

# VIDÉOS ÉCOLOGISTES VIRALES SUR YOUTUBE : UNE ANALYSE CONTEXTUELLE DES SUPPORTS ET DES CONFIGURATIONS DISCURSIVES

FLORIMOND RAKOTONOELINA  
UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE

florimond.rakotonoelina@sorbonne-nouvelle.fr

Citation: Rakotonoelina, Florimond (2024) « Vidéos écologistes virales sur YouTube : une analyse contextuelle des supports et des configurations discursives », in Licia Reggiani et Laura Santone (éds.) *Médias et Viralité*, *mediazioni* 44: A56-A74, <https://doi.org/10.6092/issn.1974-4382/20729>, ISSN 1974-4382.

**Abstract:** This article analyzes viral environmentalist videos on YouTube. To do so, it observes the rise of the term “viral video” in the media and examines virality from a lexical point of view. Then, virality is connected with temporality in reference to an epidemiology of cultural representations on one hand, and with the discourse of knowledge transmission, on the other hand. The material characteristics of the corpus are then described, which shows one aspect of the virality of these videos, and the content of popularization and environmentalist discourse and the scenography of these videos are finally explained, which presents another aspect of virality.

**Keywords:** discourse analysis; viral video; ecology; discourse of knowledge transmission; popularization discourse; enunciation; dialogism.

### ***Introduction : repères lexicométriques et lexicographiques***

Si les cooccurrents de l'adjectif « viral », lorsque celui-ci est un adjectif descriptif ou classificateur, réfèrent prioritairement aux domaines de la médecine ou de la biologie (« infection virale », « maladie virale », « épidémie virale », etc.) comme l'atteste le dictionnaire électronique des cooccurrents *Antidote*<sup>1</sup>, il arrive également que cet adjectif serve à catégoriser quelques référents qui n'ont rien à voir avec ces domaines : c'est le cas de l'expression « vidéo virale », dont il sera question ici à partir des vidéos écologistes<sup>2</sup>, et de quelques autres unités comme « marketing viral », « phénomène viral », « photo virale », « publicité virale » ou encore « hashtag viral ».

Pour éclairer l'emploi dans le temps de l'expression « vidéo virale » dans les médias – sur Internet en général et dans la presse en particulier – et son rapport éventuel avec les vidéos écologistes virales, on peut se servir de deux outils lexicométriques : Ngram Viewer (Google)<sup>3</sup> et Gallicagram (ENS Paris Saclay)<sup>4</sup>. Google ne précise pas la nature des documents exploités dans le *Big Data*, mais une recherche de l'expression entre 2000 et 2019 montre que celle-ci, apparemment absente en 2000, est apparue en 2001 et son usage a été croissant jusqu'en 2019, fin de la période des données exploitées par Google. Gallicagram travaille plus finement en s'appuyant sur des corpus clairement identifiables, les textes numérisés par la BnF et les corpus de presse, dont ne tient pas compte Ngram Viewer. En effet, les corpus de presse sont instructifs dans la mesure où la presse est non seulement le reflet de l'actualité, mais aussi le reflet de la vitalité des mots et par conséquent de leur référent. Ainsi, dans la presse française, Gallicagram montre que, entre 2000 et 2022, 38 occurrences de « vidéo virale » sont présentes dès 2000 – alors même que la plateforme de partage vidéo YouTube n'existe pas encore – et ce chiffre croît jusqu'en 2022 pour atteindre 498 294 occurrences. Néanmoins, il faut distinguer deux périodes : de 2000 à 2012, on peut dire que l'expression est utilisée de manière croissante mais modérée – de 38 occurrences à 1298 ; et c'est à partir de 2013 que l'usage de « vidéo virale » explose dans la presse, devenant à son tour « viral », puisque l'on passe de 1298 occurrences en 2012 à 51 556 en 2013, pour atteindre en 2022 un chiffre dix fois plus élevé, près de 500 000 occurrences. Bien que les données lexicométriques de Ngram Viewer et de Gallicagram se croisent, celles de Gallicagram permettent de mieux observer une coïncidence avec les vidéos écologistes virales, à l'apogée entre 2016 et 2018.

<sup>1</sup> *Antidote* 11 : <https://www.antidote.info/fr/antidote-11>.

<sup>2</sup> Tout au long de l'article, les termes « écologie », « écologiste » (adjectif et nom) et « transition écologique » seront à entendre avec les définitions courantes issues du *Grand Robert de la langue française* 2023 :

– écologie : « Doctrine visant à une meilleure adaptation de l'homme à son environnement naturel, vivant (animaux, plantes) et non vivant, ainsi qu'à une protection de celui-ci. »

– écologiste : (adjectif) « Relatif à l'écologie, à l'étude et à la sauvegarde des équilibres écologiques » ; (nom) « Personne qui, en défendant des thèses inspirées de l'écologie, critique la société industrielle d'efficacité et de profit, et adopte des positions politiques non traditionnelles. »

– transition écologique : « passage progressif à des usages plus respectueux de l'environnement (transition énergétique, développement durable, maintien de la biodiversité, etc.). »

<sup>3</sup> <https://books.google.com/ngrams/>.

<sup>4</sup> <https://shiny.ens-paris-saclay.fr/app/gallicagram>.

Il convient de revenir sur la définition lexicale de la viralité pour mieux saisir ce dont il est question. Ainsi, dans le dictionnaire électronique des définitions *Antidote*, le mot « viralité », qui semble propre au domaine d'Internet, est défini comme « [...] ce qui est viral, [...] ce qui se propage vite. » L'adjectif « viral » est, quant à lui, défini en référence à deux domaines : celui de la médecine/biologie/chimie, « relatif aux virus » ; et celui d'Internet comme ce qui « se propage rapidement sur les réseaux informatiques. » Dans le domaine de la biologie, un virus est un « agent infectieux et parasite, pouvant se reproduire à partir de son seul matériel génétique » ; dans le domaine de l'informatique, un virus est « une suite d'instructions [...] susceptibles d'altérer ou de détruire les données contenues dans un ordinateur ».

Ce que l'on retiendra des définitions de ces trois termes appartenant à la même famille de mots (« viralité, « viral » et « virus »), ce sont les procès exprimés par les verbes. On constate ainsi que certains sèmes sont présents dans « virus » (/ [se] reproduire/, /altérer/ ou /détruire/) tandis que d'autres le sont dans « viral » et « viralité » (/se propager rapidement/), sans qu'il y ait, semble-t-il, le moindre lien entre « viral/viralité » d'une part et « virus » d'autre part. À partir de ce bref constat, nous formulerons les trois propositions suivantes :

- ce qui se propage *vite* ne veut pas dire pour autant que cela se propage *largement*, tout phénomène viral n'est pas pandémique et peut être délimité ;
- cette propagation, bien que rapide, n'est pas forcément limitée dans le temps : une fois la viralité installée, celle-ci n'est pas nécessairement bornée temporellement (à l'instar de l'expression « vidéo virale » devenue elle-même virale) ;
- enfin, il conviendrait peut-être, selon les cas, de resémantiser « viralité » avec les sèmes contenus dans « virus », /reproduire/, /altérer/ ou /détruire/ non un matériel génétique ou des données mais des représentations, puisque c'est ce dont il s'agit en grande partie dans les phénomènes viraux (vidéos virales, photos virales, publicités virales, etc.).

Cette recherche s'inscrit dans le cadre théorique et méthodologique d'une analyse du discours visant l'analyse linguistique et discursive qualitative d'un corpus représentatif afin d'avancer des hypothèses sur des modèles de fonctionnement des discours (Bronckart 1985 ; Charaudeau et Maingueneau 2002 ; Kerbrat-Orecchioni 2005 ; Maingueneau 2016). Nous procéderons en trois temps. Les vidéos écologistes virales observées participent à des croisades visant à informer et à « éduquer » le plus grand nombre en faveur de l'écologie : nous proposerons, à ce titre, une réflexion sur l'articulation entre viralité et discours de transmission des connaissances (Beacco et Moirand 1995 ; Beacco 1999 ; Mochet et Potolia 2004 ; Grillo *et al.* 2021 ; Dhermy 2021). À travers la présentation du corpus, nous chercherons ensuite à comprendre les raisons pour lesquelles les vidéos observées sont dites virales et quelles seraient les caractéristiques matérielles types d'une vidéo écologiste virale. Enfin, nous analyserons le corpus à partir des visées (pragmatiques) les plus saillantes de ces vidéos, qui concourent à faire d'elles des vidéos dites virales ; pour ce faire, nous mettrons en relation les positionnements énonciatifs des sujets parlants au regard

des visées des discours de vulgarisation en général, des discours écologistes en particulier et de la scénographie de ces vidéos.

### **1. Viralité, écologie, discours de transmission des connaissances et énonciation**

Nous partirons du constat de Mercanti-Guérin (2021) portant sur la viralité en matière de changement climatique qui avance que « la viralité des contenus climato-sceptiques est plus forte que la viralité des contenus alertant sur le changement climatique ». La question n'est pas de savoir ici pourquoi il en va ainsi, mais si les vidéos écologistes, qui alertent toutes *in fine* sur le changement climatique, ont intérêt ou non à être virales. Deux points de vue peuvent être avancés : un point de vue négatif et un point de vue neutre.

– Si l'on considère, à la suite de Roux (2021), que la métaphore virale présente certaines limites liées à certaines représentations (sociales) négatives liées au terme « virus », alors il semblerait préférable, de manière partisane, que les vidéos écologistes ne soient pas virales, car susceptibles éventuellement d'éveiller la suspicion.

– Si l'on appréhende maintenant la métaphore virale de manière neutre en s'en tenant aux représentations (sémantiques) liées au terme « virus », alors on pourrait envisager la viralité, à partir des différents procès objectivés par le lexique (voir *supra*), comme un moyen de reproduire, de modifier et/ou de supprimer des représentations (sociales), tant et si bien que les vidéos écologistes virales participeraient de fait simultanément à plusieurs de ces procès.

C'est cette neutralité que nous adopterons ici. Ainsi, la viralité sera entendue, à la manière de Sperber (1996), comme un simple mode de propagation des représentations, les discours se chargeant de les reproduire, de les modifier ou de les supprimer. Cette neutralité met sur le même plan la viralité des représentations climato-sceptiques et des représentations écologistes et seul le temps permettra de dire en définitive celles qui auront été, selon l'expression de Sperber, les plus contagieuses – contagion et viralité allant de pair sur Internet (Beauvisage *et al.* 2011). C'est la raison pour laquelle Sperber parle d'épidémiologie des représentations, le terme « épidémiologie » intégrant également le trait /propagation/ comme le terme « viralité », mais sans le trait /rapidité/ au profit du trait /durabilité/.

En effet, l'épidémiologie des représentations chez Sperber est une épidémiologie des représentations dites culturelles. Les représentations culturelles font ainsi « référence aux représentations qui sont largement distribuées dans un groupe social et l'habitent de façon durable » (Sperber 1996 : 50). De ce point de vue, les représentations culturelles sont avant tout des représentations sociales ou collectives – Sperber voit l'épidémiologie des représentations « comme un programme naturaliste au sein des sciences sociales » (*ibid.* : 10) – ou, plus précisément, « un sous-ensemble aux contours flous de l'ensemble des représentations mentales [propres à un individu] et publiques [spécifiques aux matérialités discursives, graphiques, etc.] qui habitent un groupe social » (*ibid.* : 50). À partir d'une épidémiologie des représentations, on pourrait envisager la viralité selon différentes temporalités : rapide ou lente, mais durable.

Sans entrer dans la problématique complexe des représentations, parmi les représentations culturelles, certaines réfèrent à des connaissances. C'est du moins ainsi qu'en didactique la notion de représentation est définie puisqu'il s'agit de « systèmes de connaissances qu'un sujet mobilise face à une question ou à une thématique, que celle-ci ait fait l'objet d'un enseignement ou pas » (Reuter *et al.* 2013). Il s'agit donc moins ici des représentations produites par la pensée ordinaire que par les activités sociales, voire discursives, « par l'intermédiaire [desquelles] chaque individu catégorise et interprète les objets du monde » (Petitjean 1998 : 26).

Généralement, parler de contenus dans le domaine de l'écologie, c'est se référer à des systèmes de connaissances, présents par exemple dans les rapports du GIEC<sup>5</sup>. Or, on le sait, ces rapports, qui contiennent analyses longitudinales et projections, n'ont aucun potentiel viral, au sens lexicographique du terme. Pour leur part, les vidéos écologistes, dans la mesure où elles s'appuient sur ce type de rapports, ne devraient pas non plus présenter des caractéristiques virales. Et plus largement, on voit rarement, pour ne pas dire jamais, les discours de transmission des connaissances, dont font partie les vidéos écologistes, associés au terme « viralité ». Comment se fait-il dès lors que des vidéos écologistes puissent être virales ?

L'hypothèse que nous avançons est la suivante : dans une vidéo écologiste virale, les connaissances transmises ne jouent qu'un rôle secondaire alors que, paradoxalement, il n'y aurait pas de vidéos sans elles ; en revanche, le format de la vidéo, sa scénographie et son scénario et, plus que tout, les sujets parlants seraient responsables de cette viralité. On pourrait même avancer que la force de cette viralité est toute entière contenue dans le « charisme discursif » des sujets parlants, tantôt comédien, tantôt humoriste, tantôt activiste, etc.<sup>6</sup>

Parler ici de sujet parlant sera plus aisé pour le propos, car les discours de transmission des connaissances sont éminemment dialogiques (Todorov 1981). Ainsi, chez Ducrot (1984), le sujet parlant est l'auteur empirique de l'énoncé (l'être de chair et d'os qu'on verra sur les vidéos), le locuteur est l'instance responsable des énoncés (par exemple, on peut parler de locuteur collectif pour le GIEC) et l'énonciateur est l'origine de points de vue qui s'expriment dans l'énonciation sans pour autant qu'on puisse formellement leur attribuer des mots précis. Ainsi, dans les vidéos considérées, s'agit-il du point de vue du scénariste, du sujet parlant, du locuteur collectif, etc. ? Nul ne le sait vraiment. Il n'empêche que ces points de vue sont analysables comme le rappelle Rabatel (2021) à travers « les choix de nomination, qualification, quantification, modalisation, ordre des mots, mise en relief, progression thématique ». Notre hypothèse, de nature discursive, consistera à poser que l'omniprésence de ces points de vue est un pilier de la viralité de ces vidéos.

<sup>5</sup> « Depuis plus de 30 ans, le GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat) évalue l'état des connaissances sur l'évolution du climat, ses causes, ses impacts. Il identifie également les possibilités de limiter l'ampleur du réchauffement et la gravité de ses impacts et de s'adapter aux changements attendus. Les rapports du GIEC fournissent un état des lieux régulier des connaissances les plus avancées. » Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires : <https://www.ecologie.gouv.fr/comprendre-giec>.

<sup>6</sup> Le terme « charisme discursif » réfère au « magnétisme » exercé par les sujets parlants à travers leur discours pour conquérir (et convaincre) un auditoire le plus large possible.

Ainsi, notre objectif sera de montrer quels sont les caractéristiques matérielles et les mécanismes discursifs qui ont rendu ces vidéos écologistes virales dans le temps court et ce qui les rend virales dans le temps long, et peut-être de façon durable.

## **2. Caractéristiques matérielles du corpus**

Dans l'introduction, nous avons souligné l'importance de la presse comme moyen de capter, à travers des unités lexicales, un aspect du réel correspondant à une actualité. Ainsi, travaillant essentiellement sur des problématiques liées au développement durable et à la transition écologique (Rakotonoelina 2014 ; 2017 ; 2020 ; 2023 ; Rakotonoelina et Reboul-Touré 2020), nous nous sommes servi d'un moteur de recherche et y avons entré les expressions suivantes, « écologie virale » et « YouTube », ce qui a permis d'identifier les pages web y référant dans un premier temps, pour remonter à la source des vidéos citées et considérées comme virales dans le domaine de l'écologie dans un second temps. Parmi les titres de presse relevés, on retiendra un service de presse en ligne PositivR dont l'objectif est de mettre celles et ceux « qui œuvrent pour une TRANSITION écologique et sociale. »<sup>7</sup> Dans un article du 2 novembre 2018<sup>8</sup> étaient recensés les YouTubeurs à l'origine de cette écologie dite virale.

Dans ce qui suit, nous proposons une présentation du corpus qui permette d'éclairer à partir du contexte externe (nombre de vues, dates de mise en ligne, durée, sujets parlants, producteurs) la relation entre vidéo écologiste et viralité ainsi caractérisée par la presse.

### **2.1. Nombre de vues des vidéos : 20 000 à plus de 1 million**

Une des caractéristiques de la viralité est liée, comme on l'a vu dans les définitions, à la propagation. Cette propagation se traduit pour les vidéos virales par le nombre de vues. Nous nous sommes limité aux quatre chaînes YouTube les plus populaires, c'est-à-dire celles dont le nombre d'abonnés était le plus important (de 100 000 à environ 700 000), le nombre d'abonnés étant généralement corrélés au nombre de vues. Sur ces chaînes, nous nous sommes ensuite focalisé sur les vidéos les plus visionnées – pour l'analyse, nous en avons retenu 12 (voir références du corpus en annexe).

Le nombre de vues permet d'envisager deux aspects de la viralité, le premier étant représenté dans les définitions lexicales – la propagation rapide – tandis que le second est avancé par Sperber – la pérennité. Ainsi, on peut supposer que la propagation, envisagée dans le temps court, est rapide au début, c'est-à-dire lors de la mise en ligne des vidéos et durant les jours qui suivent, puis ralentit au fil du temps, c'est-à-dire au fil des semaines, des mois, voire des années, pour s'inscrire davantage dans le temps long puisque ces vidéos sont toujours

<sup>7</sup> PositivR : <https://positivr.fr/a-propos/>.

<sup>8</sup> « 5 YouTubeurs qui rendent l'écologie virale grâce à leurs vidéos » : <https://positivr.fr/5-chaines-youtube-qui-vont-vous-faire-aimer-lecologie/>.

disponibles sur la plateforme et continuent d'être visionnées, mais à un rythme moins soutenu<sup>9</sup>.

Selon les indications numériques relevées, une vidéo écologiste sur YouTube pourrait être dite virale si son nombre de vues s'échelonne entre 20 000 à plus d'un million (on est donc dans un rapport de 1 à 50)<sup>10</sup>.

## 2.2. Dates de mise en ligne des vidéos : 2016–2018

Il peut paraître surprenant aujourd'hui de constater que ces vidéos ont été mises en ligne, pour la majorité d'entre elles, entre 2016 et 2018, comme si un engouement écologiste (viral ?) s'était précisément cristallisé à ce moment-là – Beauvisage *et al.* (2011) parlent de « concentration de l'attention collective ». Depuis 2019, aucun autre pic de cette ampleur n'a été relevé et les vidéos écologistes plus récentes n'ont jamais atteint le nombre de vues qui caractériserait une vidéo écologiste dite virale<sup>11</sup>. Ce constat amène à considérer la viralité comme un phénomène qui n'est en rien liée à l'actualité médiatique – elle peut s'inscrire dans le temps long comme on l'a dit plus haut –, bien que les thématiques abordées puissent être toujours d'actualité (par exemple, la question des énergies fossiles, du réchauffement climatique, des déchets, de l'élevage intensif, etc.). L'absence de pic viral depuis cinq ans s'expliquerait donc par le fait que tout ou presque ait déjà été dit dans ces vidéos et que de nouvelles vidéos n'apporteraient fondamentalement rien de nouveau puisque la « transition écologique » qu'elles promeuvent semble à peine engagée.

## 2.3. Durée des vidéos : d'environ 4 à 13 minutes

Lorsqu'on observe maintenant le lien entre viralité et durée des vidéos, on constate que plus la vidéo écologiste est courte, plus elle a un potentiel viral. Ainsi, une vidéo écologiste d'une durée de 3 minutes 50 peut avoir plus d'un million de vues tandis qu'on tombe à 115 000 vues pour une vidéo de 10 minutes et 38 000 vues pour une vidéo de 12 minutes 36. Il semblerait donc qu'une vidéo écologiste durant plus de 13 minutes n'ait que peu de chance d'être virale. Dans tous les cas, cela correspond à la tendance générale observable sur les sites d'hébergement vidéo. Plus c'est court, plus c'est viral, d'où l'explosion des vidéos dans un format court sur les réseaux : 20 secondes avec des chats ou 20 secondes de jeunes adolescents en train de danser, c'est « rapidement » 15 millions de vues.

## 2.4. Hétérogénéités énonciatives et webséries/chaînes

Pour comprendre pourquoi ces vidéos écologistes sont virales, il faut également se tourner vers l'identité des sujets parlants et/ou des producteurs de ces vidéos. Contrairement à ce qu'on pourrait penser, ces vidéos n'émanent pas d'associations écologistes (Greenpeace, WWF, Fondation pour la nature et

<sup>9</sup> Seul le propriétaire du compte YouTube a accès au nombre de vues dans le temps.

<sup>10</sup> On ne prend pas en compte les autres réseaux sociaux, voire les télévisions en streaming, sur lesquels ces vidéos peuvent être également diffusées : Facebook, Dailymotion, France TV Slash, etc.

<sup>11</sup> La presse elle-même n'a d'ailleurs plus parlé d'« écologie virale ».

l'homme, etc.). Dans ce qui suit, nous passons brièvement en revue les quatre principaux acteurs de ces vidéos.

Axel Lattuada est un auteur et comédien qui a créé avec Fabrice et Marc de Boni une websérie intitulée « Et tout le monde s'en fout ». Cette websérie en quatre saisons ne se limite pas aux questions environnementales puisque d'autres sujets y sont abordés comme le courage, l'éducation, les croyances, etc. Autrement dit, ce ne sont pas les seules vidéos écologistes qui sont ici virales, mais d'autres encore. Ce qui semble faire le succès de ces vidéos, c'est à la fois leur format court d'environ quatre minutes et, selon *Télérama*, la qualité du fond et de la forme tout en respectant les codes de la plateforme<sup>12</sup>. Dans cette websérie, Axel Lattuada campe le rôle d'« un gentil troll énervé, affublé d'une paire de lunettes et d'un éternel sweat à capuche [qui] analyse des sujets de tous ordres avec le débit d'une mitrailleuse. Objectif : briser les idées reçues sur des thématiques qui touchent aussi bien la société que l'individu » (*ibid.*).

La chaîne du Professeur Feuillage, alias Mathieu Duméry, et son assistante Sophie, alias Lénie Cherino, propose des chroniques écologiques dans le cadre d'une chaîne intitulée « Les chroniques écologiques du Professeur Feuillage » : en tout, 22 épisodes d'une dizaine de minutes où tous les grands thèmes de l'écologie sont traités. Mathieu Duméry, à la fois journaliste et comédien, a été repéré à l'époque par France Télévisions qui l'a produit. Il fait actuellement partie de la nouvelle équipe de l'émission « C'est toujours pas sorcier » diffusée sur France TV depuis décembre 2019<sup>13</sup>. Plus tôt, il avait déjà travaillé dans l'émission culte de vulgarisation scientifique « C'est pas sorcier » (1990–2000) animée par le duo Fred et Jamy<sup>14</sup>. La viralité des vidéos tient sans doute au fait que, « sous leurs airs déjantés et racoleurs, Mathieu et Lénie s'appuient sur un travail journalistique et des études scientifiques robustes »<sup>15</sup>.

Nicolas Meyrieux est un comédien et humoriste engagé connu pour ses one-man-shows et sa websérie « La Barbe » (expression signifiant « en avoir marre ») qui sera également diffusée, entre autres, sur France 4 et France TV Info<sup>16</sup>. Comme Axel Lattuada, le comédien aborde dans cette websérie constituée de 58 épisodes d'autres sujets que l'écologie. Ce qui a permis aux vidéos de devenir virales, c'est sans doute, ici encore, le personnage campé par Nicolas Meyrieux : celui-ci n'apparaît pas seulement sous sa propre identité, il « apparaît de façon récurrente grimé sous la forme de son double caricatural et provocateur, beauf, lobbyiste ou autre personnage cynique, prenant systématiquement le contrepied du message de sensibilisation traité » (*ibid.*). Outre ses casquettes de comédien et d'humoriste, il est aussi aujourd'hui agriculteur.

<sup>12</sup> « Ils font des vidéos passionnantes “Et tout le monde s'en fout” », *Télérama*, 21/01/2018 : <https://www.telarama.fr/television/ils-font-des-videos-passionnantes-et-tout-le-monde-sen-fout,n5442758.php>.

<sup>13</sup> « Le Pr Feuillage fait rire de l'effondrement », *Le Monde*, 13/02/2020 : [https://www.lemonde.fr/planete/article/2020/02/13/le-pr-feuillage-fait-rire-de-l-effondrement\\_6029411\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2020/02/13/le-pr-feuillage-fait-rire-de-l-effondrement_6029411_3244.html)

<sup>14</sup> « Professeur Feuillage : le “Jamy” de Youtube », L'information de référence sur l'énergie nucléaire, 29/08/2017 : <https://www.sfen.org/rgn/professeur-feuillage-jamy-youtube/>.

<sup>15</sup> *Le Monde*, *ibid.*

<sup>16</sup> Article « Nicolas Meyrieux », Wikipedia : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Nicolas\\_Meyrieux](https://fr.wikipedia.org/wiki/Nicolas_Meyrieux).

Enfin, Vincent Verzat est un vidéaste écologiste activiste considéré à l'époque comme le « fer de lance de l'activisme écologique 2.0 dans l'hexagone »<sup>17</sup> ou comme « le YouTubeur qui rend “cool” le militantisme écolo »<sup>18</sup>. Dans la lignée des vidéos virales des webséries/chaînes précédentes, celles de Vincent Verzat, sur sa chaîne « Partager, c'est sympa », se basent sur un travail de vulgarisation et une ligne éditoriale dont le style s'appuie sur les codes des YouTubeurs, en parlant face caméra avec une élocution rythmée, sans oublier une pointe d'humour. Selon *Télérama*, « le vidéaste crée un contenu fouillé, aux images et au montage très soignés, afin d'alerter sur l'influence de l'humain sur son environnement »<sup>19</sup>.

À travers la présentation des webséries/chaînes et de leurs sujets parlants, on constate un certain nombre de dénominateurs communs qui concourent à faire de certaines vidéos écologistes des vidéos virales : l'humour d'abord, qui vient sans doute dédramatiser le côté anxiogène des thématiques environnementales (pollution, réchauffement climatique, perte de la biodiversité, etc.) ; un travail de vulgarisation ensuite, permettant d'atteindre une audience la plus large possible ; et enfin une identité visuelle reprenant les codes des YouTubeurs et/ou l'incarnation de personnages souvent stéréotypés. Outre les caractéristiques contextuelles qui participent à la viralité d'une vidéo écologiste, les caractéristiques discursives vont également jouer un rôle déterminant qui fera qu'une vidéo écologiste aura ou non un potentiel viral.

### 3. Anatomie discursive des vidéos écologistes virales

Pour décrire l'anatomie discursive de ces vidéos, nous nous sommes appuyé sur leurs visées pragmatiques saillantes ou fonctions. Néanmoins, ces fonctions ne sont pas exclusives les unes des autres et peuvent parfois se recouper, si bien que les séquences qui permettent de les illustrer peuvent elles-mêmes relever de plusieurs fonctions selon la manière dont on les analyse et dont on les interprète. Bien que ces fonctions soient typiques des discours de vulgarisation et/ou des discours écologistes, ce sont les points de vue (positionnements énonciatifs et postures énonciatives portés sur le dit – *dictum*) qui participent probablement à rendre ces vidéos virales. Trois grandes catégories de fonctions ont été ici distinguées :

- la première regroupe celles qui sont partagées par les discours de vulgarisation
- la seconde regroupe celles qui seraient plus spécifiques des discours écologistes
- la dernière celles qui seraient typiques d'une scénographie caractéristique de ces vidéos.

<sup>17</sup> « [Génération Climat] Portrait de Vincent Verzat, le youtubeur écolo pour qui “il n'est pas trop tard” », *Les Inrockuptibles*, 15/03/2019 : <https://www.lesinrocks.com/actu/generation-climat-portrait-de-vincent-verzat-le-youtubeur-ecolo-pour-qui-il-nest-pas-trop-tard-144078-15-03-2019/>.

<sup>18</sup> « Vincent Verzat, le youtubeur qui rend “cool” le militantisme écolo », *Reporterre*, 17/11/2017 : <https://reporterre.net/Vincent-Verzat-le-youtubeur-qui-rend-cool-le-militantisme-ecolo>.

<sup>19</sup> « Sur YouTube, Partager c'est sympa se rebelle contre l'aliénation par les réseaux sociaux », *Télérama*, 21/01/2022 : <https://www.telerama.fr/ecrans/sur-youtube-partager-c-est-sympa-se-rebelle-contre-l-alienation-par-les-reseaux-sociaux-7008340.php>.

### 3.1. Discours de vulgarisation et points de vue

Dans les discours de vulgarisation, définir les termes spécialisés (Jacobi 1993 ; Mortureux 1993 ; 1995) et comparer pour permettre au grand public de comprendre ce qu'on lui dit par rapport à ses propres connaissances sont deux fonctions récurrentes.

#### 3.1.1. Définir ce dont on parle

Une vidéo écologiste virale s'inscrit clairement dans cette visée définitoire afin d'éclairer, d'explicitier les référents<sup>20</sup>.

[Sophie] Le permafrost. En français on parle de pergélisol. Mais comme ça sonne produit surgelé et que ça m'énerve on va dire permafrost. Le permafrost donc couvre 1/5e de la surface terrestre [...] littéralement il désigne une partie du sol terrestre qui demeure en dessous de zéro degré plus de deux années consécutives [PROFESSEUR FEUILLAGE : L'HUMANITÉ SURVIVRA-T-ELLE À LA FONTE DU PERMAFROST ?]

Dans cet exemple, on retrouve les caractéristiques de la définition, où le terme fait l'objet d'un retour métalinguistique (« en français, on parle de pergélisol ») et d'une explication (« littéralement, il désigne »). Mais on constate que Sophie, en plein milieu de l'énoncé, donne son avis sur le terme (« ça sonne produit surgelé [...] ça m'énerve on va dire permafrost »), opérant ainsi une rupture énonciative permettant d'attirer et de maintenir l'attention de l'auditoire sur un terme spécialisé.

Dans ce premier exemple, on va de l'anglais au français pour revenir à l'anglais ; dans l'exemple suivant, on va du français à l'anglais pour mieux revenir au français et permettre de définir autrement ce qu'est un « abattoir » :

En anglais, un abattoir c'est slaughter house. Ça veut dire maison de massacre. [ET TOUT LE MONDE S'EN FOUT : LA VIANDE]

La définition/traduction ainsi apportée s'avère nettement plus percutante qu'une définition lexicale (« Établissement où l'on abat les animaux de boucherie », *Antidote*). En effet, le terme « massacre » intègre le sème « barbarie », ce que ne suggère nullement le terme « abattre ». On voit dans cet exemple un besoin de resémantiser les termes ou, à défaut, de prendre de la hauteur par rapport à leurs référents.

#### 3.1.2. Comparer pour faire comprendre

Les processus de comparaison sont courants dans les discours de vulgarisation. Néanmoins, dans les vidéos virales, on va constater que le sujet parlant intègre la prise en charge de la comparaison, comme dans cet échange entre le professeur et Sophie :

<sup>20</sup> Les transcriptions des exemples sont de notre fait (sauf quand cela est spécifié) ; comme il s'agit, à la base, d'écrits oralisés, nous avons privilégié la lisibilité matérielle des propos.

– [Professeur] ce carbone piégé dans cette terre gelée ça me fait penser à un frigo géant tant que le frigo fonctionne la bouffe est congelée elle périmé pas en revanche si le frigo tombe en panne la bouffe va périmer très vite et pourrir. Ben le pourri c'est le CO2 et le méthane, et nous on vit dans le congélo on en respire l'atmosphère [...]

– [Sophie] ça sent quand même vachement la merde [PROFESSEUR FEUILLAGE : L'HUMANITÉ SURVIVRA-T-ELLE À LA FONTE DU PERMAFROST ?]

Ici, la comparaison est introduite par « ça me fait penser » qui suggère que la « pensée » est prise en charge par celui qui l'énonce et qui s'actualise par des termes familiers (« frigo », « bouffe » et « congélo »). Mais ce qu'il y a d'intéressant ici, c'est le fait qu'on quitte la comparaison (« terre gelée »/« frigo » ; « le pourri c'est le CO2 et le méthane ») pour entrer *dans* l'objet de la comparaison (« on vit dans le congélo on en respire l'atmosphère ») ; et cette « atmosphère » sentant le « pourri », la sensation olfactive est alors énoncée sans détours : « ça sent quand même vachement la merde ».

### 3.2. Discours écologistes et points de vue

Les discours écologistes ne visent pas seulement à dénoncer des situations pour éveiller les consciences ; ils le font en mettant en avant des liens de causalité, l'Homme étant la cause des situations dénoncées. Et pour ne pas sombrer dans le catastrophisme, l'objectif est de montrer que des solutions sont possibles, montrant que l'Homme peut aussi être la cause d'une transition écologique.

#### 3.2.1. *Faire comprendre les liens de causalité*

Il s'agit de montrer que l'état actuel du monde est une suite de causes et de conséquences dont nous sommes responsables par nos actions. Dans l'exemple suivant, la cause, c'est « l'organisation de notre production », la conséquence étant « le produit mort » qui en découle. À ce mode d'organisation, une alternative est proposée, qui repose sur une comparaison « produire en cycle comme la nature ».

Si on engendre des déchets dont personne ne veut, c'est parce que notre production est organisée en ligne et qu'au bout de la ligne ça finit toujours par un produit mort. L'idée, c'est de produire en cycle. Comme la nature ! Tu vois ce que c'est la nature ? Mais si tu sais, c'est le truc vert qui sent la menthe ! [ET TOUT LE MONDE S'EN FOUT : LES DÉCHETS]

La pseudo-neutralité de départ est rompue par l'incursion d'un point de vue qui interpelle l'auditeur par une définition très personnelle de la nature.

Dans cet autre exemple, sur l'emballlement climatique, on rappelle le fonctionnement équilibré de la Terre, comme pour la nature précédemment : la calotte glaciaire « fonctionne comme un immense miroir qui renvoie les rayons dans l'espace ». À partir de là, les successions de causes et de conséquences s'enchaînent :

Le premier point de non-retour ou tipping point pour les fans de VO se trouve en Arctique avec la calotte glaciaire. Ce gros glaçon fonctionne comme un immense miroir qui renvoie les rayons dans l'espace et évite qu'ils réchauffent notre bonne vieille terre. Mais alors que la température des pôles monte, le glaçon fond de plus en plus vite et le miroir se rétrécit d'autant. Or plus le miroir rétrécit plus les rayons du soleil atteignent la planète plus la planète se réchauffe plus le miroir rétrécit. A y est, le climat part en vrille et notre planète part en steak [intervention d'un passant – Attends, on n'a pas de bac à glaçons assez grand pour la calotte polaire ?] [PARTAGER C'EST SYMPA : T'EMBALLER PAS]

On peut schématiser ces liens de causalité de la manière suivante :

- la cause : la température monte
- la conséquence : la calotte fond
- la cause : la calotte fond
- la conséquence : le miroir se rétrécit
- la cause : le miroir se rétrécit
- la conséquence : les rayons atteignent la planète
- la cause : les rayons atteignent la planète
- la conséquence : la planète se réchauffe
- la cause : la planète se réchauffe
- la conséquence : le miroir se rétrécit et ainsi de suite

On désamorce le catastrophisme (« A y est, le climat part en vrille et notre planète part en steak ») par le biais d'une question absurde posée par un passant : « Attends on n'a pas de bac à glaçons assez grand pour la calotte polaire ? ».

### 3.2.2. *Montrer qu'il y a des solutions*

Ces vidéos ne seraient certainement pas virales si elles ne permettaient pas d'entrevoir des issues face à des situations préoccupantes. Les discours écologistes montrent qu'on peut encore changer nos comportements. Ainsi, la prise de conscience doit s'accompagner, comme on peut déjà le voir dans les exemples précédents, de nouveaux gestes, au sens large. Dans l'exemple suivant, qui dénonce la prolifération des chats et leur impact sur l'environnement, on va voir comment des solutions sont proposées :

Ce n'est pas le chat qui est à blâmer, mais les comportements humains qui ont conduit à sa prolifération destructrice. La solution serait peut-être d'arrêter d'acheter des chats dans des élevages ou dans les animaleries. Adoptons-les dans les refuges ça oui et puis trouvons des solutions éthiques pour stopper leur prolifération [PROFESSEUR FEUILLAGE : POURQUOI LES CHATS NE SONT PAS ÉCOLOS ?]

Compte tenu du fait que les vidéos de chats tendent à être virales sur YouTube, l'énonciateur traite son sujet avec beaucoup de tact :

- l'aspect très généralisant des « comportements humains » et donc non stigmatisant pour l'auditoire

- le conditionnel accompagné de « peut-être » (« la solution serait peut-être ») qui évite de brusquer l'auditoire
- et enfin, des impératifs (« Adoptons-les ça oui et puis trouvons des solutions éthiques ») qui engagent à une action collective, l'action collective étant présentée ici positivement.

Dans cet autre exemple, l'action collective laisse place à l'action individuelle. Et cette action individuelle est en fait une invitation indirecte à une action collective. Compte tenu de son support, la vidéo, le discours écologiste n'est plus désincarné ; on voit un sujet parlant qui se livre et qui partage ses solutions :

En tout cas pour lutter contre le réchauffement climatique, j'ai décidé de devenir végétarien. Parce que construire des panneaux solaires, des éoliennes et des barrages hydrauliques, bon ça coûte du pognon, et en plus j'sais pas faire. Par contre, ne plus manger de viande à priori c'est gratuit et je devrais y arriver. [LA BARBE : L'ÉLEVAGE INTENSIF]

Deux énoncés sont à relever ici : « j'ai décidé de devenir végétarien » et « je devrais y arriver » montrent que le sujet parlant est une personne « ordinaire » et qu'il n'est pas, au moment de la prise de parole, un écologiste au sens fort du terme. Ce changement de statut entre en cohérence avec les propos développés et défendus. Ainsi, il est probable que cette décision soit suivie d'effets, car, faut-il le rappeler, les solutions prônées par ces vidéos, du fait de leur viralité, peuvent servir de modèles à suivre pour une partie du public ne se trouvant pas là par hasard et déjà en partie convaincue par la cause.

### 3.3. Vidéos écologistes virales et scénographie

La mise en scène des vidéos écologistes virales intègre toujours deux composantes :

- une relation interpersonnelle simulée entre le sujet parlant et son public<sup>21</sup> ;
- des personnages fictionnels, joués par le sujet parlant lui-même ou par d'autres comédiens.

#### 3.3.1. *Établir une relation interpersonnelle avec l'auditoire*

La simulation d'une relation interpersonnelle passe par des formes de dialogisme interactionnel (Moirand 1990 : 75). Ainsi, l'auditoire est mis en scène par le pronom « tu » qui devient acteur/actant dans une situation donnée, comme le montre l'exemple suivant où les musées deviennent des lieux où seraient entreposés des déchets :

[concernant les déchets] On en a même mis dans des musées. Parce que quand tu vas admirer des débris d'amphores romaines, bah techniquement tu t'extasies devant les emballages industriels de l'époque. [ET TOUT LE MONDE S'EN FOUT : LES DÉCHETS]

<sup>21</sup> YouTube n'est pas seulement un site d'hébergement de vidéos ; il s'agit aussi d'un média/réseau social, si bien que les échanges interpersonnels peuvent devenir réalité dans l'espace dédié aux commentaires « sous » les vidéos.

Dans cet autre exemple, la prise en compte de l'autre est créée par « entre nous/on » qui instaure une relation de proximité à partir d'une assertion (« Parce qu'entre nous, le lait, on est quand même la seule espèce à vouloir en boire une fois adulte »), assertion qui s'achève par l'interjection « hein » avec une intonation montante la transformant de fait en question rhétorique. Le spectateur est ensuite de nouveau interpellé et placé dans une situation absurde avec un « Tu verras jamais [...] », situation visant à montrer l'absurdité de recourir au lait à l'âge adulte :

Parce qu'entre nous, le lait, on est quand même la seule espèce à vouloir en boire une fois adulte, hein ? À la base, c'est juste du liquide de croissance pour veau. Tu verras jamais un castor demander à une loutre « Excuse-moi, tu pourrais me dépanner d'une brique de lait ? C'est pour finir ma pâte à crêpes. » Nan, parce que déjà elle fait pas de pâte à crêpes, mais si elle pouvait, elle le ferait pas non plus. [LA BARBE : L'ÉLEVAGE INTENSIF]

Le dialogisme interactionnel montré permet non seulement de resserrer les liens entre le sujet parlant et son public, ce qui participe certainement à la viralité de ces vidéos, mais permet également d'amener directement ou indirectement le public à adopter une démarche réflexive – en l'occurrence, ici, autour du concept de déchet ou de la non-nécessité de boire du lait à l'âge adulte, et donc de participer à la réduction/disparition des élevages intensifs, et donc du réchauffement climatique. On rappelle par ailleurs que ce qui permet à ces vidéos d'être virales, comme cela a été relevé plus haut par la presse (voir 2.4.), c'est l'humour. Or, dans un spectacle d'humoristes, le dialogisme interactionnel est une constante, et cette modalité est ici exploitée dans cette optique.

### 3.3.2. Recourir à des personnages fictionnels

Il n'est pas rare que, dans un spectacle d'humoriste, des personnages fictionnels, joués par l'humoriste lui-même, fassent leur apparition. C'est également le cas dans certaines de ces vidéos, excepté lorsque les sujets parlants jouent déjà un personnage (cas du Professeur Feuillage et de son assistante). Bien entendu, l'incursion de ces personnages fictionnels, prêtant à rire car souvent caricaturaux, permet de rompre le flux ininterrompu du discours du sujet parlant dont le débit de parole est toujours rapide (voir 2.4.). Mais ce faisant, il s'agit là d'un moyen de dénoncer directement ou indirectement les actions menées par ces personnages, responsables d'un état (dégradé) de l'environnement. Ainsi, la parole leur est donnée, et cette parole décomplexée leur permet de montrer une vision du monde faisant valoir des intérêts personnels au détriment d'intérêts collectifs.

Dans l'exemple suivant, la parole est donnée à un créateur de mode fictif Charles Lafoirfouille, créateur de la marque Daube<sup>22</sup>. Il répond à la question de l'augmentation de 400 % de la consommation de vêtements en 20 ans :

<sup>22</sup> Le nom « Lafoirfouille » peut être interprété comme une composition entre le mot « foire », « fouille » et « farfouille » (« fouiller en mettant tout à l'envers », *Antidote*). Le mot « daube » signifie en argot une « chose sans valeur » (*Antidote*). « La Foir'Fouille » réfère, dans la réalité, à une chaîne de magasins à bas prix, incitant ainsi les consommateurs à plus d'achats.

[Charles Lafoirfouille, Créateur de Daube] C'est normal avant il y avait deux saisons printemps/été et automne/hiver. Maintenant il y a une fashion week par semaine. Je voyage beaucoup trop. C'est extrêmement fatigant, mais c'est pas grave parce que j'adore la mode. J'aime la couleur, j'aime les textures, j'aime l'odeur des petits enfants qui ont travaillé le tissu. Vous savez, les vêtements communiquent sur ce que nous sommes, sur ce qu'on veut dire de nous aux autres. Le problème, c'est que les gens n'ont rien à dire, puisqu'ils ont une vie de merde. Alors je leur fais des tee-shirts à 10 euros pour les consoler. Ils sont contents. Moi aussi. [LA BARBE : LA FAST FASHION]

Dans l'exemple à suivre, le personnage fictionnel est un internaute censé réagir aux propos tenus par Axel Lattuada. Bien sûr, les propos tenus par ce personnage – il s'agit donc ici d'une forme de dialogisme interlocutif montré (Verine 2005 ; Simon 2010) –, n'ont d'autre objectif que de permettre à Axel Lattuada d'y opposer un contre-discours. Sur le plan scénographique, cela se traduit :

- dans un premier temps, par la lecture (ou plutôt le déchiffrement) par Axel Lattuada d'un commentaire écrit de l'internaute qui donne « son » point de vue et qui clôt son commentaire de manière grossière – l'écriture se rapproche davantage d'une écriture phonétique que d'une orthographe normée et est disponible en sous-titre –,
- puis par la réponse apportée par Axel Lattuada qui se désolidarise totalement de l'internaute en le mettant à distance avec un « tu » (« ton espèce » ; « te prévenir ») et en lui rappelant des faits avérés en matière de santé publique.

[Axel en train de lire le message d'un internaute] moi j'men fou dé zaimo cé batar, le socison cé le meilleur truc du monde, bouffe ta plouse é fé pa chié

[Axel] Sache que ton espèce est peut-être en voie de disparition. Le Centre international de la recherche sur le cancer voudrait te prévenir que la charcuterie et probablement la viande rouge sont cancérigènes. [ET TOUT LE MONDE S'EN FOUT : LA VIANDE]

Comme on le voit, les discours des personnages fictionnels apportent au discours écologiste des arguments pour s'énoncer ; ce faisant, ils permettent également d'introduire au sein du discours écologiste des discours décalés ou immoraux, parfois teintés d'humour (noir), le rendant dès lors moins formaté, ce qui concourrait à la viralité des vidéos.

### ***Conclusion : discours écologistes, vidéos écologistes et viralité***

Pour comprendre et saisir le concept de viralité, nous avons d'abord cherché à observer à quel moment l'expression « vidéo virale » était elle-même devenue virale ; les caractéristiques du corpus ont montré que les dates de parution des vidéos écologistes virales coïncidaient avec la viralité de l'expression. Mais nous avons pu constater également que la viralité de ces vidéos, consécutive à leur date de parution sur YouTube, était délimitée dans le temps (période 2016–2018). Une

observation lexicographique de la famille de mots « virus/viral/viralité » a élargi la réflexion de la viralité au-delà de la question de la concentration « rapide » de l'attention portée à un phénomène, ce qui a permis d'entrevoir la viralité comme une circonstance relative et non absolue – la viralité d'une vidéo écologiste n'a rien à voir avec la viralité d'une vidéo montrant un chaton –, tout autant qu'elle a permis de penser la viralité en dehors de frontières temporelles parfaitement délimitées. C'est ainsi que nous avons été amené à penser la viralité dans le contexte des discours de transmission des connaissances, ces vidéos écologistes proposant la transmission de savoirs conduisant à une transition écologique. En effet, ce qui est en jeu ici, c'est la propagation, à travers ces savoirs, de nouvelles représentations – par exemple pourquoi ne plus boire de lait à l'âge adulte – qui viennent rendre caduques d'autres représentations entretenues culturellement par des systèmes de conditionnement – par exemple, la croyance selon laquelle boire du lait serait bon pour la santé. Or, dès lors qu'il s'agit de représentations culturelles, au sens de Sperber, la viralité ne se situe plus sur la même échelle de temps. L'instauration de nouveaux systèmes de représentations visant à annihiler/modifier les anciens nécessite un temps long. Et c'est ce qui est précisément en jeu dans la transition écologique. Les vidéos écologistes sur YouTube, en tant que supports matériels, ont été certes virales à un moment donné, mais les modes de pensée qu'elles véhiculent par les discours s'inscrivent dans un horizon (potentiellement) viral encore lointain, car peu partagés culturellement, entravés en outre par des contre-discours (souvent populistes) anti-écologistes. Cela nous a permis de distinguer deux niveaux de viralité :

- le premier niveau est celui qui relie les vidéos à l'effervescence des réseaux sociaux (temps court), bien que ces vidéos restent potentiellement accessibles à l'infini (temps long) ;
- le deuxième niveau porte sur la viralité, en tant qu'épidémiologie des représentations, ce qui suppose la transformation, voire la suppression de certaines représentations, et la reproduction de nouvelles représentations (temps long).

Ce qui rend ces vidéos virales sur YouTube dans le temps court, c'est la manière innovante qu'a le discours écologiste de traiter les grands thèmes qui lui servent de leitmotivs auprès du grand public (l'énergie, les déchets, la viande, l'eau, etc.). L'analyse discursive des causes de la viralité a montré que ces dernières n'étaient pas imputables aux visées pragmatiques du discours écologiste qui relèvent, pour une grande part, du discours de vulgarisation scientifique, mais à la gestion énonciative et scénographique du discours lui-même. Du côté énonciatif, l'incursion du sujet parlant dans son propos, qu'il s'agisse de définir des termes, de comparer des données, de rendre compte de liens de causalité, etc., permet un degré de personnalisation du discours écologiste qui le fait apparaître sous un autre jour, moins anxiogène, moins culpabilisant et porteur de solutions simples à mettre en œuvre sur le temps long, participant à un changement de nos représentations. Du côté scénographique, il s'agit pour le sujet parlant d'interpeller le spectateur, de jouer avec en se mettant dans sa peau ou en s'en détachant, mais toujours avec humour et souvent avec un niveau de langue familier, ou bien encore de se mettre dans la peau de personnages hauts en couleur et d'en proposer une interprétation caricaturale pour mieux faire prendre

la mesure des enjeux écologiques ou non. En définitive, l'analyse a montré que la viralité est la résultante de deux forces : une force discursive centripète, qui ramène la discursivité vers un discours de vulgarisation écologiste chargé de transmettre des connaissances pour faire évoluer nos représentations culturelles (temps long), et une force discursive centrifuge qui fait apparaître cette discursivité sous les traits d'un sujet parlant endossant le rôle d'un ou de plusieurs personnage(s), au sens théâtral du terme, qui favorisent l'adhésion et l'engouement des internautes dès la parution des vidéos (temps court).

#### ANNEXE. RÉFÉRENCES DU CORPUS

*Axel Lattuada « Et tout le monde s'en fout » (684 K abonnés)*

Saison 1

2018 4:11 Les déchets : 647 K

2017 4:47 La viande 878 K

2017 3:50 L'eau 1 M

*Matthieu Dumery et Lénie Cherino « Professeur Feuillage et Sophie » (121 K abonnés)*

2017 10:52 L'humanité survivra-t-elle à la fonte du permafrost ? 115 K

2017 7:29 Pourquoi les chats ne sont pas écolos ? 181 K

2017 8:11 Les trucs mignons qui pourrissent l'environnement 146 K

*Nicolas Meyrieux « La barbe » (203 K abonnés) de 2014 à 2019*

2016 6:15 L'élevage intensif 378 K

2018 8:50 Les métaux rares 300 K

2017 5:27 La fast fashion 252 K

*Vincent Verzat « Partager c'est sympa » (268 k abonnés)*

2018 6:04 Ça sent le gaz 19 K

2016 12:36 T'emballer pas 38 K

2018 5:12 5 trucs pour changer ta ville 49 K

#### BIBLIOGRAPHIE

Beacco, Jean-Claude et Sophie Moirand (1995) « Autour des discours de transmission de connaissances », *Langages* 117 : 32-53.

Beacco, Jean-Claude (éd.) (1999) *L'astronomie dans les médias : analyses linguistiques de discours de vulgarisation*, Paris : Presses de la Sorbonne Nouvelle.

Beauvisage, Thomas, Jean-Samuel Beuscart, Thomas Couronné et Kevin Mellet (2011) « Le succès sur Internet repose-t-il sur la contagion ? Une analyse des recherches sur la viralité », *Tracés. Revue de Sciences humaines* 21 : 151-166.

Bronckart, Jean-Paul (1985) *Le fonctionnement des discours. Un modèle psychologique et une méthode d'analyse*, Paris : Delachaux et Niestlé.

Charaudeau, Patrick et Dominique Maingueneau (éds.) (2002) *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris : Seuil.

Dhermy, Arnaud (2021) *La transmission des savoirs à l'ère numérique*, Paris : Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques.

- Ducrot, Oswald (1984) *Le dire et le dit*, Paris : Éditions de Minuit.
- Jacobi, Daniel (1993) « Les terminologies et leur devenir dans les textes de vulgarisation scientifique », *Didaskalia* 1 : 69-83.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2005) *Les actes de langage dans le discours : théories et fonctionnement*, Paris : Armand Colin.
- Maingueneau, Dominique (1998/2016) *Analyser les textes de communication*, Paris : Armand Colin, 3<sup>e</sup> édition.
- Mercanti-Guérin, Maria (2021) « La viralité d'un contenu est-elle climato-sceptique ? Une illustration par les bulles de filtre », *La revue des sciences de gestion* 309-310 : 11-20.
- Mochet, Marie-Anne et Anthippi Potolia (éds.) (2004) *Pratiques et représentations langagières dans la construction et la transmission des connaissances*, Lyon : ENS éditions.
- Moirand, Sophie (1990) *Une grammaire des textes et des dialogues*, Paris : Hachette.
- Mortureux, Marie-Françoise (1993) « Paradigmes désignationnels », *Semen* 8, en ligne, <https://doi.org/10.4000/semen.4132>.
- Mortureux, Marie-Françoise (1995) « Les vocabulaires scientifiques et techniques », *Les Carnets du Cediscor* 3, en ligne, <https://doi.org/10.4000/cediscor.463>.
- Petitjean, André (1998) « La transposition didactique en français », *Pratiques* 97-98 : 7-34.
- Rabatel, Alain (2022) « Postures énonciatives, interaction et dialogisme », *Cahiers de praxématique* 75, en ligne, <https://doi.org/10.4000/praxématique.7190>.
- Rakotonoelina, Florimond (2014) « L'e-conférence écologiste sur les sites web d'(in-)formation : entre genre ordinaire et genre spécialisé », *Les Carnets du Cediscor* 12, en ligne, <https://doi.org/10.4000/cediscor.929>.
- Rakotonoelina, Florimond (2017) « La notion de "déchet(s)" : structuration sémantique dans les discours lexicographiques et configurations discursives sur les sites institutionnels et associatifs français », in Cécile Desoutter et Enrica Galazzi (éds.) *Les déchets mis en mots*, Paris : L'Harmattan, 15-31.
- Rakotonoelina, Florimond (2020) « Biodiversité/biodiversity : dynamiques discursives des fonctionnements collocationnels dans le discours lexicographique et les discours environnementalistes en français et en anglais », *Les Carnets du Cediscor* 15, en ligne, <https://doi.org/10.4000/cediscor.3069>.
- Rakotonoelina, Florimond et Sandrine Reboul-Touré (éds.) (2020) *Les Carnets du Cediscor 15 – La biodiversité en discours : communication, transmission, traduction*, Paris : Presses Sorbonne Nouvelle, <https://doi.org/10.4000/cediscor.1591>.
- Rakotonoelina, Florimond (2023) « Transdiscursivité sur les sites des ONG environnementalistes : stratifications et maillages discursifs de l'information », in Yannick Hamon et Paola Paissa (éds.) *Discours environnementaux : convergences et divergences*, Roma : Aracne, 161-177.
- Reuter, Yves, Cora Cohen-Azria, Bertrand Daunay, Isabelle Delcambre et Dominique Lahanier-Reuter (2013) « Représentations », in Yves Reuter, Cora Cohen-Azria, Bertrand Daunay, Isabelle Delcambre et Dominique Lahanier-

- Reuter (éds.) *Dictionnaire des concepts fondamentaux des didactiques*, Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, <https://doi.org/10.3917/dbu.reute.2013.01>.
- Rinck, Fanny (2010) « L'analyse linguistique des enjeux de connaissance dans le discours scientifique », *Revue d'anthropologie des connaissances* 4-3, en ligne, <https://doi.org/10.3917/rac.011.0427>.
- Roux, Ugo (2022) « Viralité : la métaphore virale et ses limites », *Terminal* 129, en ligne, <https://doi.org/10.4000/terminal.7299>.
- Simon, Justine (2010) « Dialogisme interlocutif et dialogisme interdiscursif : des concepts opératoires pour l'analyse du discours de presse », in Jacques Bres, Aleksandra Nowakowska, Jean-Marc Sarale et Sophie Sarrazin (éds.) *Actes du colloque international « Dialogisme : langue, discours »*, Université Paul Valéry, Montpellier, hal-01447277.
- Sperber, Dan (1996) *La contagion des idées*. Paris : Odile Jacob.
- Todorov, Tzvetan (1981) *Mikhaïl Bakhtine : le principe dialogique* suivi de *Écrits du Cercle de Bakhtine*, Paris : Éditions du Seuil.
- Verine, Bertrand (2005) « Dialogisme interdiscursif et interlocutif du discours rapporté : jeux sur les frontières à l'oral », in Jacques Bres, Pierre Patrick Haillet, Sylvie Mellet, Henning Nølke et Laurence Rosier (éds.) *Dialogisme et polyphonie. Approches linguistiques*, Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, 187-200.
- Vieira de Camargo Grillo, Sheila, Sandrine Reboul-Touré et Maria Glushkova (éds.) (2021) « Troisième partie “Comparaison et genres de discours : la transmission des connaissances” », in Sheila Vieira de Camargo Grillo, Sandrine Reboul-Touré et Maria Glushkova (éds.) *Analyse du discours et comparaison : enjeux théoriques et méthodologiques*, Bruxelles : Peter Lang.