (Laurens, 2009, p. 115) au sens de la production d'un discours (ici esthétique et communicationnel) sur les conditions de la production des savoirs (Veron, 1997, p. 32).

L'objet livre, portant sur sa couverture l'inscription « La maison des mathématiques », devient lui-même maison pour les images qu'il contient ainsi que pour une certaine image des mathématiques qu'il véhicule. Passé la couverture, la première image à l'intérieur du livre montre le porche de l'IHP et l'entrée d'une foule de personnes. Le sommaire, placé en regard, devient plan des lieux. Or, c'est aussi dès ce sommaire que l'on retrouve une tension entre le discours sur une maison « ouverte à tous » et l'usage de certains tropes discursifs, avec des expressions comme « Le temple mathémagique » et « Palais sacré des sciences ». La photographie du groupe entrant dans la maison interroge également le discours universalisant du « pour tous » : les personnes identifiables semblent en effet toutes être des hommes.

Il y a deux exceptions à la non identification des personnes que nous avons signalées plus tôt : Cédric Villani et Jean-Philippe Uzan, respectivement directeur et directeur adjoint de l'IHP, signent chacun un texte dans lequel figure leur portrait. À rebours d'une incarnation anonyme et intemporelle des mathématiques qui semble dominer le discours du photographe, le visage et le nom de CV sont récurrents : il est co-auteur et sujet de quatre clichés sur la soixantaine que compte l'ouvrage. Sa notoriété auprès d'un large public contribue à la forme que prend le livre : il n'est pas préfacé par un grand nom du monde scientifique, car CV remplit cet office, « son nom suffisait » [VM]. Le trousseau de clefs

présent sur trois photos de CV (Mdm, p. 82, 86 et 96) est un autre symbole du motif de la maison, soulignant visuellement que CV en est le gardien, voire une forme d'incarnation.

(Dés)(in)visibiliser les mathématiciennes : les limites du documentaire

« Vous verrez peu de femmes dans ce livre : seulement 15 % de femmes chez les mathématiciens à l'université, beaucoup moins dans les grades plus élevés » (Mdm p. 118, texte de Nalini Anantharaman). Sur 18 textes (correspondant à 29 signataires), quatre textes sont signés par des femmes : trois mathématiciennes et la responsable de la bibliothèque. Sur 61 photographies, 14 exposent des personnes que l'on peut identifier comme des femmes (dont quatre pour lesquelles cette identification est incertaine et deux photos de grands groupes où l'on peut apercevoir une femme). Parmi elles, seules quelques-unes font des mathématiques ; six femmes au plus sont bien devant un tableau en train de faire des mathématiques, deux ont une activité non identifiable, une apparitrice - dont nous reparlerons - est présente sur deux photos. Soit autour de 15 % de photos montrant des femmes, et 8 % au plus de photos de femmes faisant des mathématiques. Par comparaison, le livre comporte quatre photographies nettement reconnaissables de CV. Cet aspect avait été relevé et critiqué par certains membres de la communauté mathématique à la sortie du livre.

La communication autour des femmes dans les sciences est une question épineuse, tendue entre l'intérêt historiographique et éducatif à mettre en valeur des parcours biographiques de femmes en sciences et à identifier des mécanismes d'intégration et d'invisibilisation dans les communautés scientifiques (Boucard et Lémonon, 2018) d'une part, et des controverses autour de l'efficacité de ces stratégies de communication lorsqu'elles mettent l'accent sur l'exceptionnalité ou les difficultés rencontrées, ou qu'elles s'inscrivent dans une analyse dépolitisée. Dans Mdm, les femmes sont très peu présentes. La posture « documentariste » du photographe le conduit à parler d'une sélection genrée « au prorata de ce que j'ai observé » [VM]. Selon lui, le livre, en ne montrant pas de femmes, « raconte » « une réalité » : celle du monde masculin qu'est la recherche mathématique.

Indépendamment de leur nombre, les connotations véhiculées par les images, du fait de leur composition ou de leur articulation avec le texte, ne sont pas anodines, comme la mise en regard du témoignage de Nalini Anantharaman sur l'expérience d'être une mathématicienne (Mdm, p. 118) avec un gros plan sur un mug (donc un objet) portant l'inscription du prénom féminin « Alice », ou la répartition des tâches, fixée par l'image, entre un homme dans une posture de réflexion et une femme en train d'effacer les inscriptions à la craie sur le tableau noir derrière lui (p. 102-103). Là où le photographe apprécie la force visuelle de la composition, l'association de la figure féminine à une activité de ménage renvoie à des stéréotypes genrés prégnants dans les représentations des femmes en sciences.

Cette documentation en image, sans discours d'accompagnement, prend le risque de véhiculer ou de conforter des schémas interprétatifs stéréotypés (Détrez et Piluso, 2014). Si le cliché p. 83 prend en quelque sorte le contre-pied des représentations stéréotypées associées aux femmes, en montrant un mathématicien portant un bébé, l'image prête à confusion : la personne est de dos et porte les cheveux longs. La spectatrice est confrontée à ses propres raccourcis interprétatifs, qu'aucun accompagnement discursif ne vient guider.

La traduction en anglais de Mdm, publiée en 2017 (Villani, Uzan, et Moncorgé, 2017), contient 63 photographies, dont certaines ont été ajoutées ou en remplacent d'autres. Il apparaît nettement qu'elles désignent toutes des femmes, pour un total de 15 portraits de femmes (soit presque 25 % du total). Ces nouvelles images, souvent en plans rapprochés sur les visages, ne montrent pas toujours explicitement l'activité mathématicienne. L'image de couverture est également modifiée, passant de deux hommes à une silhouette en négatif, au genre non identifiable. VM explique que, à la suite d'une demande de l'éditeur, probablement liée à des retours négatifs sur ce point, il est allé « re-patouiller » dans les prises de vue « pour re-féminiser » [VM] cette nouvelle édition, y intégrant des clichés qu'il avait laissés de côté dans un premier temps. Le discours du photographe change à cette

occasion : alors que ses projets sur les scientifiques sont marqués par l'idée de la monstration d'une réalité, il intègre soudain la nécessité d'« un peu tricher ». Montrer des mathématiciennes est un geste « politique », le livre devient « objet politique » par contraste avec un objet qui serait purement documentaire et esthétique.

CONCLUSION

Le dernier cliché de l'édition anglaise de MdM présente un mathématicien, de dos et vêtu d'un pull anthracite qui le fonde dans le tableau noir, en train d'écrire à la craie les mots « *understand/describe* » (comprendre/décrire). En regard du témoignage du photographe qui clôt le livre, ce choix d'image constitue une forme de réflexion visuelle sur sa propre pratique : comprendre les mathématiques/décrire par l'image les conditions dans lesquelles elles sont produites/comprendre les enjeux communicationnels qui sous-tendent la fabrication de l'objet de médiation qu'est le livre de portraits.

La recherche mathématique, parce que portant sur des objets abstraits et utilisant un langage spécialisé formalisé, pourrait a priori sembler mal se prêter à la mise en image. Le corpus de photographies étudié se situe au croisement de problématiques liées aux portraits de scientifiques, à la transmission par la mise en image des pratiques de recherche et à la mise en récit du monde social des sciences et aux stratégies de communication d'une institution scientifique.

Elles sont soumises à plusieurs tensions, correspondant à plusieurs usages sociaux. Pour le photographe, il s'agit de montrer les mathématiques comme expérience, à travers la construction d'une émotion visuelle et non pas dans le but d'une compréhension ; les personnes sont les véhicules sémiotiques de sentiments tels que la passion, le plaisir ou la curiosité. L'objectif documentaire de « montrer la science telle qu'elle se fait » passe alors par le filtre d'une construction et d'une sélection d'images selon des critères esthétiques et des effets de reconnaissance fondés sur le partage d'un bagage iconographique commun.

Deuxièmement, l'anonymat relatif des personnes prises en photo évite la personnalisation de la discipline, mais ne s'étend pas aux deux directeurs de l'institution et co-auteurs du livre. Pour les acteurs institutionnels qui acceptent le projet du livre de photographies, le financent et en utilisent les résultats, l'objectif est de construire une image des mathématiques qui se confond avec celle de l'IHP, articulée à un discours de communication institutionnelle, à destination de décideurs et de financeurs d'une part, d'un « grand public » plus ou moins différencié d'autre part.

Avec la question des mathématiciennes, les orientations des politiques de médiation, au sens des choix de récits du monde social que l'on souhaite transmettre, influencent les représentations iconiques. Dans la Maison Poincaré, finalement ouverte en 2022 dans les murs de la Maison des mathématiques, se trouve une exposition permanente qui est paritaire. Portraits, enregistrements audio et vidéo comportent autant de femmes que d'hommes, un parti pris porté par Sylvie Benzoni, la directrice de l'IHP qui a succédé à Cédric Villani, et par Céline Nadal, la muséographe (Benzoni et Nadal, 2022). Il ne s'agit pas de consacrer une médiation spécifiquement aux femmes, ni de transmettre une représentation de la communauté mathématique correspondant à sa composition actuelle (comme ce que poursuit MdM), mais de montrer les femmes en même quantité que les hommes, dans une perspective d'inclusion, de diversité des parcours et de réflexion sur les biais qui informent la construction des mondes socio-professionnels et des récits qu'ils produisent, et qui correspond aussi à une médiation de « la recherche en train de se faire ».

NOTES

¹ Décret no 90-196 du 28 février 1990 relatif à l'Institut Henri-Poincaré, JORF n° 55 du 6 mars 1990.

² « Certainly mathematics, by its very nature, lends itself poorly to laboratory-type photograph ». Nous traduisons

³ « Diffusion of images of science which suggest how people might operate as scientists ». Nous traduisons

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Bensaude-Vincent, Bernadette (2010), « Splendeur et décadence de la vulgarisation scientifique », *Questions de communication*, no 17, p. 19 32, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.368>.

Benzoni, Sylvie ; Nadal, Céline (2022), « Concevoir un parcours permanent égalitaire. La Maison Poincaré s'attaque à la sous-représentation des femmes en mathématiques », in Association musé.e.s, *Guide pour un musée féministe : quelle place pour le féminisme dans les musées français ?* Rennes : Association musé.e.s.

Bodin, Cyrille (2022), « La mise en récit du monde social par la vulgarisation, entre logiques d'appropriation triviales et sociodécadence », *Communication & langages*, n° 214, p. 111 125, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.3917/comla1.214.0111>.

Boltanski, Luc ; Maldidier, Pascale (1970), « Carrière scientifique, morale scientifique et vulgarisation », *Social Science Information*, vol. 9 (3), p. 99 118, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.1177/053901847000900304>.

Boucard, Jenny ; Lémonon, Isabelle (2018), « Quelques notes autour d'un atelier sur les femmes en mathématiques », *Gazette de la Société mathématique de France*, n° 158, p. 56 65.

Chevallard, Yves (1985), *La transposition didactique : du savoir savant au savoir enseigné*. Grenoble : Éditions La pensée sauvage.

Coulange, Lalina (2014), « Les pratiques langagières au cœur de l'institutionnalisation de savoirs mathématiques », *Spirale - Revue de recherches en éducation*, n° 54, p. 9 27, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.3406/spira.2014.1034>.

Da Ronch, Mickael (2022), *Pratique de l'activité mathématique en médiation : modèles didactiques et conception d'ingénieries*, thèse de doctorat en Mathématiques appliquées, Université Grenoble Alpes, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, https://theses.hal.science/tel-04089443v1/file/DA_ROMCH_2022_archivage.pdf.

Détrez, Christine ; Piluso, Claire (2014), « La culture scientifique, une culture au masculin ? » (p. 27 51), in Octobre, Sylvie (dir.) *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture - DEPS, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.3917/deps.octob.2014.02.0027>.

Dondero, Maria Giulia (2009), « Les corps des scientifiques et de l'intellectuel dans la revue La Recherche » (p. 195 211), in Bajomée, Danielle ; Havelange, Carl ; Mabrou, Abdelouahad ; Molina Marmol, Maïté ; Strivay, Lucienne (dir.), *La lettre et l'image : Enquêtes interculturelles sur les territoires du visible : Actes du Colloque international organisé à Liège les 15, 16 et 17 décembre 2009*, Université de Liège (ULG), [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/199025/1/2016%20Dondero%20La%20lettre%20et%20l%27image%20-%20La%20Recherche.pdf>.

Duval, Raymond (1993), « Registres de représentation sémiotique et fonctionnement cognitif de la pensée », *Annales de Didactique et de Sciences Cognitives - IREM de Strasbourg*, n° 5, p. 37 65, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, https://mathinfo.unistra.fr/websites/math-info/irem/Publications/Annales_didactique/vol_05/adsc5_1993-003.pdf.

Huguet, Pascal ; Régner, Isabelle (2009), « Counter-Stereotypic Beliefs in Math Do Not Protect School Girls from Stereotype Threat », *Journal of Experimental Social Psychology*, n° 45, p. 1024 1027, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.04.029>.

Jacobi, Daniel ; Schiele, Bernard (1989), « Scientific Imagery and Popularized Imagery: Differences and Similarities in the Photographic Portraits of Scientists », *Social Studies of Science* vol. 19, n° 4, p. 731 753, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://www.jstor.org/stable/370250>.

Jeanneret, Yves (1994), *Écrire la science. Formes et enjeux de la vulgarisation*, Paris : Presses universitaires de France.

Laurens, Jean-Paul (2009), « Science et communication : quelques considérations sociologiques ». *Logos: Comunicação & Universidade*, n° 30, p. 110 120.

Le Cor, Gwen (2014), « Les « fleurs mathématiques » de la poésie et la fiction américaine contemporaine : enjeux d'une intersection littérature-mathématiques pour l'étude de l'anglais scientifique », *ASp. la revue du GERAS*, no 66, p. 121 136, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.4000/asp.4605>.

Lefebvre, Muriel (2001), *Images, écritures et espace de médiation : Étude anthropologique des pratiques graphiques dans une communauté de mathématiciens*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Louis Pasteur - Strasbourg I, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://science-societe.fr/lefebvre-muriel-images-ecritures-et-espace-de-mediation/>.

Leloup, Juliette (2009), *L'Entre-deux-guerres mathématique à travers les thèses soutenues en France*, thèse de doctorat en Mathématiques, Paris 6.

Menger, Pierre-Michel ; Verschueren, Pierre (dir.) (2023), *Le monde des mathématiques*, Paris : Seuil.

Moles, Abraham A. ; Oulif, Jean M. (1967), « Le troisième homme. Vulgarisation scientifique et radio », *Diogène*, no 58, p. 29 40.

Paumier, Anne-Sandrine (2015), « Le séminaire de mathématiques : un lieu d'échanges défini par ses acteurs. Incursion dans la vie collective des mathématiques autour de Laurent Schwartz (1915-2002) », *Philosophia Scientiæ. Travaux d'histoire et de philosophie des sciences*, no 19 2, p. 171 193, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.4000/philosophiascientiae.1101>.

Perronnet, Clémence (2021), *La bosse des maths n'existe pas*, Paris : Autrement.

Raichvarg, Daniel ; Jacques, Jean (1991), *Savants et Ignorants. Une histoire de la vulgarisation des sciences*, Paris : Seuil.

Reuter, Yves ; Cohen-Azria, Cora ; Daunay, Bertrand ; Delcambre, Isabelle ; Lahanier-Reuter, Dominique (2013), « Conscience disciplinaire » (p. 39 42), in *Dictionnaire des concepts fondamentaux des didactiques*, Louvain-la-Neuve, Paris : De Boeck Supérieur, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://shs.cairn.info/dictionnaire-des-concepts-fondamentaux-des-didacti--9782804169107-page-39?lang=fr>

Saillard, Colombe (2021), *Donner corps à l'intangible. La fabrique d'une représentation des mathématiques à l'Institut Henri Poincaré*, mémoire de master 2 en sociologie, Paris : SciencesPo.

Thurston, William P. (1994), « On Proof and Progress in Mathematics ». *Bulletin of the American Mathematical Society* vol. 30, n° 2, p. 161-77, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://arxiv.org/pdf/math/9404236>.

Trabal, Patrick (1997), *La violence de l'enseignement des mathématiques et des sciences : une autre approche de la sociologie des sciences*, Paris, Montréal : L'Harmattan.

——— (1998), « De la violence envers les mathématiques », *Bulletin de l'APMEP*, no 414, p. 51-60, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://www.apmep.fr/IMG/pdf/AAA98008.pdf>.

Triquet, Éric (2011), « Introduction » (p. 13-22), in Triquet Éric (dir.), *Culture & Musées*, n° 18 « Le récit dans la médiation des sciences et des techniques », [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.3406/pumus.2011.1626>.

Véron, Éliséo (1997), « Entre l'épistémologie et la communication », *Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique*, no 21 « Sciences et médias », p. 25-32, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, <https://doi.org/10.3917/herm.021.0023>.

Villani, Cédric ; Uzan, Jean-Philippe ; Moncorgé, Vincent (2014), *La maison des mathématiques*, Paris : Le Cherche Midi.

——— (2017), *The house of mathematics*. Paris : Le Cherche Midi.

Yoxen, Edward (1985), « Speaking Out About Competition. An Essay on 'The Double Helix' as Popularisation » (p. 163-181), in Shinn, Terry ; Whitley, Richard D. (ed.), *Expository Science : Forms and Functions of Popularisation*, Dordrecht : Springer Netherlands, [en ligne], consulté le 21 juillet 2025, https://doi.org/10.1007/978-94-009-5239-3_8.

REVUE SCIENTIFIQUE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

LES ENJEUX de l'information et de la communication

Revue scientifique en sciences de l'information et de la communication

Éditée par le Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), cette revue scientifique aborde les processus d'information-communication dans leurs développements, mutations et inscriptions sociales, politiques et économiques. Elle privilégie les travaux relevant d'approches théoriques critiques et fondés sur des études empiriques, rendant compte de recherches conduites par des auteurs confirmés, des doctorants ou de jeunes chercheurs.

Elle est constituée de 3 à 4 numéros annuels :

n°1 - Varia

n°2 - Dossier thématique

n°3 - Supplément A

n°4 - Supplément B

C'est une revue en ligne, d'accès libre, qualifiante en Sciences de l'Information et de la Communication, consultable sur :

<https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr> et sur le portail www.cairn.info.