

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES YOUTUBEUR.EUSE.S INTERPRÈTENT LE LOUVRE
ÉTUDE DES COLLABORATIONS ENTRE DES YOUTUBEUR.EUSE.S EN
VULGARISATION ET LE MUSÉE DU LOUVRE

TRAVAIL DIRIGÉ
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE

PAR
MARIE RICCI

DIRIGÉ PAR
PIERRE CHASTENAY

JUILLET 2019

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce document diplômant se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Ce travail n'aurait pas vu le jour sans le soutien d'un certain nombre de personnes que je souhaite prendre le temps de nommer ici.

Pour son suivi attentif et sa bienveillance durant cette longue période de recherche et de rédaction, je souhaite remercier mon directeur de recherche, Pierre Chastenay.

Merci également à Marie-Charlotte Franco, dont l'aide et - là encore - la bienveillance m'ont été d'une aide très précieuse pour développer les bases aussi sereinement que possible de ce travail.

Parce qu'elle a été le point de départ de ma réflexion sans le savoir, merci à Chloé Bruneau de m'avoir partagé son mémoire, *La vulgarisation culturelle sur YouTube* (2018).

Enfin, cette liste ne serait pas complète si je ne remerciais pas mes merveilleux.ses camarades de muséologie et étémel.le.s compagnes et compagnons de bibliothèque sans la présence, le soutien et les encouragements desquel.le.s je n'en serais pas venue à bout: Daphnée, Sarah, Maude et Alexandre.

AVANT PROPOS

Avant d'aller plus loin, il me faut préciser d'où vient cette recherche. En effet, les pratiques des YouTubeur.euse.s qui font le choix de la vulgarisation m'intéressent d'autant plus que je fais moi-même partie de ce monde, étant la co-créatrice d'une chaîne de vulgarisation en histoire créée en 2017, *Dis Clio*. Nous n'avons pas eu l'occasion de réaliser des vidéos en partenariat avec des musées, je n'ai donc pas de point de vue interne sur cette pratique. En revanche, il me semble que mon appartenance au monde des YouTubeur.euse.s dont nous allons parler ici (même si l'ampleur de *Dis Clio* n'est en rien comparable aux chaînes étudiées) est un biais important à mentionner ici, de même que ma conviction profonde des bienfaits de ce type de vulgarisation.

Notez aussi que ce travail dirigé constitue une recherche exploratoire, qui n'a pas vocation - en raison de ses limites en termes de temps, notamment - à être complète. Elle appellerait à être approfondie, mais j'espère pouvoir fournir les bases d'une réflexion riche, appuyée sur des références en muséologies que l'on ne penserait pas, a priori, à associer à la vulgarisation sur YouTube.

Enfin, j'ai découvert au cours de cette année de recherche, en partageant mon sujet avec d'autres, que ces collaborations entre YouTubeur.euse.s et musées intéressent d'autres étudiant.e.s, notamment en France. J'espère donc humblement contribuer utilement à un champ de recherche en formation, sur un sujet qui invite à de nombreux questionnements.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	I
AVANT PROPOS	11
TABLE DES MATIÈRES	III
LISTE DES TABLEAUX	V
LISTE DES ABRÉVIATIONS	VI
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I MÉTHODOLOGIE	6
1.1 Cadre théorique : l'interprétation	6
1.1.1 Qu'est-ce que l'interprétation?	6
1.1.2 L'interprétation et les YouTubeur.euse.s	10
1.2 De Tilden à YouTtibe : les principes de l'interprétation réactualisés	12
1.2.1 Structure et contenu de l'interprétation	13
1.2.2 Compétences de l'interprète	17
1.2.3 Présentation de la grille d'analyse	20
1.3 Présentation du corpus	21
1.3.1 Constitution du corpus	21
1.3.2 La liste de lecture du Musée du Louvre	23
CHAPITRE II ANALYSE	31
2.1 La structure et le contenu de l'interprétation sur YouTube	31
2.1.1 Raconter une histoire	31
2.1.2 Les YouTuBeur.euse.s ne sont pas des professeur.e.s	35
2.1.3 Divertir et provoquer la curiosité	39
2.2 Les compétences des YouTubeur.euse.s	45
2.2.1 Connaître son public sur YouTube	45
2.2.2 Des compétences en communication	48
2.2.3 Des compétences techniques et technologiques	50
CONCLUSION	53
ANNEXE A NOMENCLATURE DES VIDÉOS	59

ANNEXE B RELEVÉ DES COLLABORATIONS ENTRE INSTITUTIONS ET YOUTUBEUR.EUSE.S.....	61
ANNEXE C PRÉSENTATION CHIFFRÉE DES VIDÉOS DU CORPUS	62
ANNEXE D GRILLE D'ANALYSE DES VIDÉOS	63
BIBLIOGRAPHIE.....,:: , ,	68

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
1 Répartition des vidéos selon le format narratif	32
2 Répartition des vidéos selon leur aspect divertissant ou éducationnel.....	35
3 Répartition des vidéos selon l'originalité du format et du sujet.	39

LISTE DES ABRÉVIATIONS

YT: Youïube

YTB : Youïubeur.euse

LDL: Liste de lecture

MDL : Musée du Louvre

Citation des vidéos : afin de simplifier la lecture, les vidéos du corpus et les chaînes des YTB sont désignées sous forme d'abréviations qui sont toutes traduites dans la nomenclature des vidéos, en Annexe A.

INTRODUCTION

Le 9 novembre 2018, le Ministère de la Culture français a publié sur son site Internet un document intitulé *Les chaînes YouTube culturelles et scientifiques francophones*. Ce rapport, réalisé par Mathilde Hutin, actuellement doctorante en linguistique à la Sorbonne, regroupe 350 chaînes YouTube (YT) de vulgarisation, classées par disciplines et « potentiellement adaptées à un usage éducatif, sélectionnées pour la qualité de leur contenu. » (« 350 ressources culturelles et scientifiques », 2018) Bien que le rapport se défende d'approuver ou de cautionner les contenus des chaînes citées (Hutin, 2018, Avant-Propos), le fait qu'une telle institution gouvernementale propose l'utilisation de ces vidéos à des fins pédagogiques a un fort effet de légitimation de celles-ci. Ce document acte et entérine le succès de cette pratique relativement nouvelle qu'est la vulgarisation de toutes sortes de savoirs sur le Web, et en l'occurrence, sur YouTube.

Une telle reconnaissance n'était pas gagnée. En effet, depuis les débuts du Web 2.0, ce qui se publie sur Internet attire la méfiance, et YouTube est plus connu pour ses vidéos humoristiques que pour un quelconque contenu sérieux, encore moins pédagogique. D'ailleurs, les YouTubeur.euse.s (YTB) les plus célèbres en France sont plutôt dans le domaine de l'humour (Bruneau, 2018, p. 5) du *gaming* ou du *lifestyle* (Bruneau, 2018, p. 14). Et quelle que soit la qualité du contenu ou la taille de la communauté (c'est-à-dire le nombre d'abonnés), malgré le fait qu'ils ou elles s'y consacrent à plein temps, ces vidéastes ont généralement du mal à faire reconnaître leur activité comme un véritable métier. Pourtant, être YTB, c'est souvent faire plusieurs métiers en un : scénariste, réalisateur.ice, monteur.euse, acteur.ice, responsable de communication ... Du concept de la vidéo à sa mise en ligne et son partage sur les réseaux sociaux, le ou la vidéaste est le plus souvent seul.e pour réaliser toutes ces tâches - en tout cas, au début.

Moins connu.e.s, les YTB qui font de la vulgarisation souffrent de la même image que leurs collègues, et peut-être même d'autant plus qu'ils prétendent produire des

vidéos pédagogiques sur une plateforme qui, depuis sa création en 2005, est ouverte à tou.te.s et à toutes sortes de contenus, a priori sans aucune forme de contrôle ou presque. Par ailleurs, les YTB en vulgarisation démarrent souvent en créant leur chaîne en parallèle à des études ou un autre métier, sans être forcément spécialistes des sujets qu'ils ou elles abordent. Et si ceux et celles qui réussissent prennent souvent le chemin de la professionnalisation, les difficultés à se faire prendre au sérieux sont réelles.

Mais l'image de YouTube tend à se modifier. Il y a plusieurs raisons à cela, la première étant probablement que le recours aux contenus publiés sur Internet et aux médias sociaux comme YouTube s'est largement répandu et installé dans notre quotidien. Quant aux YTB qui se sont lancés dans la vulgarisation sur cette plateforme, leur légitimité naissante peut aussi être le fruit d'une longue recherche de scientificité, on pourrait presque dire de respectabilité, dont nous pouvons témoigner puisque nous pratiquons nous-mêmes cette activité. Tou.te.s ou presque, nous nous attachons à construire des propos solides, appuyés sur des auteurs et des sources sérieuses, dans un environnement approprié quitte à souffrir du « syndrome de la bibliothèque » qui consiste à systématiquement se montrer auprès de livres, d'art et de toutes sortes d'objets prouvant notre sérieux (Bruneau, 2018, p. 34). Il ne faut pas non plus négliger le succès que rencontrent certain.e.s de ces créateur.ice.s dans la formation d'une image plus légitime. À tel point, d'ailleurs, que quelques un.e.s des YTB les plus visibles ont été amené.e.s à se professionnaliser et à faire de la vulgarisation sur YT leur métier. Ce constat montre au moins qu'il existe un intérêt de la part des internautes pour ce type de contenu.

Et ces internautes, ainsi que les équipes du Ministère de la Culture français, ne sont pas les seuls à montrer un intérêt pour ces YTB. En effet, parmi les vidéastes cité.e.s dans le rapport, notamment (mais pas seulement) dans les catégories « histoire » et « histoire de l'art », certain.e.s ont déjà, depuis quelques années, commencé à collaborer avec des institutions officielles et légitimes : des municipalités, des organisations patrimoniales, des monuments historiques et des musées. Ainsi sur sa chaîne YT, le Musée du Louvre (MDL) a créé en octobre 2016 une liste de lecture

(LDL) qui regroupe toutes ses collaborations avec des YTB. Elles sont aujourd'hui au nombre de vingt-quatre et impliquent des vidéastes qui se sont spécialisés dans la vulgarisation dans des domaines aussi divers que l'archéologie, le cinéma, la biologie ou l'histoire. Par ailleurs, ces vidéastes ont souvent réalisé d'autres partenariats avec d'autres institutions.

Ces collaborations semblent rencontrer un certain succès auprès des internautes et il ne s'agit pas d'un phénomène anecdotique. Dans le seul cadre de ce travail dirigé, plus d'une centaine de collaborations entre des YTB et des institutions culturelles et/ou officielles françaises (comme des départements) ont été relevées (Annexe B). Et il ne s'agit pas uniquement d'établissements confidentiels en quête de visibilité, mais aussi d'institutions de grande ampleur comme celle qui sera étudiée ici : le Musée du Louvre.

Pourtant ce phénomène (certes récent) de partenariat entre YTB et musées n'a que très peu été étudié. À propos de la vulgarisation sur YT en général, on peut trouver de nombreux articles de presse, mais la plupart des réflexions plus poussées sont produites par les vidéastes elles ou eux-mêmes, par le biais d'articles publiés en ligne, dans le cadre de journées d'étude et de conférences, ou même en vidéo sur leur chaîne (Champier, 2017; Manon Bril et Nota Bene, 2018; Nota Bene et Catherine Brice, 2016). Ce constat inclut le mémoire produit par Chloé Bruneau, auquel nous allons régulièrement faire référence ici, *La vulgarisation culturelle sur YouTube* (2018), l'autrice de ce travail étant aussi la co-créatrice de la chaîne YT *Muséonaute*, spécialisée en histoire de l'art. Et bien souvent, toutes ces réflexions ne s'attardent pas spécifiquement sur la question des collaborations avec des institutions comme les musées.

En dehors de cette spécificité de la littérature entourant la vulgarisation sur YT, certains thèmes plus ou moins directement liés à notre sujet semblent bien couverts. Il existe notamment un débat sur l'emploi du terme « vulgarisation ». Utilisé comme synonyme de « médiation » par les YTB (Bruneau, 2018, p. 27; Champier¹,

¹ Beaucoup des articles cités sont en ligne et n'ont pas de pagination ou de numéro de paragraphe qui pourraient être indiqués ici.

2017), il est considéré par d'autres comme péjoratif, car il évoquerait un apport pur et simple de contenus simplifiés qui sous-entend que le public auquel on s'adresse souffre d'un manque de connaissances à combler (Mairesse et Chaumier, 2013; Schiele, 2015; Cartellier, 2010). Ici, nous suivrons les vidéastes, comme expliqué plus bas. Nous avons également trouvé beaucoup d'écrits sur l'utilisation des médias sociaux par les musées, que ce soit pour en explorer le potentiel en termes de démocratisation des institutions (Chicoineau, 2015; Gauthier, 2016; Chaumier et Mairesse, 2013) ou pour illustrer une forme de marketing participatif. Il s'agit alors pour l'institution de jouer avec les réseaux sociaux (notamment) pour créer une forme de proximité avec le public, qui serait plus une technique marketing qu'une réelle volonté de laisser de la place à la participation des visiteurs à la vie du musée et à son offre. (Dupont, 2015; Mencarelli et Pulh, 2012; Vidal 2009).

Enfin, la littérature pointe aussi vers des problèmes liés à la constitution du Web en « espace de médiation» (Champier, 2017), notamment quand l'exercice de la médiation échappe à l'institution. Selon Bernard Schiele (2015), « avec Internet, toutes les paroles se valent (...). Si Internet peut être un formidable outil d'information, il en est un tout aussi efficace de désinformation. » Il y a une démultiplication des sources d'information faisant que le musée n'a plus le monopole du discours (Chicoineau, 2015; Schiele, 2015; Cardon, 2011). Ainsi, la vulgarisation sur YouTube de la part d'individus qui n'appartiennent pas au musée et ne sont pas toujours spécialistes des sujets qu'ils abordent est une pratique qui peut causer de la méfiance de la part des spécialistes. Si les YTB clament l'existence de quelques collectifs permettant de faire relire et vérifier les scripts des vidéos et l'importance de la transparence en matière de sources (Bruneau, 2018; Champier, 2017; Manon Bril et Nota Bene, 2018; Version Originale, 2016), la question de la légitimité ou non de la parole d'individus en dehors de tout cadre professionnel ou hiérarchique sur Internet demeure non tranchée.

Ce à quoi la littérature ne semble pas faire mention, en revanche, c'est le partenariat entre ces individus et certaines de ces institutions hautement scientifiques que sont les musées.

Pourtant, l'existence de ces collaborations amène un ensemble de questionnements intéressants, et ce d'autant plus que la pratique semble se poursuivre, se répandre et se diversifier². On peut notamment se demander qui sont ces personnes à qui les musées, et en l'occurrence le Musée du Louvre, donnent la parole, souvent sous forme de carte blanche. Quelle est leur légitimité à produire un discours sur les collections quand les musées disposent déjà de leurs propres équipes de médiateur.ice.s ? Surtout dans un contexte où l'on exige de plus en plus souvent une formation spécifique dans ce domaine qui tend à se professionnaliser (Chaumier et Mairesse, 2013, p. 259). Ce qui nous amène à nous poser la question en ces termes : peut-on, dans le cadre de ces collaborations, considérer les YTB comme des médiateur.ice.s, au même titre que celles et ceux sont employé.e.s par le Louvre?

Pour répondre à cette question, nous allons d'abord développer une grille d'analyse à partir d'une acception spécifique de la médiation : la notion d'interprétation, telle que développée par Freeman Tilden dans les années 1950 et revue par d'autres par la suite. Puis nous appliquer ns cette grille à certaines vidéos qui résultent des collaborations entre le Louvre et certain.e.s YouTubeur.euse.s.

² Par exemple, au moment d'écrire ces lignes, le 27 mai 2019, la chaîne McFly & Carlito associée à C'est une autre histoire vient de mettre en ligne une vidéo tournée en partie au Louvre et qui a pour sujet les révisions pour l'épreuve de Grec au Baccalauréat français: *ON REPASSE LE BAC: GREC ET ANGLAIS(+ nouvelle chanson) EP.4*: <https://www.youtube.com/watch?v=lcOHnxCv3A>

CHAPITRE!

MÉTHODOLOGIE

1.1 Cadre théorique : l'interprétation

Ce travail va principalement prendre appui sur une notion spécifique du champ de la méditation: l'interprétation, théorisée par Freeman Tilden dans les années 1950, puis réactualisée et retravaillée par d'autres auteurs par la suite, notamment Larry Beck et Ted Cable au tournant du 21^e siècle, et Serge Chaumier et François Mairesse en 2013.

1.1.1 Qu'est-ce que l'interprétation ?

L'ouvrage fondateur de Freeman Tilden, *Interpreting our Heritage*, a été publié pour la première fois en 1957 (nous utilisons ici la quatrième édition, publiée en 2007) pour donner suite à la commande, faite par les parcs nationaux américains, « d'une analyse sur les formes de sensibilisation du public au sein de [leurs] espaces » (Chaumier et Mairesse, 2013, p. 130). Tilden se livre en fait à une analyse des techniques de médiation des parcs nationaux, dont il tire six principes, soit des ensembles de recommandations sur la façon de mener à bien l'interprétation de ces sites - interprétation qu'il définit de la manière suivante :

an educational activity which aims to reveal meaning and relationships through the use of original objects, by firsthand experience, and by illustrative media rather than simply to communicate factual information.
(Tilden, 2007, p. 33)

Les six principes, qui viennent détailler cette définition, sont les suivants :

1. « *Any interpretation that does not somehow relate what is being displayed or described to something within [the personality or experience of the visitor] will be sterile.* » (p. 36)
2. « *Information, as such, is not interpretation. Interpretation is revelation based upon information. But they are not entirely different things. However, ail interpretation includes information.* » (p. 44)
3. « *Interpretation is an art that combines many arts, whether the materials presented are scientific historical, or architectural. Any art is in some degree teachable.* » (p. 53)
4. « *The chief aim of interpretation is not instruction but provocation.* » (p. 59)
5. « *Interpretation should aim to present a whole rather than a part and must address to the whole man rather than any phase.* » (p. 68)
6. « *Interpretation addressed to children (say, up to the age of twelve) should not be a dilution of the presentation to adults but should follow a fundamentally different approach.* » (p. 77)

Ces recommandations, si elles s'adressent avant tout à l'interprétation des sites patrimoniaux naturels, sont assez générales pour s'appliquer à toutes les situations de médiation, notamment au sein des musées. François Mairesse et Serge Chaumier ont également remarqué que si Tilden s'intéresse exclusivement aux médiations humaines, ces principes peuvent s'appliquer à toutes formes de médiations (2013, p. 132). Ils remarquent également que, plus de cinquante ans plus tard, le travail de Tilden est toujours « d'une grande actualité » (2013, p. 132) et qu'il « continue d'inspirer ceux et celles qui réfléchissent à la médiation » (2013, p. 130) - ce qui est effectivement notre cas ici.

Preuve de la fécondité de la réflexion initiée par Tilden, d'autres auteurs ne se sont pas contentés de citer son travail, mais se sont plutôt attachés à le réactualiser. C'est le cas notamment de Larry Beck et Ted Cable dans leur ouvrage publié pour la

première fois en 1998, *Interpretation for the 21st Century. Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture* (nous utilisons ici la seconde édition, publiée en 2002). Leur but, dans ce travail, est d'adapter ce qu'a écrit Tilden au présent et aux enjeux qui se dessinaient à l'aube des années 2000 (Beck et Cable, 2002, p. XII). Aux six principes de Tilden revus par leurs soins, ils en ajoutent neuf et, à leur tour, ils donnent une définition de ce qu'est l'interprétation : « *an informational and inspirational process designed to enhance understanding, appreciation, and protection of our cultural and natural legacy* » (p. 1). Cette définition et la façon dont ils interprètent les principes édictés par Tilden sont un peu moins généralistes et plus spécifiquement adressées aux sites naturels. Cependant, leur apport est intéressant pour notre recherche, car ils traduisent en des termes plus contemporains les recommandations de Tilden, et en ajoutent certaines plus actuelles liées par exemple à l'utilisation des nouvelles technologies ou à des notions de marketing. Leurs quinze principes (dont les six premiers reprennent ceux de Tilden) sont les suivants :

1. « *Lighting A Spark. To spark an interest, interpreters_ must relate the subject to the lives of the people in their audience.* » (p. 13)
2. « *Interpreting in the Information Age. The purpose of interpretation goes beyond providing information to reveal deeper meaning and truth.* » (p. 21)
3. « *Importance of the Story. The interpretive presentation - as a work of art - should be designed as a story that informs, entertains, and enlightens.* » (p. 31)
4. « *Provocation. The purpose of the interpretive story is to inspire and to provoke people to broaden their horizons.* » (p. 39)
5. « *Holistic Interpretation. Interpretation should present a complete theme or thesis and address the whole person.* » (p. 47)
6. « *Interpretation Throughout the Lifespan. Interpretation for children, teenagers, and seniors - when these comprise uniform groups - should follow fundamental/ly different approaches.* » (p. 57)

7. « *Bringing the Past Alive. Every place has a history. Interpreters can bring the past alive to make the present more enjoyable and the future more meaningful.* » (p. 69)
8. « *Modern Tools of Interpretation. Technology can reveal the world in exciting new ways. However, incorporating this technology into the interpretive program must be done with foresight and thoughtful care.* » (p. 81)
9. « *Enough is Enough. Interpreters must concern themselves with the quantity and quality (selection and accuracy) of information presented. Focused, well-researched interpretation will be more powerful than a longer discourse.* » (p. 97)
10. « *Technique Before Art. Before applying the arts in interpretation, the interpreters must be familiar with basic communication techniques. Quality interpretation depends on the interpreter's knowledge and skills, which must be continually developed over time.* » (p. 107)
11. « *Interpretive Writing. Interpretive writing should address what readers would like to know, with the authority of wisdom and its accompanying humility and care.* » (p. 119)
12. « *Attracting Support and Making Friends. The overall interpretive program must be capable of attracting support - financial, volunteer, administrative - whatever support is needed for the program to flourish.* » (p. 125)
13. « *Interpreting Beauty. Interpretation should instill in people the ability, and the desire, to sense the beauty in their surroundings - to provide spiritual uplift and to encourage resource preservation.* » (p. 137)
14. « *Promoting Optimal Experiences. Interpreters can promote optimal experiences through intentional and thoughtful program and facility design.* » (p. 146)

15. « *Passion. Passion is the essential ingredient for powerful and effective interpretation - passion for the resource and for those people who come to be inspired by it.* » (p. 155)

L'interprétation est donc une notion qui, si elle a été théorisée il y a un certain nombre d'années et dans le contexte particulier des parcs nationaux américains, s'avère riche et toujours actuelle, en plus de présenter l'avantage d'avoir été pensée sous forme de recommandations qui peuvent facilement se transposer dans d'autres contextes. Voyons maintenant comment son utilisation se justifie dans le cadre des collaborations entre les YouTubeur.euse.s et le Musée du Louvre.

1.1.2 L'interprétation et les YouTubeur.euse.s

Dans leur ouvrage *La médiation culturelle*, Serge Chaumier et François Mairesse pensent l'interprétation comme une variation de la médiation, voire comme un terme qui « tend parfois à se substituer au mot de médiation lui-même » (Chaumier et Mairesse, 2013, p. 127). Insistant sur la polysémie du terme, ils lui associent la notion de traduction en rappelant qu'un traducteur est aussi parfois appelé un interprète et que de la même façon qu'il traduit d'une langue à une autre, « il s'agit, pour le/la médiateur.ice, de rendre explicite un propos qui pourrait sans cela paraître hermétique » (p. 128). Cette acception est finalement très proche de la définition de la vulgarisation, terme qui est très majoritairement employé par Jes YTB pour décrire leur activité (Champier, 2017). On parle ici de la toute première définition de la vulgarisation, avant que le mot ne prenne une connotation péjorative, rappelée à la fois par Chaumier et Mairesse (2013, p. 117), mais également par une des vidéastes de notre corpus, Manon Bril (de son véritable nom, Manon Champier³): « la diffusion des savoirs dans une langue dite "vulgaire", c'est-i-dire ordinaire, commune » (Champier, 2017). Finalement, interprétation, médiation et

³ J'emploierai dans ce travail le pseudonyme et/ou le nom de la chaîne des YouTubeur.euse.s que j'évoque, leur identité civile n'étant pas toujours connue, et parce qu'il s'agit de la façon dont ils sont connus du grand public.

vulgarisation sont des termes que l'on peut certes nuancer pour les différencier, mais qui ont fondamentalement en commun l'idée de rendre accessibles les savoirs. Ils se complètent entre eux et - on va le voir - se retrouvent tous dans les productions des YTB. C'est pourquoi nous serons également amenés à les utiliser de manière indifférenciée dans ce travail.

Outre ces considérations sémantiques, Chaumier et Mairesse mentionnent un autre sens de l'interprétation : celle qui est reliée au théâtre et qui « consiste à incarner un rôle, un personnage, un texte en lui donnant son relief » (Chaumier et Mairesse, 2013, p. 129). Or, le fait de devoir rendre vivante une médiation revient non seulement à plusieurs reprises dans les principes de Tilden et leur réactualisation par Beck et Cable cités plus haut, mais il correspond à ce que font la plupart des YTB. Ils se mettent eux-mêmes en scène dans leurs vidéos, parfois même costumé.e.s (NART-PVR⁴), comme un clin d'œil à la tradition de la reconstitution évoquée par Beck et Cable dans leur principe *Bringing the Past A/ive* (2002, p. 76). Mais surtout, le fait de se mettre en scène de manière vivante pour donner du relief à un texte de médiation fait partie du format YouTube (Bruneau, 2018, p. 26).

Enfin, et peut-être surtout, Chaumier et Mairesse notent que l'interprétation sous-entend une relation personnelle à l'objet interprété et donc une multiplicité des points de vue possibles. En effet :

S'il se fait médiateur, l'interprète donne à lire une version qui ne peut être exclusive d'autres versions. En ce sens, l'interprétation porte en ses gènes la vocation de la multiplicité. Elle ne peut prétendre à contenir l'ensemble des possibles et à se présenter comme la vérité révélée. Qui dit interprétation signifie que d'autres interprétations peuvent se faire jour, qu'elles existent et méritent donc d'être connues et comparées. (Mairesse et Chaumier, 2013, p. 127)

Or, l'une des spécificités des YTB qui ont réalisé une collaboration avec le Louvre est la diversité de leur spécialisation. De l'histoire de l'art à la biologie, ils ont tous un point de vue différent sur une même collection, et parfois les mêmes œuvres.

⁴ Les vidéos du corpus seront désignées dans ce travail via des codes. La nomenclature se trouve en Annexe A.

En bref, l'utilisation de la notion d'interprétation pour analyser le travail des YouTubeur.euse.s au Louvre se justifie dans le sens où ces dernier.ère.s interprètent - dans tous les sens du terme - les collections du musée. Par ailleurs, notons pour terminer que Serge Chaumier et François Mairesse envisageaient, dès 2013, l'utilisation des nouvelles technologies comme un prolongement évident et plein de potentiel des formes participatives de médiation que sous-entend la notion d'interprétation (p. 138) et qu'il y avait dans l'appropriation des médias sociaux par les musées « les nouveaux métiers de la médiation » (p. 140).

Mais les six ou quinze principes de l'interprétation, tels que proposés par Tilden puis Beck et Cable ne s'adressent pas, en l'état, aux vidéos que nous étudions ici. En effet, il est avant tout question dans ces textes de médiations humaines et de parcs naturels, à deux époques où aucun de ces auteurs ne pouvait envisager les collaborations entre YTB et musées. La prochaine étape de ce travail consistera donc à réfléchir à la façon dont, en réactualisant ces principes, on pourrait par la suite en déduire une grille d'analyse afin d'étudier les vidéos et de répondre à la question qui nous occupe, à savoir : les YTB qui collaborent avec des musées, en l'occurrence le Musée du Louvre, sont-ils des médiateur.ice.s au même titre que celles et ceux qui sont employés par le Louvre, c'est-à-dire utilisent-ils les codes de l'interprétation?

1.2 De Tilden à YouTube: les principes de l'interprétation réactualisés

Afin de réinterpréter les principes de l'interprétation établis par les travaux de Tilden et de Beck et Cable, et de les actualiser à la réalité des YTB qui travaillent avec le Musée du Louvre, les six principes de Tilden et les quinze principes de Beck et Cable ont ici été séparés en deux ensembles distincts : ceux qui s'intéressent au contenu et à la structure d'une médiation et ceux qui définissent des compétences nécessaires aux médiateur.ice.s. Nous les avons retravaillés en nous appuyant

également sur l'ouvrage de Mairesse et Chaumier afin de pouvoir les appliquer au format d'interprétation qui nous intéresse ici : les vidéos YouTube. Le but de cet exercice était d'en tirer des questions que l'on pourrait par la suite poser à chacune des vidéos du corpus dans une grille d'analyse, qui sera présentée à la fin de ce chapitre. Notons simplement que certains des points abordés par Tilden ou Beck et Cable sont tellement liés au contexte particulier des parcs naturels qu'ils n'ont pas pu être intégrés à ce propos. Nous n'avons donc pas cherché à traduire absolument tous les principes présentés plus haut en des termes adaptables aux vidéos, mais nous avons plutôt réfléchi à ce que la notion d'interprétation dans son ensemble peut nous fournir comme outils pour les analyser.

Certains principes se sont avérés relativement similaires les uns aux autres, ce qui a compliqué leur distinction, c'est pourquoi ils sont résumés en une phrase et aboutissent à une seule question pour notre grille d'analyse.

1.2.1 Structure et contenu de l'interprétation

Ces principes sont ceux qui concernent à la fois le format et le contenu de l'interprétation - en l'occurrence de la vidéo, c'est-à-dire qu'ils s'intéressent au message et à la façon dont il doit être communiqué. Contrairement aux principes qui s'intéressent aux compétences personnelles que doit avoir le médiateur ou la médiatrice, il est possible de déterminer facilement si ces aspects sont bien présents ou non dans les vidéos. C'est pourquoi la grille d'analyse sera principalement basée sur les principes de cette catégorie. Ils sont ici séparés en deux sous-ensembles.

1.2.1.1 L'interprétation, c'est raconter une histoire

Interpretative presentation - as a work of art - should be designed as a story that informs, entertains, and enlightens, (Beck et Cable, 2002, p. 31)

Plusieurs des principes, que ce soit chez Tilden ou dans la réactualisation de Beck et Cable, tournent autour du fait qu'une bonne interprétation doit se préparer et être transmise de la même manière qu'une histoire. Cela implique de prendre en compte plusieurs critères.

Raconter une histoire, c'est d'abord s'assurer qu'on ne se contente pas de donner une suite d'informations, mais à l'inverse que le contenu purement informatif et factuel que l'on tente de faire passer au public vient nourrir une histoire ou un fil conducteur cohérent dans un discours fluide. Tilden le formule en ces termes : « *to make scientific discovery and research come alive to the average man* » (2007, p. 46) et il note que c'est un problème que peuvent rencontrer les spécialistes des sujets à interpréter. En effet, ces derniers peuvent avoir du mal à transposer leurs connaissances en un tout fluide avec un début accrocheur, un milieu, et une chute qui permettent de maintenir l'intérêt du/de la visiteur.euse. Il note : « *you sometimes note an impatience on the part of a specialist that the public does not show sufficient interest in his assemblage of information as such* » (Tilden, 2007, p. 49). Pour autant, quand on parle de raconter une histoire, il ne s'agit pas de sacrifier le contenu informatif à la : forme, ou encore moins de tomber dans la fiction ou les raccourcis erronés comme c'est parfois le cas dans les contenus de vulgarisation destinés au grand public. Non, il s'agit de s'assurer que le public peut « prendre plaisir à comprendre » (*enjoy understandingly*) (Beck et Cable, 2002, p. 30).

On se posera donc la question suivante dans la grille d'analyse : le propos de la vidéo contient-il une histoire/un fil conducteur ou a-t-on juste une addition d'informations?

Le deuxième critère lié au fait de raconter une histoire est de s'assurer que le propos de l'interprétation forme un tout, raconte une histoire complète plutôt que plusieurs petites anecdotes détachées les unes des autres. C'est le propos de Tilden lorsqu'il

écrit : « *Interpretation should aim to present a whole rather than a part* » (2007, p. 68). Il ne faut pas chercher à tout dire, mais s'assurer d'aborder une thématique ou un sujet précis de manière complète. Beck et Cable parlent de « *jocused whole* » (2002, p. 48) et de « *clean goal* » (2002, p. 148), ce qui va permettre de maintenir l'attention des visiteur.euse.s, ou dans notre cas du des spectateur.ice.s. Il s'agit également de faire des choix dans ce que l'on va présenter au public pour ne pas le noyer sous les informations (Beck et Cable, 2002, p. 28) et de privilégier la qualité à la quantité des informations (Beck et Cable, 2002, p. 97).

On se posera donc la question suivante dans la grille d'analyse : le propos de la vidéo est-il centré ou très large ?

L'idée d'histoire implique aussi une notion de divertissement, et c'est bien ce que doit être l'interprétation : un moment de divertissement et non un moment d'enseignement. Tilden fait la différence entre le professeur et l'interprète, ce dernier étant « *at best (...) somewhat of a poet* » (2007, p. 54). Chaumier et Mairesse renchérissent: « le médiateur n'est pas là pour jouer au professeur, pour remplacer l'instituteur » (2013, p. 32). L'idée est que l'interprète se doit avant tout de faire passer un bon moment au public, et non chercher absolument à lui apprendre quelque chose. Il maîtrise l'art de parler et d'écrire (Tilden, 2007, p. 58) - d'où le commentaire sur le fait qu'il est plus un poète qu'un professeur- et peut même, au besoin, faire usage de l'humour (avec précaution) afin de maintenir l'attention du public (Beck et Cable, 2002, p. 101). Pour résumer, l'essentiel pour l'interprète est de comprendre que son auditoire ne vient généralement pas chercher un enseignement, mais veut vivre un moment divertissant, et que c'est à ce besoin-là qu'il faut répondre avant tout (Tilden, 2007, p. 54).

On se posera donc la question suivante dans la grille d'analyse : « le format de la vidéo met-il de l'avant l'aspect divertissement ou l'aspect enseignement? »

1.2.1.2 L'interprétation, c'est provoquer plutôt qu'instruire

The chief aim of interpretation is not instruction but provocation. (Tilden, 2007, p. 59)

Le quatrième principe invoqué par Tilden invite les interprètes à provoquer. Par ce terme, il entend que le but de l'interprétation est de provoquer chez le public l'envie, la curiosité d'en savoir plus (2007, p. 60). Cette ambition se retrouve également à plusieurs reprises dans l'ouvrage Beck et Cable, qui précisent la pensée de Tilden dans leur transcription du même principe : « *Provocation. The purpose of the interpretive story is to inspire and to provoke people to broaden their horizons* » (2002, p. 39). Cette recommandation est très liée au point évoqué ci-dessus : une interprétation réussie n'aura pas forcément apporté énormément de nouvelles informations factuelles au public, mais lui aura donné envie de les rechercher par lui-même à la suite de son contact avec le/la médiateur.ice. Mais on peut aussi prendre l'idée de provocation sous un second angle : l'idée que « plus l'interprétation sera originale et surprenante, plus elle retiendra l'attention » (Chaumier et Mairesse, 2013, p.130). L'idée ici est de surprendre le public avec un angle original sur le sujet, ou un format original... Bref, de jouer sur son étonnement pour faire passer son message.

On se posera donc la question suivante dans la grille d'analyse : « l'angle et le format choisis sont-ils étonnants et/ou originaux ? »

Enfin, sur la question de la forme et de la structure d'une interprétation, il reste à prendre en compte ce qui est en fait le premier principe énoncé par Tilden : « *Any interpretation that does not somehow relate what is being displayed or described to something within the personality or experience of the visitor will be sterile* » (2007, p. 36). Il faut, d'une façon ou d'une autre, relier le sujet, l'œuvre, le lieu dont on parle à ce que le public connaît. Cela peut se faire de multiples façons, en faisant appel à l'actualité par exemple, ou encore à l'imaginaire collectif en jouant sur les clichés répandus sur un objet. Le tout est d'entourer le sujet de références connues

du public afin de l'en rapprocher, et là encore, de le rendre curieux de ce qui va lui être raconté (Beck et Cable, 2002, p. 20).

On se posera donc la question suivante dans la grille d'analyse : « le propos de la vidéo fait-il appel à des références ancrées dans l'imaginaire collectif et/ou dans l'actualité ? »

1.2.2 Compétences de l'interprète

Notre deuxième grand sous-ensemble de critères rassemble les principes de l'interprétation qui s'adressent aux compétences que doit avoir le/la médiateur.ice. Ces aspects n'apparaissent pas toujours explicitement dans les vidéos - sauf au travers d'impairs très visibles, comme des problèmes techniques. On peut néanmoins en trouver la trace dans certaines des vidéos de notre corpus; nous allons également nous appuyer sur des articles, des conférences, des interviews, etc., données par les YTB à propos de leur vision de la vulgarisation. Ces sources forment toutefois un ensemble trop disparate et réuni trop aléatoirement pour constituer un véritable corpus, c'est pourquoi les questions associées à ces principes seront incluses dans la grille, mais traitées à part de celles concernant la structure de l'interprétation vues plus haut.

Tout d'abord, l'interprète doit connaître ses publics à la fois d'un point de vue théorique et par l'expérience du terrain. Il s'agit même selon Chaumier et Mairesse d'un des « fondamentaux » du/de la médiateur.ice (2013, p. 195). C'est notamment en cela, d'ailleurs, qu'il ou elle se différencie du spécialiste qui connaît mieux son sujet que les personnes auxquelles il va s'adresser. L'interprète, lui, doit être capable d'adapter son discours à son public, à la fois en amont de la rencontre, mais aussi pendant (c'est-à-dire prendre en compte la fatigue, l'inattention, etc.). Il faut noter un point important: adapter son texte au public ne signifie pas simplement enlever des informations pour le simplifier quand on s'adresse à des enfants, par exemple. Il faut apprendre à connaître son public pour déterminer l'angle selon

lequel aborder le sujet et construire son discours, qui pourra alors être très différent d'un groupe à l'autre (Tilden, 2007, p. 77; Beck et Cable, 2002, p. 57). Beck et Cable insistent aussi sur le choix du thème : il doit, lui aussi, être fait en fonction du public, de ce qui va lui plaire et de ce qu'il va vouloir entendre (2002, p. 118), ce qui sous-entend une bonne connaissance de ce dernier.

Pour l'analyse, on se posera donc la question suivante: « les YTB démontrent-ils/elles une certaine connaissance et une adaptation à leur public cible ? »

Ensuite, l'interprète doit avoir des compétences de base en communication :

It is only after we master the basics of communication - using nervousness to advantage, learning speaking skills and expressive body language, orchestrating the flow of information - that we can effectively move on to incorporating the various arts. To attempt the art of storytelling or interpretive drama without knowing about voice projection, the importance of eye contact, or basic organizing and attention-holding principles would certainly be worse than a bad speech, although neither are desirable. (Beck et Cable, 2002, p. 112)

Toutes ces compétences sont considérées comme essentielles à la pratique de l'interprétation. En effet, elles permettent en quelques sortes de façonner «l'emballage» du discours, la façon dont il va être livré. C'est ce qui va donner la possibilité ou non au public d'apprécier le contenu sans être gêné par le contenant. Une partie du rôle de l'interprète, avant même de pouvoir raconter quelque chose au public, est de convaincre ce public de l'écouter. Or ce dernier sera plus enclin à écouter quelqu'un qui parle haut et fort et avec aplomb (Beck et Cable, 2002, p. 121). Le fait de raconter avec « passion » et enthousiasme est aussi important (Beck et Cable, 2002, p. 158; Chaumier et Mairesse, 2013, p. 237). Selon Chaumier et Mairesse - qui ont d'ailleurs, rappelons-le, fait le lien entre interprétation et théâtre, soit une discipline où l'élocution et l'attitude sont essentielles (2013, p. 129) - les capacités de communication sont d'autant plus importantes qu'elles constituent en fait la moitié - si ce n'est plus - du travail de médiateur.ice :

la question [est] de savoir si la compétence du médiateur repose sur des techniques de communication ou sur la maîtrise des contenus. Sans doute est-ce l'un et l'autre, ou plutôt le rapport établi entre les deux qui importe (...) (Chaumier et Mairesse, 2013, p. 115)

La particularité de ces compétences est qu'elles peuvent- et doivent- s'améliorer sur le terrain, faisant de l'interprète quelqu'un qui a la capacité d'apprendre en pratiquant (Beck et Cable, 2002, p. 115). Notons par ailleurs que la communication implique aujourd'hui plus que le simple fait de savoir s'exprimer. Beck et Cable incluent dans leur ouvrage une acception plus « marketing » de la communication, en notant qu'une partie du travail de l'interprète est aussi de savoir attirer des soutiens d'un point de vue financier, par exemple (2002, p. 125).

Pour l'analyse, on se posera donc la question suivante : « les YTB développent-ils/elles des compétences en communication avant et/ou au fur et à mesure de leur pratique de la vulgarisation ? »

Cet aspect de la communication passe aussi - et c'est là le dernier sous-ensemble de compétences que nous avons défini - par la maîtrise des outils offerts par les nouvelles technologies, inexistantes à l'époque où Tilden écrivait, mais qui ne peuvent être ignorés aujourd'hui. Beck et Cable, notamment, dédient un chapitre entier à l'utilisation des « outils modernes de l'interprétation » (2002, p. 81) où ils évoquent ces derniers comme un moyen de surprendre et d'émerveiller le public (2002, p. 95). Il est intéressant de noter, cependant, qu'ils n'envisagent l'usage de ces technologies que comme un support qui doit amener le public à venir au musée ou sur le site patrimonial, et non remplacer la visite sur place (2002, p. 91). Ils relèvent également la pertinence des plateformes de communication pour permettre la création de communautés de médiateur.ice.s, leur permettant ainsi d'échanger sur leur pratique (2002, p. 91). Enfin, rappelons que dans leur ouvrage, Chaumier et Mairesse envisagent l'utilisation des nouveaux médias comme une composante essentielle des « nouveaux métiers de la médiation » (2013, p. 140).

Pour l'analyse, on se posera donc la question suivante : « les YTB maîtrisent-ils les outils des nouvelles technologies ? »

Ces principes brossent donc le portrait d'une interprétation idéale et de l'interprète parfait. Nous allons maintenant voir dans quelle mesure les interventions des YTB

au Louvre remplissent ou non ces critères au moyen d'une grille d'analyse qui reprend les recommandations ci-dessus.

1.2.3 Présentation de la grille d'analyse

La grille d'analyse servant à analyser le corpus - c'est-à-dire les vidéos issues des collaborations du Musée du Louvre avec des YTB en vulgarisation - va se présenter de la façon suivante :

	NOM DU YTB			
	Titre de la vidéo			
STRUCTURE ET CONTENU DE L'INTERVENTION				
RACONTER UNE HISTOIRE				
Le vidéo raconte-t-elle une histoire ou présente-t-elle une addition d'informations ?				
Le propos est-il centré sur un sujet exploré au complet ?				
Le format est-il divertissant ou éducatif ?				
PLUTÔT QU'INSTRUIRE				
L'angle et le format sont-ils originaux et/ou étonnants ?				
La vidéo fait-elle appel à des références collectives et/ou à l'actualité ?				
NOTES				
Les YTB démontrent-ils/elles une certaine connaissance et une adaptation à leur public cible ?				
Les YTB développent-ils/elles des compétences en communication avant et/ou au fur et à mesure de leur pratique de la vulgarisation ?				
Les YTB maîtrisent-ils les outils des nouvelles technologies ?				

Pour chacun des principes de l'interprétation qui concernent la structure et le contenu du discours, nous ferons en sorte de résumer les informations correspondantes pour chaque vidéo, en relevant avec minutage des exemples précis lorsque c'est possible. L'idée est de faire ressortir ce qui converge et diverge avec les critères qui ont été décrits plus haut, et d'en déduire si oui ou non les

YouTubeur.euse.s peuvent être considéré.e.s comme des interprètes au même titre que les médiateur.ice.s employés directement par le Musée du Louvre.

En ce qui concerne les compétences, comme expliqué plus haut, elles ne ressortent pas toujours des vidéos que nous étudions. En revanche, nous verrons que quelques vidéastes de notre corpus ont beaucoup parlé de leur pratique et des façons de faire de la vulgarisation. Ces interventions des YTB forment un ensemble assez disparate constitué de vidéos, d'articles de presse et d'extraits d'entretiens que nous avons rassemblé parce que nous en avions déjà connaissance, parce qu'elles figuraient sur les chaînes des YTB ou parce qu'elles nous ont été envoyées au cours de cette recherche, il s'agit donc de documents récupérés un peu trop aléatoirement pour constituer un corpus rigoureux. Néanmoins, nous les considérons ici comme des sources utiles pour voir s'il existe des liens dans le discours des vidéastes avec les principes tels que nous les avons décrits plus haut.

Mais avant de passer à l'analyse du corpus, nous allons, dans la prochaine et dernière partie de ce chapitre, nous attacher à expliquer comment il a été constitué et à le présenter.

1.3 Présentation du corpus

1.3.1 Constitution du corpus

Si le corpus de vidéo auquel il est fait référence dans ce travail est relativement restreint - vingt-et-une vidéos, issues de la seule chaîne YouTube du Musée du Louvre - c'est parce qu'il a progressivement été réduit à partir d'une liste regroupant au total une centaine de vidéos, sélectionnées à partir de trois sources :

D'abord, la liste de lecture sur la chaîne YT du Louvre, « Le Louvre invite les YouTubeurs » qui réunit toutes les collaborations du Louvre avec les vidéastes.

Ensuite, la liste de 350 chaînes YouTube de vulgarisation qui a été publiée par le Ministère de la Culture français, avec une attention particulière pour les sections histoire et histoire de l'art, ces deux disciplines étant celles qui m'intéressaient principalement au départ de ce travail.

Enfin, nous avons puisé dans nos propres abonnements sur YouTube.

Regrouper et recouper ces trois sources nous a permis de dresser une liste de chaînes de YouTubeur.euse.s et d'institutions à explorer en détail. En effet, à partir du moment où une vidéo présentait une collaboration entre un.e vidéaste et une institution culturelle, l'idée était de fouiller les deux chaînes concernées (si elle existait dans le cas de l'institution) pour voir s'il y avait d'autres collaborations.

On a ainsi abouti à une liste comprenant une centaine de vidéos pour quarante-quatre institutions et dix-sept vidéastes (Annexe B). Ce qui laisse déjà entrevoir que si les institutions ayant recours à ce type de collaboration sont potentiellement assez diverses et nombreuses, les créateur.ice.s concerné.e.s sont en revanche bien souvent les mêmes - soit, la plupart du temps, les plus visibles (donc avec le plus d'abonnés) dans le champ.

Les cent vidéos ainsi sélectionnées ont toutes été visionnées en entier afin de permettre un premier relevé des phénomènes récurrents, mais aussi d'éliminer celles qui semblaient moins pertinentes pour ce travail - sans pour autant les oublier totalement, car elles ont permis de constater la diversité de ce qui se faisait dans ce domaine. En effet, si ce travail est finalement centré sur les collaborations entre le Louvre et les vidéastes présent.e.s sur sa chaîne, il existe une panoplie d'autres institutions qui font appel à des YouTubeur.euse.s, et pas uniquement des musées. Pour ne prendre qu'un exemple, Nota Bene a réalisé de nombreuses collaborations avec des offices de tourisme ou des départements et des régions françaises. Ces vidéos peuvent alors prendre des formes très diverses, allant du récit d'un

événement historique à un format plus proche du prospectus visant à vanter les mérites touristiques de la région.

Le choix de se concentrer sur le Louvre fait suite à deux constats. D'abord, il s'agit de l'institution ayant réalisé le plus de collaborations avec des YTB, notamment parmi les plus visibles dans le champ de la vulgarisation sur YT. Mais c'est surtout la diversité des vidéastes qui nous a paru pertinente. En effet, en lien avec la notion d'interprétation décrite plus haute, il est intéressant d'explorer les différents points de vue que peuvent avoir ces YTB sur les mêmes œuvres, ou du moins sur la même collection. Et par ailleurs, il faut aussi noter que le fait d'étudier plusieurs vidéos qui ont lieu dans un même cadre permet de faire ressortir les particularités de chacune d'entre elles. Cela étant, des références à d'autres vidéos visionnées pourront être faites au besoin.

1.3.2 La liste de lecture du Musée du Louvre

La liste de lecture « Le Louvre invite les YouTubeurs » a été créée sur la chaîne du Musée du Louvre en février 2016, mois pendant lequel trois vidéastes différents ont publié six vidéos : Nota Bene, le Fossoyeur de films et Axolot - trois chaînes très visibles dans le champ de la vulgarisation, dans trois domaines relativement différents (histoire, cinéma et découvertes). Ces collaborations sont présentées comme une « carte blanche aux YouTubeurs pour réaliser des vidéos sur le musée, ses œuvres, son histoire et son imaginaire » (LDL du Louvre, description). Depuis sa création, la liste de lecture a été mise à jour plus ou moins régulièrement, avec parfois de grands intervalles entre deux ajouts, jusqu'au mois d'octobre 2018. En effet, les deux dernières vidéos, une collaboration avec la YouTubeuse Charlie Danger (de la chaîne Les Revues du Monde), datent du 17 et 21 octobre 2018. Au moment de la rédaction de ce travail, il n'y a pas eu de nouvelle publication depuis cette date. Si de nouvelles collaborations devaient être mises en ligne pendant la rédaction, elles seront signalées ici, mais ne seront pas prises en compte dans

l'analyse du corpus, dont les bornes temporelles avaient été fixées au début de la recherche entre début 2012 (date des premières collaborations connues alors) et le mois de février 2019, afin de permettre l'analyse d'un corpus fini. À ce jour, la liste de lecture comprend vingt-quatre vidéos.

Parmi les vingt-quatre vidéos de cette liste de lecture, trois ne seront pas incluses dans le corpus. Deux des trois vidéos rejetées ont été réalisées en partenariat avec Google Arts & Culture et ne sont donc pas le fruit d'une collaboration avec un.e YouTubeur.euse au sens où on l'entend dans ce travail. La troisième est une vidéo réalisée par la vidéaste NaRT: *Vlog: les Jeunes Ont la Parole au Louvre*⁵, car il ne s'agit pas d'une vidéo de vulgarisation, mais simplement d'un vlog (c'est-à-dire un format qui consiste à raconter son quotidien en vidéo) où NaRT raconte sa visite au Louvre lors d'un événement.

Onze vidéastes sont représenté.e.s dans notre corpus, et la plupart de ces collaborations prennent la forme d'un diptyque : deux vidéos différentes et complémentaires, publiées l'une sur la chaîne du YouTubeur ou de la YouTubeuse, l'autre directement sur la chaîne du musée. C'est le format systématique de ces collaborations, à quelques nuances près :

Nota Bene et NaRT ont réalisé chacun un diptyque plus une troisième vidéo indépendante du diptyque (dont celle de NaRT, décrite plus haut et que nous n'allons pas inclure).

L'un des partenariats regroupe deux vidéastes qui ont réalisé le diptyque ensemble: Dirty Biology et Manon Bril (de la chaîne C'est une autre histoire).

Afin de présenter le corpus plus en détail, nous énumérons ci-dessous les YouTubeur.euse.s et les vidéos produites avec le Musée du Louvre. Les données

⁵ La graphie exacte des titres (majuscules, chiffres...) telle qu'elle apparaît en ligne a été conservée tout au long de ce travail.

techniques des vidéos (date de publication, durée, nombre de vues...)⁶ sont résumées dans un tableau en (Annexe C).

Nota Bene est une chaîne de vulgarisation en histoire créée le 24 août 2014 par Benjamin Brillaud, qui exerçait avant cela dans une boîte de production, après des études dans l'audiovisuel. Il s'est depuis professionnalisé en tant que YTB. Sa chaîne comptabilise aujourd'hui plus de 900 000 abonnés et près de 67 millions de vues. Il fait partie des personnalités les plus visibles dans le champ de la vulgarisation culturelle sur YouTube. Il a collaboré deux fois avec le Louvre, pour un nombre de trois vidéos au total: un diptyque en 2016 et une troisième vidéo en 2017.

Histoire du musée du Louvre : à partir du donjon de Philippe Auguste, il retrace l'histoire du Louvre et de ses différentes fonctions et usages jusqu'à aujourd'hui.

4 expéditions au Musée du Louvre - Nota Bene #19: cette vidéo présente quatre découvreurs-Paul-Emile Botat, Olivier Rayet, Eustache de Lorey et Jean-François Champollion - et les œuvres qu'ils ont ramenées de leurs expéditions qui sont actuellement exposées au Louvre.

L'incroyable Joyau de François Ier: en lien avec l'actualité du Louvre qui souhaitait acquérir un livre d'heures appartenant à François Ier (avec un financement participatif) et présentait l'exposition temporaire *François Ier et l'art des Pays-Bas*. Cette vidéo est une présentation d'œuvres liées à ce roi et une présentation du livre d'heures.

⁶ Les chiffres liés aux vidéos qui seront annoncés dans ce travail (le nombre de vues, le nombre d'abonnés, de « like » ou de « dislike » notamment) seront mis à jour le plus souvent possible pour en donner une version la plus proche de la réalité possible. Cela étant, ces chiffres évoluent quotidiennement, on ne saurait donc les rapporter de manière rigoureusement exacte dans un travail s'étalant sur plusieurs mois et il se peut que des différences plus ou moins importantes (on ne sait jamais quand une vidéo va soudain connaître un pic de popularité) apparaissent entre le moment de l'écriture et de la lecture de ce travail.

Axolot est une chaîne créée en juin 2013 qui se décrit ainsi:« Curiosités, histoires étranges, sources d'étonnement ». Patrick Baud, son créateur, a animé une émission de radio et publié plusieurs livres dérivés de son blog créé en 2009, *Axolot*, dont est issue sa chaîne. Celle-ci regroupe des vidéos à propos de choses improbables et méconnues en art, en histoire, dans plusieurs villes, etc. Très visible également, la chaîne regroupe plus de 500 000 abonnés pour plus de 17 millions de vues. Une collaboration sous forme de diptyque a été réalisée avec le Musée du Louvre.

Les chefs-d 'œuvre méconnus du Louvre : dans cette vidéo sont présentées plusieurs œuvres du musée moins connues du grand public, mais néanmoins considérées comme des trésors.

- *Axolot #JO: Les curiosités du Louvre* : ici, Axolot revient sur des objets étonnants présents dans les collections du musée.

Le Fossoyeur de films est une chaîne de François Theurel, qui a réalisé en 2014 une thèse intitulée : *Le spectateur en mouvement : perspectives et impacts de la diffusion cinématographique numérique sur les pratiques spectatoriennes en milieu festivalier en lien avec les pratiques cinématographiques*⁷. Il exerce désormais professionnellement en tant que YTB. La chaîne, créée en septembre 2012, se consacre au cinéma (de genre, principalement), via des critiques et des analyses de films, et à la vulgarisation sur le monde du cinéma. Elle regroupe plus de 700 000 abonnés et cumule plus de 86 millions de vues. Le Fossoyeur de films a réalisé une collaboration sous forme de diptyque avec le Louvre.

La peinture au cinéma : cette vidéo revient à la fois sur le lien entre cinéma et composition picturale et sur l'utilisation de la thématique de l'art (notamment de la peinture) dans les films.

⁷ Cette thèse est consultable en ligne sur le site Archives ouvertes HAL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-00942685>

LE LOUVRE AU CINÉMA : ici sont présentées les diverses façons dont le cinéma a investi le Musée du Louvre, à la fois du point de vue technique et du point de vue des scénarios.

Calidoscope - Les Topovaures est tenue par Calie (Coralie Brillaud) depuis mars 2015. Calie a une formation en histoire de l'art et dans les métiers du web et de la culture, elle a travaillé en tant que formatrice et s'est depuis professionnalisée en tant que YTB. On pourrait classer cette chaîne dans une catégorie « culture générale » avec comme format principal des sujets très divers abordés sous forme de tops 5. Elle regroupe plus de 240 000 abonnés pour plus de 16 millions de vues. Là encore, sa collaboration avec le Louvre prend la forme d'un diptyque.

5 démons au musée du Louvre : la vidéaste parle de cinq démons issus de mythes et légendes à travers leurs apparitions dans les collections du musée.

Histoire de mythes au Louvre : cette fois, ce sont des mythes dont il est question, illustrés eux aussi au travers des collections du Louvre.

La Brigade du Livre est une chaîne consacrée à la vulgarisation en littérature cocrée en 2015 par Michael Roch, ou Kilke à l'écran, et Lilian Peschet. Elle propose plusieurs formats, de l'analyse de sujets littéraires à une web-série. Pour cette collaboration avec le Louvre, c'est Kilke, auteur et scénariste de science-fiction, qui est à l'écran avec un nouveau diptyque. La chaîne rassemble plus de 37 500 abonnés, pour environ 772 000 vues.

- *Au Louvre, l'art parle aussi aux écrivains !* : la vidéo est majoritairement une lecture d'extraits du livre *Le Louvre des écrivains*, écrit par Jean Galard et paru aux éditions Musée du Louvre en 2015.

L'imaginaire du Louvre: il s'agit d'une sorte de déambulation poétique dans la collection avec des références aux œuvres littéraires qui ont inspiré des œuvres exposées dans le musée et vice-versa.

Cyrus North (nous ignorons s'il s'agit d'un pseudonyme ou de son nom) a créé sa chaîne de vulgarisation éponyme après des études en école de commerce et en management. Il vit de sa chaîne spécialisée en philosophie, créée en juillet 2013. Elle compte plus de 347 000 abonnés pour environ 19 millions de vues, et la collaboration avec le Louvre se fait via un diptyque.

- *La Femme au Louvre* : cette vidéo évoque des œuvres liées, produites et inspirées par les femmes dans les collections en les décrivant rapidement.

5 Œuvres Inachevées au Louvre: la vidéo est une réflexion sur l'inachevé dans l'art avec quelques œuvres des collections du musée à l'appui.

Dirty Biology est une chaîne de vulgarisation en sciences et en biologie créée le 17 février 2014 par Léo Grasset et qui rassemble plus de 740 000 abonnés pour plus de 42 millions de vues. Il a réalisé un master en biologie évolutive et suivi une formation de journaliste et vit désormais de sa chaîne. Les deux vidéos réalisées en partenariat avec le Louvre sont aussi une collaboration avec Manon Bril (Manon Champier) de la chaîne **C'est une autre histoire**. Manon Bril est docteure en histoire contemporaine depuis 2018, spécialiste des usages de l'image d'Athéna au XIXe siècle, et elle vit désormais de sa chaîne. Celle-ci se spécialise dans l'histoire et l'histoire de l'art, notamment autour de la mythologie gréco-romaine, mais pas uniquement. Cette chaîne a été lancée en juin 2015 et compte plus de 230 000 abonnés pour plus de 6 millions de vues.

- *Existe-t-il une beauté absolue ? - DBY #39 au Louvre* : quelques œuvres des collections du Louvre servent de prétexte à évoquer la question des canons de beauté en art, dans la société et à la réflexion sur le beau absolu, avec l'éclairage de la science.
- *La science des mythes*: cette vidéo se propose de réfléchir à l'origine de divers mythes en illustrant le propos via quelques images d'œuvres.

Romain Tea Time est une chaîne lancée en novembre 2014 et dont le créateur semble avoir décidé de quitter YouTube début 2019 pour aller s'installer en Angleterre et y trouver un nouveau travail après avoir été **YTB** en autoentrepreneur. Les deux principaux formats sont historiques, avec des biographies humoristiques et des anecdotes variées. La chaîne comptabilise près de 175 000 abonnés pour plus de 13 millions de vues. Deux vidéos en diptyque ont été réalisées avec le Louvre.

Louvre UNDERGROUND ! CuriosiTea : le créateur raconte des anecdotes qui se sont déroulées sous le Louvre, avec présentation des salles d'exposition qui se trouvent en sous-sol dans le musée.

Toits du Louvre: la vidéo, tournée sur un des toits du musée, rassemble quelques anecdotes sur l'histoire du Louvre et son architecture.

NaRT l'art en 3 coups de pinceau existe depuis avril 2015 et est une chaîne de vulgarisation spécialisée en histoire de l'art (analyses d'œuvres, biographies d'artistes, présentation de courants artistiques, visites d'expositions, etc.). NaRt (Natacha) a une formation en commerce, un master en art contemporain et elle est actuellement professeure des écoles. Elle rassemble plus de 31 000 abonnés pour près d'un million de vues. Elle a réalisé trois vidéos avec le Louvre: un format vlog en 2017 (que nous n'incluons pas dans le corpus) puis un diptyque en 2018.

S'il vous plaît ...dessine moi un roi! ART et POUVOIR au LOUVRE: cette vidéo - tournée en costume du XVIII^e siècle - évoque la question de la légitimation du pouvoir à travers l'art en s'appuyant sur des œuvres de la collection.

Le pouvoir ... Au féminin!: le propos ici est de montrer comment le pouvoir des femmes s'est exercé à côté de celui des hommes en s'appuyant là encore sur quelques œuvres de la collection.

Les Revues du Monde est une chaîne de vulgarisation en histoire et archéologie tenue par Charlie Danger (il s'agit de son nom et d'un diminutif de son prénom) depuis juillet 2014. Après avoir commencé une carrière de surfeuse, interrompue pour blessure, celle-ci a débuté des études en histoire de l'art et archéologie avant de se consacrer entièrement à sa chaîne. Elle rassemble près de 510 000 abonnés pour plus de 15 millions de vues. La collaboration avec le Louvre a pris la forme d'un diptyque. Il s'agit des deux vidéos les plus récentes de la liste de lecture du musée.

Comment fabriquer une momie ? - Tuto Antique : sous forme de tutoriel humoristique, la vidéaste explique les étapes de momification d'un corps.

- *Mythes en Égypte : Fake news ou réalité ?* : vidéo consacrée à déconstruire les clichés sur l'Égypte ancienne ancrés dans la culture populaire.

CHAPITRE II

ANALYSE

Nous allons maintenant appliquer notre grille d'analyse au corpus présenté ci-dessus, afin de déterminer si les vidéos étudiées remplissent ou non les critères de l'interprétation. Pour cela nous allons reprendre les questions développées plus haut et tenter d'y répondre par l'affirmative ou la négative, en apportant les nuances nécessaires qui ressortent non seulement des collaborations YTB-MDL, mais aussi de ce que disent les YouTubeur.euse.s de leur vision de la vulgarisation et de leur pratique⁸. La grille complétée avec nos remarques et nos notes sur les vidéos se trouve en Annexe D. Notons que l'analyse réalisée ici est forcément subjective, car, si elle est basée sur des critères développés à partir de lecture et d'un cadre théorique précis, elle va forcément être imprégnée du ressenti personnel de l'auteurice de ce travail vis-à-vis des vidéos étudiées.

2.1 La structure et le contenu de l'interprétation sur YouTube

2.1.1 Raconter une histoire

La vidéo raconte-t-elle une histoire ou présente-t-elle une addition d'informations? Le propos est-il centré sur un sujet exploré au complet?

Nous avons rassemblé ces deux questions dans cette partie, car, au vu des résultats dans la grille d'analyse, il nous a semblé pertinent de les traiter ensemble.

⁸ Certain.e.s YTB de notre corpus seront surreprésenté.e.s dans cette partie tandis que d'autres ne le seront pas du tout. Cet écart est dû au fait que ce sont souvent les mêmes qui s'expriment sur leur pratique dans les sources que nous avons recensées (Nota Bene et Manon Bril notamment). Un autre facteur est que nous allons aussi nous appuyer sur le mémoire de Chloé Bruneau, *La vulgarisation culturelle sur YouTube*, dans lequel se trouvent des extraits d'entretien très éclairants, mais avec seulement deux des créatrices de notre corpus, NaRT et Manon Bril. Néanmoins, un effort a été fait pour varier les voix autant que possible.

Afin de séparer les vidéos répondant au critère « raconter une histoire » de celles dont le propos n'est qu'une addition d'informations, nous avons tenté de repérer celles dont le discours a un début, une progression logique, et une fin - comme dans une histoire. Souvent, cela va de pair avec un sujet centré : la plupart des vidéos dont le propos s'éparpille ou digresse beaucoup sont plus fastidieuses à suivre. Il faut noter cependant qu'à ce critère de progression logique s'ajoutent des aspects propres à chaque YTB ou chaque vidéo. En effet, même dans des vidéos où la progression logique n'est pas évidente, l'écriture, le ton de la voix et la façon de filmer jouent sur le ressenti.

Pour en venir à la grille, nous avons constaté deux formats narratifs différents :

- L'un où les œuvres sont au centre de la vidéo, et où le discours saute généralement d'œuvre en œuvre avec ou sans transition.

L'autre où la collection est utilisée pour illustrer un propos plus général, où le discours est généralement filé et où les œuvres sont présentes uniquement ponctuellement, voire inexistantes. Notons que ce format est largement majoritaire parmi nos vidéos, et que dans certaines d'entre elles, le Louvre et sa collection disparaissent presque totalement. Le musée sert alors presque uniquement d'arrière-plan (DBY-MYTHE et DBY-BEAUTÉ).

De ce constat nous avons déduit le tableau suivant :

Œuvres au centre		Propos au centre	
Une histoire	Addition d'informations	Une histoire	Addition d'informations
AXL-CHEFŒUVRE	NB-JOYAU	ROM-MOMIE	NART-POUVOIR
AXL-CURIOSITÉ	CN-INACHEVÉ	RDM-ÉGYPTE	DBY-MYTHES
BOL-IMAGINAIRE	CN-FEMME	NART-FEMMES	DBY-BEAUTÉ
	RIT-UNDERGROUND	BOL-LIVRE	
	RIT-TOITS	CAL-DÉMONS	
		CAL-MYTHES	
		FF-CINÉMA	
		FF-PEINTURE	
		NB-EXPÉDITIONS	
		NB-HISTOIRE	

TABLEAU 1 RÉPARTITION DES VIDÉOS SELON LE FORMAT NARRATIF

Il apparaît ici clairement que les vidéos qui racontent une histoire appartiennent surtout à ce second format où le/la vidéaste déroule son discours en s'appuyant sur le musée et ses œuvres pour illustrer son propos. Les vidéos qui appartiennent au premier format et qui parviennent tout de même à raconter une histoire - soit les deux vidéos d' Axolot et BDL-IMAGINAIRE - sont parmi celles où la façon de filmer (qui mime une déambulation), le ton de la voix et l'écriture font la plus grande partie du travail. Plus que le propos lui-même, c'est clairement l'écriture poétique qui est au centre de BOL-IMAGINAIRE; quant à Axolot, c'est avant tout un homme de radio, et cet aspect de sa formation est bien mis en évidence ici.

Parmi les vidéos qui réussissent à embarquer le/la spectateur.ice dans une histoire, on trouve encore plusieurs formats. Soit la narration est éclatée en chapitres (des transitions claires, des noirs, des vignettes avec le titre de la prochaine séquence) et on peut même alors avoir plusieurs histoires dans une même vidéo. Par exemple, les vidéos de Calie (CAL-DÉMONS; CAL-MYTHES) qui racontent plusieurs mythes ou l'histoire de plusieurs démons en les illustrant avec une iconographie en majorité issue des collections du Louvre. Soit encore le propos est structuré de manière logique comme, assez classiquement, en ordre chronologique avec des bornes temporelles et/ou géographiques. Ici on peut citer NART-FEMMES qui précise qu'elle parle des femmes en France « du Moyen Âge à la Révolution française » (2018, 01:10) ou NB-HISTOIRE où Nota Bene retrace l'histoire du Louvre du **XIX^e** à la fin du **XX^e** siècle, faisant même apparaître les dates à l'écran au fil de son discours. Enfin, certain.e.s YTB annoncent clairement un plan et/ou le changement de partie dans la vidéo, à l'oral ou à l'écran, et structurent leur propos comme on pourrait le faire d'une communication ou un article scientifique. En l'occurrence, les deux vidéos du Fossoyeur de Films ont la même structure (et le même aspect réflexif) qu'une dissertation.

En dehors de la qualité technique ou d'écriture, ce qui fait de ces vidéos une réussite du point de vue de la narration - donc, ce qui donne cette sensation de suivre une histoire - c'est la structure. Dans ces vidéos, on sait où on s'en va, quel est le sujet et on est capable de suivre la logique presque sans effort d'attention : le propos est

centré dans toutes ces vidéos. Notons tout de même une exception : NB-EXPÉDITIONS, où les histoires des expéditions se perdent parfois un peu dans les nombreuses informations sur l'histoire des départements du Louvre dans lesquels est tournée la vidéo ou les temps de focus sur une œuvre entre deux séquences.

Si ce qui est raconté dans une vidéo est bien centré sur un sujet précis (sujet la plupart du temps bien annoncé dans les titres des vidéos), c'est que les YTB ont été capables de faire des choix et de sélectionner les informations sur des sujets parfois très larges, pour rendre le tout intelligible. C'est un des points cruciaux évoqués par Tilden (notamment) lorsqu'il s'agit de raconter une histoire: il faut sélectionner pour ne pas noyer le public sous les informations (Tilden, 2007, p. 49). Il écrit que c'est l'une des caractéristiques du travail de vulgarisation, ce qui différencie les médiateur.ice.s des spécialistes, pour qui il est plus difficile de se mettre à la place d'un public néophyte qui ne peut pas ingérer toutes les nuances d'un sujet qu'il ne connaît pas ou peu. Ce discours se retrouve presque mot pour mot chez beaucoup de YTB, notamment chez Manon Bril (même si, paradoxalement, ses vidéos avec Dirty Biology font partie de celles qui sont trop denses et dans lesquelles on manque de structure et de hiérarchisation des informations) et Nota Bene :

Souvent les spécialistes sont très mauvais vulgarisateurs (...) Quand on est super pointu dans un sujet, on a parfois du mal à se rendre compte que tout le monde ne peut pas comprendre, on a du mal à faire le deuil de certaines précisions, on a l'impression finalement qu'on appauvrit un peu son propos. Et certains spécialistes regardent même la vulgarisation avec mépris. (Manon Bril et Nota Bene, 11 avril 2018, 01:08)

Ainsi, à la question de savoir si les vidéos rencontrent ce premier principe de l'interprétation qu'est « raconter une histoire », nous répondons par l'affirmative, en notant à la fois quelques exceptions, mais aussi qu'ils tendent à faire la même distinction entre interprète et spécialiste - distinction que nous allons traiter plus précisément dans la partie suivante.

2.1.2 Les YouTuBeur.euse.s ne sont pas des professeur.e.s

Le format est-il divertissant ou éducationnel ?

Avant de rentrer plus avant dans cette partie, il nous paraît important de préciser que la vulgarisation - et donc notre corpus de vidéos - a évidemment un double but: celui de divertir, mais aussi celui d'enseigner des choses au public, car sans la volonté d'apporter même un minimum de connaissances, la vulgarisation n'a pas lieu d'être. Seulement, ce qu'on cherche à savoir ici, c'est quel aspect, de l'éducation ou du divertissement, est mis en avant.

Pour répondre à cette question, nous avons pris en compte plusieurs critères tels que le type de sujet et le type d'informations présentés dans les vidéos (le nombre de dates ou d'informations factuelles, la présence ou non d'analyses d'œuvres, un contenu similaire à celui qu'on pourrait retrouver dans un cours...). Nous avons aussi observé l'attitude des YTB avec des indicateurs comme le rythme de parole, le positionnement, etc. Le tableau suivant en a été déduit:

FORMAT DIVERTISSEMENT	FORMAT ÉDUCTION
RDM-ÉGYPTE	NART-POUVOIR
RDM-MOMIE	NART-FEMMES
NB-JOYAU	NB-HISTOIRE
DBY-BEAUTÉ	NB-EXPÉDITIONS
DBY-MYTHES	
CN-INACHEVÉ	
CN-FEMME	
BDL-LIVRE	
BDL-IMAGINAIRE	
CAL-MYTHES	
CAL-DÉMONS	
FF-PEINTURE	
FF-CINÉMA	
AXL-CURIOSITÉS	
AXL-CHEFOEUVRE	
RTT-UNDERGROUND	
RTT-TOITS	

TABLEAU 2 REPARTITION DES VIDEOS SELON LEUR ASPECT DIVERTISSANT OU ÉDUCTIONNEL

Et comme on peut le constater ici, la grande majorité des vidéos met en avant l'aspect divertissement face à l'aspect éducation. On trouve par exemple des sujets entièrement tournés de manière amusante, comme RDM-MOMIE où Charlie Danger propose un tutoriel sur la façon de réaliser sa propre momie à la maison (tout en apportant des encarts informatifs mettant en contexte la pratique de la momification). On a également une série de vidéos qui tournent autour d'anecdotes comme celles de Calie qui raconte plusieurs petites histoires de démons ou plusieurs mythes, et celles de Dirty Biology et Manon Bril, notamment DBY-BEAUTÉ qui soulève quelques «*fun facts* » de la biologie sur des questions étonnantes. On a enfin les formats qui consistent simplement à se promener dans le Louvre en s'arrêtant sur quelques œuvres plus ou moins raccrochées à un fil conducteur : les vidéos d'Axolot, celles de Cyrus North, de la Brigade du Livre et de Romain TeaTime, ou encore celles du Fossoyeur de Films, qui invitent à redécouvrir le musée sous l'angle du cinéma.

Finalement, seules quatre vidéos: NART-POUVOIR, NART-FEMMES, NB-HISTOIRE et NB-EXPÉDITIONS ont été classées dans le format éducationnel. Ces vidéos - c'est particulièrement visible dans celles de NaRt - pourraient tout à fait être transposées en conférences ou même dans un cours. Elles sont structurées chronologiquement, présentent un certain nombre de dates ou même des analyses d'œuvres plus ou moins détaillées pour celles de NaRT. L'aspect divertissement est présent, mais le format ressemble d'assez près à celui d'une conférence.

Pour autant, même chez NaRT et Nota Bene, on trouve un discours assez unanime parmi les YTB en vulgarisation qui consiste à dire que vulgariser ce n'est pas donner un cours, et qu'à aucun moment, ils/elles ne remplacent un.e professeur.e. On peut citer Nota Bene qui, dans une conférence en duo avec une historienne française, Catherine Brice, explique : « soyons clair, c'est pas des cours, j'ai pas vocation à remplacer des cours, mais qui sont une première marche pour s'intéresser à l'histoire » (Brice et Nota Bene, 24 novembre 2016, 06:55). On retrouve le même discours chez Manon Bril, avec cette idée, qui rejoint encore une fois presque

textuellement les principes de l'interprétation, que la vulgarisation est destinée à provoquer la curiosité chez le public :

Les vidéos de vulgarisation, ce ne sont pas des cours. Elles n'ont pas cette prétention, déjà. Elles ont pour but d'intéresser, de susciter la curiosité, mais non, elles ne remplacent pas un prof. Et à la fin, en général, on se rappelle de peu de choses, ça va trop vite pour ça, et ça n'est pas l'objectif (...). Par contre, en rendant curieux ça pousse éventuellement à aller plus loin ailleurs, à consulter les sources. Ou ça permet juste de passer un bon moment, et il n'y a pas de mal à ça. (*Manon Bril et Nota Bene, 11 avril 2018, 12:55*)

Une autre façon de provoquer la curiosité pour les YTB est aussi d'indiquer leurs sources, soit à la fin de la vidéo, soit dans la description, afin de permettre au public d'aller plus loin s'il le souhaite, mais tou.te.s ne le font pas.

Il faut également s'arrêter quelques instants sur la question de l'humour, que Beck et Cable conseillent d'utiliser avec parcimonie (2002, p. 101). L'humour est une des marques de fabrique du format YouTube (Bruneau, 2018, p. 35) et on la trouve déclinée sous plusieurs formes dans notre corpus. La vidéo RDM-MOMIE est presque entièrement humoristique: elle démarre avec l'assistant de Charlie Danger qui a détruit une momie et qui tue l'ingénieure son de leur équipe pour pouvoir en créer une de remplacement. Puis tout le reste constitue un tutoriel qui imite les formats *Do It Yourself* ou les fameux tutoriels beauté qui sont monnaie courante sur YouTube. On a aussi des vidéos où l'humour repose sur des blagues plus ou moins potaches, l'humour «potache» étant par exemple l'une des caractéristiques de Manon Bril (Bruneau, 2018, p. 38) (nous vous invitons à prononcer ce pseudonyme à voix haute pour vous en rendre compte). Dans les vidéos avec Dirty Biology, on la voit par exemple hésiter à toucher le postérieur d'une sculpture antique ou relever l'aspect sexuel des propos de son camarade (DBY-BEAUTÉ, 2017, 01:30, 01:50). Mais le mode d'utilisation de l'humour le plus répandu dans notre corpus tient surtout à des touches ponctuelles, à des remarques amusantes et à un ton ironique et/ou amusé qui suffit parfois à différencier ce que fait un.e YTB de ce qu'aurait fait un conférencier (les vidéos de NaRT et celles de Nota Bene sont particulièrement parlantes de ce point de vue là, ainsi que, dans une moindre mesure, celles du Fossoyeur de Films).

Cet usage de l'humour, les YTB y sont attaché.e.s et ils/elles le défendent à la fois comme une façon de divertir l'auditoire, mais aussi comme un outil utile. Citons par exemple NaRT dans son entretien avec Chloé Bruneau:« Je suis très attachée au fait de faire de l'humour. Je pense qu'il faut faire des moments d'aération, sinon les gens ne tiennent pas» (2018, p. 36) ou encore Manon Bril:

Ce n'est pas obligatoire, mais ça peut être un outil précieux. Si tu fais une blague à propos du contenu, les gens vont avoir besoin de se souvenir du contenu pour retrouver la blague et cela aide à retenir. Et je fais aussi des blagues qui n'ont rien à voir, car elles permettent des respirations dans le rythme de mes vidéos qui va très vite. (Manon Bril, citée par Omar Belkaab, 26 juin 2016)

Cette dernière défend d'ailleurs avec flamme cet outil, contre une partie du public qui aurait tendance à considérer avec méfiance tout propos scientifique traité avec humour (Michaut, 2015, p. 103):

Ils s'arrêtent à la forme et ne font pas la différence avec le contenu, donc ils estiment que la vidéo est débile. Pour moi, ce sont ces gens-là qui desservent le plus !'Histoire ; parce que c'est cette mentalité qui fait que !'Histoire passe pour une discipline élitiste, qui n'est pas accessible à tout le monde. C'est ce qui fait que certains trouvent ça ennuyeux, s'en sentent exclus ou en sont effrayés.[...] Je pense qu'il faut arrêter de penser que l'humour nuit à !'Histoire ou l'appauvrit, parce que ça n'a rien à voir. Par contre, tu as le droit de ne pas aimer. Ça, c'est autre chose. En effet, mon humour est très potache, et je comprends que ça ne plaise pas à tout le monde. (Manon Bril, citée par Bruneau, 2018, p. 38)

Quoi qu'il en soit, que ce soit en faisant un usage important ou pas de l'humour, les YTB font bien une différence très marquée entre leur pratique de vulgarisation et l'éducation. Notons néanmoins que le discours de ces dernier.ère.s n'est pas toujours aussi unanime sur le niveau de connaissance que doit apporter la vulgarisation. Chloé Bruneau, dans son mémoire, a notamment séparé le point de vue principalement axé sur le divertissement de Manon Bril (que nous avons déjà détaillé plus haut) et celui de NaRT, pour qui la vulgarisation doit tout de même avoir une vocation de démocratisation des connaissances (Bruneau, 2018, p. 42).

Il y a une différence entre vulgariser et simplifier. Certains vulgarisateurs suppriment la complexité du propos. Ils ne rendent pas la complexité plus accessible, ils l'enlèvent. Comme ça, ils sont sûrs que les gens comprennent. Ce qui est difficile dans la vulgarisation, c'est de prendre un propos complexe et de le rendre accessible à tout le monde. Pas juste d'enlever la complexité ; ça, c'est facile, tout le monde peut le faire. Je pense que les deux dangers de vulgarisation, c'est soit de faire un truc imbuvable, qui ne s'adresse qu'à des spécialistes ; c'est la vulgarisation inaccessible, quand on est tellement dans son domaine qu'en fait on ne parle à personne ; et il y a la vulgarisation où tout le monde a un QI d'environ 25. (NaRT, citée par Bruneau, 2018, p. 42-43)

2.1.3 Divertir et provoquer la curiosité

L'interprétation - ou la vulgarisation - doit divertir et provoquer la curiosité du public pour les sujets abordés. Nous allons donc observer plus précisément quels outils sont mis en place par les YTB pour atteindre cet objectif, au travers des deux questions posées dans la grille.

L'angle et le format sont-ils originaux et/ou étonnants?

Afin de définir ce qui est original et/ou étonnant dans les vidéos de notre corpus, nous avons cherché des formats et des sujets que l'on n'a pas l'habitude de voir au musée (tout en prenant en compte qu'a priori, le fait que nous parlions ici de collaborations entre le Louvre et des YTB est déjà une originalité). Nous avons ainsi réparti les vidéos dans le tableau suivant :

	Format		Sujet/angle	
	Classique	Original	Classique	Original
RDM-ÉGYPTE	X		X	
ROM-MOMIE		X		X
NART-POUVOIR	X		X	
NART-FEMMES	X		X	
NB-JOYAU	X		X	
DBY-BEAUTÉ	X			X
DBY-MYTHES	X			X
CN-INACHEVÉ	X			X
CN-FEMME	X		X	
BOL-LIVRE	X			X
BOL-IMAGINAIRE	X		X	
CAL-DÉMONS	X		X	
CAL-MYTHES	X		X	
FF-CINÉMA	X			X
FF-PEINTURE	X			X
AXL-CURIOSITÉS'	X		X	
AXL-CHEFOE	X		X	
NB-EXPÉDITIONS	X			X
NB-HISTOIRE	X		X	
RTT-UNDERGROUND	X			X
RTT-TOITS	X			X

TABLEAU 3 RÉPARTITION DES VIDÉOS SELON L'ORIGINALITÉ DU FORMAT ET DU SUJET

La première chose que l'on constate, c'est qu'il est plus facile de se démarquer au niveau du sujet ou de l'angle avec lequel le sujet est abordé qu'au niveau du format, c'est-à-dire de la façon dont le discours est amené. Et en effet, la plupart des vidéos ressemblent... à des visites guidées, dont la principale - et parfois la seule - différence avec une visite guidée au musée, c'est qu'il s'agit là de vidéos présentées par des YTB. Le terme « visite guidée » est d'ailleurs employé par certain.e.s des vidéastes eux-mêmes (FF-CINÉMA, 01:54; AXL-CURIOSITÉS, 09:00). Mais même sans cela, une fraction assez importante des vidéos de la LDL du Louvre consiste à nous emmener d'une œuvre à une autre (que ce soit dans un format qui se concentrent sur lesdites œuvres ou sur le propos du/de la YTB). On a même très régulièrement des plans - souvent sans aucun rapport avec ce qui est dit au même

moment - qui consistent à montrer les YTB en train de se promener dans le musée vide (BDL-IMAGINAIRE; NB-JOYAU; CN-INACHEVÉ ... pour n'en citer que quelques-unes). Ou alors, c'est la caméra qui déambule dans les salles et donne ainsi l'impression aux spectateur.ice.s d'y être (FF-CINÉMA).

Notons par ailleurs que certains YTB intègrent des codes très classiques de YouTube à leur vidéo au Louvre. Ici, la vidéo RDM-MOMIE a été considérée comme ayant un sujet et un format original (car on explique rarement dans les détails le processus de momification), mais cette vidéo est sous la forme d'un tutoriel. Or, on l'a dit plus haut, le tutoriel est un des formats classiques de YT (on en revient aux éternels « tutos beauté » bien connus de la plateforme). La vidéaste a adapté cette collaboration aux codes classiques de YT, et ce qui fait son originalité.

Si l'on se penche du côté de ce que disent les YTB sur les formats de la vulgarisation sur YouTube, on peut noter qu'ils attachent une grande importance non seulement au fond, mais aussi- voire surtout- à la forme de leur propos. « Vulgariser, ça n'est pas qu'une affaire de contenu, c'est même que cinquante pour cent du job. La forme est extrêmement importante elle aussi. (...) En réalité, malheureusement, la forme est bien plus puissante que le contenu » disent Manon Bril et Nota Bene dans leur vidéo consacrée aux bonnes façons de faire de la vulgarisation (11 avril 2018, 08:30). Ils précisent également qu'une personne qui raconte des énormités, mais qui le fait très bien, sera probablement plus écoutée qu'une autre dont le propos serait très intéressant, mais dans un emballage moins attirant. Dirty Biology, dans une des éditions de la Nuit Originale sur YouTube, considère quant à lui, à propos de la mise en forme : « pour moi, en termes de temps passé, c'est quatre-vingts pour cent du job, presque quatre-vingt-dix » (31 mai 2016, 36:30).

Cette attention à la forme, elle se traduit dans notre corpus - on l'a vu - avec des formats plus ou moins originaux, mais aussi avec un outil très répandu (et pas uniquement sur YT) : le piège à clic. C'est la traduction officielle, selon l'Office québécois de la langue française, de l'anglais *clickbait* mais c'est le mot « putaclic » qui est le plus répandu sur le Web français. Le piège à clic, c'est une façon de

conduire le plus d'internautes possible à aller voir une page (donc à cliquer sur un lien qui y conduira) et cela passe souvent par un visuel et/ou un titre racoleur et sensationnel ou intrigant. Certain.e.s des vidéastes de notre corpus sont des habitué.e.s de cette pratique, mais elle n'est pas beaucoup utilisée dans la LDL du Louvre. On pourrait citer le titre de *NART-POUVOIR, S'il vous plaît... dessine moi un roi! ART et POUVOIR au LOUVRE*, qui attire l'œil à la fois avec une référence connue (*Le Petit Prince* de Saint-Exupéry), une faute de syntaxe volontaire et des majuscules. Le titre de la vidéo de Charlie Danger *Mythes en Égypte : Fake News ou réalité ?* pourrait être considéré comme piège à clic comme tout ce qui contient l'expression *fake news*. Les YTB justifient l'utilisation du piège à clic comme façon légitime et efficace d'attirer les internautes dans la mesure où il n'est pas mensonger sur le contenu (Manon Bril et Nota Bene, 11 avril 2018, 11:35; Version Originale, 31 mai 2016, 35:03). Signalons dans la LDL du Louvre un exemple de mauvais piège à clic : les deux vidéos de Romain TeaTime *Louvre UNDERGROUND !* et *Toits du Louvre* qui semblent promettre des visites des souterrains et des toits du Louvre et de découvrir des lieux exclusifs. Finalement, à l'exception d'un ancien bunker d'ordinaire inaccessible au public dans la vidéo RTT-UNDERGROUND, il n'en est rien.

La vidéo fait-elle appel à des références collectives et/ou à l'actualité?

Pour répondre à cette question, nous avons cherché dans les vidéos des références, à l'actualité, ainsi qu'à l'imaginaire collectif et la pop culture. Utiliser cette dernière pour faire résonner un propos scientifique avec des éléments culturels actuels est une pratique récurrente dans la vulgarisation sur Internet (Bruneau, 2018, p. 39).

Dans la grille en Annexe D, on constate que les références à l'actualité sont peu nombreuses, voire inexistantes, à l'exception de quelques occurrences comme dans CAL-MYTHES qui mentionne les *selfies* dans sa réflexion sur l'histoire de Narcisse (01:53) ou dans RDM-MOMIE qui conclut sa vidéo de manière assez marquante:

Pour toutes les personnes un petit peu sensibles qui se diraient que, voilà, couper dans un corps, en extraire les viscères, le saler et le sécher, c'est un processus un petit peu violent... L'astuce c'est vraiment d'essayer de se rassurer et de se dire que, voilà, c'est jamais rien de plus que ce qu'on fait déjà aux animaux. (09:30)

En revanche, certaines vidéos ont été produites en lien avec l'actualité du Louvre, pour reprendre ou prolonger le propos d'une exposition, ou même faire la promotion d'un événement. Plusieurs vidéos sont notamment à mettre en lien avec les thématiques successives de la Petite Galerie du Louvre (un espace du musée ouvert récemment et qui propose une nouvelle exposition pour chaque année scolaire), en particulier NART-POUVOIR et NART-FEMMES. En effet, en 2018, le thème de la Petite Galerie était *Théâtre du pouvoir*⁹, et ce sous-titre apparaît dans les deux vidéos de NaRT (NART-FEMMES, 00:38; NART-POUVOIR, 00:45). Quant à la vidéo de Nota Bene intitulée *Le Joyau de François Ier*, il s'agit d'une commande du musée (c'est indiqué dans la description de la vidéo par le YTB) et elle fait à la fois la promotion de l'exposition alors en cours, *François I^r et l'art des Pays-Bas* (18 octobre 2017-15 janvier 2018), et celle de *Tous mécènes!* Il s'agit d'un programme de financement participatif lancé par le musée auprès de son public pour acquérir un livre d'heures lié à François Ier_

Pour ce qui est de l'imaginaire collectif et de la pop culture, ce sont des outils régulièrement utilisés dans les vidéos de notre corpus. La vidéo RDM-ÉGYPTE, par exemple, consiste à revenir sur les clichés sur l'Égypte ancienne qui font partie des croyances populaires. Notons par ailleurs que décortiquer des idées reçues sur un sujet pour rappeler ce qu'il en est vraiment est un format assez classique de la vulgarisation scientifique. Mais un autre ressort est de faire appel à des éléments de la pop culture pour relier ce dont ils/elles sont en train de parler à des références potentiellement connues du public. On peut reprendre l'exemple de RDM-ÉGYPTE où, dans la séquence consacrée aux scribes, la YTB fait référence au célèbre monologue d'Otis, le scribe du film *Astérix et Obélix: Mission Cléopâtre* réalisé par Alain Chabat en 2002 (RDM-ÉGYPTE, 04:28, 05:44). Mais Charlie

⁹ Les archives des expositions du Louvre sont toutes disponibles sur le site Web du musée : <https://www.louvre.fr/expositions/theatre-du-pouvoir>

Danger n'est pas la seule à se servir de références populaires, et une grande partie des vidéos de notre corpus est parsemée de petits clins d'œil : AXL-CURIOSITÉS parle d'une œuvre qui représente le démon du film *L'Exorciste* (William Friedkin, 1973); CAL-DÉMONS mentionne des jeux vidéo dans lesquels les démons abordés dans la vidéo apparaissent (1:48); RTT-UNDERGROUND mentionne le film *Da Vinci Code* (Ron Howard, 2006)... Le *Da Vinci Code* est aussi mentionné à plusieurs reprises dans les vidéos du Fossoyeur de Films, qui sont par ailleurs évidemment remplies de références cinématographiques. La pop culture repose aussi sur une forme d'humour visuel que sont les *memes*, des images (généralement assez célèbres, mais pas toujours, ou alors des œuvres d'art anciennes) qui circulent sur Internet auxquelles on ajoute une légende contemporaine, et on en trouve là aussi chez Charlie Danger (RDM-ÉGYPTE, 2018, 03:43) et Dirty Biology et Manon Bril (DBY-MYTHES, 2017, 0:24, 01:12, 03:40, 03:54...).

Notons que l'usage de la pop culture n'est pas réservé aux YTB. En effet, le Musée du Louvre lui-même y fait référence, notamment pour créer des parcours de visite thématiques. On peut trouver sur le site Web des parcours à consulter en ligne ou à imprimer intitulés « Da Vinci Code, huit siècles d'histoire » ou « JAY-Z et Beyoncé au Louvre » (<https://www.louvre.fr/parcours>).

Finalement, on constate que les vidéos de notre corpus obéissent, tout comme les situations de médiation au sein des musées, à des codes qui permettent de divertir les internautes, mais aussi - et peut-être surtout - de provoquer leur curiosité. Car capter l'attention - avec un titre accrocheur, un sujet intelligible et un format attractif - est un impératif sur YouTube. Manon Bril et Nota Bene expliquent qu'il faut « capter l'attention des gens dans les quinze premières secondes. C'est le temps moyen avant de zapper. » (2018, 10:33) En effet, comme l'écrit Geerk Lovink: « *We behave like hyperactive children receiving too little attention, and if we don't like something, we scream at the drop of a hat, or immediately turn to something else [...]* » (Lovink, 2008, cité par Bruneau, 2018, p. 36). Il est donc impératif pour les YTB d'attirer très vite la curiosité des internautes et de « relancer régulièrement

l'attention en posant des questions, avec des blagues [car] l'attention du public[...] est très volatile » (Manon Bril et Nota Bene, 2018, 11:25).

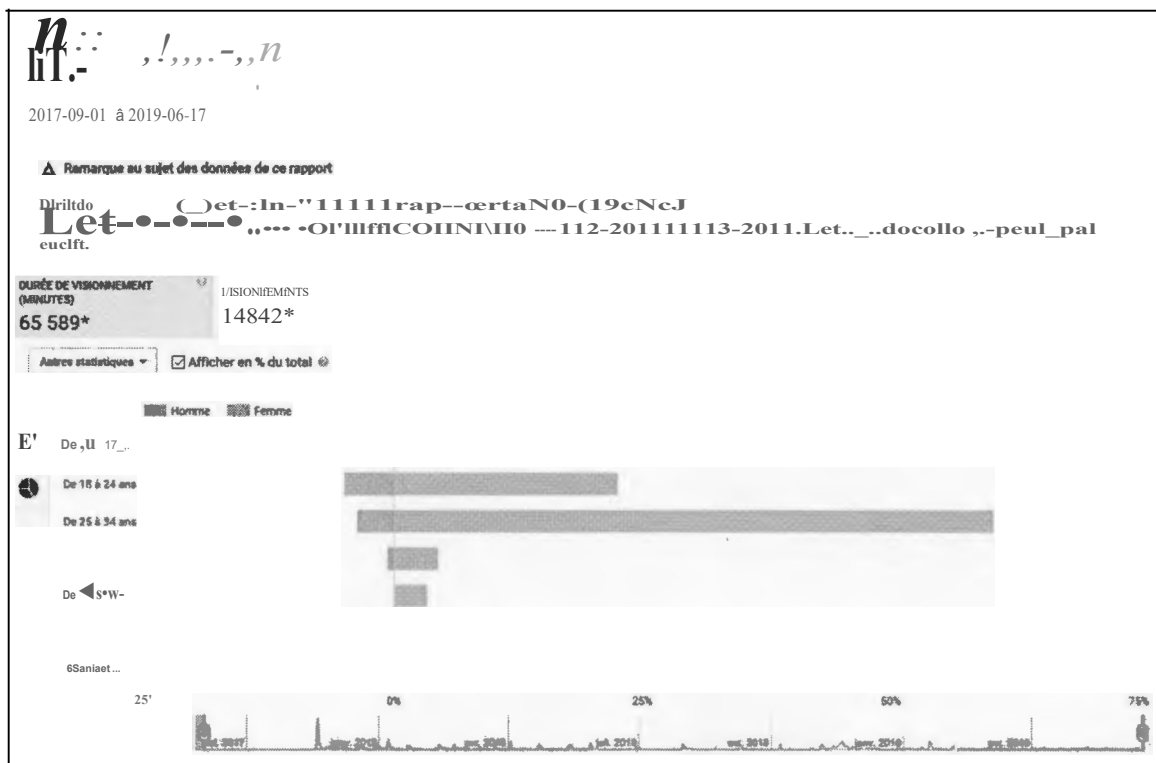
Et pour produire des vidéos capables de satisfaire tous ces critères propres non seulement à l'interprétation, mais aussi à la vulgarisation sur YouTube, les YTB de notre corpus ont besoin de développer un certain nombre de compétences, comme nous le verrons dans la section suivante.

2.2 Les compétences des YouTubeur.euse.s

2.2.1 Connaître son public sur YouTube

Les YTB démontrent-ils/elles une certaine connaissance et une adaptation à leur public cible ?

A priori, il peut sembler difficile, voire impossible de connaître son public sur YT aussi bien que quand on l'a face à soi dans une visite guidée ou dans une autre activité de médiation. Néanmoins, YT propose un outil pour permettre aux vidéastes d'avoir un aperçu de leur audience : les données analytiques.



CAPTURE D'ÉCRAN DES DONNÉES ANALYTIQUES DE LA CHAÎNE *DIS CLIO* (21 JUTN 2019)

Cet outil permet aux YTB d'avoir accès à des informations (qui proviennent a priori des données Google et/ou des comptes YouTube des internautes) sur les personnes qui consultent leurs vidéos. Sur cette image, on voit la répartition des personnes qui visionnent les vidéos de la chaîne *Dis Clio*¹⁰ par âge et par genre (parmi d'autres données disponibles). On constate que les tranches d'âge les plus représentées sont les 18-24 ans et surtout les 24-35 ans, et que le public de la chaîne est majoritairement féminin. Dans une entrevue pour le webzine *MadmoiZelle* en 2018, Manon Brill explique que son public est également majoritairement composé de 18-35 ans (23 juin 2018, 15:51). En revanche, sa chaîne a un public aux trois quarts masculin, « ce qui est pas mal en vulgarisation » (23 juin 2018, 16:35). En effet, un certain nombre de YTB ont récemment constaté que les hommes constituent la

¹⁰ Ce n'est pas l'une des chaînes de notre corpus, mais seul.e le créateur ou la créatrice a accès à ces données, il s'agit donc ici de la chaîne de l'autrice de travail dirigé.

majorité de leur audience, ce qui a d'ailleurs donné lieu à une enquête dans le même webzine (Marie, 31 juillet 2018).

Quoi qu'il en soit, les YTB peuvent avoir un portrait plus ou moins détaillé de leur public, d'autant plus que la plateforme donne la possibilité aux créateur.ice.s et à leur spectateur.ice.s d'interagir via la section des commentaires, présente sous chaque vidéo. Cette connaissance statistique du public permet aux YTB de réfléchir à qui ils souhaitent s'adresser. Dans leur vidéo *Comment bien vulgariser ?*, Nota Bene et Manon Bril abordent même ce point en premier :

Il faut définir ce public. Tout d'abord il faut réfléchir à qui vous souhaitez vous adresser, et ça, ça va conditionner le vocabulaire que vous allez employer(...) vous ne pourrez pas répondre aux attentes de tout le monde (Manon Bril et Nota Bene, 11 avril 2018, 01:53)

Pour Manon Bril, « le public visé est novice et n'est pas spécialiste de l'histoire, voire un peu fâché avec » (Belkaab, 26 juin 2016). Quant à NotaBene, il propose des formats plus variés :

J'ai autant des formats qui sont très développés et plutôt sérieux (...) ça peut être des doubles épisodes de vingt, vingt-cinq minutes chacun (...) et puis j'ai des vidéos qui sont très facilement digérables, même pour ceux qui sont allergiques à l'histoire, c'est-à-dire des petites vidéos de trois minutes(...) j'ai même des émissions pour des enfants.(...) Donc vraiment une émission qui s'adresse à un grand public, et dans ce grand public, à plusieurs publics (Brice et Nota Bene, 24 novembre 2016, 04:50)

Dans le cas de la LDL du Louvre, la plupart des vidéos semblent destinées à un très large public. Elles traitent les sujets évoqués de manière assez superficielle, sans rentrer dans les détails ou dans toutes les nuances, généralement en moins de dix minutes¹¹. La variété des YTB et des sujets abordés fait qu'elles peuvent a priori attirer un auditoire assez large et intéressé par des choses différentes.

Les YTB réfléchissent donc bel et bien à leur auditoire, avec une petite nuance vis-à-vis de ce que nos théoriciens de l'interprétation ont écrit. En effet, nous disions plus haut que Beck et Cable recommandaient de choisir les sujets en fonction de

¹¹ Une vidéo de dix minutes est déjà considérée comme une longue vidéo sur YouTube, mais cela semble être moyenne dans le domaine de la vulgarisation.

son public cible et de ce qui est susceptible de lui plaire (2002, p. 118). Or la plupart des YTB qui s'expriment sur le sujet semblent apprécier une très grande liberté dans le choix de leur sujet, qui serait aussi l'un des avantages de la vulgarisation en ligne par rapport à d'autres médias comme la télévision (Brice et Nota Bene, 24 novembre 2016, 35:38; Bruneau, 2018, p. 30; La Tronche en Biais, 23 septembre 2015; 11:33).

2.2.2 Des compétences en communication

Les YTB développent-ils/elles des compétences en communication avant et/ou au fur et à mesure de leur pratique de la vulgarisation ?

Faire de la vulgarisation, que ce soit en face de son public ou en vidéo, nécessite évidemment des compétences en communication, la première d'entre elles étant de savoir s'exprimer en face d'un auditoire. C'est d'autant plus important sur YT que, comme nous l'avons expliqué plus haut, les internautes peuvent décider très facilement de cliquer sur une autre vidéo et de passer à autre chose, contrairement à une visite guidée ou une conférence où le fait d'être présent physiquement oblige bien souvent, au minimum, à faire semblant de suivre ce qui est dit.

Pour les YTB, cela se traduit en premier lieu par le besoin d'être à l'aise face à la caméra. L'attitude, l'enthousiasme - ou la passion pour reprendre les mots de Beck et Cable, ou ceux de Nota Bene (Manon Bril et Nota Bene, 11 avril 2018, 07:46)- et le dynamisme des vidéastes sont bien souvent un des éléments du succès ou non de leurs vidéos. Manon Bril et NaRT témoignent :

Manon Bril : Je pense que la sympathie que tu as pour la personne qui parle joue énormément sur le fait que tu regardes la vidéo ou non. Moi, il y a plein de choses que je regarde dont je n'ai rien à faire, mais la personne me fait rire, ou j'ai de la sympathie pour son personnage, et j'ai plaisir à regarder. (...) Si tu as réussi à faire rester les gens et à leur faire écouter un truc parce qu'ils ont accroché à ta personnalité, banco! (Bruneau, 2018, p. 26)

NaRT : Quand je suis devant la caméra, je suis en représentation. Je suis moi, mais je suis une version un peu améliorée de moi-même, où je supprime les

trucs qui font chier. Je n'ai pas envie de râler dans mes vidéos, je ne vois pas l'intérêt. Je n'ai pas envie d'être triste, ni sombre. (Bruneau, 2018, p. 26)

On a également déjà parlé du fait qu'être capable de rendre un sujet attractif en utilisant des formats étonnants, un angle original, ou des ressorts comme l'humour était important dans la vulgarisation. On peut dire que le fait d'en parler avec une attitude qui donne envie au public de suivre la vidéo jusqu'au bout est tout aussi essentiel.

Par ailleurs, lorsque l'on parle de qualités de communication, il ne faut pas oublier l'écriture : car une vidéo, c'est en premier lieu un script. Beck et Cable font mention dans leur ouvrage de l'interprétation écrite :

Written interpretation has certain advantages over other interpretive media. Written materials can be read at the reader's own pace. These can be read off-site. They can be read repeatedly. And, they can last for generations. All these factors make the well-written word a powerful interpretive medium. (2002, p. 124)

Dans ce passage, ils font avant tout référence aux cartels, aux textes de salles ou aux éléments de médiation présents sur un site Internet, par exemple. Mais beaucoup d'aspects s'appliquent aussi aux vidéos qui peuvent être vues plusieurs fois, hors du musée (d'ailleurs, c'est là qu'elles ont plus de chances de l'être) et à un rythme que l'internaute est plus ou moins libre de choisir (il ou elle peut faire des pauses dans la vidéo, mais le rythme sera toujours celui des vidéastes dès qu'il reprendra). Savoir écrire a donc aussi son importance pour nos YTB. On peut mentionner l'aspect esthétique de l'écriture (qui raconte une histoire!) - on l'a vu dans les vidéos d' Axolot, du Fossoyeur de Films et dans BOL-IMAGINAIRE, la qualité de l'écriture peut même voler la vedette au contenu. Mais savoir communiquer à l'écrit, c'est aussi savoir être concis, synthétique; or « être synthétique, c'est une vraie compétence, qui n'est pas donnée à tous » pour reprendre les mots de Manon Bril et Nota Bene (11 avril 2018, 03:06). On l'a vu d'ailleurs (paradoxalement) dans les vidéos réalisées par Manon Bril et Dirty Biology : le manque de synthétisation, de structure et de hiérarchisation des informations rend le tout difficilement intelligible et difficile à suivre.

Toutes ces compétences liées à la communication sont donc importantes, et généralement relativement bien maîtrisées par nos vidéastes. Elles peuvent aussi s'améliorer avec le temps et la pratique, ce qui est un aspect cher à Beck et Cable qui insistent sur le fait que l'interprète apprend sur le terrain (Beck et Cable, 2002, p. 115). Et parmi celles qui sont le plus citées par les YTB comme s'améliorant au fil du temps, il y a les compétences techniques, thème que nous aborderons dans ce qui suit.

2.2.3 Des compétences techniques et technologiques

Les YTB maîtrisent-ils les outils des nouvelles technologies ?

Pour produire une vidéo de vulgarisation, il faut certes choisir son sujet, la façon dont on va le traiter, faire la recherche, sélectionner les informations et produire un script avec un propos attrayant. Mais à l'issue de ces multiples étapes, il faut transformer tout cela... en vidéo. Il faut donc avoir et connaître le matériel, faire le tournage - et dans le cas de notre corpus, un tournage dans un lieu qui n'est pas optimisé pour cela - puis monter la vidéo et, enfin, la diffuser. Entrent alors en jeu une panoplie de compétences techniques essentielles, car de la qualité technique de la vidéo dépend une partie de son succès (Brice et Nota Bene, 24 novembre 2016, 23:45). Or ce ne sont pas toujours, voire presque jamais, des compétences que les YTB possèdent au moment de se lancer dans la création d'une chaîne YouTube. Plus que de simples compétences, d'ailleurs, tourner et monter une vidéo et/ou un film sont des métiers - métier qu'exerçait d'ailleurs l'un des YTB de notre corpus, Nota Bene, avant de faire de la vulgarisation. Mais pour la plupart des autres, l'apprentissage se fait au fur et à mesure de la pratique, par tâtonnement et expérimentations, « avec les moyens du bord », comme en témoigne NaRT:

Moi, je bidouille(...) Pour le tournage et le montage, je tâtonne, j'expérimente des trucs, je fais avec ce que je trouve. Ce n'est pas aseptisé. Ce qui est drôle, c'est que c'est fait avec les moyens du bord. (...) J'ai commencé avec un appareil photo hybride, sans lumières, avec un Zoom H4n comme micro et en montant sur Windows Movie Maker. Je tourne aujourd'hui sur un Canon EOS

700D avec un super objectif, j'ai des lumières LED, un super micro "shotgun". Maintenant que j'ai du super matos, je m'intéresse beaucoup à la technique. Avant, je ne comprenais pas ce que c'étaient que des ISO, je ne comprenais pas ce que c'était que l'ouverture de l'objectif, je ne comprenais rien à tout ça. Je ne savais rien. (Bruneau, 2018, p. 21, 24)

L'apprentissage sur le terrain devient presque une obligation, afin d'obtenir un résultat qui, s'il ne fait pas tout, ne freine pas le succès de la chaîne, mais permet aussi de prétendre à des partenariats avec des institutions comme le Louvre. En effet, la très grande majorité des vidéos de notre corpus sont techniquement réussies, au moins à un point où, en tant que néophyte dans ce domaine, nous ne pouvons pas leur reprocher grand-chose du point de vue technique. On peut néanmoins trouver la trace de la difficulté de l'exercice à plusieurs reprises dans BOL-LIVRE, par exemple, où le son est relativement désagréable par rapport aux autres vidéos - ce qui illustre aussi bien l'obstacle que peut représenter un lieu de tournage comme le Louvre, qui est loin d'être aussi idéal qu'un studio.

Enfin, une fois la production terminée, il faut diffuser la vidéo. Il va sans dire qu'il faut savoir se servir de la plateforme YouTube. Mais à l'étape de la diffusion, avoir une présence sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter ou Instagram peut s'avérer déterminant. Selon Dirty Biology, le succès d'une vidéo (et potentiellement de la chaîne entière par la suite) vient le plus souvent du fait qu'elle a été partagée par une chaîne plus célèbre (La Tronche en Biais, 23 septembre 2015, 06:52). Et ce partage passe souvent par les réseaux sociaux, plus que par la plateforme elle-même, dont l'algorithme qui conduit les internautes à voir apparaître une vidéo plutôt qu'une autre n'est pas favorable aux chaînes avec peu d'abonnés (Bruneau, 2018, p. 25). Là encore, la gestion des réseaux sociaux est un métier, celui de webmestre, et demande un certain nombre de compétences que les YTB développent au fur et à mesure. Notons d'ailleurs que développer une communauté est d'autant plus important que ceux et celles qui veulent se professionnaliser comptent davantage sur l'argent que leur rapportent les systèmes de financement participatif, donc leur communauté, que sur la monétisation de leurs vidéos (Brice et Nota Bene, 24 novembre 2016, 31:25).

Pour conclure, être YTB demande beaucoup de compétences, et revient même à exercer plusieurs métiers en un, car, pour reprendre les mots de Nota Bene dans son entretien avec l'historienne Catherine Brice, « l'audiovisuel, c'est un métier, et la communication aussi », et ce ne sont là que deux des facettes de l'activité de YTB que nous avons abordées ici. Parmi ces métiers, il nous semble avoir démontré qu'il y a celui de médiateur.ice.

CONCLUSION

Les YouTubeur.euse.s sont des médiateur.ice.s...

Ce travail visait à déterminer si les YouTubeur.euse.s ayant réalisé une collaboration avec le Musée du Louvre peuvent être considéré.e.s comme des médiateur.ice.s. Or, nous avons démontré que les vidéastes de notre corpus :

Ont intégré les codes de l'interprétation qui consistent à faire de leur intervention une histoire divertissante capable d'intéresser l'auditoire et de la pousser à aller plus loin;

Possèdent ou développent sur le terrain les compétences essentielles que sont la connaissance de leur public, la communication et la maîtrise des outils nécessaires.

À l'issue de cette recherche, nous pouvons donc répondre par l'affirmative à notre question : les YTB peuvent être considérés comme des médiateurs ou des médiatrices, des interprètes, au même titre que ceux et celles que l'on rencontre au musée. Certaines vidéos ne répondent bien sûr pas à tous les principes que nous avons listés. Mais après tout, il s'agit d'un idéal à atteindre, et on retrouve chez elles/eux les mêmes défauts qu'on pourrait retrouver dans une visite guidée ou un texte de médiation de moindre qualité (trop d'informations, manque de structure, manque d'enthousiasme du/de la guide, etc.)

On peut même aller plus loin en disant que beaucoup des interventions des YTB de notre corpus ressemblent d'assez près à ce que pourrait être une visite guidée : le propos et le format s'en rapprochent beaucoup dans la plupart des cas. Finalement, si le médium - YouTube - est différent des offres de médiation classique du Musée du Louvre, le contenu, en revanche, varie assez peu.

... **mais des médiateur.ice.s particulier.ère.s**

Un nouveau médium. C'est d'abord ce nouveau médium qui fait de nos YTB des médiateur.ice.s particulier.ère.s. Tout d'abord, on l'a vu, réaliser une vidéo signifie réaliser un montage. Les YTB ont donc la possibilité de perfectionner leur intervention, de refaire des prises qui ne semblent pas bonnes et de produire quelque chose qui se rapproche d'un idéal, tandis que les guides (par exemple) n'ont pas la possibilité de recommencer quand ils sont face à un public. Ce public, quant à lui, peut visionner la vidéo quand il le souhaite : les contraintes matérielles liées aux besoins des visiteur.euse.s disparaissent dans le cas de nos YTB. Ces derniers n'ont pas besoin de prendre en compte les besoins physiques de leur auditoire tels que la mobilité, l'humeur, la fatigue liée aux déplacements... Ce qui pourrait indiquer une plus grande liberté dans le choix des sujets, le format des interventions, etc. - même si on a vu qu'il n'y a, dans notre corpus, que peu de différences de ce point de vue-là. En revanche, les vidéastes doivent se conformer à un « format YouTube » qui a ses propres contraintes, liées principalement à l'attention volatile des internautes et à la possibilité qu'ils et elles ont de passer à autre chose très rapidement. On a vu l'importance de la personnalité des YTB, de leur présence sur les réseaux sociaux, et de se construire un personnage auquel leur communauté pourra s'attacher.

Un statut particulier. Un autre point qui différencie nos YTB des médiateur.ice.s employé.e.s par les musées est leur statut de personnalités publiques. En effet, avec des communautés approchant parfois un million d'abonnés, les YTB sont des célébrités¹², contrairement aux médiateur.ice.s employé.e.s dans les musées qui sont le plus souvent inconnu.e.s de leur public. Les vidéastes, elles/eux, sont des

¹² Certain.e.s des YTB de notre corpus ont même des pages Wikipédia à leur nom, voire François Theuret (le Fossoyeur de Films) https://fr.wikipedia.org/wiki/Fran%C3%A7ois_Theuret; Patrick Baud (Axolot) https://fr.wikipedia.org/wiki/Patrick_Baud; Léo Grasset (Dirty Biology) https://fr.wikipedia.org/wiki/L%C3%A9o_Grasset; Benjamin Brillaud (Nota Bene) https://fr.wikipedia.org/wiki/Benjamin_Brillaud; Manon Brill https://fr.wikipedia.org/wiki/Manon_Bril; etc.

personnalités reconnues non seulement dans l'écosystème YouTube, mais aussi dans les médias classiques. Ils ont donc un fort potentiel promotionnel pour l'institution qui les invite, au même titre (toutes proportions gardées, évidemment, et pour un public différent) que lorsque celle-ci invite une pop star comme Beyoncé à réaliser un vidéo-clip dans son enceinte.

Ces conclusions, ainsi que l'ampleur du phénomène des collaborations entre YTB et institutions culturelles, invitent à pousser plus loin l'étude du sujet. Nous proposerons ici quelques questions que l'on devrait se poser pour approfondir la recherche.

Une pratique qui entraîne d'autres questionnements

Vulgarisation ou promotion ? On vient de le voir, les YTB sont des célébrités à l'échelle du YouTube francophone, et plus particulièrement français. Leurs abonné.s peuvent être très nombreux.ses. Dans sa conférence avec l'historienne Catherine Brice, Nota Bene observe même qu'il y a un phénomène « de la starification et de la personnification qui fait qu'à un moment donné sur toutes les chaînes où il y a du face caméra, l'individu commence à prendre parfois plus d'importance que le contenu lui-même» (24 novembre 2016, 44:43). On ne peut imaginer que cet aspect n'est pas pris en compte dans le processus de sélection des YTB invité.e.s au Louvre, sur lequel, afin d'approfondir cette recherche, il faudrait s'interroger. Le nombre d'abonnés et la réputation des YTB prend-il le pas sur la qualité du contenu ? Est-on avant tout dans une démarche de vulgarisation ou de promotion de l'institution ? Démarche qui profite tout autant aux vidéastes, puisqu'un partenariat avec le Louvre équivaut à un gain de légitimité évident dans le monde de la vulgarisation scientifique¹³. Cela devrait aussi pousser à s'interroger sur le processus de production et de validation des vidéos (notons à cet égard que

¹³ C'est aussi un gain de visibilité important pour le musée, sur YouTube du moins, si l'on en croit une entrevue donnée en 2016 par Adel Ziane, alors sous-directeur de la communication au Louvre, qui explique que le Louvre est passé de 5 000 à 15 000 abonnés sur YT. Xuoan D., Sarah G. (2016, 14 avril). Comment le Louvre a réussi son pari sur YouTube. *La Réclame*. Récupéré de <https://lareclame.fr/Jouvre-parole-annonceur-adel-ziane-150629>

les conservateurs des départements concernés sont cités dans les crédits des vidéos, laissant entendre qu'ils sont impliqués dans ce processus¹⁴). Pour aller plus loin dans ce processus de validation, il faudrait aussi analyser en détail le contenu des vidéos, dans lesquelles, pour les sujets dont nous avons une certaine connaissance, nous avons noté quelques erreurs ou imprécisions surprenantes pour un partenariat impliquant le Louvre.

Les limites de la vulgarisation-divertissement. Ces réflexions autour de la qualité du contenu des interventions des YTB devraient aussi nous pousser à nous intéresser à un aspect qui découle de la définition de l'interprétation que nous avons donnée ici: la mise en avant du divertissement par rapport à l'information. Il nous semble important de signaler les problèmes que peut poser cette acception de la vulgarisation. Elle peut conduire à un contenu qui, certes, raconte bien des histoires, mais qui tombe aussi volontiers dans la fiction et le sensationnalisme, voire l'erreur, au nom du divertissement. C'est ce que l'on peut observer notamment dans certaines émissions de vulgarisation historique à la télévision française, comme *Secret d'histoire* (animée par Stéphane Bem)¹⁵. Dans les diverses interventions des YTB citées tout au long de ce travail, tous et toutes expliquent être attentif.ve.s à la rigueur de leur propos, à la vérification de leurs sources (Manon Bril et Nota Bene, 11 avril 2016, 03:15), à la révision par les pairs (Bruneau, 2018, p. 52; Manon Bril et Nota Bene, 11 avril 2018, 06:21) et surtout à leur responsabilité vis-à-vis de leur communauté (Version Originale, 31 mai 2016, 22:14). Néanmoins, il nous paraît essentiel de réfléchir aux possibilités de dérives qui existent quand le phénomène

¹⁴ Dans la conférence avec Catherine Brice, Nota Bene parle également d'entrevues réalisées avec les conservateurs, et publiées sur sa chaîne secondaire, *Nota Bonus*.

¹⁵ Les problèmes soulevés par cette émission (et d'autres) ont été relevés par de nombreux historiens français, notamment par William Blanc, Aurore Chéry et Christophe Naudin dans leur ouvrage *Les historiens de garde*, publié en 2013 et réédité en 2016 aux éditions Libertalia. On peut également voir un article plus récent à propos d'une nouvelle émission: Naudin, C., Lancereau, G., Manon Bril. (2019, 28 mai).« Laissez-vous guider» (France 2): la balade réactionnaire de Bern et Deutsch dans le Paris révolutionnaire. *Acrimed*. Récupéré de <https://www.acrimed.org/Laissez-vous-guider-France-2-la-balade#nb16>

de starification prend le dessus, d'autant plus que de grandes institutions, comme le Louvre, donnent déjà une tribune aux émissions telles que *Secret d'Histoire*.

On peut aussi signaler que cet aspect de divertissement peut faire débat dans la communauté de la vulgarisation en ligne. On a déjà cité une différence de point de vue entre NaRT et Manon Bril à ce sujet (voir p. 38), mais mentionnons aussi l'existence de polémiques ponctuelles, principalement sur les réseaux sociaux, que peuvent déclencher les vidéos des YTB. Récemment sur Twitter, il a été reproché à Manon Bril (entre autres) son ton très humoristique dans une vidéo sur l'armée allemande pendant la Seconde Guerre mondiale, avec l'idée que des sujets sensibles doivent être abordés avec un certain tact et que tout ne se prête pas à faire des blagues. Malheureusement, suite à l'ampleur de la polémique et à la réaction très vive de la communauté de Manon Bril envers les personnes ayant fait ces commentaires, les tweets originaux ont été supprimés; nous ne pourrions donc pas les produire ici. Néanmoins, nous pouvons en tirer deux réflexions : d'abord un lien avec le phénomène de starification évoqué plus haut, qui a créé l'équivalent d'une situation de cyberharcèlement à l'encontre des personnes - beaucoup moins connues que Manon Bril - qui ont remis en cause ses propos. Mais aussi que la vulgarisation sur Internet est un domaine qui n'est pas lisse, où tou.te.s n'ont pas la même opinion sur un sujet donné. Dans des situations moins extrêmes que celle que nous venons de décrire, les YTB peuvent avoir un regard critique sur eux-mêmes. Dans quelques-unes des interventions que nous avons citées dans ce travail, des YTB et des vulgarisateur.ice.s sur d'autres plateformes discutent ensemble de leur pratique, comparent leurs opinions et leur façon de faire. Les YTB sont heureusement capables de réfléchir et de faire évoluer leur pratique.

Un outil de démocratisation ? Pour en finir avec la question de la communauté des YTB, il faut aussi évoquer la proximité, ou le sentiment de proximité, qui existe entre les vidéastes et leur public, là encore liée à la personnalité de ces derniers, mais aussi aux réseaux sociaux sur lesquels toutes ces personnes évoluent. Qu'il soit justifié ou non, ce sentiment de proximité crée une relation particulière entre

YTB et internautes qui n'existe a priori pas avec le musée du Louvre. On pourrait alors s'interroger sur ce que cette relation implique pour le public, et quels liens ces collaborations peuvent créer entre la communauté d'un ou une vidéaste et le musée. Cela soulève des enjeux en termes de démocratisation des musées: ces collaborations permettent-elles de rapprocher du musée un public qui en serait plutôt éloigné? Amènent-elles ce public au musée comme est censé le faire l'usage des réseaux sociaux et d'Internet, selon ce qu'en disent Beck et Cable ? (2002, p. 91)

Ces questions sont d'autant plus importantes que l'investissement des réseaux sociaux par les institutions est souvent analysé, comme nous l'écrivions dans l'introduction de ce travail, comme un acte de démocratisation et une invitation à la participation du public. Des collaborations existent entre d'autres institutions et d'autres vidéastes, et elles sont nombreuses. Il nous semble qu'il serait essentiel d'étudier ce phénomène à plus grande échelle, afin d'en déterminer les limites, mais aussi les nombreuses possibilités qu'il a, selon nous, de rapprocher les musées de nouveaux publics. Et de dépoussiérer l'image de cette vieille institution en y montrant une diversité de médiateur.ice.s, évoquant une diversité de sujets, et finalement, que chacun est libre d'y trouver ce qui l'intéresse. Que tous et toutes nous pouvons, à notre manière, interpréter le musée.

ANNEXE A
NOMENCLATURE DES VIDÉOS

Nom de la chaîne	Pseudonyme (si différent)	Titre de la vidéo*	Abréviation
Axolot (AXL)	-	Axolot #10: les curiosités du Louvre	AXL-CURIOSITÉS
Axolot (AXL)	-	Les chefs-d'œuvre méconnus du Louvre	AXL-CHEFOEUVRE
Calidoscope - Les Topovaures (CAL)	Calie	5 démons au musée du Louvre	CAL-DÉMONS
Calidoscope - Les Topovaures (CAL)	Calie	Histoire de mythes	CAL-MYTHES
Cyrus North (CN)	-	La Femme au Louvre	CN-FEMME
Cyrus North (CN)	-	5 Œuvres Inachevées au Louvre	CN-INACHEVÉ
Dirty Biology (DBY) C'est une autre histoire (CUAH)	- Manon Bril	Existe-t-il une beauté absolue? - DBY #39 au Louvre	DBY-BEAUTÉ
Dirty Biology (DBY) C'est une autre histoire (CUAH)	- Manon Bril	La science des mythes	DBY-MYTHES
La Brigade du Livre (BDL)	Kilke	Au Louvre, l'art parle aussi aux écrivains!	BOL-LIVRE
La Brigade du Livre (BDL)	Kilke	L'imaginaire du Louvre	BDL-IMAGINAIRE
Le Fossoyeur de films (FF)	-	Le Louvre au cinéma	FF-CINÉMA
Le Fossoyeur de films (FF)	-	La peinture au cinéma	FF-PEINTURE
Les Revues du Monde(RDM)	Charlie Danger	Mythes en Égypte : Fake news ou réalité?	ROM-MYTHES
Les Revues du Monde(RDM)	Charlie Danger	Comment fabriquer une momie?- Tuto Antique	RDM-MOMIE
NART l'art en 3 coups de pinceau (NART)	-	S'il vous plaît... dessine moi un mi ! ART et POUVOIR au LOUVRE	NART-POUVOIR
NART l'art en 3 coups de pinceau (NART)	-	Le pouvoir... au féminin !	NART-FEMMES
Nota Bene (NB)	-	L'incroyable Joyau de François 1 ^{er}	NB-JOYAU

Nota Bene (NB)	-	4 expéditions au Musée du Louvre	NB-EXPÉDITIONS
Nota Bene (NB)	-	Histoire du musée du Louvre	NB-HISTOIRE
Romain TeaTime (RTT)	-	Louvre UNDERGROUND ! CuriosiTea	RTT- UNDERGROUND
Romain TeaTime (RTT)	-	Toits du Louvre	RIT-TOITS

* La graphie exacte des titres (majuscules, chiffres...) telle qu'elle apparaît en ligne a été conservée

ANNEXE B

RELEVÉ DES COLLABORATIONS ENTRE INSTITUTIONS ET YOUTUBEUR.EUSE.S

NOM															JHO RICH.IO	PAAIONS STOIR
Département de la Somme	2	1	2													
Château des ducs de Bretagne	1	1	1													
Conseil départemental et l'Agence de Développement Touristique de Loir-et-Cher	5	1	5													
Musée des Beaux-Arts de Valenciennes	1	1	1													
Agence du développement, du tourisme et des territoires Vaucluse Provence Attractivité	1	1	1													
British Museum (Londres)	1	1	1													
Département de l'Aisne et Office du tourisme de Saint-Quentin	5	2	4							1						
Berv Province	3	1	1													
Ville du Louroux	1	1	1													
Musée du Louvre	22	11	3	2*		3	2	2*	2	2	2	2	2			
Forteresse royale de Chinon	8	1	8													
Loches Cité Royale	3	1	3													
Musée iectrooolis de Mulhouse	1	1	1													
Musée du Luxembourg (Paris)	2	2	1		1											
Musée des Augustins (Toulouse)	2	1	2													
Musée d'art et d'histoire de Genève	4	1	4													
Alte Nationalgalerie (Berlin)	1	1	1													
Ville du Havre	1	1	1													
Grand Patrimoine Loire-Atlantique	1	1	1													
Musée In2res (Montauban)	1	1	1													
Grand Palais (Paris)	10	3	2											4	4	
Centre Pompidou (Paris)	4	2	1		3											
Monnaie de Paris	2	2	1		1											
Musée du Quai Branly (Paris)	3	2	1													2
Musée Cernuschi (Paris)	3	1	3													
Musée de l'Orangerie (Paris)	1	1	1													
Cité de l'architecture (Paris)	4	3	1						2		1					
Musée des Arts décoratifs (Paris)	2	1	2		2											
Musée Bonnard (Le Cannet)	2	1	2													
Musée Carnavalet (Paris)	2	1	2													
Tour Jean Sans Peur (Paris)	1	1	1		1											
Musée de l'armée (Paris)	1	1	1		1											
Salon H (Paris)	1	1	1		1											
Fondation Cartier Bresson (Paris)	1	1	1		1											
Fondation Louis Vuitton (Paris)	1	1	1		1											
Galerie Acolicat Prazan (Paris)	1	1	1		1											
Musée Guimet (Paris)	2	2	1		2*											
Cité de la céramique (Sèvres)	2	1	2		2											
Musée d'art moderne de la ville de Paris	3	1	3		3											
Musée des Arts et Métiers (Paris)	1	1	1		1											
Il MeloZrano Art Gallerv (Livourne)	1	1	1		1											
Musée le Grand Blockhaus (Saint-Nazaire)	1	1	1		1											
Office de tourisme de Lille	1	1	1							1						
Musée de l'Homme	1	1	1												1	

...1T1plique UN_e c:c_ llaboration avec un_a_utre YTB
 ...)cl... t - a -el... ?1 - - - t sont tourné_es_v f... l... i... d b; - i - - - j... -s_pou_ha q i- éo c l' i n'è st _pas ec>ssible de l'is r i q j

ANNEXEC
PRÉSENTATION CIDFRÉE DES VIDÉOS DU CORPUS

Chaîne/YTB	Nom vidéo	Publié e sur	Date	Durée	Vues	Likes	Dislikes
Nota Bene	Histoire du musée du Louvre	Louvre	1er février 2016	8min37	142 578	7,5K	27
	4 expéditions au Louvre	YTB	2 février 2016	17min25	231 971	10K	50
	L'incroyable joyau de François 1er	YTB	13 novembre 2017	10min10	196 741	10K	127
Axolot	Les chefs-d'œuvre	Louvre	8 février 2016	7min56	258 375	10K	19
	meconnus du Louvre Axolot #10 : Les curiosités du Louvre	YTB	8 février 2016	9min32	758 268	28K	148
Le Fossoyeur de films	La peinture au cinéma	Louvre	16 février 2016	6min59	127 219	4,5K	36
	Le Louvre au cinéma	YTB	16 février 2016	9min04	264 574	13K	90
Calidoscope	5 démons au musée du Louvre	YTB	13 juin 2016	8min45	203 541	7,1K	141
	Histoire de mythes au Louvre	Louvre	13 juin 2016	7min10	20 139	740	19
La Brigade du Livre	Au Louvre, l'art parle aussi aux écrivains!	YTB	11 juillet 2016	8min11	10441	652	2
	L'imaginaire du Louvre	Louvre	11 juillet 2016	10min17	9308	495	4
Cyrus North	La Femme au Louvre	Louvre	20juin2017	6min31	46 095	3,5K	25
	5 Œuvres Inachevées au Louvre	YTB	20juin 2017	4min58	86280	7,6K	35
Dirty Biology et C'est une autre histoire	Existe-t-il une beauté absolue ? - DBY #39 au Louvre	YTB	6 octobre 2017	9min40	576 425	25K	292
	La science des mythes	YTB	6 octobre 2017	8min57	281 381	10K	111
Romain TeaTime	Louvre UNDERGROUND! CuriosiTea	YTB	10 décembre 2017	4min48	20600	1,1K	40
	Toits du Louvre	Louvre	10 décembre 2017	6min11	8 075	406	26
NaRT l'art en 3 coups de pinceaux	S'il vous plaît... dessine moi un roi! ART et POUVOIR au LOUVRE	YTB	8 mars 2018	9min20	7 062	621	4
	Le pouvoir au féminin	Louvre	8 mars 2018	8min22	6 836	525	3
Les Revues du Monde	Comment fabriquer une momie ? - Tuto Antique	YTB	17 octobre 2018	10min	207 858	21K	208
	Mythes en Egypte : Fake news ou réalité ?	Louvre	21 octobre 2018	9min31	19 930	1,2K	18

ANNEXED
GRILLE D'ANALYSE DES VIDÉOS

LES REVUES DU MONDE	LES REVUES DU MONDE	NART	NART
Mythes en Égypte : Fake news ou réalité ?	Comment fabriquer une momie ? - Tuto Antique	S'il vous plaît... dessine moi un roi 1 ART et POUVOIR au LOUVRE	Le pouvoir... Au féminin !

STRUCTURE ET CONTENU DE L'INTERPRÉTATION
RACONTER UNE HISTOIRE

Le vidéo raconte-t-elle une histoire ou présente-t-elle une addition d'informations ?	Narration éclatée en plusieurs thématiques Histoire	Tutoriel découpé en étapes qui se suivent, les parties plus informatives suivent le fil du récit de la momification Histoire	Narration filée, pas de structure claire, pas (vraiment) de chronologie Additions d'informations	Narration filée, chronologique, histoire de l'évolution du pouvoir des femmes en France Histoire
Le propos est-il centré sur un sujet exploré au complet ?	trois thématiques différentes explorées de manière assez détaillée	Oui : la momification	Oui : légitimer son pouvoir via l'art	Le sujet précis: les femmes et le pouvoir en France
Le format est-il divertissant ou éducationnel ?	Divertissement : beaucoup d'informations (dates, noms) mais trop rapide pour vraiment retenir des choses, souvent sous forme de "faits" et notes Humour: résonne (même 3:43)	Humour : léger dans le format divertissant	Éducationnel : analyses d'œuvres (+cartels) et beaucoup d'informations Humour: léger dans le ton ironique	Éducationnel Humour: léger dans le ton ironique

DIVERTIR PLUT QU'INSTRUIRE

L'angle et le format sont-ils originaux et/ou étonnants ?	Format classique, sujet classique	Oui : tutoriel de fabrication de momie sur l'ingénierie de la vidéo	Le titre intrigue (clickbait) Le format et thèmes classiques (+inspirés de la petite galerie du Louvre de l'époque)	Format classique et sujet classique
La vidéo fait-elle appel à des références collectives et/ou l'actualité ?	Oui, c'est même le sujet de la vidéo : rétablir vérité sur croyances populaires (0:07) Référence au monologue du scribe dans Astérix et Obélix (4:28/5:44)	Le début fait référence à l'imaginaire collectif autour de la momie Extrait de film/git (1:43) Actualité/cause populaire : "animaux" (9:34) - provocant et marquant	"Fanart" (3:25) Lien avec les présidents ou actuels	Non, sinon "on sait tous comment elle a fini" sur Marie-Antoinette

NOTES		Tourné sur place face aux œuvres avec zooms (qui servent le propos sans être le focus principal) Erreurs historiques dans la vidéo sur les femmes : "de tout temps" (4:49) ; cliché des femmes qui gouvernent dans l'ombre; cliché Catherine de Médicis Lien avec l'actualité du musée (pas explicite) : le thème de la petite galerie = le théâtre du pouvoir
--------------	--	--

COMPÉTENCES DE L'INTERPRÈTE

Les YTB ont-ils un public cible qu'ils/elles connaissent et auquel ils/elles s'adaptent?
Les YTB développent-ils/elles des compétences en communication avant de l'ou au fur et à mesure de leur pratique de la vulgarisation ?
Les YTB maîtrisent-ils les outils des nouvelles technologies ?

NOTA BENE	DIRTY BIOLOGY ET MANON BRIL	DIRTY BIOLOGY ET MANON BRIL	CYRUS NORTH	YRUS NORTH
L'incroyable Joyau de François 1er	Existe-t-il une beauté absolue ? - DBY #39 au Louvre	La science des mythes	5 Œuvres Inachevées au Louvre	a Femme au Louvre
Vidéo découpée en 2 parties : 1) des œuvres liées à François 1er avec narration éclatée et saut d'œuvre en œuvre 2) le livre d'heure et le financement participatif Addition d'information	Narration filée sur le sujet avec beaucoup d'informations et structure peu claire Addition d'informations	Narration filée sur le sujet avec beaucoup d'informations et structure peu claire Addition d'informations Noie : les passages où MB raconte les mythes raccrochent l'attention	Narration filée avec transition d'œuvres en œuvres Addition d'informations	Narration filée avec transition d'œuvres en œuvres Addition d'informations
Non : clairement séparé en deux parties	Sujet centré : est-ce qu'il existe une beauté universelle	Sujet centré : d'où viennent les mythes ?	Oui : différents types d'inachevés	Sujet centré sur des représentations de femmes des artistes femmes au Louvre mais pas d'angle précis
Divertissant (vraiment peu de contenu sur les œuvres et plutôt des anecdotes) avec grosse dimension publicitaire pour l'actualité du musée	Humour: oui, quelques blagues (1:30 "c'est une métaphore sexuelle?" attitude MB en fond (1:50) Format divertissement : bcp trop d'informations pour retenir	Humour: oui même (0:24, 1:12, 3:40, 3:50 -J Format divertissement : bcp trop d'informations	Format divertissement : on a l'ent volonté de raconter des anecdotes plutôt que ; b = . i < t é b u e t o u e f i n q u i i : n t p l u t ô t d e l a m i s e e n	Format divertissement anecdotes
Non format classique (visite guidée) et sujet classique	Sujet intrigant et angle histoire de l'art + biologie original	Sujet étonnant	Sujet original, format classique (œuvres vues les unes après les autres)	Sujet classique, format classique
Non	"Hé, t'es canon" 2:50 et références aux critères de beauté actuels "How I met your mother" 8:00 Morphing des visages	0:46 "Mi-femme mi-mythos" + vision de la sirène	Non	Non
Lien avec l'actualité du Louvre explicite : exposition <i>François 1er et l'art des Fays-Bas</i> et financement participatif - ce qui donne une première partie visite guidée un peu "prétexte" avant d'arriver au livre d'heures et financement participatif		Vidéo très critiquée dans les commentaires sur la question des sources.	On sent volonté de faire quelque chose d'un peu poétique dans le style habituel de la chaîne : c'est plutôt le style que le propos qui fait vaguement la particularité	- utilisation de "la" femme est problématique et vision très clichée Commentaires de la vidéo : exemple du Louvre qui invite à venir visiter et renvoie vers la LDL et personne qui dit que le Louvre le verra + souvent

LA BRIGADE DU LIVRE	LA BRIGADE DU LIVRE	CALIDOSCOPE - I ^{ES} TOPOVAURES	CALIDOSCOPE - LES TOPOVAURES	LE FOSSOYEUR DE FILMS
Au Louvre, l'art parle aussi aux écrivains !	L'imaginaire du Louvre	5 démons au musée du Louvre	histoire de mythes	Le Louvre au cinéma
Format spécifique : critique de livre entrecoupée de lecture d'extraits	œuvres en œuvres		Narration éclatée en plusieurs mythes	Narration filée, propos structuré avec des repères chronologiques
Plutôt histoire car on veut savoir son avis jusqu'au bout	Histoire : narration, écriture et technique		Plusieurs histoires	du départ histoire
Sujet centré : le livre et le point de vue de la littérature sur l'art	Sujet centré : œuvres qui ont inspiré des écrivains et vice-versa	Sujet assez large avec plusieurs thématiques précises	Sujet assez large avec plusieurs thématiques précises	Sujet centré : les liens entre le cinéma et le Louvre
Divertissant et dimension publicitaire Petite touche d'humour dans les crédits à la lecture de la Vénus d'Arles	Divertissant: pas de volonté d'apprendre des choses sur les collections qui sont moins les stars et la vidéo que l'écriture)	Divertissement : aucune analyse d'œuvres, on raconte simplement les histoires des démons évoqués	Divertissant	Divertissant : raconter le musée d'un point de vue de cinéaste + anecdote Touches d'humour notamment apparition de Nota Bene à 5:13 (mais pas de blagues en soi)
Seule vidéo de la LOL à appuyer sur un livre (format de enquête de livre)	Format visite guidée avec déambulation (relativement original)	Format classique, sujet assez original	Sujet classique (d'ailleurs M... t... D... Y... en parlent aussi 1 mais pas le même angle) - Format classique	Sujet original avec format promenade dans le Louvre + interview Le YTB lui-même part en visite guidée
Non mais adresse directement au public et "et moi?" 7:29 (il y a des réponses en commentaire)	Qui "bromance" 5:17 et réf à des personnages	Qui : deux jeux vidéos 1:48 Gothic Hell Boy 5:50	Essaie de relier les mythes à notre réalité actuelle elfie 1:55	Forcément : les films
Vidéo particulière dans le corpus car c'est une critique de livre qui est un recueil de textes qui parle de certaines des œuvres du Louvre Problèmes de son	Écriture très soignée et dimension poétique dans la vidéo	Vidéo qui aurait tout à fait pu être tournée sans aller au musée (iconographie + voix off)		

LE FOSSOYEUR DE FILMS	AXOLOT	AXOLOT	NOTA BENE	NOTA BENE
La peinture au cinéma	Axolot #10 : les curiosités du Louvre	Les chefs-d'œuvre méconnus du Louvre	4 expéditions au Musée du Louvre	Histoire du musée du Louvre
Narration filée avec propos structuré Histoire	Narration plus ou moins éclatée : transitions d'œuvres en œuvres mais coupure entre départements Histoire : on se laisse facilement embarquer par la narration	Narration éclatée œuvre par œuvre Histoire : on se laisse facilement embarquer par la narration	Narration éclatée : quatre expéditions racontées mais aussi entre-deux informatifs sur les départements ou une œuvre Histoires	narration filée dans un ordre chronologique avec repères temporels Histoire
entré : comment le cinéma utilise la thématique de la peinture	Non : des œuvres sans apport les unes avec les autres	Vaguement : seulement des œuvres moins connues	Non beaucoup d'informations différentes (expéditions, œuvres, histoire des collections...)	Qui : exclusivement l'évolution du Louvre ses usages)
Divertissant : panorama de liens entre peintures et films	Divertissement: montrer des œuvres selon choix du vidéaste + anecdotes	Divertissant : montrer des œuvres selon choix du vidéaste + anecdotes	Éducatif : rythme de visite guidée, description d'œuvres, vocabulaire histoire, archéologie, histoire de l'art Mais bcp d'informations 1	Éducatif : rythme de visite guidée, description d'œuvres, vocabulaire histoire, archéologie, histoire de l'art Mais bcp d'informations 1
Sujet relativement original et format classique	Non : présentations d'œuvres en visite guidée	Sujet classique, format classique	Sujet assez original, format classique de visite guidée	Non
Forcément: les films	L'exorciste 4:00	Non	Non	Non
Presque pas d'images du Louvre Particularité de ces vidéos : repos qui ne semble pas résumé un livre ou une page wikipédia mais vrai aboutissement de recherches, propos assez personnel (en tout cas c'est l'impression car pas de sources données)	Phrase : "le Louvre est le musée de tous les superlatifs" aussi dans une des vidéos de Cyrus North... idée de plus grand, plus visité au monde souvent présente	Œuvres pas forcément méconnues... (ou alors c'est mon biais de formation ?)	Vidéo très longue par rapport à toutes les autres (17:25) Entretiens avec des conservateurs disponibles sur la chaîne Nota Bonus	

ROMAIN TEATIME		ROMAIN TEATIME
Louvre UNDERGROUND 1 CuriosiTea		Toits du Louvre
STRUCTURE ET CONTENU DE L'INTERPRÉTATION.		
RA. qONTER-UNE'HISTOIRE		
Le vidéo raconte-t-elle une histoire ou présente-t-elle une addition d'informations ?	Narration éclatée de lieu en lieu Addition d'innonnations	Narration éclatée d'anecdotes en anecdotes Addition d'innonnations
Le propos est-il centré sur un sujet exploré au complet ?	Non, suite d'anecdotes disparates qui vont un peu dans tous les sens	Non, suite d'anecdotes disparates qui vont un peu dans tous les sens + le sujet des toits se perd au fil de la vidéo pour devenir histoire du Louvre (avec petit focus architecture)
Le format est-il divertissant ou éducationnel ?	Divertissant : suite d'anecdotes, info superficielles	Divertissant : suite d'anecdotes, info superficielles
DIVERIIRPLUT OT QI:J'NSTRUIRE J'i		
L'angle et le format sont-ils originaux et/ou étonnants ?	Titre intrigant : on s'attend à voir des lieux exclusif (seulement un finalement) + format classique visite guidée et anecdotes	Titre intrigant : on imagine une visite de lieux exclusifs mains finalement la vidéo est tournée d'un seul toit+ sujet des toits assez original mais surtout histoire du Louvre finalement+ fonnat classique anecdotes
La vidéo fait-elle appel à des références collectives et/ou à l'actualité ?	Da Vinci Code (très rapidement)	Non
NOTES		
		Commentaires assez négatifs

BIBLIOGRAPIDE

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE

Beck, L., Cable, T. (2002). *Interpretation for the 21st century : fifteen guiding principles for interpreting nature and culture* (2e éd. rév.). Champaign, IL: Sagamore Pub.

Chaumier, S., Mairesse, F. (2013). *La médiation culturelle*. Paris: Armand Colin.

Tilden, F. (2007) *Interpreting our heritage* (4e éd. rév. et augm.). Chapel Hill: University of North Carolina Press.

PUBLICATIONS UNIVERSITAIRES

Bruneau, C. (2018). *La vulgarisation culturelle sur YouTube* (Mémoire de maîtrise non publié). École du Louvre.

Cardon, D. (2011) Réseaux sociaux de l'Internet. *Communications*, 88. Récupéré de <https://www.cairn.info/revuc-communications-2011-1-page-141.htm>

Cartellier, D. (2010) La vulgarisation scientifique à l'heure de libre accessibilité des savoirs. Quelle place pour les médiateurs? *Mémoires du livre*, 1(2). Récupéré de <https://id-erudit-org.proxv.bibliotheques.uqam.ca/idcrndit/044212>

Champier, M. (2017). Vulgariser autrement? Internet et les nouveaux espaces de médiation de l'histoire. *Cam'en Histoire*. Récupéré de <https://cehistoire.hypotheses.org/1105#more-1105>

Chicoineau, L. (2015) Numérique: vers un nouvel âge de la médiation. *La Lettre de l'OCIM*, 162. Récupéré de <https://journals.opencdition.org/ocim/1606>

Dupont, L. (2015). Le musée à l'ère des médias sociaux et d'Internet. Dans Y. Bergeron, D. Arsenault et L. Provencher St-Pierre, *Musées et Muséologies* :

au-delà des frontières. Québec : Presses de l'Université Laval.

Gauthier, C. (2016) Quel rôle pour les muséums dans la production et la diffusion de la connaissance naturaliste à l'époque d'Internet. *La Lettre de l'OCIM*, 166. Récupéré de <https://journals.openedition.org/ocim/1669>

<https://www.acfas.ca/publications/decouvrir/2015/03/mediation-sciences-cinq-choses-garder-en-tete>

Mencarelli, M., **Pulh**, M. (2012). Web 2.0 et musées: les nouveaux visages du visiteur. *Décisions Marketing*, 165. Récupéré de

<https://www.jstor.org/stable/23529792>

Michaut, C. (2015). *Vulgarisation scientifique, mode d'emploi*. Les Ulis: EDP Sciences.

Schiele, B. (2015). Médiation des sciences : cinq choses à garder en tête.

Association francophone pour le savoir. Récupéré de

Vidal, G. (2009). Pour en finir avec le Web 2.0 : vers le Web 3.0 dans les musées.

Documentation et bibliothèques, 55(4). Récupéré de

<https://doi.org/10.7202/1029184ar>

ARTICLES DE PRESSE

Belkaab, O. (2016, 26 juin). La vulgarisation scientifique sur YouTube : une

nouvelle manière d'apprendre. *Numerama*. Récupéré de

<https://www.numerama.com/pop-culture/176618-la-vulgarisation-scientifique-sur-youtube-une-nouvelle-maniere-dapprendre.html>

Marie. (2018, 31 juillet). Qu'est-ce qui empêche les femmes d'aimer les sciences sur YouTube ? *MadmoiZel/e*. Récupéré de

<http://www.madmoizelle.com/femmes-vulgarisation-voutube-2-945915>

Xuoan D. et Sarah G. (2016, 14 avril). Comment le Louvre a réussi son pari sur YouTube. *La Réclame*. Récupéré de <https://lareclame.fr/louvre-parole-annonceur-adel-ziane-150629>

VIDÉOS

France. Ministère de la Culture. (2018). *350 ressources culturelles culturelles et scientifiques francophones en vidéo*. Récupéré de : <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Ressources/Ressources-pedagogiques-et-sensibilisation/350-ressources-culturelles-et-scientifiques-francophones-en-video>

Hutin, M. (2018). *Les chaînes YouTube culturel/es et scientifiques*. Récupéré de: <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Ressources/Ressources-pedagogiques-et-sensibilisation/350-ressources-culturelles-et-scientifiques-francophones-en-video>

LISTE DE LECTURE *LE LOUVRE INVITE LES YOUTUBEURS*

Axolot. (2016, 8 février). Axolot #10: Les curiosités du Louvre. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=XhoZzh-Fkss&list=PLXLB812R3GOIBktvIDbKJoMEJLPb1PdOE&index=19>

Axolot. (2016, 8 février). Les chefs-d'œuvre méconnus du Louvre. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=TIIEsv2imPo&list=PLXLB812R3G01BktvIDbKfoMEJLPb1PdOE&index=20>

Calie. (2016, 13 juin). 5 démons au musée du Louvre. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=skKDE4Lp'vt8&list=PLXLB812R3GO1BktvIDbKJoMEJLPb1PdOE&index=15>

Calie. (2016, 13 juin). Histoire de mythes au Louvre. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=jRdzGivrg5M&list=PLXLB812R3GO1BktvIDbKJoMEJLPb1PdOE&index=16>

Charlie Danger. (2018, 17 octobre). Comment fabriquer une momie? - Tuto Antique. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=tjmlolXZS-0&list=PLXLB812R3GO1BktvIDbKJoMEJLPb1PdOE&index=2>

Charlie Danger. (2018, 21 octobre). Mythes en Égypte: Fake News ou réalité? *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=vuyBAbcVuO&list=PLXLB812R3GO1BktvIDbKJoMEJLPb1PdOE&index=1>

Cyrus North. (2017, 20 juin). 5 Œuvres Inachevées au Louvre. *YouTube*.

Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=ocohlkz50DA&list=PLXLB812R3GO1BktvIDbKJoMEJLPb1PdOE&index=8>

Cyrus North. (2017, 20 juin). La Femme au Louvre. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

https://www.youtube.com/watch?v=pb_bEP1lo04&list=PLXLB812R3GO1BktvIDbKJoMEJLPb1PdOE&index=9

Dirty Biology et Manon Bril. (2017, 6 octobre). Existe-t-il une beauté absolue? - DBY #39 au Louvre. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=puPFb3nuooo&list=PLXLB812R3GO1BktvIDbKJoMEJLPb1PdOE&index=6>

Dirty Biology et Manon Bril. (2017, 6 octobre). La science des mythes. *YouTube*.

Récupéré le 7 juin 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=EOXdK-T3dvE&list=PLXLB812R3GO1BktvIDbKJoMEJLPb1PdOE&index=7>

https://www.youtube.com/watch?v=vuyBAbcVu_Q&list=PLXLB812R3GOIBktvIDbKJoMEJLPblPdOE&index=2&t

Kilke. (2016, 11 juillet). Au Louvre, l'art parle aussi aux écrivains ! *YouTube*.

Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=iMJKw9YbOOE&list=PLXLB812R3GOIBktvIDbKJoMEJLPblPdOE&index=13>

Kilke. (2016, 11 juillet). L'imaginaire du Louvre. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=th6sKPS1o0M&list=PLXLB812R3GOIBktvIDbKJoMEJLPblPdOE&index=14>

Le Fossoyeur de Films. (2016, 16 février). La peinture au cinéma. *YouTube*.

Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=4PVMbvjdgOk&list=PLXLB812R3GOIBktvIDbKJoMEJLPblPdOE&index=18>

Le Fossoyeur de Films. (2016, 16 février). LE LOUVRE AU CINÉMA. *YouTube*.

Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=dfd4EXEBsho&list=PLXLB812R3GOIBktvIDbKJoMEJLPblPdOE&index=17>

NaRt. (2018, 8 mars). Le pouvoir... Au féminin ! *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=Lsl16IcPgJM&list=PLXLB812R3GOIBktvIDbKJoMEJLPblPdOE&index=4>

NaRt. (2018, 8 mars). S'il vous plaît...dessine moi un roi! ART et POUVOIR au LOUVRE. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=NxjKtwOe3TY&list=PLXLB812R3GOIBktvIDbKJoMEJLPblPdOE&index=3>

Nota Bene. (2016, 1er février). Histoire du musée du Louvre. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=dvT3MzZoGMM&list=PLXLB812R3GOIBkvtlDbKJoMEJLPb1PdOE&index=22>

Nota Bene. (2016, 2 février). 4 expéditions au Musée du Louvre- Nota Bene #19.

YouTube. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=lpMp3AF308w&list=PLXLB812R3GOIBkvtlDbKJoMEJLPb1PdOE&index=21>

Nota Bene. (2017, 13 novembre). L'incroyable Joyau de François 1er. *YouTube*.

Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=JfancelGvrZY&list=PLXLB812R3GOIBkvtlDbKJoMEJLPb1PdOE&index=S>

Romain Tea Time. (2017, 10 décembre). Louvre UNDERGROUND! CuriosiTea

FR/EN. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=KbBcgLDJ1es&list=PLXLB812R3GOIBkvtlDbKJoMEJLPb1PdOE&index=23>

Romain Tea Time. (2017, 10 décembre). Toits du Louvre. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de

<https://www.youtube.com/watch?v=rY2aK6i4MP4&list=PLXLB812R3GOIBkvtlDbKJoMEJLPb1PdOE&index=24>

AUTRES VIDÉOS

Brice, C., Nota Bene. (2016, 24 novembre). Vulgariser l'Histoire sur Internet.

YouTube. Récupéré le 7 juin 2019 de

https://www.youtube.com/watch?v=MA0aUlXk1_4

La Tronche en Biais. (2015, 23 septembre). Vulgarisation sur un média

horizontal - Tronche en Live #8 (ft Dirty Biology). *YouTube*. Récupéré le 23

juin 2019 de https://www.youtube.com/watch?v=eih_tmKwOmM

· MadmoiZelle. (2018, 23 juin). MANON BRIL (C'est une autre histoire)-
INTERVIEW. *YouTube*. Récupéré le 23 juin 2019 de
<https://www.youtube.com/watch?v=XailbTNnoovI>

Manon Bril et Nota Bene. (2018, 11 avril). Comment bien vulgariser? Feat. Nota
Bene. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de
<https://www.youtube.com/watch?v=MAOaUlxlk4>

Version Originale. (2016, 31 mai). La vulgarisation scientifique sur Internet -
17h- La 6ème #NuitOriginale. *YouTube*. Récupéré le 7 juin 2019 de
<https://www.youtube.com/watch?v=fATge4.JpG5A&t=>