CONGRÈS DE LA SFSIC

SOCIÉTÉ FRANÇAISE DES SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

CRÉATION, CRÉATIVITÉ ET MÉDIATIONS

ACTES VOL. 3 : OBJETS TECHNIQUES, DISPOSITIFS ET CONTENUS

SFSIC

LabSIC

IC industries culturelles & création artistique

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

sous le patronage de la Commission nationale française pour l'UNESCO

plaine commune GRAND PARIS

ENEDIS L'ELECTRICITE EN RESEAU

Responsabilité scientifique du congrès :
Françoise Paquienséguy, Dominique Carré

Coordination scientifique de l'axe 3 :
Philippe Bonfils, Dominique Carré, Bruno Chaudet

Sommaire

CREATIVITE ET DATA

Freins et leviers pour de nouvelles créativités dans notre relation au monde numérique. Points de vue de visiteurs de l'exposition *TERRA DATA Nos vies à l'ère du numérique*
Eric TRIQUET, Eloi FLESH, Caroline ARCHAT et Marie-Sylvie POLI 5

Sensibles données, comprendre le rôle des mises en forme tangibles dans la perception des usages numériques.
Rose DUMESNY 16

Dispositifs innovants, consommation créative ? Netflix ou la recommandation des contenus audiovisuels à l'ère de la prescription algorithmique
Chloé DELAPORTE 28

Data journalisme, entre pratique créative innovante et nouvelle médiation experte ? Une analyse conjointe des discours et des productions journalistiques
Valentyna DYMYTROVA 39

CREATIVITE ET SANTE

Créer avec les technologies numériques dans le champ du travail médico-social : entre communication symbolique et cours d'action
Audrey BONJOUR et Elise DARAGON 52

Cadavre exquis & rumeur : un dispositif expérimental similaire, créatif en littérature, destructif en psychologie
Pascal FROISSART 60

Construire sa prothèse soi-même : un acte créatif collectif émancipatoire ?
Amélie TEHEL 79

La créativité réglée de l'image du territoire
Nolwenn PIANEZZA et Cécile TARDY 90

CREATIVITE ET APPRENTISSAGE

Créer, éprouver, résister - détour par une machinerie pédagogique
Isabelle BAZET, Minica HOURI-PANCHETTI et Philippe MARRAST 101

Créativité et espaces physiques d'apprentissage innovants: le cas du Japon
John AUGERI 118

Créer une formation pour agir à distance : jeux d'autorité et enjeux de production de sens
Anja MARTIN-SCHOLZ et Anne MAYERE 126

Enquête sur un dispositif innovant dédié à la solidarité internationale : le Grin
Eric DACHEUX et Florine GARLOT 137

CREATIVITE ET RESEAUX

Médiations et médiatisations des innovations sociales par le dispositif « téléphone portable-Internet-télévision » : pratiques et représentations des acteurs dans le cas des émissions de télévision « Les Observateurs » et « Tech24 » de France24 Télévision
Martial Sylvain Marie ABEGA ELOUNDOU et Josias MIAMDJO NDJIE 148

Les transformations du secteur de l'audiovisuel au Canada et au Québec : place et rôles des plateformes numériques au prisme des pages d'accueil
Eric GEORGE et Michel SENECAL..... 165

Courir sur des sables mouvants. Les musiciens en quête de public sur le web
Anne-France KOGAN et Caroline CRETON..... 177

Matière à pensées : outils d'édition et médiation de la créativité
Arthur PERRET 190

CREATION ET DIFFUSION

Du dispositif à la disposition. Le web participatif comme espace de communication mental
Julien PEQUIGNOT..... 202

L'animation de la plateforme "Les Herbonautes", entre innovation et stabilisation d'un nouveau genre de médiation scientifique
Lisa CHUPIN..... 214

Needle, une innovation issue des sciences de l'information et de la communication face à la crise de l'inspiration
Julien FALGAS..... 221

CREATIVITE, CREATION ET CULTURE

La médiation socionumérique du street artivisme en Egypte : pérégrinations et reconfiguration des modalités d'action
Mohammad ABDEL HAMID 237

Écrire avec les API : une créativité en briques ?
Samuel GOYET 247

Créativité et culture juvénile à l'ère du numérique en Méditerranée
Alma BETBOUT 262

Entre communication et organisation de la créativité : la plateforme Behance (Adobe CC)
Véronique ANDERLINI-PILLET et Claudine BATAZZI 274

CREATIVITE ET PROCESSUS

Vers des dispositifs contributifs d'explicitation des compétences issues de l'expérience
Gabriel BOUDARD et Manuel ZACKLAD 281

Create beyond the borders of the company: A case study of Swisscom's Hackathons
Bruno ASDOURIAN 290

Au centre du processus de création du monteur son
Rémi ADJIMAN et Jean-Michel DENIZART 302

La créativité au cœur de l'acte culinaire quotidien
Sarah BASTIEN, Clémentine HUGOL-GENTIAL, Jean-Jacques BOUTAUD 314

CREATIVITE, CREATION ET CULTURE

Transmettre la danse par un dispositif de médiation numérique : vers un renouvellement du processus de création chorégraphique ?
Lucie ALEXIS et Elsa TADIER 324

Les observatoires des publics et des pratiques culturelles : des dispositifs sociotechniques d'enregistrement et d'évaluation de la créativité au prisme des SIC
Emilie PAMART et Frédéric GIMELLO-MESPLOMB 338

Freins et leviers pour de nouvelles créativités dans notre relation au monde numérique. Points de vue de visiteurs de l'exposition *TERRA DATA Nos vies à l'ère du numérique*

Brakes and levers for new creations in our relationship to the digital world. Viewpoints of visitors to the TERRA DATA

TRIQUET Éric, Professeur des universités
Équipe Culture et Communication - Centre Norbert Elias (UMR 8562), université d'Avignon
eric.triquet@univ-avignon.fr

FLESCH Eloi, Doctorant en SIC
Équipe Culture et Communication - Centre Norbert Elias (UMR 8562), université d'Avignon
eloi.flesch@univ-avignon.fr

ARCHAT Caroline, chercheur associée
Équipe Culture et Communication - Centre Norbert Elias (UMR 8562)
caroline.archat@orange.fr

POLI Marie-Sylvie, Professeure émérite
Équipe Culture et Communication - Centre Norbert Elias (UMR 8562), université d'Avignon
marie-sylvie.poli@univ-avignon.fr

Mots clés : big data, enjeux éthiques, exposition, visiteurs

Keywords: big data, ethical issues, exhibition, visitors

Résumé :

L'exposition Terra data, présentée à la Cité des Sciences propose « un déchiffrage » des enjeux liés aux technologies numériques. Une étude de réception menée à l'issue de la visite révèle une position ambivalente des visiteurs à l'égard de ces technologies. Ils oscillent entre fascination et peur des dérives, et apparaissent peu disposés à faire évoluer leurs pratiques. Cette communication tente d'identifier les principaux freins à l'expression d'une créativité dans leur rapport au numérique.

Summary:

The Terra data exhibition, presented at the "Cité des Sciences - Paris", proposes the key for decrypting issues related to digital technologies. A reception inquiry conducted after the visit reveals an ambivalent position of visitors regarding these technologies. They oscillate between fascination and fear of excesses, and appear unwilling to change their practices. This paper tries to identify the main obstacles to the expression of creativity in their relationship to digital.

Freins et leviers pour de nouvelles créativités dans notre relation au monde numérique. Points de vue de visiteurs de l'exposition *TERRA DATA Nos vies à l'ère du numérique*

Introduction

Le développement du numérique et les innovations technologiques qui le soutiennent s'accompagne de bouleversements dans nos modes de vie et provoque des incidences fortes au niveau sociétal. Dominique Vinck (2016) fait observer que l'on qualifie déjà ce moment de Révolution numérique et que l'on n'hésite pas à parler d'ère numérique. Cette évolution radicale n'est pas sans poser un certain nombre de relatifs à la vie privée et au libre arbitre des individus, mais aussi de fait de l'expression de nouvelles formes de gouvernementalité (Rouvroy & Berns 2013). Selon Michel Puech (2017) la prise de conscience éthique ne doit en aucun cas se limiter à la répétition des systèmes de valeur déjà installés. Pour les partisans de cette approche non déterministe, les technologies du numérique ouvrent la voie à une réappropriation citoyenne à même d'engager les utilisateurs vers de nouvelles formes de créativité tant au niveau de leurs usages dans le champ social que dans leur positionnement. Michel de Certeau (1993) évoque pour sa part, « une créativité des gens ordinaires » par laquelle l'utilisateur va choisir, s'adapter, « braconner » parmi les possibilités offertes par l'objet technique, une créativité cachée « dans un enchevêtrement de ruses silencieuses et subtiles, efficaces, par lesquelles chacun s'invente une manière propre de cheminer à travers la forêt des produits imposés »[1]. Quand certains appellent à une « grande politique de la technologie » qui permettrait de placer la créativité au centre de la vie sociale (Stiegler 2016), d'autres soutiennent le projet d'une éducation informatique dès le plus jeune âge (Meirieu, Kambouchner, Stiegler, 2012).

Après avoir mené une veille sur différents médias et dans le champ muséal, l'exposition *TERRA DATA nos vies à l'ère du numérique* présentée à la Cité des sciences et de l'Industrie du 4 avril 2017 au 7 janvier 2018) est apparue constituer une opportunité pour sonder des visiteurs sur leur rapport au numérique. Cette exposition, première du genre, aborde de manière scientifique et philosophique les enjeux politiques, éthiques, économiques et culturels d'une nécessaire éducation aux problématiques des données numériques en masse dites « big data ». En mettant en exergue les abus de pouvoir induits par la diffusion non contrôlée de nos

[1] Giard, cité dans de Certeau 1993, préface. « Arts de faire » de Michel de Certeau. Gallimard. 1990.

données auxquels nous sommes déjà confrontés, cette exposition entend nous alerter sur l'urgence à prendre nos destins en main à l'heure du tout numérique. Ainsi, en plus d'informer le visiteur, elle apparaît apte à solliciter son imaginaire et sa créativité pour penser des usages différents et des formes nouvelles de relations aux technologies du numérique en lien avec les data.

Au-delà de la façon dont les visiteurs s'emparent de l'exposition, notre étude se propose de mettre au jour l'expression par ces derniers des leviers et freins au développement de cette créativité. Le plan retenu pour cette communication présente ainsi une structure en trois temps. Nous revenons pour commencer sur la promesse de l'exposition et les visées de notre enquête de terrain. Les résultats sont ensuite présentés de façon synthétique et discutés à partir de cadres d'interprétations présentés seulement dans un dernier temps.

L'exposition *TERRA DATA nos vie à l'ère du numérique*

À l'entrée de l'exposition les visiteurs sont accueillis par le youtubeur scientifique Experimentboy qui annonce haut et fort la promesse de l'exposition :

> « Ici, vous allez apprendre plein de choses, mais surtout prendre conscience du nouveau monde qui est déjà là autour de nous, celui des réseaux, des données et des algorithmes. (…) Et de déclarer pour finir : « en partant d'ici, vous ne serez probablement plus tout à fait les mêmes… »

L'exposition *TERRA DATA* propose ainsi de présenter les clés pour comprendre l'importance que prennent les données dans les technologies numériques. Elle montre, au travers de plusieurs exemples comment le Web, via les objets connectés, révolutionne les pratiques sociales et comment les données personnelles se retrouvent « au cœur d'une économie numérique mondialisée », exploitées par les états comme par une multitude d'entreprises. Différents domaines sont traités : le renseignement et la sécurité, l'assurance, le data-journalisme, la santé, l'agriculture. Les atouts et les limites des nouvelles technologies de l'information et de la communication sont présentés (nouveaux services, bénéfices socio-économiques versus risques d'atteinte aux libertés individuelles, discrimination, influence sur le fonctionnement de nos démocraties).

Si la présentation des enjeux et problèmes liés aux big data débordent largement le strict cadre de l'individu, le quatrième thème de l'exposition « Les données, où ça nous mène ? » se

recentre sur le champ d'action de l'utilisateur. De ce point de vue, les propos du youtubeur Experimentboy à la sortie de l'exposition – optimistes quant à l'impact de la visite – invitent à la responsabilisation de chacun, pour lui-même (gestion de son profil) et pour le commun (projets wikipedia, openstreetmap).

> « Je suis sûr qu'avec tout ce que vous venez de voir, vous avez pris conscience des enjeux personnels et collectifs liés aux données numériques et à leurs traitements. En sortant d'ici, je vous invite à continuer de réfléchir à tout ça. Pensez à votre double dans l'univers numérique. Il va vous accompagner toute votre vie. Il est votre ambassadeur dans le monde des algorithmes. Prenez-en soin comme vous prenez soin de vous-même. Apprenez à le connaître, apprivoisez-le, domptez-le, mais surtout... ne lui dites pas tout… il est malheureusement pas très doué pour garder un secret ».

Prenant appui sur une consultation citoyenne menée à l'occasion de sa conception[2], l'exposition se fait le support des possibles et des promesses, mais aussi des peurs, des interrogations, des réactions des utilisateurs des technologies du numérique. Notre analyse du discours de l'exposition révèle que les solutions proposées se limitent le plus souvent à un registre « technique », de portée locale, et se distinguent très peu par leur dimension créative. Elles se rapportent par exemple à l'anonymisation des données via un routeur spécifique ou encore au camouflage numérique par obfuscation. L'exposition reconnaît d'elle-même l'impact limité de ce type de stratégies. L'autre type de recommandations renvoie les visiteurs vers la CNIL, organisme partenaire de l'exposition, mais plus dans une approche normative, voire répressive, que préventive. Les visiteurs notent par ailleurs les démarches contraignantes et décourageantes qui sont inscrites dans la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés pour faire valoir ses droits.

Considérons enfin que si le registre des textes est très présent au niveau de chaque plateau, le visiteur est invité, tout au long de son parcours, à se mettre en situation et à interagir avec différents outils : artefacts divers, dispositifs technologiques (vidéo interactives, présentations en 3D, et même son propre téléphone portable). C'est pourquoi nous mobilisons pour notre analyse la notion de cognition distribuée présentée par Hutchins[3]. Cette notion met l'accent sur le fait que la construction de sens ne fonctionne plus seulement via les savoirs et les compétences détenus par des acteurs humains, mais aussi au travers de multiples interactions.

---

[2] Une partie de la consultation citoyenne est restituée dans l'un des modules présentés.

[3] Hutchins E. (1995). Cognition in the Wild, MIT Press, 1995, cité par Marie-Anne Paveau (2006). Les prédiscours : Sens, mémoire, cognition ? Paris, Presse de la Sorbonne.

L'étude de réception

La question de départ de notre recherche concerne la prise de conscience, par les visiteurs, de la complexité et de la multiplicité des enjeux liés à la numérisation du monde et à l'utilisation exponentielle des données numériques dans tous les domaines et à tous les instants de notre existence. Dans le cadre de cette communication nous souhaitons nous centrer sur l'expression des dimensions réactives liées à cette prise de conscience : velléités de modification de ses pratiques, engagement dans les débats, évolution de son rapport aux technologies du numérique, mobilisation au sein d'un collectif d'utilisateurs.

Notre inscription dans le champ de la muséologie de la réception nous amène à considérer la visite d'une telle exposition multimédia comme une situation de résolution de problème. La notion de cognition située – dérivée de la théorie de l'action située, elle-même inspirée de l'ethnométhodologie – prend ici tous sons sens : le visiteur est devant un problème cognitif posé par l'exposition et pour le résoudre, il va inventer des stratégies de réception cognitive en mobilisant toutes les ressources à sa disposition : les matériaux de l'exposition, ses savoirs et ses avis antérieurs sur le sujet, ses interactions avec les autres visiteurs et avec le chercheur qui l'interroge. En effet, lorsque le visiteur est interviewé à l'issue de sa visite, les enquêteurs lui permettent de verbaliser et de formaliser cette expérience de cognition située. La situation d'entretien semi-directif que nous avons mise en place s'apparente ainsi à une situation de cognition partagée : les visiteurs et les enquêteurs travaillent à construire et à maintenir ensemble, par l'interaction verbale, une conception partagée de la réception de l'exposition.

Notre étude porte sur des visiteurs non captifs, à savoir des personnes venues seules ou accompagnées, de leur propre gré. 40 entretiens semi-directifs ont été conduits et enregistrés auprès de 70 personnes, puis retranscrits par 12 enquêtrices. Notre protocole d'enquête donne la parole au visiteur afin qu'il s'exprime sur son positionnement actuel et futur quant aux enjeux de big data. Notre démarche est donc qualitative et compréhensive.

L'observation de l'activité des visiteurs s'appuie sur un travail d'analyse de leurs discours à partir d'une conception du langage qui ne se réduit pas à l'expression d'une pensée préalable. Nous pensons au contraire que le développement de celle-ci prend forme avec et par des activités langagières (Vygotski 1985). Autrement dit, selon que le discours est fait d'assertions générales, d'énonciation de faits concrets, d'opinions, d'objections faites à soi-

même, de descriptions, etc. l'activité de l'énonciateur varie ; d'où l'importance de considérer, au-delà des thèmes évoqués, les indices linguistiques qui font la richesse de ces discours.

Nous avons réalisé une double analyse. La première s'applique à l'ensemble du corpus des retranscriptions des entretiens et fait appel au logiciel TROPES, un outil d'analyse sémantique de textes. La seconde relève d'une approche qualitative, entretien par entretien et conduit à la délimitation d'un certain nombre d'extraits présentant des marqueurs langagiers du positionnement des visiteurs.

Les axes d'analyse retenus sont basés sur les objectifs de l'étude : expression d'une prise de conscience des enjeux des data, ressentis, positionnements, velléités de changement ou d'engagement. Nous serons ici particulièrement attentifs à l'énoncé par les visiteurs de freins et leviers qui conditionnent leur réaction.

Résultats : une expression de la créativité limitée, des freins nombreux mais pas insurmontables

Nos analyses montrent que les visiteurs manifestent une prise de conscience affirmée des multiples enjeux liés au développement des big data bien qu'ils éprouvent certaines difficultés à les nommer et à en mesurer les conséquences. Leur comportement apparaît pour le moins paradoxal. S'ils dénoncent les dérives du numérique, ils sont peu nombreux à témoigner une volonté de réagir. La plupart reconnaissent des usages individuels évitant de se soucier des enjeux éthiques et politiques. Souvent, le bénéfice des commodités offertes par les applications et les réseaux sociaux priment sur les risques. Certains utilisent d'ailleurs un univers lexical en lien avec celui de l'addiction. Des sentiments de peur, de danger, d'insécurité sont exprimés sur le fait que des entreprises internationales prospèrent sur les données personnelles. Il est intéressant d'observer que le mythe de Big Brother de George Orwell est convoqué pour nommer les dérives des entreprises en lieu et place de la surveillance d'état.

Si des réactions individuelles sont avancées, les visiteurs n'apparaissent pas en capacité de faire preuve de créativité dans leurs usages des technologies numériques et encore moins dans leur rapport à leur environnement technologique. Les réponses relèvent davantage d'un « bricolage » (pour reprendre l'expression de De Certeau) plus ou moins inventif dont l'efficacité demeure limitée. Ce résultat nous mène à déplacer notre analyse et à nous

recentrer sur l'expression des freins à cette créativité. Deux constats fournissent des éléments d'explication.

Le premier est que les enquêtés manifestent, dans leur écrasante majorité, une certaine ambivalence dans leur rapport aux technologies du numérique. Ce phénomène n'est pas nouveau. Dans une enquête déjà ancienne sur l'image sociale des (nouvelles) technologies, Josiane Jouet (1987) fait les mêmes observations[4]. Pierre Musso (2009) cite pour sa part Balandier (1986) qui constate une alternance de « techno-messianisme » et de « techno-catastrophisme » dans notre rapport au foisonnement technologique contemporain. Dans notre étude, si les visiteurs expriment effectivement des craintes, voire des angoisses quant aux dérives de l'utilisation des données, ils témoignent aussi d'une fascination quant aux possibilités des technologiques numériques. Certains concèdent même ne plus imaginer pouvoir se priver de ces dernières dans leur vie quotidienne. Fascination, dépendance : deux attitudes peu propices au changement.

Le second constat est celui d'un sentiment de résignation exprimée par de nombreux enquêtés. Il faut y voir l'expression d'une forme de désarroi, de stupeur. Nous avançons une explication à partir du modèle de Pierre Musso (2009) fondé sur une distinction entre deux niveaux de représentations sociales dans le processus de socialisation des techniques : celui des macro-représentations à l'échelle sociétales (ex : la société de l'information et de la communication) et celui des micro-représentations (liées à chaque objet technologique). Dans ce qui nous intéresse ici, l'écart entre la promesse initiale portée par l'utopie originelle de l'internet – basée sur des principes de transparence, de partage, de coopération – et la réalité du système tel qu'il fonctionne aujourd'hui – avec son lot de dérives, d'abus, de tromperies et d'opacités – serait de nature à placer les utilisateurs dans un état de sidération. Les révélations récentes à propos des détournements des données Facebook de millions de personnes en sont une illustation.

L'exposition se révèle donc peu efficace pour aider les visiteurs à se projeter dans une posture de sujet acteur, engagé et responsable. On peut relier ce constat au fait que les recommandations des concepteurs se limitent à des interventions techniques, de faible portée donc peu convaincantes. Si les visiteurs n'attendent pas de l'exposition qu'elle leur fournisse des recettes pour gérer leurs données personnelles sur internet, nous remarquons qu'ils expriment une attente assez vive à l'égard des institutions comme l'état, le musée ou encore

[4] À propos de la télématique et de la micro-informatique.

l'école et même la famille, pour les aider à se prémunir contre le tout pouvoir des dispositifs qui gèrent les data.

Si le recours au législateur revient souvent dans le discours des visiteurs, la plupart du temps, par dépit, peu semblent convaincus de l'intervention des états pour réguler les pratiques et protéger leurs droits. Plusieurs raisons peuvent être avancées. Faire valoir ses droits auprès de la CNIL demeure complexe (procédure longue et incertaine). Ensuite ce recours apparaît limité puisqu'il porte sur des micro-mesures correctives (demande de récupération de données personnelles, accès à la transférabilité de ces données) qui n'ont pas pour ambition de transformer le système en profondeur. Peu cohérent enfin parce qu'en convoquant la loi, la règle, la norme, ce recours se place d'emblée en rupture avec l'idéal originel d'un système autorégulé et collaboratif, auquel adhèrent peut être encore secrètement les utilisateurs. L'idée que l'utopie – moteur du progrès – s'accommode mal de la contrainte formelle est peut-être plus partagée qu'on ne le croit. Nous retrouvons ici la tension entre la notion d'accélération (intégrant l'innovation technique et le changement social) et le principe de régulation par les institutions soucieuses de freiner les forces d'accélération pour garder le contrôle et préserver leur autorité (Rosa, 2010).

Il existe une autre tension – entre utopie et idéologie – dont se fait le relai Patrice Flichy (2001) à la suite de Ricoeur (1997). Pour comprendre il nous faut revisiter avec lui l'histoire récente. L'imaginaire de l'internet, forgé pendant les années 70, cède la place à une phase d'expérimentation (années 80), puis de développement en direction d'un large public (années 90). Cette dernière phase s'accompagne d'une reformulation de l'imaginaire initial. Le discours utopique se reconstruit alors et revendique l'exemplarité de l'expérience réalisée. Le contexte social particulier qui l'a rendu possible est oublié, plusieurs aspects de la réalité sont masqués et le discours s'impose comme base d'un nouveau fonctionnement social. C'est lors de ce déplacement que l'utopie se transforme en « idéologie-masque », pour reprendre l'expression de Flichy (2001). Au stade où nous en sommes aujourd'hui non seulement l'idéologie semble avoir définitivement pris le pas sur l'utopie, mais plus encore, elle apparaît en rupture avec cette dernière. Alors que les pionniers du numérique prônaient la transparence (Breton, 1990) et la libre circulation de l'information, les visiteurs de *TERRA DATA* décrivent des mondes numériques opaques où règne la manipulation.

La solution de brider l'utopie par des règles et des normes ne peut être qu'une solution locale. L'enjeu réside donc dans une ré-appropriation par tous les utilisateurs des technologies numériques, y compris les concepteurs et les professionnels, ce qui engagerait de leur part une

mobilisation personnelle et la mise en œuvre collective d'initiatives originales, ambitieuses et donc créatives pour réformer l'univers numérique en place.

Un rapport[5] de la CNIL daté de décembre 2017 formule des propositions qui semblent aller dans cette direction. Nous en retenons trois qui méritent selon nous d'être discutées et expérimentées :

- former à l'éthique tous les maillons de la « chaîne algorithmique » : concepteurs, professionnels, citoyens ;

- rendre les systèmes algorithmiques compréhensibles en renforçant les droits existants et en organisant la médiation avec les utilisateurs ;

- repenser le design des systèmes algorithmiques.

Cette dernière proposition est de notre point de vue celle où pourrait le mieux s'exprimer la dimension créative dans la réponse aux problèmes qui nous préoccupent. Il s'agirait en effet de repenser le design des systèmes algorithmiques pour répondre à une exigence de transparence, d'intelligibilité et d'explicabilité. L'enjeu est de proposer une compréhension de la logique générale du fonctionnement de l'algorithme. À travers le design, c'est « toute la relation entre l'homme et la machine qui peut être modifiée, dans le sens d'une responsabilisation de l'homme et d'une augmentation de sa capacité à prendre des décisions éclairées, au lieu d'une confiscation au profit de la machine de sa capacité à faire des choix » (Rapport CNIL 2018, p. 57).

Conclusion

Dans notre étude, il s'est agi de donner aux visiteurs l'occasion de se définir au sein des mondes numériques autant par les opportunités qu'ils ouvrent que par les contraintes techniques et sociales ; et surtout de se définir en tant qu'acteur qui prend ou peut prendre part à ces mondes, tout en étant soumis aux injonctions des dispositifs techniques qui régissent la collecte et le traitement informatique des données.

C'est cependant le constat d'une résignation qui domine chez les enquêtés : bien qu'en désaccord avec certaines pratiques des dispositifs numériques, ils déclarent ne pas envisager modifier leurs usages. Il se dessine un utilisateur désemparé, particulièrement critique quant

[5] Rapport CNIL. Décembre 2017. « Comment permettre à l'Homme de garder la main. Les enjeux éthiques des algorithmes et de l'intelligence artificielle ». Synthèse du débat public animé par la CNIL dans le cadre de la mission de réflexion éthique confiée par la loi pour une république numérique.

aux pratiques en vigueur et par rapport à ses propres usages, mais en incapacité à mettre en œuvre une créativité individuelle et collective.

Les pistes ouvertes à l'occasion du débat public organisé par la CNIL laisse penser cependant que tout n'est pas perdu. Un préalable est de restaurer la confiance des utilisateurs et de leur redonner la main en leur permettant de s'inscrire dans une posture active où leur créativité ne manquera pas de s'exprimer. Cela passe par un effort de transparence, mais aussi de loyauté de l'ensemble des acteurs impliqués dans le système des data. C'est dans cette perspective de réappropriation des mondes numériques que nos visiteurs en appellent à l'impératif de constituer une « nouvelle littératie » numérique dès l'école et jusqu'à l'université, littératie dont il reste à définir les contours.

Bibliographie

Doueihi M. (2011). *Pour un humanisme numérique*. Paris, Seuil.

Flichy P. (2001). La place de l'imaginaire dans l'action technique. Le cas de l'internet. Réseaux, n°109, p. 52-73.

Jouët J. (1987). Les représentations. L'écran apprivoisé. *Réseaux*, Hors-Série n°5, p. 139-151.

Des usages de la télématique aux Internet Studies. *Communiquer à l'ère du numérique*. Paris : Presses des Mines, p. 45-90.

Meirieu P., Kambouchner D. & Stiegler B. (2012). L'école, le numérique et la société qui vient. Fayard/Mille-et-une nuits.

Musso P. (2009). Usages et imaginaires des TIC : la friction de fictions. *L'évolution des cultures numériques*. Limoges : Fyp. éd., p.201-210.

Puech M. (2017). Black Mirror ou l'ambiguïté du pire. http://lettres.sorbonne-universite.fr/Black-Mirror

Rosa H. (2010). *Accélération. Une critique sociale du temps*. Paris, La Découverte, coll. « Théorie critique ».

Rouvroy A. & Berns T. (2013). Gouvernementalité algorithmique et perspectives d'émancipation. Le disparate comme condition d'individuation par la relation ? *Réseaux*, n°177, p. 163-196.

Stiegler B. (2016). *Dans la disruption. Comment ne pas devenir fou ?,* Paris, Les liens qui libèrent.

Turner F. (2012). Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture.

Vygotsky L.S. (1985). Pensée et langage. Messidor, Éditions sociales (1ère édition 1934).

Vinck D. (2016). *Humanités numériques la culture face aux nouvelles technologies*. Le cavalier bleu.

Sensibles données, comprendre le rôle des mises en forme tangibles dans la perception des usages numériques.

Sensitive data, understanding the role of tangible formatting in digital uses perception.

Rose Dumesny / Doctorante

Unîmes/Projekt (EA 7447), Orange/XDLab/Sense

rose.dumesny@orange.com

Mots-clés : Données, design, tangible, matérialisation, empowerment

Par l'utilisation de nos applications de smartphone ou par nos navigations sur Internet, nous sommes tous co-auteurs d'un amoncellement de données numériques. Ainsi, tous nos pas, nos *clics* ou nos *likes* sont susceptibles d'être enregistrés, stockés puis traités pour tracer jour après jour nos histoires numériques, individuelles ou collectives. À la croisée d'une démarche de recherche en sciences humaines et d'une approche design, notre travail porte sur les moyens de rendre perceptible cet ensemble hétérogène pour révéler nos usages et prendre conscience de leurs évolutions à l'heure du numérique. À travers des productions concrètes, cet article montre comment, en utilisant les outils du designer, nous cherchons à rendre ces données tangibles pour permettre à l'utilisateur de ressentir, d'agir ou de réagir face à cette nouvelle matière.

As we use our smartphone apps or browse the web, we make our own contribution to an ever-growing mountain of digital data. Every step we take, every click we make and every *like* we give can be recorded, stored and processed day after day to track our individual or collective digital stories. At the crossroads between social science research and design, our work focuses on ways of making this perceptible, so as to reveal our usage practices and take stock of how they are changing in the digital era. This article looks at several concrete examples of how, using design tools, we are seeking to make this data tangible so that users can feel, act or react in response to this new material.

Sensibles données, comprendre le rôle des mises en forme tangibles dans la perception des usages numériques.

Rose Dumesny

Tout propriétaire d'un smartphone, internaute et même usager d'un service public crée des données numériques susceptibles d'être enregistrées. Ces traces numériques (Merzeau, 2013) produites chaque jour offrent la possibilité de mesurer et de comprendre leurs usages. Les mettre en forme permet de les percevoir, de les analyser et de leur donner du sens pour, par exemple, comprendre leurs habitudes et décrire la façon dont ils se déplacent, consomment ou communiquent. Pourtant le caractère volatile et difficilement perceptible de ces traces les rend difficilement intelligibles et peut les mettre à distance. Les mises en forme de données numériques pourraient être autant de moyens de comprendre l'impact du numérique sur nos usages. À la croisée d'une démarche de recherche en sciences humaines et d'une approche design, notre travail porte sur les moyens de rendre perceptible cet ensemble hétérogène pour révéler nos usages et prendre conscience de leurs évolutions à l'heure du numérique.

À travers des productions concrètes, cet article propose de tracer les contours de cette approche, en s'appuyant sur la notion de mise en forme puis sur des exemples. Nous cherchons ainsi à montrer comment rendre ces données tangibles pour permettre à l'utilisateur de ressentir, d'agir ou de réagir face à cette nouvelle matière.

Représenter les données autrement ?

Dans le domaine du traitement de données il est commun de suivre un processus de transformation allant de la captation vers des représentations graphiques comme des datavisualisations. Dans certains cas ces représentations sont ensuite mises en volume. Ce processus de transformation suit le schéma suivant : enregistrement > tri (?) > calcul > représentation > matérialisation (Figure 4). Selon Dominique Cardon (Cardon, 2015 : 56) « Les données brutes n'existent pas » et « toute quantification est une construction », le processus de transformation des données en information est compris comme une suite

d'étapes subjectives de création (et de biais possibles). Il nous semble alors intéressant de proposer d'utiliser le terme de *mises en forme* pour décrire ce processus de transformation. Il est ainsi question de conventions, de constructions et d'interprétations, qu'il s'agit d'interroger lorsque l'on conçoit des projets autour des données numériques. L'emploi de ce terme permet aussi de dépasser celui de *représentation*, utilisé pour décrire la phase de mise en forme visuelle, sous forme de graphique ou de carte. Excluant la collecte et le calcul des données, il ne rend pas compte de la variété des traitements dont elles font l'objet.

Cette idée peut être illustrée en s'appuyant sur deux projets se basant sur les mêmes données de géolocalisation - captées au moyen d'un GPS - *Location History*[1] et *Empreinte de mouvement*[2] (Figure 1). Le premier se présente comme une carte interactive, compte rendu factuel de nos déplacements, qui pousse à un certain détachement et à une mise à distance de ces données pourtant très personnelles. Le second est une cartographie tridimensionnelle, qui présente les déplacements sous forme d'une accumulation des strates. Il provoque chez les enquêtés un sentiment d'attachement qui y projette un vécu, une histoire, comme le décrit l'un d'eux « je pense à une sculpture qui a figée un moment de ma vie[3] ». À partir de la même matière il apparaît que c'est la mise en forme de ces données numériques qui leur donne du sens et nous fait réagir différemment.

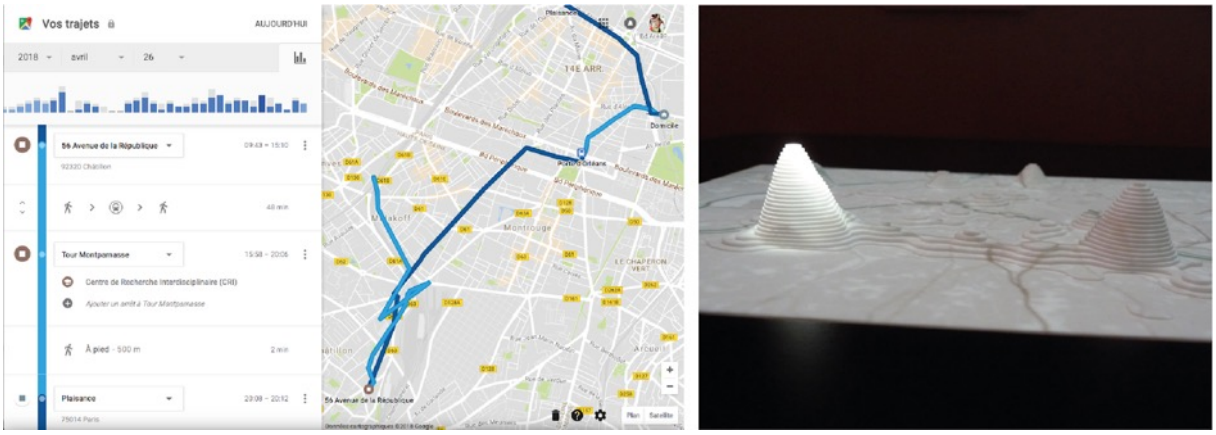


Figure 1 : À gauche une vue de l'interface de Location History et à droite une empreinte de mouvement enregistrée en région parisienne.

[1] Application Google, proposée par défaut à leurs utilisateurs depuis 2012, en récupérant les coordonnées GPS de leurs téléphones. Présentation des fonctionnalités de l'application sur http://www.commentcamarche.net/faq/39776-google-location-history-fonctionnements-et-usages , consultée le 05/01/2017

[2] Empreinte de mouvement (2012) réalisé par l'équipe Orange / xdlab / Sense, vidéographie disponible à l'adresse https://vimeo.com/157655926 , consultée le 05/01/2017

[3] Extrait d'un entretien réalisé à la suite de l'expérimentation.

Si comme on l'a proposé ce processus est une construction qui produit une forme possible et non la seule forme, pourrait-on imaginer d'autre façons de faire ? D'autres mises en forme de données ?

La *dataphysicalisation*[4] (Jansen, 2014) (Figure 2) propose une mise en volume de représentations connues - graphes en barres, camemberts, courbes, cartes de chaleur, etc. En se basant sur ces stéréotypes on reste donc dans une approche visuelle.

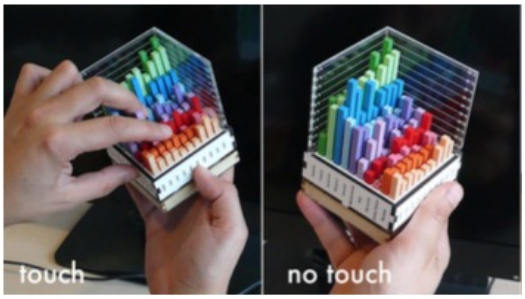


Figure 2 : Proposition de dataphysicalisation par Yvonne Jansen, 2013

La physicalisation, intervenant après la visualisation, reste donc basée sur des éléments visuels, comme l'indique cette définition des *Composite Physical Vizualisations*[5] (Goc, Dragicevic, Huron, & Fekete, 2015 : 2) : « Un moyen facile de construire une visualisation physique composée [composite] et d'arranger manuellement de multiples objets dans le but de créer un motif visuel représentant des données. »[6]

Le but recherché est de créer un « motif visuel », et reste tourné vers la vue, l'utilisation d'objets n'est là que pour pouvoir arranger cette visualisation. On note d'ailleurs au fil de l'article que c'est l'emploi des termes « visualisation » et « représentation » qui prime.

D'autres approches, comme celle de l'artiste Laurie Fricks (Figure 3), propose cette matérialisation directe des données vers la matière, où l'on ne passe pas par des représentations visuelles connues. Elle collecte ainsi ses propres données - qu'elle qualifie de personnelles et quotidiennes - pour en faire d'immenses tableaux la représentant sous des angles variés (son stress, son emploi du temps, son sommeil, sa marche …). Les motifs ainsi générés produisent toutefois des représentations que l'on ne manipule pas. Des designers

[4] Terminologie proposée par Yvonne Jansen dans sa thèse de doctorat, afin de décrire les représentations physiques de données. Un wiki est disponible à l'adresse http://dataphys.org/ consultée le 30/01/2017
[5] Ce type de physicalisation a été proposé dans un papier de 2015 par une équipe du laboratoire AVIZ.
[6] Proposition de traduction du texte original en anglais : « An easy way to build a composite physical visualization is to arrange multiple objects manually in order to create visual patterns representing data. »

mènent eux aussi des recherches sur une transformation directe des données en matière. On retiendra les travaux de Ianis Lallemand (Lallemand, 2016) et Timo Arnall (Arnall, 2013) (Figure 3), qui chacun créent des expériences physiques et proposent « un rapport tactile à l'invisible » (Lallemand, 2016). Leurs projets ouvrent vers un rapport tactile aux données, permettant de les appréhender. On voit ici se matérialiser des coordonnées de *datacenters* ou les ondes du wifi, qui nous invitent à faire réellement l'expérience des données. Elles deviennent ici une matière première à transformer.

Figure 3 : De gauche à droite, les projets de Laurie Fricks, Ianis Lallemand et Timo Arnall

Le *Design des données* que nous proposons d'employer poursuit ces recherches de moyens de transformer les données autrement. En reprenant le processus proposé plus tôt : enregistrement > tri (?) > calcul > représentation > matérialisation (ou physicalisation), que l'on pourrait renverser de la manière suivante ; enregistrement > matérialisation > (éventuellement calcul) (Figure 4).

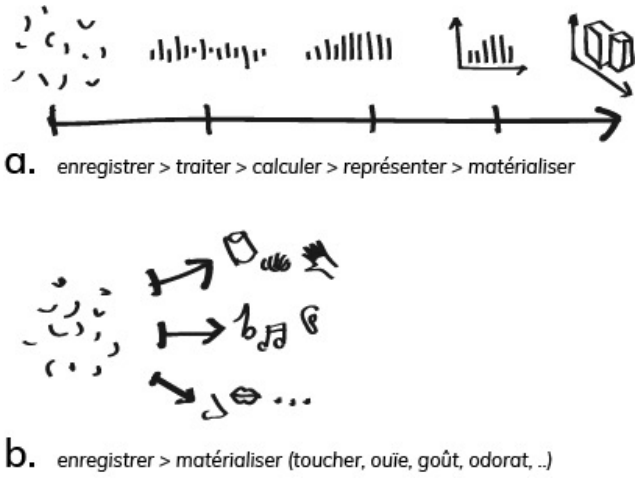


Figure 4 : Schémas de l'auteur décrivant différents modes de transformation des données

Ce passage direct de l'enregistrement à la matérialisation se différencie du design d'information, qui selon Louis Vollaire, est « *le design destiné à informer* », sous-catégorie du design graphique (Vollaire, 1997). Citant Jacques Bertin, Abraham Moles ou Otto Neurath, il définit le design d'information comme la mise en place de systèmes graphiques. Mais seul le sens de la vue semble concerné par cette définition, puisqu'elle nous situe d'emblée dans le champ du design graphique. Ce design des données ouvre un champ de recherche et d'exploration où l'on crée des objets à partir des données afin que chacun puisse les percevoir et les penser. Cette approche, d'une part, inverse la proposition de l'infovisualisation en plaçant la mise en forme en amont du processus de transformation des données et, d'autre part, s'en décale en utilisant des représentations qui ne sont pas simplement visuelles et produites par l'informatique.

Dépasser ces représentations visuelles et schématiques permet d'aller vers des formes plus immédiatement accessibles pour le grand public. Cela paraît un enjeu de taille pour favoriser l'*empowerment* - encapacitation ou prise de pouvoir - de l'utilisateur. Ainsi poser les données issues des usages numériques comme une matière première, au même titre que le bois ou le métal, est un moyen de les rendre intelligibles. En utilisant la capacité qu'ont ces mises en forme de les rendre perceptibles par nos sens ou de provoquer une émotion, les données deviennent tangibles.

Concevoir les terrains

Si le design peut être un moyen de concevoir des formes de données nouvelles, peut-il aussi être un moteur pour imaginer de nouvelles façons de faire de la recherche ?

Une lecture de l'article *Cultural Probes* (Gaver, Dunne, & Pacenti, 1999), démontre qu'il est possible de proposer des objets - ou artefacts - qui permettent de collecter des « impressions » [7], de découvrir et de tisser une relation avec les participants à une enquête, sans passer par des méthodes de recherche traditionnelles. Ici une enveloppe contenant des cartes postales, des plans, un appareil photo et des carnets permet aux « designers-artistes » d'entretenir une « conversation continue » avec les enquêtés et de comprendre leur contexte d'étude de façon moins intimidante pour les participants. Ainsi bien que le but des designers ne soit pas ici

[7] Les occurrences qui suivent sont extraites de l'article Cultural Probes, traduites par l'auteur.

« d'analyser » ou « d'obtenir une vision objective », cette démarche est bien une façon de faire de la recherche par le design (Gaver et al., 1999 : 24-25) :

« Contrairement à la plupart des recherches, nous ne cherchons pas des analyses précises ou des méthodes contrôlées ; à la place nous nous concentrons sur un control esthétique, les implications culturelles de notre projet, et sur les façons d'ouvrir de nouveaux espaces au design. […] Contrairement à la plupart des [projets de] design, nous ne mettons pas l'accent sur des produits commerciaux, mais sur la compréhension de la technologie. […] Au lieu de concevoir des solutions pour les besoins des utilisateurs, nous travaillons sur des opportunités de découvrir de nouveaux plaisirs, de nouvelles formes de sociabilités, de nouvelles cultures. Nous agissons souvent comme des provocateurs à travers nos projets, essayant de déplacer les perceptions actuelles des technologies, d'un point de vue fonctionnel, esthétique, culturel et même politique. »[8]

Dans le cas des mises en forme de données il s'agit de trouver des façons d'identifier, de qualifier les effets de ces mises en forme. Comme dans l'étude *Le public en action* (Zouinar & Bationo-Tillon, 2012) il faudra enquêter sur les postures du visiteur ou les moyens mobilisés pour comprendre l'œuvre. Certaines de leurs questions de recherches vont dans le sens de nos propres interrogations (Zouinar & Bationo-Tillon, 2012 : 1-2):

« […] comment les visiteurs interagissent-ils avec l'installation ? Quelles activités déploient-ils au contact de celle-ci ? Comment parviennent-ils à comprendre la manière de la faire agir et ce qu'elle produit en retour à leurs actions ? Quelle est leur expérience de cette œuvre ? Quelles sont les relations qui se tissent entre les activités des visiteurs et le contexte de l'action ? »

Les objets-data[9] que nous avons conçu sont donc autant des mises en forme de données que des outils pour mener des enquêtes sur les perceptions des technologies numériques. Imaginés comme des objets à manipuler, à expérimenter ou à fabriquer, ils laissent la place à chacun de

[8] Proposition de traduction du texte original en anglais : « Unlike much research, we don't emphasize precise analyses or carefully controlled methodologies; instead, we concentrate on aesthetic control, the cultural implications of our designs, and ways to open new spaces for design. […] Unlike most design, we don't focus on commercial products, but on new understandings of technology. […] Instead of designing solutions for user needs, then, we work to provide opportunities to discover new pleasures, new forms of sociability, and new cultural forms. We often act as provocateurs through our designs, trying to shift current perceptions of technology functionally, aesthetically, culturally, and even politically. »
[9] Désigne les objets créés à partir des données numériques, avec une approche de design des données.

créer ses propres expériences. Comme les Cultural Probes leur but est finalement de « provoquer de nouvelles perspectives dans nos quotidiens », (Gaver et al., 1999).

Matérialiser pour comprendre

En se basant sur différents jeux de données, les mises en forme que nous proposons sont une exploration de données rendues tangibles. Ainsi le projet *Empreinte de mouvement* - décrit plus haut dans l'article - est le résultat d'un dispositif enregistrant le positionnement géographique de personnes volontaires tout au long de la journée et de la nuit, durant plusieurs jours. Les objets qui en résultent mettent en évidence le temps passé sur un territoire de façon plus floue qu'une carte mais pourtant plus sensible. Les participants à l'expérimentation, lors de la présentation de leur empreinte, se sont trouvés surpris, parfois émus, de voir, de toucher et de percevoir un moment de leur vie.

Afin de développer cette réflexion sur les objets-data nous avons créé un deuxième outil d'exploration, la *valise à data*[10] (Figure 5). Cette "matériauthèque" mobile permet de conduire des ateliers pendant lesquels les participants sont invités à associer des notions liées aux usages numériques et des matières. Elle est contient des formes - cubes, sphères, pyramides, cylindres… de différentes tailles - et des matériaux - bois, papiers, cuirs, tissus, métaux ... - ainsi qu'un dispositif de "banc-titre" permettant de documenter le processus de création et le tableau réalisé. En observant le processus et le résultat final nous enquêtons sur le rôle des mises en formes tangibles dans les mécanismes de perception. Il s'agit ici de mettre en lumière ce qui engage l'utilisateur dans une expérience - à la manière d'une *bascule* - qui lui permet de parler de ses usages numériques.

Après une rapide introduction sur l'atelier et son contexte nous laissons les participants imaginer le "portrait" de leur téléphone, et malgré la surprise - le temps de réalisation varie entre 1 et 15 minutes - chacun finalement se lance et s'interroge : Mes contacts sont-ils doux ou piquants ? Un SMS est-il un petit caillou, une bille de métal ? Est-il arrondi, cubique, sableux ou massif ? Les recherches sur Google sont-elles des plumes, des grains de semoule ?

[10] Trois sessions d'ateliers ont été menées entre mai et juin 2015, avec une vingtaine de personnes. Une seconde version - renommée *Datapics* - a donnée lieu à deux sessions en octobre 2017 et mars 2018, avec 68 participants.

etc. La médiation de ces formes familières devient ainsi une façon de parler de leur téléphone mais aussi des informations qu'il contient et des histoires qu'elles écrivent sur soi.

L'accumulation des associations ainsi réalisées alimente un catalogue de portraits (Figure 5) révélant les régularités et les singularités des représentations mentales de chacun. Au delà de la création de typologies de portrait, l'objectif est d'enquêter sur le rôle de la matière dans l'appropriation par l'utilisateur de son environnement numérique. Les ateliers réalisés révèlent que l'utilisation des matériaux de la valise offre aux participants la possibilité de créer, au-delà de leur tableau, leur propre expérience en manipulant la matière. En se questionnant sur la forme, la texture, l'odeur ou la sonorité que peuvent prendre leurs usages, ils s'engagent dans un moment réflexif.

Figure 5 : (de gauche à droite et de haut en bas) La valise à data, les ateliers, les portraits, le TicBot

Autre production de cette famille, le *TicBot* est un objet-data qui reflète une autre facette de l'activité numérique. Il restitue le niveau de dépendance - consciente et inconsciente - de l'utilisateur à son téléphone, en enregistrant via une application le nombre de fois où l'écran

est déverrouillé au fil de la journée. En effet, son téléphone mobile, toujours à portée de main, le met en lien permanent avec le web, ses mails ou ses autres applications et donc avec des distractions incessantes qui ne cessent de bousculer son attention. Il le ressent mais aucun indicateur ne permet de quantifier et de restituer ces tics, reflets de la place qu'occupe son téléphone dans une journée. Lorsque l'utilisateur déverrouille rarement son écran, le robot oscille à un rythme doux et lent, mais si le nombre de déverrouillages augmente, son rythme s'accélère jusqu'à devenir frénétique, au point que ses cheveux peuvent se dresser et ses yeux rougir (Figure 5). Le *TicBot* est un objet connecté à fabriquer soi-même, grâce aux plans disponibles en ligne[11], qui offre une mise en forme animée de notre rapport au mobile. Il est un témoin qui fait prendre conscience à l'utilisateur de ses pratiques et peut permettre de changer de regard sur les données collectées par un téléphone.

Conclusions

Ces projets mettent les utilisateurs de données dans une posture nouvelle. La création d'objets-data leur permet de rendre compte - et de *se rendre* compte - de leur production de données, parfois difficile à envisager. Ces productions constituent, comme le faisaient les Probes (Gaver et al., 1999), une image des usages de chacun et une expérience donnant conscience de ces usages. Il nous semble qu'à leur manière, elles proposent une nouvelle *technè*, sensible et tangible, qui pourrait nous amener à envisager un *matérialisme numérique* (Doueihi & Louzeau, 2017). Sans aplatir la diversité des perceptions mais en donnant des clés pour les comparer, ces objets non identifiés ouvrent des façons possibles de faire du design moins instrumental - au sens où le design ne serait qu'un moyen de production. Le premier chapitre de l'ouvrage *Design et Humanités numériques* (Masure, 2017), qui décrit trois façons d'envisager la recherche en design - une instrumentale, une rhétorique et une critique - qualifie cette démarche (Masure, 2017 : 38) :

« Autrement dit, cette troisième strate "critique" pourrait avoir pour tâche de *faire paraître* l'époque, de lui "donner forme" de façon sensible, au-delà de tout discours »

[11] Tic Bot (2017). Plans et explications disponibles à l'adresse https://hellofuture.orange.com/fr/ticbot-lobjet-qui-traduit-nos-tics-numeriques/

Le design serait donc ici une opportunité pour la recherche de se laisser questionner et de renouveler ses façons de faire. Les objets conçu par le designer portant une double fonction, une à destination de l'utilisateur - ici agissant comme des révélateurs d'usages - l'autre pour le chercheur - afin de documenter le processus de création de l'utilisateur permettant de l'analyser.

Références Bibliographiques

Arnall, T. (2013). *Making visible: mediating the material of emerging technology*. Ecole d'Architecture et de Design d'Oslo (AHO), Norvège. Consulté à l'adresse http://www.elasticspace.com/2014/06/making-visible
Cardon, D. (2015). *A quoi rêvent les algorithmes: nos vies à l'heure des big data*. [Paris]: Seuil.
Doueihi, M., & Louzeau, F. (2017). *Du matérialisme numérique*. Paris: Hermann Editions.
Gaver, B., Dunne, T., & Pacenti, E. (1999). Design: Cultural probes. *interactions*, *6*(1), 21-29. https://doi.org/10.1145/291224.291235
Goc, M. L., Dragicevic, P., Huron, S., & Fekete, J.-D. (2015). Design Considerations for Composite Physical Visualizations. Présenté à Proceedings of the CHI Workshop on Exploring the Challenges of Making Data Physical. Consulté à l'adresse /hal-01138024/document
Jansen, Y. (2014, mars 10). *Physical and tangible information visualization* (Thèse de doctorat). Université Paris Sud - Paris XI. Consulté à l'adresse https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00981521/document
Lallemand, I. (2016). Cloud Map. *Sciences du Design*, (4), 16-19.
Masure, A. (2017). *Design et humanités numériques*. Paris: Editions B42.
Merzeau, L. (2013). L'intelligence des traces. *Intellectica - La revue de l'Association pour la Recherche sur les sciences de la Cognition (ARCo)*, 115-135.
Vollaire, L. (1997). Le design d'information. *Communication et langages*, *112*(1), 35-50. https://doi.org/10.3406/colan.1997.2761
Zouinar, M., & Bationo-Tillon, A. (2012). Le public en action : analyse ergonomique de la découverte d´une œuvre d´art numérique interactive. *L´Ère post-média, Humanités digitales et Cultures numériques*, 181-201.

Dispositifs innovants, consommation créative ? Netflix ou la recommandation des contenus audiovisuels à l'ère de la prescription algorithmique

Innovative devices, creative consumption? Netflix or the recommendation of audiovisual content in the era of algorithmic prescription

Chloé Delaporte, Maîtresse de conférences
RIRRA 21, Université Paul Valéry Montpellier 3
chloe.delaporte@gmail.com

Netflix ; algorithme ; prescription ; audiovisuel
Netflix; algorithm; prescription; audiovisual

Résumé

À partir de l'analyse d'un cas d'étude appartenant au secteur de l'audiovisuel, Netflix (leader mondial du *streaming* vidéo par abonnement), cette communication interroge le caractère « innovant » des algorithmes de recommandation et met au jour la dimension « créative » des utilisateurs des plateformes de contenus audiovisuels, qui déploient tout un panel de stratégies visant à contourner la prescription automatisée.

Abstract

Based on the analysis of a case study belonging to the audiovisual sector, Netflix (world leader in subscription video-on-demand), this communication questions the "innovative" nature of recommendation algorithms and reveals the "creative" dimension of audiovisual content platforms users, who deploy a whole range of strategies to circumvent automated prescribing.

Dispositifs innovants, consommation créative ? Netflix ou la recommandation des contenus audiovisuels à l'ère de la prescription algorithmique

Chloé Delaporte

La collecte des données des utilisateurs est devenue un point névralgique des stratégies mises en œuvre aujourd'hui par les grands groupes industriels, au premier rang desquels les sociétés qui reposent sur des plateformes digitales. Dans ces « économies de plateformes », où les *business model* reposent en partie sur la monétisation de l'intelligence collective, la collecte de données sert notamment un but prédictif : le relevé des pratiques de consommation en ligne des utilisateurs est censé permettre d'anticiper leurs demandes futures et donc d'adapter l'offre (de biens, de services) ou, tout du moins, de leur proposer au sein d'une offre déjà disponible un produit supposé en adéquation avec leur demande. Dans le champ des industries culturelles, cette « personnalisation de l'expérience » des utilisateurs prend plusieurs formes, dont la plus visible est certainement la « recommandation » de contenus culturels : suggestions d'achats sur les sites marchands, prescription de biens symboliques sur les sites informationnels ou réseaux socio-numériques, listes de lecture automatiques sur les plateformes de contenus en ligne, etc. Cette gestion machinique de la fonction de conseil joue aujourd'hui un rôle de premier plan dans l'accès aux contenus culturels et organise un nouvel écosystème communicationnel, où se réagencent les pratiques traditionnelles des acteurs sociaux. Il s'agira dans cette communication d'interroger les notions de créativité et d'innovation au sein de ce nouvel écosystème, à partir d'un cas d'étude emprunté au secteur de l'audiovisuel : Netflix, le leader mondial du *streaming* vidéo par abonnement disponible dans 190 pays et qui possède 125 millions d'abonnés à travers le monde[1], dont plus de 3 millions en France (Lefilliâtre, 2018).

Technologie innovante, recommandation traditionnelle

Le recours à l'intelligence artificielle et au *machine learning* se développe considérablement dans le secteur de la prescription audiovisuelle, donnant même lieu à la création de sociétés dédiées. La société Spideo propose par exemple différents services de

[1] Chiffres Netflix en avril 2018 : https://media.netflix.com/fr/about-netflix.

recommandations personnalisées, à destination des particuliers (son activité initiale) *via* une application IOS qui conseille des contenus audiovisuels en fonction de l'humeur de l'utilisateur, et maintenant à destination des professionnels, *via* des outils de mesure et de suivi de l'audience et de segmentation et ciblage des publics. D'autres sociétés ne développent ce service qu'à destination des particuliers, comme Top250, un site français qui propose à ses utilisateurs des recommandations personnalisées de films et séries estimées à partir de calculs d'affinité ; à l'inverse de réseaux socio-numériques comme SensCritique, qui intègre cette dimension mais développe d'autres services, comme le partage de critiques ou la constitution de listes, Top250 n'offre que cette fonction de recommandation. Netflix, qui revendique le caractère « innovant » de ses dispositifs de recommandation de films et séries, annonce une innovation supplémentaire : celle de sortir du simple *rating* (la notation des films et séries par les utilisateurs, sur une échelle de notes ou plus généralement d'étoiles) pour croiser les méthodes de calcul et intégrer de nouvelles variables, comme la date et l'heure de consommation du contenu audiovisuel, le support utilisé (télévision connectée, ordinateur, tablette, téléphone), le moyen d'y accéder (moteur de recherche de la plateforme ou contenus recommandés), etc.

Les algorithmes Netflix

En 2006, lorsque Netflix se prépare à investir le marché de la vidéo en *streaming* et à délaisser celui de la location de vidéo physique (l'activité historique de la société, fondée en 1997), elle lance « The Netflix Prize », une compétition internationale dotée d'un prix d'un million de dollars visant à améliorer l'algorithme alors utilisé, Cinematch, qui reposait sur l'attribution de 1 à 5 étoiles par les abonnés (Hallinan & Striphas, 2016). Les travaux de plusieurs équipes internationales (notamment « The Ensemble » et « BellKor's Pragmatic Chaos », qui a remporté le prix en 2009) ont permis à Netflix d'affiner ses dispositifs : la plateforme repose aujourd'hui sur une combinaison de plusieurs algorithmes, qui permettent une éditorialisation personnalisée du catalogue pour chaque utilisateur.

Des enquêtes ont montré qu'un spectateur ordinaire perd son intérêt pour la sélection de contenus au bout de 60 à 90 secondes : l'enjeu de Netflix est donc d'augmenter au maximum la probabilité que l'utilisateur tombe sur un programme qui le séduit en un temps très court (Gomez-Uribe & Hunt, 2016 : 2). L'interface d'accueil de Netflix propose une sélection de vignettes, qui renvoient chacune à un contenu (ou à un ensemble de contenus) et sont ordonnées par catégories, chaque catégorie disposant d'une rangée de vignettes. Le nombre de rangées et de vignettes est variable selon le terminal d'accès (poste de télévision,

écran d'ordinateur, application mobile). Les différents algorithmes déterminent le visuel associé à chaque contenu (Chandrashekar, Amat, Basilico & Jebara, 2017), les catégories proposées et le programme mis en avant en page d'accueil (film-annonce qui se lance automatiquement sur les écrans de télévisions et d'ordinateurs, vignette plus importante sur l'application mobile).

La page d'accueil fait remonter des catégories comme « Les plus gros succès sur Netflix » ou « Tendances actuelles », qui ne sont pas spécifiques à chaque utilisateur. Elles reposent sur un algorithme (*Trending Now ranker*) qui identifie à la fois les tendances récurrentes donc prévisibles (par exemple l'intérêt pour les comédies romantiques au moment de la Saint Valentin) et celles plus ponctuelles, liées à l'actualité (par exemple l'intérêt pour les documentaires sur un thème très contemporain) (Gomez-Uribe & Hunt, 2016 : 4). Il existe d'autres catégories générales, comme « Programmes originaux Netflix » (les vignettes bénéficient alors généralement d'un espace plus avantageux) ou « Ajouts récents », qui signale les contenus venant d'intégrer le catalogue national. La plateforme suggère aussi des catégories pratiques visant à faciliter la navigation, comme le fait de pouvoir reprendre les contenus arrêtés en cours de lecture (grâce au *Continue Watching ranker*) ou de revoir un programme déjà visionné.

Outre ces catégories finalement peu personnalisées, la page d'accueil propose surtout des catégories déterminées par l'expérience de l'utilisateur et ses affections, déclarées ou pas : Netflix prend en compte les préférences « explicites » (chaque contenu peut être noté positivement – pouce vers le haut – ou négativement – pouce vers le bas), mais aussi « implicites » (consommation fréquente d'un type de programme, visionnage de plusieurs contenus sur un temps restreint, *binge watching*, etc.). De façon générale, la plupart des catégories recommandées en page d'accueil sont sélectionnées par le PVR (*Personnalized Video ranker*), l'algorithme historique de Netflix qui attribue à chaque profil une liste personnalisée de contenus organisés par préférence. La catégorie « Parce que vous avez regardé… » (*Because You Watched*) s'appuie, elle, sur un algorithme de similarité vidéo-vidéo pour proposer des contenus en proximité avec ceux que l'utilisateur a déjà évalué positivement. La catégorie « Notre sélection pour [prénom de l'utilisateur] » repose sur le *Top-N Video ranker,* un algorithme qui se concentre sur les vidéos les mieux notées par les utilisateurs, faisant ainsi remonter en contenus recommandés les films et séries bénéficiant déjà d'une forte exposition. Le principe de Netflix n'est ainsi pas tant de cibler des utilisateurs que des « communautés de goûts » (Watercutter, 2017), c'est-à-dire des ensembles d'utilisateurs qui partagent fréquemment les mêmes affections et sont susceptibles d'apprécier

les mêmes contenus : on retrouve ici, appliqué, le concept de « communauté interprétative » de Stanley Fish (Fish, 1980).

En 2016, Netflix a décidé de globaliser son dispositif de recommandation en l'internationalisant : auparavant, les recommandations étaient calculées à l'échelle de chaque territoire national, ce qui ne tenait pas compte de la circulation contemporaine internationale des biens culturels, et donc des pratiques de discussion et de prescription associées. Le choix de l'internationalisation du dispositif de recommandation implique une certaine difficulté technique, compte tenu du nombre d'abonnés très important et en constante augmentation, mais présente aussi un intérêt majeur : celui de révéler les « manques » des catalogues nationaux en décelant des communautés d'utilisateurs susceptibles d'apprécier un contenu qui n'est pas encore disponible dans leur pays : « L'algorithme global devient ainsi un moteur pour aider Netflix à choisir sur quelles séries mettre son budget de licencing » (Pringuay, 2016).

La classification du catalogue : genres officiels, genres cachés

Le dispositif de recommandation de Netflix paraît donc, à première vue, effectivement innovant, au regard des technologies employées comme de la capacité de la société à intégrer les dernières innovations en termes de *big data*. Une analyse plus approfondie des variables prises en compte par les algorithmes révèle toutefois un schéma classificatoire d'organisation du catalogue relativement traditionnel. En effet, le catalogue Netflix est entièrement structuré par une logique générique, c'est-à-dire par une catégorisation par « genres » des films et séries qui le composent, et ce quelle que soit la zone géographique : le catalogue et les catégories génériques varient selon les pays, mais pas le principe de la catégorisation générique.

Cette « médiation ordinaire » des objets filmiques (Delaporte, 2015 : 117) structure le catalogue à plusieurs niveaux. Le premier est celui que l'on pourrait appeler les « genres officiels » de Netflix, c'est-à-dire les catégories que la plateforme reconnaît comme « genres » et nomme comme tels. En avril 2018, l'interface française en distingue seize : action, anime, comédie, documentaires, drame, français, horreur, indépendant, international, jeunesse et famille, musique et comédies musicales, policier, primés, romance, SF et fantastique, thriller. Ces genres sont accessibles *via* le menu déroulant de la page « Films » et constituent également des catégories mises en avant en page d'accueil grâce à l'algorithme PVR.

Les seize genres officiels ne sont pas les seules catégories génériques à structurer l'interface de la plateforme. La nomenclature générique de Netflix est autrement plus vaste

que les typologies habituellement proposées par les éditeurs de catalogues filmiques : il existe en effet plusieurs dizaines de milliers de « genres cachés » (appelés « *altgenres* » en interne au sein de Netflix), qui sont distingués à partir d'un traitement algorithmique des métadonnées associées aux contenus mais aussi d'indexations opérées manuellement par les employés de la société, après visionnage. Netflix fonctionne donc en fait avec d'innombrables genres, aussi variés que « films policiers inspirés de livres », « films d'action et d'aventure indiens des années 1970 » ou « films gores acclamés par la critique et visuellement époustouflants ». Les catégories sont construites à partir de plusieurs variables récurrentes (par exemple : genre racine + adjectifs + période + région + âge du public), qui forment une matrice générique relativement complexe (Madrigal, 2014). En croisant les variables, Netflix s'assure de fonctionner avec des genres au plus près des usages des publics : le principe n'a rien d'innovant en soi (les diffuseurs et éditeurs de catalogues ont toujours cherché à produire des nomenclatures génériques en adéquation avec les pratiques spectatorielles), mais le volume des données collectées ici pour élaborer les listes de sous-genres donne au dispositif une ampleur inédite.

Usages et braconnages des dispositifs de recommandation

Depuis plusieurs années, la généralisation des algorithmes de recommandation dans le secteur des industries culturelles, qui organisent la circulation de biens *particulièrement* symboliques comme les productions artistiques, entraîne un certain nombre de discours, attentifs (Cardon, 2015) sinon inquiets (Sonnac, 2014), soutenant l'idée que la prescription algorithmique représente un risque pour la diversité culturelle et la découvrabilité[2] des productions artistiques, notamment de niche et/ou indépendante. On peut en effet se demander si ces dispositifs de recommandation automatisés n'aboutiraient pas à une uniformisation des pratiques culturelles et à un enfermement dans ses propres habitudes de consommation – c'est l'effet de « bulle » décrit par Eli Pariser (Pariser : 2011) –, les utilisateurs de Netflix étant incités à visionner certains films plutôt que d'autres, participant ainsi d'un système auto-alimenté de mise en visibilité de certains contenus et donc, de façon corollaire, d'invisibilisation d'autres. Netflix annonce qu'environ 80 % des programmes consommés sur la plateforme le sont grâce à leur présentation en page d'accueil, effectuée automatiquement

[2] La notion québécoise de « découvrabilité » désigne le potentiel d'un contenu culturel à être « découvert » par les utilisateurs des plateformes et moteurs de recherche et à capter son attention de sorte à lui faire découvrir d'autres contenus culturels (Desjardins 2016a, 2016b).

grâce aux algorithmes de recommandation (Gomez-Uribe & Hunt, 2016 : 5) : l'impact de ces dispositifs est donc loin d'être marginal. Sans céder non plus aux discours enthousiastes sur l'*empowerment* des publics à l'ère des internets collaboratifs, on peut cependant envisager les utilisateurs des plateformes de contenus audiovisuels comme des sujets actifs en capacité de s'approprier les dispositifs de recommandations. Si les données empiriques sur les usages des plateformes par les publics sont encore rares, les premières enquêtes montrent que les recommandations ont plutôt tendance à être appréciées par les utilisateurs, et à susciter des visionnages plus qu'à simplement les orienter (CEFRIO, 2017 : 26). Les utilisateurs sont par ailleurs susceptibles de contourner les dispositifs de recommandation, voire de les braconner, témoignant ainsi d'une certaine forme de créativité dans l'imagination de nouveaux modes de consommation.

Manipuler les algorithmes

Netflix offre la possibilité, selon la formule d'abonnement souscrite, de créer plusieurs profils à partir d'un même compte, afin que les différents membres d'une famille, par exemple, puissent bénéficier de recommandations personnalisées, avec une gestion algorithmique adaptée à chaque individu (notamment en fonction de son âge). L'une des techniques les plus fréquemment utilisées pour contourner les algorithmes de recommandation consiste à détourner la fonction première de ces profils multiples, en ne les attribuant plus à des individus mais à des contextes. Un utilisateur peut ainsi se créer des profils distincts en fonction de son humeur (recherche d'un film facile vs. d'un film exigeant), du moment de la journée (visionnage en journée vs. en soirée), du contexte (au travail et/ou en public vs. en privé), etc. Cette pratique présente l'intérêt d'invisibiliser ou, au contraire, de mettre au jour certains visionnages, mais aussi de fragmenter la gestion algorithmique de la recommandation, en introduisant des variables non prises en compte par la plateforme.

D'autres démarches ont pour objectif de « corriger » les algorithmes en simulant une pratique de visionnage. Il est en effet assez fréquent, après avoir regardé plusieurs contenus marqués par une récurrence de genre, d'époque, de thématique, etc., de ne se voir proposer par la suite que des contenus associés. Quitter une affection générique ponctuelle peut donc se révéler difficile… Pour contrer cet effet bulle, certains utilisateurs lancent la lecture de contenus « opposés », qu'ils ne visionnent pas, dans le seul but de réorienter génériquement les prescriptions des algorithmes. En empruntant le même chemin, mais à rebours, certains utilisateurs opèrent un nettoyage systématique de leur historique de visionnage, afin de contrôler les contenus pris en compte par les algorithmes.

Accéder aux genres cachés

L'interface de Netflix croise les modes d'accès au catalogue : les algorithmes déterminent les catégories et contenus proposés en page d'accueil, mais il est également possible de procéder à une recherche « libre », *via* une barre de recherche, ou d'utiliser le menu des « genres officiels ». Les « genres cachés », eux, ne sont normalement accessibles que lorsque un algorithme les rend visible à travers une catégorie recommandée en page d'accueil : les utilisateurs ont très vite compris qu'il était en fait possible de pénétrer directement dans l'architecture générique de Netflix, lorsqu'on y accède depuis un ordinateur. À chaque genre Netflix (officiel ou caché) correspond en effet un code chiffré, qui figure dans l'URL de la page internet. En changeant le code chiffré de l'URL, on peut donc accéder directement à chaque genre du catalogue, même aux genres cachés. En ajoutant, par exemple, « 743 » à la suite de l'URL https://www.netflix.com/browse/genre/, on tombe sur les « films interprétés par Dennis Quaid » ; en tapant « 9536 » on tombe sur les « drames des années 70 » et en tapant « 953 » on obtient les « films réalistes indépendants » (aucun film au catalogue français en avril 2018 mais la catégorie existe).

Ce type de recherche, « au petit bonheur la chance », ouvre la porte à une forme de sérendipité, mais les explorateurs du catalogue Netflix cherchent généralement plus à affiner leurs méthodes de prospection qu'à les rendre aléatoires. Ont ainsi été publiées des listes de codes Netflix recensant les genres cachés déjà mis au jour par les utilisateurs, aisément accessibles sur internet et publiées dans les médias *mainstream*. La pratique n'est pas inconnue de Netflix, qui a tout à gagner de ce type d'intrusion dans son catalogue car cela ne lui coûte rien et peut lui fournir des données intéressantes. La technique, loin de relever du *hacking* de haut vol, est d'ailleurs très faiblement décriée par les responsables de la plateforme : « Nous croyons que les algorithmes qui se fondent sur un historique des visionnages offrent aux utilisateurs les recommandations personnalisées les plus adaptées » (cité dans Eadicicco, 2016, traduction personnelle).

Recourir à des dispositifs parallèles

Face à l'abondance du catalogue et la profusion des choix, les utilisateurs sont nombreux à perdre goût et patience pour la sélection de contenu et à se détourner de tous les dispositifs proposés par Netflix pour les aiguiller dans leur consommation. Le recours à des systèmes alternatifs est fréquent, que ces derniers soient indépendants de la plateforme (comme les sites de critique amateur) ou qu'ils lui soient directement adossés. Certains dispositifs parallèles prennent en effet la forme d'extensions sur les explorateurs internet, qui

permettent d'enrichir l'éditorialisation du catalogue Netflix en proposant à l'utilisateur de visionner la bande-annonce, de consulter la notation du film sur Rotten Tomatoes ou Imdb, grâce à l'import des métadonnées fournies par ces autres sites. Outre les sites indépendants qui se sont donnés pour objectif de fournir une information spécifiquement liée à l'actualité de la plateforme (comme Netflix News), d'autres dispositifs en ligne ont, eux, pour fonction première d'aider le spectateur à choisir un contenu grâce à un moteur de recherche autonome. L'un des plus utilisés est Netflix Roulette, un site créé en 2014 par un amateur et racheté en 2017 par la société RealGood, qui a monté une plateforme de recherche et d'information dédiée au streaming vidéo, intégrant les catalogues de Netflix mais aussi d'Amazon Prime, Hulu, Showtime, HBO, etc.

L'analyse des stratégies adoptées par les utilisateurs de Netflix pour accéder directement au catalogue en contournant les algorithmes de recommandation révèle ainsi des modes de consommation plutôt créatifs, où les publics réassignent à la plateforme un rôle de fournisseur de contenus mais se détournent de sa fonction de conseil. Le cas n'est pas propre à Netflix : on retrouve ici des éléments mis en lumière par d'autres chercheurs au sujet des dispositifs de recommandation de contenus audiovisuels (Farchy, Méadel, Anciaux : 2017, §44).

Conclusion

Les données recueillies par Netflix ont une autre fonction que la recommandation : celle d'orienter la production des nouveaux contenus. L'exemple de *House of Cards* (2013-2019), la première série produite par la plateforme, est devenu célèbre, l'anecdote étant régulièrement rappelée par les dirigeants de Netflix qui alimentent ainsi un discours marketing bien rôdé sur la proximité de la plateforme avec les goûts des publics. La série aurait été initiée parce que les algorithmes de Netflix auraient repéré, premièrement, que les films réalisés par David Fincher suscitaient l'intérêt des utilisateurs, que, deuxièmement, les films dans lesquels figuraient l'acteur Kevin Spacey bénéficiaient de la même attention, et enfin, troisièmement, qu'une mini-série britannique des années 1990 présente au catalogue, intitulée *House of Cards*, semblait très appréciée. Il n'en fallait pas plus, d'après les communicants de la plateforme, pour lancer la production d'un remake réalisé par Fincher avec Spacey dans le rôle principal. On peut toutefois, comme les auteurs d'un récent dossier de la CNIL (2016), rester un peu dubitatifs face à l'importance déclarée des algorithmes dans

les stratégies de production de contenus de la plateforme. Celle-ci est d'ailleurs tempérée par Todd Yellin, le directeur de l'innovation de Netflix : « Il ne faut pas exagérer, *House of Cards* n'a pas été créée par un algorithme […]. La technologie nous permet de choisir parmi plusieurs bonnes histoires laquelle a le plus de potentiel. Après, il y a toujours de la créativité humaine » (Manenti, 2015).

Par delà l'anecdote, la position de Todd Yellin révèle ce qui constitue en fait le mode de fonctionnement de Netflix : des technologies innovantes, mais des médiations ordinaires. Technologies innovantes parce que Netflix est à la pointe en termes de compression vidéo, de *big data* et de combinaison algorithmique. Médiation ordinaire parce que la manière dont Netflix propose d'accéder à son catalogue est tout ce qu'il y a de plus classique : elle organise les rayons DVD de la Fnac, ceux de feu les vidéoclubs, la programmation des salles de cinéma, des chaînes de télévision... Cela fait plus d'un siècle que le cinéma existe comme pratique culturelle et cela fait au moins 80 ans que les spectateurs ont le choix entre « drame », « comédie » et « film policier ». Si l'innovation du dispositif technique de Netflix semble promettre la plateforme à un destin hégémonique, il y a en revanche tout lieu de penser que la créativité sera elle appelée à s'épanouir du côté de ses usages et, certainement autant, de ses *més*usages.

*
* *

BIBLIOGRAPHIE

Cardon D. (2015). *À quoi rêvent les algorithmes ? Nos vies à l'heure des big data*. Seuil : La République des Idées.

CEFRIO (2017). *Visionnement connecté par les jeunes au Québec*. Décembre 2017 [En ligne : https://cefrio.qc.ca/publications/internet-medias-sociaux-mobilite/visionnement-connecte-par-les-jeunes-au-quebec/]

Chandrashekar A., Amat F., Basilico J., Jebara T. (2017). Artwork Personalization at Netflix. *Medium. The Netflix Tech Blog*. 7 décembre 2017 [En ligne : https://medium.com/netflix-techblog/artwork-personalization-c589f074ad76]

CNIL (2015). Les données, muses et frontières de la création. Lire, écouter, regarder et jouer à l'heure de la personnalisation. *Cahiers IP (Innovation & Prospective)*. N°03. Octobre 2015.

Delaporte C. (2015). *Le Genre filmique. Cinéma, télévision, internet*. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle.

Desjardins D. (2016a). *Découvrabilité : vers un cadre de référence commun (volet 1)*. Rapport commandé par le Fonds des Médias du Canada [En ligne : https://trends.cmf-fmc.ca/media/uploads/reports/FMC-Decouvrabilite-Vers-un-cadre-de-reference-commun.pdf]

Desjardins D. (2016b). *Découvrabilité : le parcours de l'auditoire (volet 2)*. Rapport commandé par le Fonds des Médias du Canada [En ligne : https://trends.cmf-fmc.ca/media/uploads/reports/D%C3%A9couvrabilit%C3%A9_Volet_2_Le_parcours_de_lauditoire_-_FMC_-_FR_-_Final.pdf]

Eadicicco L. (2016). This Netflix Trick Lets You Browse Hidden Categories. *Time*. 12 janvier 2016 [En ligne : http://time.com/4177025/netflix-hidden-categories-hack/]

Farchy J., Méadel C. & Anciaux A. (2017). Une question de comportement. Recommandation des contenus audiovisuels et transformations numériques. *tic&société*. Vol. 10, n° 2-3 | 2e semestre 2016 - 1er semestre 2017 [En ligne: https://journals.openedition.org/ticetsociete/2136]

Fish S. (1980). *Is There a Text in This Class? The Authority of Interpretive Communities*. Cambridge : Harvard University Press.

Gomez-Uribe C., Hunt N. (2016). The Netflix Recommander System: Algorithms, Business Value, and Innovation. *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*. Vol. 6 n°4 art. 13 [En ligne: http://delivery.acm.org/10.1145/2850000/2843948/a13-gomez-uribe.pdf?ip=83.202.176.18&id=2843948&acc=OA&key=4D4702B0C3E38B35%2E4D4702B0C3E38B35%2E4D4702B0C3E38B35%2EE5B8A747884E71D5&__acm__=1524210790_ff22ef6b40acc2bc69cecd10939532fc]

Hallinan B., Striphas T. (2016). Recommended for you: The Netflix Prize and the production of algorithmic culture. *New media & society*. Vol. 18 n°1, p. 117-137 [En ligne: http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444814538646]

Lefilliâtre J. (2018). Netflix tout près des 3,5 millions d'abonnés en France. *Libération*. 6 avril 2018 [En ligne : http://www.liberation.fr/futurs/2018/04/06/netflix-tout-pres-des-35-millions-d-abonnes-en-france_1641327]

Madrigal A. C. (2014). How Netflix Reverse Engineered Hollywood. *The Atlantic*. 2 janvier 2014 [En ligne : https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/]

Manenti B. (2015). Comment l'algorithme de Netflix aide à fabriquer des séries. *TéléObs*, 19 octobre 2015 [En ligne : https://teleobs.nouvelobs.com/actualites/20151016.OBS7805/comment-l-algorithme-de-netflix-aide-a-fabriquer-des-series.html]

Pariser E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. Londres : Penguin UK.

Pringuay V. (2016). Netflix fait un pas de plus dans sa quête de l'algorithme de recommandation « parfait ». *PresseCitron*, 17 février 2016 [En ligne : https://www.presse-citron.net/netflix-fait-un-pas-de-plus-dans-sa-quete-de-lalgorithme-de-recommandation-parfait/].

Sonnac N. (2014). Netflix, démolisseur de l'exception culturelle. *InaGlobal*. 26 juin 2014 [En ligne : https://www.inaglobal.fr/idees/article/netflix-demolisseur-de-lexception-culturelle-7650].

Watercutter A. (2017). Netflix is Using *The Defenders* to Understand Its Audience. *Wired*. 22 août 2017 [En ligne : https://www.wired.com/story/netflix-the-defenders-audience-data/]

Data journalisme, entre pratique créative innovante et nouvelle médiation experte ? Une analyse conjointe des discours et des productions journalistiques

Data journalism, between innovative creative practice and new expert mediation? A joint analysis of discourses and journalistic productions

Valentyna Dymytrova, Post doctorante

EA 4147 Elico, université Lyon 1

valentyna.dymytrova@gmail.com

Mots-clefs : open data, médiation, data journalisme, créativité.

Key words: open data, mediation, data journalism, creativity

Résumé

À partir d'une enquête de terrain et d'une analyse sémio-pragmatique d'un corpus des productions journalistiques, cet article analyse les dimensions créatives dans les réutilisations de l'open data par les data journalistes en France. Le data journalisme se légitime comme une pratique médiatique innovante et créative à la fois grâce à l'approche basée sur les traitements statistiques et informatiques des données et grâce à la narration des données recherchant de nouvelles modalités d'interaction avec les publics.

Abstract

Based on a field survey (interviews, analysis of documents) and a semiotic analysis of a corpus of journalistic productions, this article studies the creative aspects in the reuse of open data by data journalists in France. Data journalism is legitimized as an innovative and creative media practice thanks to the approach based on statistical and data processing and the data storytelling looking for new ways of interacting with audiences.

Data journalisme, entre pratique créative innovante et nouvelle médiation experte ? Une analyse conjointe des discours et des productions journalistiques

Valentyna Dymytrova

En mobilisant partiellement les résultats de l'ANR-14-CE24-0029 OpenSensingCity[1], cet article analyse les réutilisations de l'open data (Dymytrova, Paquienséguy, 2017) par les data journalistes en France afin de mieux saisir les dimensions créatives que ces médiations mettent en œuvre.

L'open data désigne aujourd'hui à la fois une injonction à la mise à disposition des données issues du secteur public ou du secteur privé et un processus d'ouverture progressive de telles données qui se traduit généralement par leur publication *via* des catalogues et des portails dédiés (Chignard, 2012 ; Paquienséguy, 2016). Les discours promotionnels présentent les données ouvertes comme une source de l'innovation et une nouvelle modalité de création de valeur par des acteurs tiers (entreprises, start-ups, *pro-ams*, journalistes, citoyens) au service des *smart cities*, lieux dynamiques d'expérimentation et d'innovation (Ibekwe-Sanjuan, Paquienséguy, 2015). Contrairement au nouveau « *régime de vérité numérique* », fondé sur l'« *l'utopie d'un accès immédiat au réel comme tel »* et à l'idéologie des *Big data* considérant « *la donnée comme un fait ultime, parlant d'elle-même sans médiation* » (Rouvroy, 2014), la publication et la réutilisation des open data sont marquées par une prolifération des médiations (Goeta, 2016), qu'elles soient informatiques, info-communicationnelles ou pédagogiques (Larroche, Vila, 2015).

[1] Porté par l'École des Mines de Saint Etienne et le laboratoire Elico en partenariat avec les entreprises Hikob et Antidot, cet ANR vise à faciliter les usages et les utilisations des données ouvertes dans les villes intelligentes : http://opensensingcity.emse.fr/. Pour mieux comprendre la contribution des chercheurs en SIC à cet ANR, voir Dymytrova, Larroche, Paquienséguy, Peyrelong, 2017.

En effet, la recherche des réutilisations et des mises en scène pertinentes et inédites des données traverse les pratiques de nombreux professionnels : développeurs, data scientists et data journalistes (Dymytrova, Larroche, Paquienséguy, 2018). Stockées, agrégées, calculées, les données n'engagent aucune signification a priori. Elles sont intégrées dans des dispositifs par le biais des algorithmes qui ouvrent de nouvelles vues et de nouvelles visibilités et contribuent à *« mettre en signification des mondes de données »* (Cardon, 2012). Les opérations d'identification, de sélection, d'extraction, d'intégration, de traitement et d'analyse des données sont effectuées « *en fonction d'une certaine finalité/pertinence prédéterminée* » (Citton, 2012) au service de l'économie de l'attention.

Le contexte décrit soulève pour cette communication la problématique suivante : dans quelle mesure la prolifération de données ouvertes et des imaginaires qui les accompagnent impacte les manières dont les data journalistes assurent la médiation entre le monde, la donnée et l'usager-internaute ? Nous partons de l'hypothèse centrale selon laquelle l'innovation et la création proviennent de croisements et de traitements de données qui n'ont pas été pensés à l'origine (Flichy, 2008), mais aussi des articulations d'un savoir-faire technologique, fondé sur la maîtrise des outils et des algorithmes et d'un savoir-faire éditorial, qui mobilise le talent d'écriture et de mise en scène d'informations (Tredan, 2011). Dans cette perspective, nous cherchons à cerner les médiations que les data journalistes mettent en œuvre pour transformer les données en informations, leur assigner un sens et une forme en les rendant ainsi accessibles et pertinentes pour les usagers. La médiation (Lamizet, 1992) est ici envisagée dans ses trois dimensions résumées par Y. Jeanneret (2005) : son substrat technique (quels dispositifs ?), ses procédures professionnelles (quels acteurs, quels lieux ?) et son sens culturel et social (quelles valeurs, quels principes ?).

Notre enquête de terrain comporte trois volets :

1/une analyse des documents en lien avec les pratiques professionnelles des data journalistes (manuels, guides du journalisme), qui constituent pour nous des discours d'accompagnement du data journalisme comme nouvelle pratique professionnelle. Nous considérons que ces discours portent les traces de valeurs et d'imaginaires collectifs qui définissent et légitiment le data journalisme.

2/une analyse des discours d'acteurs qui s'appuie sur les entretiens semi-directifs d'une heure environ, menés avec les data journalistes français (*n=8*), du février au juin 2017. Les interviewés travaillent ou ont travaillé pour des rédactions de la presse nationale (*Libération, Le Monde*), de la presse régionale (*Le Télégramme de Brest*), des médias *pure players* (*Rue 89, Rue89Lyon, Rue89Strasbourg, Contexte)* et une entreprise sous-traitant des projets data pour les médias *(Journalism++)*. Les discours analysés sont davantage portés par des individus que des institutions car les interviewés s'expriment par rapport à leur expérience, leurs compétences, leurs outils professionnels et leurs réalisations dans le domaine.

3/une analyse sémio-pragmatique d'un corpus des productions journalistiques mobilisant *l'open data* (applications ; cartographies ; *dataviz)* et réalisées par des interviewés. En termes de la méthodologie, nous avons opté pour le repérage et l'analyse systématiques des éléments relatifs au travail éditorial de mise en forme visuelle et de mise en récit des données (Bertin, 1967; Pignier, Drouillat, 2004 ; Fontanille, 2008).

1. Le data journalisme, une nouvelle pratique professionnelle face à la prolifération des données ?

Parmi différentes terminologies qui désignent cette nouvelle pratique, «*database journalism*», «*data-drivenjournalism*», « journalisme de données », « journalisme computationnel », le data journalisme semble aujourd'hui emporter. Il s'agit d'une pratique journalistique fondée sur le recueil et les traitements statistiques et algorithmiques des données, ce qui témoigne d'un rapprochement du monde de la presse et du monde de la programmation (Dagiral, Parasie, 2011). En effet, au-delà des pratiques fondamentales du journalisme, à savoir rassembler des faits, les analyser, les transformer pour informer le public, le data journalisme comprend des dimensions inédites impliquant des compétences dans le domaine informatique ce qui semble avoir peu de résonance avec l'identité professionnelle historique du journalisme français, issue de la tradition littéraire (Neveu, 2009 ; Cotte & al., 2013).

Pour nos interviewés, le data journalisme renvoie à des manières de travailler des données que les journalistes ont depuis longtemps. Le data journalisme comme une nouvelle pratique professionnelle s'inscrit pour eux dans les contextes sociopolitique et technologique de la montée du numérique et des data qui transforment les conditions d'accès aux données et font apparaître les outils informatiques permettant leur récupération et leur traitement : « *S'il y a une révolution de toute façon elle ne vient pas de nous, journalistes, mais des pouvoirs publics qui pour leurs propres raisons mettent à disposition de plus en plus de données publiques. Grâce aux outils fournis par l'informatique, on peut beaucoup plus facilement transformer ces données et produire des nouveaux contenus* » (entretien avec un data journaliste pour un média *pure player,* 21 février 2017).

À la croisée du journalisme, de l'informatique et du graphisme, le data journalisme repose sur des méthodes scientifiques de traitement et d'analyse des données. Face à la diversité des compétences requises, de coopérations voient souvent le jour entre des data journalistes et de nombreux professionnels du web et de l'interface (développeurs, webdesigners, infographistes) ce qui permet de mieux répondre aux exigences de rapidité et de performance du traitement d'informations propre aux industries médiatiques contemporains.

2. L'Open data, source de la créativité journalistique ?

L'ouverture des données publiques s'inscrit dans des politiques de créativité (Bouquillon, Miège, Moeglin, 2013), car elle fait « *sortir des données de leur contexte initial de production pour leur offrir un nouveau cadre d'interprétation et de traitement dans de « nouveaux contextes sociaux…grâce à la possibilité du croisement des jeux de données, par d'autres acteurs que la collectivité »*» (Labelle, Le Corf, 2011). Les données ouvertes sont en effet envisagées comme une ressource qui peut être exploitée par un nombre illimité d'utilisateurs pour dégager de nombreuses réutilisations transformant les données en informations.

Si les data journalistes français suivent avec attention l'ouverture des données publiques, ces données sont loin de constituer leur source principale d'informations. Notre enquête en fait ressortir trois raisons principales : l'absence des données pertinentes ou inédites pour mener le travail journalistique, une qualité insuffisante de l'open data français et la méfiance envers les données publiques élaborées dans une visée communicationnelle.

L'accès aux données reste toujours un problème, en particulier par rapport aux sujets sensibles, mais qui ont un intérêt général et citoyen, comme par exemple, les détails du budget d'une mairie : « *On voit les collectivités qui mettent les données en libre qui ne sont pas véritablement celles qui nous intéresseraient…On utilise très peu la position des arbres sur la commune…Ce qui nous intéresse nous, c'est d'avoir un peu de la donnée exclusive, on en obtient plus en rappelant directement la collectivité* » (entretien avec un data journaliste pour une rédaction régionale, 2 mars 2017).

Les données ouvertes disponibles *via* des portails et des plateformes dédiés répondent peu aux besoins des data journalistes. Ceux-ci attendent des données bien structurées, aux formats standards, avec une forte granularité, une mise à jour régulière et une explication de différents champs. Le volume de plusieurs fichiers open data ne permet pas de les traiter directement avec des outils professionnels des data journalistes.

D'une manière générale, les data journalistes restent vigilants par rapport à la crédibilité des données publiques mises en open data. Ils considèrent que ces données sont élaborées dans une visée communicationnelle. De fait, les data journalistes accompagnent toute exploration de l'open data par des investigations traditionnelles, basées sur l'enquête et la vérification des sources.

3. Quelle part créative dans le travail des data journalistes ?

Le data journalisme « *se distingue des pratiques professionnelles conventionnelles par une recherche de créativité* » (Joannès, 2010 :126). La créativité est nécessaire en raison de la quantité de données à analyser, elle est possible grâce aux performances des outils informatiques et des applications en ligne, tout en restant maîtrisée au regard d'une tentation esthétisante (*Ibid.*).

Une production du data journaliste s'élabore généralement dans une chaîne de traitement à plusieurs étapes : l'obtention et la récupération des données (extraction, intégration dans ses propres bases de données), le nettoyage et la conversion de formats, l'analyse des données pour les comprendre et trouver un angle d'attaque (calculs statistiques, croisement avec d'autres jeux de données, recherche de corrélations, visualisations intermédiaires), la vérification de la donnée (confrontation avec d'autres sources, entretiens avec des spécialistes) et la préparation d'une production finale.

Quels que soient les outils mobilisés, la préparation des données occupe une grande partie du travail du data journaliste. Loin d'être l'étape la plus créative, le nettoyage des données peut s'avérer particulièrement chronophage : « *Il y a quelque chose de très ingrat là-dedans, par exemple, à passer des heures pour nettoyer un tableur, des heures pour coder quelque chose, de tester, d'essayer de déboguer, des étapes préliminaires avant la visualisation des données, côté méta qu'on ne voit pas quand on voit la production achevée. Cela prend beaucoup de temps, pour les choses très techniques »* (entretien avec un data journaliste pour un pure player, 21 février 2017).

La créativité des data journaliste, au sens de « *l'interdépendance construite d'éléments jusqu'alors séparés »* (Rouquette, 2007), se manifeste véritablement dans les manières de croiser des données en multipliant les relations pertinentes entre elles et en faisant surgir des informations inédites et originale : *« À partir du moment où je trouve un jeu de donnée, je l'importe, je le télécharge, je le nettoie (...) ensuite je commence à jouer avec, en essayant de voir si par de simples tableaux croisés dynamiques, je peux mettre en avant quelques particularités ou si je peux le croiser avec d'autres données…*» (entretien avec un data journaliste pour une rédaction régionale, 20 février 2017).

Générées dans un contexte spécifique et en fonction des compétences et des objectifs des producteurs, les données réutilisées sont re-contextualisées et réécrites par des data journalistes. La créativité va ainsi de pair avec la réflexion portée sur les choix de données et de points de focalisation portés sur les individus ou sur les structures, avec « *le zoom comme l'entrée subjective dans les données* » ou « *le dézoom comme la statistique catégorielle* » (Cardon, 2012). Les essais de croisements ouvrent de nouvelles vues et donnent des visibilités aux données.

4. Les nouveaux modes de restitution de données, réputés créatifs

Les données constituent pour les data journalistes à la fois une source d'information privilégiée et un outil de la construction d'une narration originale. Elles sont restituées sous de multiples formats éditoriaux qui peuvent être des articles, des infographies, des cartographies interactives ou animées, des visualisations ou encore des applications web.

Les analyses du corpus ont permis de repérer plusieurs éléments significatifs propres à une éditorialisation journalistique des données : l'univers construit grâce au recours aux scénarios, ancrés dans le réel ou dans la fiction, l'énonciation impliquant l'usager, les gestes énonciatifs de l'interactivité (clic, sélection, visions panoptique/sélective), l'importance de l'esthétique (couleurs, formes, composition, symboles et métaphores) et la présence de discours d'accompagnement (mode d'emploi et information sur les données et les outils mobilisés).

Par exemple, l'application « Dans la région de Lyon, quelle ville est faite pour vous ? »[2], réalisée par Rue89Lyon propose à l'internaute d'adapter la forme et le contenu informationnel à sa situation en cherchant sa ville idéale, en indiquant ses préférences en matière de la taille de la ville, de l'âge de la population, du prix du foncier, des revenus des habitants, de la densité médicale, etc. En croisant les données démographiques et sociologiques de l'INSEE, des ordres de médecins et des sites web de l'immobilier, cette application les valorisent et les rend intelligibles. L'interface se distingue par une esthétique épurée avec des icônes facilement compréhensibles et une représentation iconique de La Part-Dieu, quartier emblématique de la ville.

La créativité est sollicitée pour élaborer de nouvelles façons d'attirer les lecteurs et de capter leur attention en recherchant les représentations inventives des données : « *Les applications web et les interfaces graphiques brassent les données et utilisent les modes de narration différents de l'article classique pour essayer d'intéresser les gens à des sujets peut-être un peu complexes, un peu touffus, avec beaucoup de données… On essaie de rendre tout ça plus ludique, pour faire entrer un lecteur dans un thème ou un sujet un peu compliqué et où on a traité beaucoup de données* » (entretien avec

[2] https://www.rue89lyon.fr/app/datavilles/.

un data journaliste pour un pure player, 13 janvier 2017). Les productions des data journalistes permettent à l'usager une entrée singulière dans les données et le transforment en « *co-producteur non seulement du sens mais de la forme même de l'image* » (Croissant, Touboul, 2014). Le data journalisme emprunte ainsi à des univers multimédias, scénarisés et interactifs en incitant l'usager non seulement à lire et à visionner, mais aussi à filtrer, sélectionner, cliquer, zoomer et dé-zoomer.

Une application concernant des dotations globales de fonctionnement des communes en France, réalisée par Dataspot du *Télégramme de Brest*[3] illustre cette façon d'explorer les données, basée sur la navigation entre une vision panoptique à l'échelle nationale et une vision sélective à l'échelle d'une commune. En sélectionnant un territoire spécifique sur la carte, l'usager découvre des exemples des équipements qui auraient pu être financés avec les sommes perdues, par exemple un rond-point, une rénovation d'un bourg ou une construction d'une salle culturelle : « *Cela apporte de la proximité à cette information. Cela nous a permis en plus d'identifier les communes qui avaient le plus perdu dans notre région. En appelant les élus, en leur donnant les chiffres qu'on avait retrouvé, nous avons dépassé le langage politique pour arriver au langage du maire gestionnaire de sa commune. Ils nous ont répondu sans essayer d'esquiver, on a perdu cela, voilà ce qu'on a dû faire concrètement. Et ce qui est intéressant ce qu'on a fait un carton d'audience sur un sujet complexe et technique »* (entretien avec un data journaliste pour une rédaction régionale, 2 mars 2017).

La visée esthétique et la référence artistique sont souvent revendiquées par des data journalistes comme une démarche conditionnant l'intelligibilité de l'information. En embrassant du regard l'ensemble de données, les visualisations permettent des économies de temps et d'efforts nécessaires à la consultation d'un article. Elles font aussi une économie de place indispensable pour les écritures adaptées à des écrans numériques.

Conclusion

Le data journalisme se légitime comme une pratique médiatique innovante et créative à la fois grâce à l'approche basée sur les traitements statistiques et informatiques des

[3] http://www.letelegramme.fr/dataspot/baisse-des-dotations-comment-s-en-sort-votre-commune-01-06-2016-11090937.php.

données et grâce à la narration des données recherchant de nouvelles modalités d'interaction avec les publics. À travers les discours d'acteur et les productions journalistiques analysés, la créativité se définit comme à la fois « *une œuvre de connaissance, un enjeu de communication et un signe ou un effet de sociabilité... La « densité » du champ où la création s'opère résulte de l'accumulation des réalisations antérieures, de la différenciation des réseaux d'échange et de pouvoir, et de la complexité d'utilisation de ces réseaux »* (Rouquette, 2007). En effet, le data journalisme ne peut être compris sans une prise en compte des fondamentaux du journalisme, des pratiques et des valeurs professionnelles structurant ce champ (Ringoot et Utard, 2006). Toutefois, c'est l'engagement envers la médiation entre les données, le monde et le lecteur-internaute qui caractérise la posture et l'état d'esprit des data journalistes. Ceux-ci proposent différentes logiques d'exploration des données dans des visées de la connaissance, de la découverte, de la critique sociale ou de la proximité avec l'usager-internaute.

La créativité et l'innovation sont des arguments importants positionnant la médiation de la donnée comme une pratique journalistique spécifique. Le data journalisme reste toutefois pour les médias français un dispositif expérimental permettant de créer des contenus à forte valeur ajoutée pour justifier les abonnements spécifiques numériques et se positionner par rapport aux concurrents en attirant de nouveaux publics et en diversifiant son audience.

Les discours et les productions journalistiques analysés illustrent le paradoxe du nouveau « *capitalisme créatif transesthétique* » : « *Plus s'impose l'exigence de rationalité chiffrée du capitalisme et plus celui-ci donne une importance de premier plan aux dimensions créatives, intuitives, émotionnelles* » (Lipovetsky, Serroy, 2013). Si les interfaces des productions journalistiques analysées témoignent d'une incessante recherche de nouvelles formes d'écriture journalistique, les discours d'acteur manifestent une distance critique envers des données et l'objectivité supérieure qui leur est attribuée par les promoteurs de l'open data. Dans le contexte de la montée de l'algorithmique, des nouvelles écritures et des nouveaux outils de la production et l'exploitation des données au sein de nos sociétés performatives marquées par la fusion du capitalisme et de l'informatique (Noyer, Carmes, 2014), les data journalistes réaffirment l'importance de la médiation experte au service d'une appropriation symbolique, sociale et critique des données par des citoyens.

Bibliographie

Bertin, J. (1967). *Sémiologie graphique.* Paris, Mouton/Gauthier-Villars.

Bouquillon, P., Miège, B., Mœglin, P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Presses universitaires de Grenoble.

Cardon, D. (2012). « Regarder les données ». *Multitudes*, n° 49 (2), p. 138-142. doi:10.3917/mult.049.0138.

Carmes, M. & Noyer, J. (2014). « L'irrésistible montée de l'algorithmique: Méthodes et concepts en SHS ». *Les Cahiers du numérique*, n° 10 (4), p. 63-102.

Chignard, S. (2012). *Open data : Comprendre l'ouverture des données publiques*, Paris, FYP Editions.

Citton, Y. (2012). Traiter les données : entre économie de l'attention et mycélium de la signification. *Multitudes*, n°49 (2), p. 143-149. doi:10.3917/mult.049.0143.

Cotte, D., Lahary, D., Genova, F., Gandon, F., Dufour, J., Willaert, C. & Huot, C. (2013). « Les métiers, entre traditions et modernité ». *Documentaliste-Sciences de l'Information*, n°50 (3), p. 42-59.

Dagiral, E., Parasie, S. (2011). « Portrait du journaliste en programmeur. L'émergence d'une figure du journaliste hacker », *Les Cahiers du journalisme*, n° 22-23, p. 144-154.

Dymytrova, V., Larroche, V., Paquienséguy, V. (2018). *Cadres d'usage des données par des développeurs, des data scientists et des data journalistes*. [Rapport de recherche] EA 4147 Elico. En ligne : https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01730820/document, consulté le 21 avril 2018.

Dymytrova V., Larroche V., Paquienséguy F., Peyrelong M-F. (2017). « Open Data et Smart Cities : Quels chantiers pour les SIC ? », *Les Cahiers de la SFSIC*, n°14, p.308-313.

Dymytrova V. & Paquienséguy, F. (2017). « La réutilisation et les réutilisateurs des données ouvertes en France : une approche centrée sur les usagers », *Revue Internationale des Gouvernements Ouverts*, v. 5, p. 117-132. En ligne: http://ojs.imodev.org/index.php/RIGO/article/view/204/338, consulté le 25 avril 2018.

Flichy, P. (2008). « Technique, usage et représentations », *Réseaux*, n°148-149, p. 147-174.

Fontanille, J. (2008). *Pratiques sémiotiques.* Paris, PUF.

Goeta, S. (2016). *Instaurer des données, instaurer des publics : une enquête sociologique dans les coulisses de l'open data.* Thèse en sociologie. Télécom ParisTech. 〈tel-01458098〉

Ibekwe-Sanjuan, F. & Paquienséguy, F. (2015). Open, Big, Collaboration : trois utopies de l'innovation au XXI^{e} siècle. Dans *Big Data - Open Data : Quelles valeurs ? Quels enjeux ?*. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, p. 15-29.

Jeanneret, Y. (2005). *La « société de l'information » : glossaire critique*. Paris, La Documentation française.

Labelle, S. & Le Corf, J. (2012). « Modalités de diffusion et processus documentaires, conditions du « détachement » des informations publiques. Analyse des discours législatifs et des portails open data territoriaux ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 13, p. 209-59. https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2012-2-page-209.htm, consulté le 23 avril 2018.

Lamizet, B. (1992). *Les lieux de la communication*. Liège, Mardaga.

Larroche, V. & Vila, M. (2015). « Urban Data et stratégies dans le secteur des services : Le cas de la métropole lyonnaise ». In : E. Broudoux, Gh. Chartron (dir.), *Big Data – Open Data : Quelles valeurs ? Quels enjeux ?*. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, p. 183-197.

Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2013). *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste,* Paris, Gallimard.

Paquienséguy, F. (dir.) (2016). *Open data : Accès, territoires, citoyenneté : des problématiques info-communicationnelles*, Paris, Éditions des Archives contemporaines.

Pignier N. & Drouillat B. (2004). *Penser le Webdesign. Modèles sémiotiques pour les projets multimédias*, Paris, L'Harmattan.

Rouquette, M. (2007). « Les chemins de la création ». In : *La créativité*. Paris, Presses Universitaires de France, p. 100-119. En ligne :https://www.cairn.info/la-creativite--9782130561064-p-100.htm, consulté le 27 avril 2018.

Ringoot, R. &Utard, JM. (2006). *Le journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Rennes, PUR.

Rouvroy, A. (2014). « Des données sans personne: le fétichisme de la donnée à caractère personnel à l'épreuve de l'idéologie des Big Data ». *Le numérique et les droits et libertés fondamentaux.* En ligne http://works.bepress.com/antoinette_rouvroy/55, consulté le 15 janvier 2018.

Trédan, O. (2011). « Quand le journalisme se saisit du Web : l'exemple du datajournalism », Communication présentée lors du colloque Mejor 2011 – Université de Brasilia, 25-28 avril. En ligne: http://surlejournalisme.com/?page_id=2701, consulté le 15 janvier 2018.

Créer avec les technologies numériques dans le champ du travail médico-social : entre communication symbolique et cours d'action

1er page :

- Titre en Fr / titre en anglais en dessous. Les deux justifiés à droite
- Auteur(s)/ Statut justifiés à droite séparés par une virgule
- Rattachement (laboratoire, établissement...) justifié à droite
- Courriel justifié à droite
- Mots-clefs en français et en anglais (4 de chaque maximum)
- Résumé, (500 signes maximum) en français et en anglais justifié gauche/droite

Créer avec les technologies numériques dans le champ du travail médico-social : entre communication symbolique et cours d'action

Audrey Bonjour
Elise Daragon

Dans cette communication, nous présentons les changements auxquels est soumis le champ du travail médico-social avec l'essor des technologies numériques qui produisent à la fois une création qui agit sur le symbolique et l'imaginaire social et une créativité qui implique une dynamique et modifie les pratiques. Nous montrerons comment les Sciences de l'Information et de la Communication éclairent-elles les innovations sociales et y participent à partir d'un projet de recherche. Nous nous inscrivons donc au sein de l'axe III. « Objets techniques, dispositifs et contenus » afin de questionner la place des technologies numériques et des contenus dans les processus d'innovation, de création et de créativité. Pour illustrer comment les technologies numériques produisent des innovations sociales dans le champ du travail médico-social, nous utiliserons trois temps argumentatifs qui répondent à une problématique transversale : comment les technologies numériques cristallisent-elles des tensions inhérentes au champ du travail médico-social tout en parvenant à dépasser un certain nombre d'oppositions de manière créative et innovante ?

En effet, le contexte politique et économique actuel pousse les établissements et services sociaux et médicosociaux (ESSMS) à réfléchir aux modalités d'intégration des technologies numériques dans leurs stratégies organisationnelles, que ce soit en termes de qualité de service, d'outils de management ou d'enjeux de participation citoyenne des usagers qu'ils accueillent. Sur le terrain, cette transition digitale s'impose de fait dans ces établissements et elle est aujourd'hui pensée dans ses possibilités d'appropriation avec un défi majeur à relever : l'intégrer dans une vision globale des institutions, pour les professionnels, les usagers comme pour leurs proches ou aidants. En effet, la question de la pérennité et du sens des usages ne cesse de se poser dans le champ du travail social depuis plus de trente ans, lorsque les médias et les technologies ont été utilisés comme vecteur des interventions médico-sociales.

Dans le cadre notamment d'un programme de recherche, « Les technologies NUmériques au SERvice des USagers dans les établissements sociaux et médico-sociaux » (*NUSERUS*, 2015-2018), qui a pour objectif de recenser puis d'analyser les dispositifs sociotechniques utilisés

dans les ESSMS, notre réflexion se focalise sur les innovations numériques et sociales qui se développent dans ces organisations. Pour se faire, nous mettons en œuvre une Recherche action (RA) à deux phases successives, en partenariat avec le CREAI PACA et Corse, c'est-à-dire « Le Centre inter-régional d'études, d'actions et d'informations en faveur des personnes en situation de vulnérabilité Paca et Corse ». La première consiste, grâce à des observations participantes périphériques et des entretiens individuels et de groupes, à évaluer la place des technologies numériques -connectées ou non- dans six ESSMS de la région PACA partenaires. Nous mesurerons les conséquences de leur utilisation sur le plan institutionnel, sur l'exercice professionnel des travailleurs sociaux et sur la prise en charge des usagers. La seconde phase prévoit la création d'une plateforme numérique de partage des pratiques relatives aux technologies numériques alimentée par les travailleurs sociaux et à destination de leurs pairs.

1. NUSERUS, un projet de recherche original : entre recherche action et formation

Nous abordons d'abord l'influence des technologies numériques dans la structuration du travail social à partir d'une recherche-action formation menée dans le cadre d'un projet de recherche intitulé NUSERUS. Nos résultats nous amènent à étudier le management des technologies numériques au sein de ces organisations à travers le rôle des stratégies numériques et des politiques publiques. Nous verrons comment ces technologies peuvent conduire à des innovations managériales en questionnant l'efficience du collectif. Nous montrons qu'une nouvelle compétence d'usage aves ces technologies, entre éducation et communication, l'éducommunication, conduit à l'émergence et à la formation du sujet au sein d'institutions sociales et médico-sociales.

L'originalité du projet de recherche NUSERUS précédemment mentionné est de le combiner à une formation des professionnels sur leur lieu de travail. Ces derniers exposent leurs pratiques professionnelles liées à l'utilisation (ou non) des technologies numériques et s'interrogent sur les conséquences qui en découlent en termes de transformation des pratiques professionnelles. Cette RA et ses livrables vont produire un éducosystème communicationnel qui pourrait aussi servir de levier de management. Si nos résultats portent sur la question des innovations du champ du travail médico-social autour des stratégies numériques, nous montrerons les moyens d'action à partir des concepts de management et de compétence.

Dans un premier temps, nous présenterons cette recherche entre éducation (sujet), communication (pragmatique), et compétences (pédagogie). Elle se découpe en deux étapes, phase 1 : analyse des usages et des pratiques et phase 2 : mutualisation des pratiques et formalisation des savoirs, développer une compétence éducommunicationnelle. Puis nous expliquerons que cette structuration du champ du travail social par l'information et l'ouverture des données s'apparente à une transition numérique qui oscille entre injonction politique et légale, évidence technologique informationnelle et paradoxes axiologiques.

2. Cadrage juridique et politiques publiques : l'injonction numérique créatrice de sens et orientant les actions

Comme les automobiles, les avions, les fusées ont modifié notre rapport à la mobilité et au temps, les technologies numériques (TN) transforment nos quotidiens et opèrent une (r)évolution mondiale. À ce phénomène s'ajoute aujourd'hui ceux du vieillissement de la population des pays industrialisés et de l'effondrement de la famille et de la communauté engendrant un accroissement de la population à « accompagner ». Les enjeux des technologies numériques en travail médico-social sont nombreux tant dans une approche prescriptive (discours d'accompagnement des technologies et des usages) que dans une dimension évaluative (analyse des usages et accompagnement des pratiques professionnelles avec les technologies). Récemment, deux lois sont venues donner une reconnaissance juridique au numérique, la première ayant pour ambition d'adapter la société au vieillissement de la population[1] et la deuxième prône la République numérique[2]. Ensemble, elles actent l'apport indéniable des technologies dans l'accroissement d'autonomie des personnes de plus en plus connectées. Le législateur souhaite, à l'évidence, pousser l'action sociale « à marche forcée » vers le tout numérique. Cependant, si le rôle des politiques publiques est d'accompagner des publics vulnérables ou fragilisés y compris dans la transition digitale actuelle, sur le terrain, l'accès au numérique relève souvent de démarches individuelles plus que professionnelles ou institutionnelles. Cette démarche permettra de définir les stratégies de signification et de construction du sens poursuivies par le législateur dans les deux lois choisies avec le fil conducteur des technologies numériques s'imposant comme une évidence dans le secteur social et médicosocial mais suscitant autant de questions que de paradoxes.

[1] : Loi n°2015-1776 du 28/12/2015 relative à l'adaptation de la société au vieillissement, JO du 16/1/2016
[2] : Loi n°2016-1321 du 7/10/2016 pour une République du numérique, JO du 8/10/2016

3. Création d'un nouveau modèle socio-économique pour le travail médico-social : concilier le sens et l'action

En quoi les technologies numériques ont-elles permis de réduire la fracture existante entre logique économique et solidarité sociale ? Comment ont-elles réussi à gommer les oppositions entre idée de profit et volonté d'aider grâce à l'émergence d'une solidarité numérique imposant la notion de partage ? Un compromis entre utilité sociale et volonté de gain a été trouvé grâce à la mise en œuvre de plateformes numériques d'information dans le travail social qui, *de facto*, débordent les frontières entre territoires administrativement définis (collectivités territoriales). Dès lors, la solidarité numérique ne devient-elle pas le socle d'une nouvelle économie tout à la fois collaborative (fondée sur le partage) et sociale et solidaire (s'appuyant sur l'entraide) ? Cette solidarité devient le système d'exploitation d'un nouveau capital : l'information traitée par les TN. En effet, pour relever ce défi, certains Établissements et Services Sociaux et Médico-Sociaux (ESSMS) développent un modèle économique collaboratif et/ou social et solidaire au sens de Boltanski. En effet, le compromis proposé par ces économies innovantes dépasse leurs oppositions originelles (Boltanski et Thévenot, 1991). Pour se faire, l'information, dont l'accès en est au cœur, est certes automatisée par les outils numériques mais également partagée sur des plateformes qui rendent possibles de nouveaux modèles économiques mais aussi communicationnels tout en soulevant des problématiques juridiques.

Conclusion

Au final, à partir de nos analyses sémio-pragmatiques, nous proposerons trois illustrations de la créativité dans l'univers numérique du travail médico-social :

1. Le projet NUSERUS fait émerger des réflexions d'ordre épistémologiques qui s'insèrent dans une dynamique de science participative où les processus et les contenus peuvent être discutés et co-construits.
2. Les lois et les politiques publiques du numérique ouvrent une perspective d'ordre stratégique, l'enjeu étant de prescrire des actions et viser une valorisation symbolique (le sens) de l'usage des technologies numériques.
3. Les plateformes numériques en travail médico-social sont des objets empiriques qui symbolisent la création d'un nouveau modèle d'action, les technologies numériques conciliant logiques sociales et logiques marchandes.

Bibliographie

Agostinelli, S., Riccio, P-M. (2011). Le partenariat entreprise-laboratoire peut-il constituer une communaute de pratiques ? in Lise Vieira, Claude Lishou et Noble Akam. *Le numerique au coeur des partenariats*, Bordeaux : Presses Universitaires de Bordeaux, pp.175-186.

AUSTIN, J. L., (1962), *How to do Things Whith Words*, Oxford, Oxford University Press ; (1991), *Quand dire* c'est faire, traduction française par Gilles Lane, Paris, éditions du Seuil, Coll. « Points Essais ».

BERNARD, F. (2014). Imaginaire, participation, engagement et *empowerment*: Des notions pour penser la relation entre risques et changements. *Communication & Organisation*, 45,(1), 87-98.

BERNARD, F. (2014). Imaginaire, participation, engagement et empowerment. *Communication & Organisation*. 45, 87-98.

BOLTANSKI, L., THEVENOT L. (1991). De la justification. Les économies de la grandeur. Paris : Gallimard.

Bonjour, A., Daragon, E. (2017). Les technologies numériques dans les établissements sociaux et médico-sociaux, entre évidences et paradoxes. « *Soutenir durablement l'innovation dans l'écosystème de la santé : Innovons pour innover !* », Marseille, Colloque KEDGE.

BONJOUR, A. (2011). Usages et pratiques socio-(ré)éducommunicationnels pour les personnes handicapées mentales. Outils informatiques et média Internet. Université Paul Verlaine-Metz.

Disponible sur : http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00738077

BOURDIEU P., « Le marché des biens symboliques », *L'Année sociologique*, vol. 22, 1971, pp. 49-126.

– *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Genève, Droz, 1972.

– « La production de la croyance. Contribution à une économie des biens symboliques », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 13, 1977, pp. 3-43.

BOUTAUD, J-J. (2013). L'esthétique et l'esthétique : la figuration de la saveur comme artification du culinaire. *Sociétés & Représentations*. 34, 85-98.
– (2007). Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible ». *Semen*, 23.
– (2004). *L'imaginaire de la table: convivialité, commensalité et communication*. Paris: L'Harmattan.
– (1998). *Sémiotique et communication*. *Du signe au sens*. Paris: L'Harmattan.

Courtès, J. (1991), *Analyse sémiotique du discours*. *De l'énoncé à l'énonciation*, Paris, Hachette, 302 p
Fastrez, P. (2010). Quellees compétences le concept de littératie médiatique englobe-t-il ? Une proposition de définition matricielle. *Recherches en communication*, 33, 33-52.
Greimas A., Courtès J. (1993). *Sémiotique*. *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette Supérieur, Paris.
Kessous, A. & Chalamon, I. (2013). Représentations mentales de la consom mation et des pratiques alimentaires : Approche par le carré sémiotique "bon/mauvais". *La Revue des Sciences de Gestion*, 261-262,(3), 51-58. doi:10.3917/rsg.261.0051.
Riccio P-M. (2013). Vers un modèle d'efficience des collectifs. *Communication & Organisation* 1(43), p. 37-46

Riccio P-M., Commandré, M. (2009). Une approche systémique et non-linéaire de l'émergence d'une communauté scientifique. Groupe de travail TIC-IS de la SFSIC. Journées d'études dynamique de réseaux information complexité et non-linéarité (TIC'IS 2009), Marseille.

Soares, I. O. (2011). Educomunicação e Terceiro Entorno: diálogos com Galimberti, Echeverría e Martín Barbero. In: MELO, José Marques de (org.). *Pensamento comunicacional uspiano: impasses mundializadores da Escola de Comunicações e Artes (1973-2011)*. São Paulo: ECA/USP / SOCICOM.
Soares, I. O. (2000). Educomunicação, um campo de mediações. Comunicação & Educação, São Paulo, VII (19), p. 12-24.

Soares, I. O. (2000). Una obra que rescata la historia e impulsa el futuro. p. 4-6 in Ramos, P. (dir.) (2000). *Tres décadas de educomunicación en América Latina: Caminos desde el Plan*

DENI. Cuba : publié par la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCLACC).

Cadavre exquis & rumeur : un dispositif expérimental similaire, créatif en littérature, destructif en psychologie

Sommaire préalable

1. Similitude des époques et des lieux (première moitié du xxe siècle, en Europe)
2. Similitude des procédés (sérialité contrôlée, rôle du papier, interpréation a posteriori)
3. Proximité des idéologies sociales sous-jacentes
Le groupe devient créateur de sens
Le sens n'est lisible qu'enfin.
Un élitisme inévitable (rôle de Stern en maître du jeu; rôle de "gourou" de Breton:

4. Proximité possible entre rumeur et surréalisme: ou bien la vulgate freudienne, ou bien Freud lui-même (connu de Breton, et connaissant Jung, voire peut-être Stern?)

Introduction

Prenons cette phrase sibylline issue tout droit des ateliers surréalistes de la « rue du Château » [1] : *« La lumière toute noire pond jour et nuit la suspension impuissante à faire du bien »* [2]. Qu'a-t-elle de commun avec ce début de compte-rendu: *« Dans un village, à 6 milles de Lyon, s'est déroulé le crime suivant: le fils d'une famille qui comptait la mère, la fille et lui-même, fut*

[1] Demeure de Marcel Duhamel, Jacques Prévert et Yves Tanguy, qui devint l'un des pôles de l'agitation surréaliste dans les années 1930.

[2] BRETON, André, [1948] 1979: 289. « Le cadavre exquis, son exaltation ». *Le surréalisme et la peinture.* Paris : Gallimard.

trouvé soudainement assassiné, sans qu'on trouvât le moindre indice du meurtrier » [3] que l'on trouve cité dans les comptes-rendus d'expérience d'un laboratoire allemand de psychologie judiciaire du début du siècle ? L'une a été construite, lentement, patiemment, par le biais d'un jeu que les surréalistes nomment "cadavres exquis" ; l'autre a été déconstruite, lentement, patiemment, par le biais d'un protocole expérimental que les scientifiques ont nommé "rumeur" (qui est bien loin de modéliser la rumeur telle nous croyons la connaître, mais de laquelle dérive précisément la représentation de la rumeur que nous nous faisons).

Ce qui les fait se ressembler est peut-être le lieu de surgissement : il s'agit dans les deux cas de mouvements issus d'Europe continentale, qui a essaimé ensuite dans le monde entier. Plus encore, le parallélisme va jusqu'aux lieux institutionnels, puisque les caciques du mouvement surréaliste, Philippe Soupault, Louis Aragon, Paul Éluard ou André Breton, se sont trouvés plongés, par les hasards de la Première guerre, dans le milieu médical et la proximité immédiate des hôpitaux qu'on ne disait pas encore psychiatriques. Imagine-t-on Aragon et Breton, durant leur internat à l'hôpital du Val-de-Grâce ?

> *ils lisent* Les Chants [de Maldoror] *à haute voix, à tour de rôle, durant leurs nuits de garde au service des aliénés de l'hôpital, "dans un décor invraisemblablement maldororien"* [4]*, au milieu des hurlements et des sanglots de terreur déclenchés par les alertes aérienne chez les malades.* [5]

De leur côté, toutes les études sur la rumeur du début du siècle ont pour port d'attache des laboratoires de psychologie, souvent expérimentale, toujours béhavioristes et fortement influencé par les idées d'intelligence mesurable (Binet), de contagion irrépressible (Tarde) et de foule sauvage (Le Bon).

La proximité spatiale ne suffit évidemment pas à convaincre : deux mouvements parallèles, voilà tout. Troublante néanmoins est la proximité temporelle qui se superpose également : les deux techniques ont des périodes de surgissement étrangement similaire. C'est en effet dans la première moitié, voire le premier quart du XX[e] siècle que se développent conjointement, presque sans se connaître, deux discours portant sur la "création du sens par le groupe". Cela mérite donc de se pencher sur les histoires respectives des idées, ou plus précisément dans ce cas-ci, sur l'histoire des techniques intellectuelles (la

---

[3] « In einem Orte, sechs Meilen von Lyon, ereignete sich folgendes Verbrechen : Der Sohn einer Familie, die sich aus Mutter, Tochter und Sohn zusammensetzte, wurde plötzlich ermordet aufgefunden, ohne daß es auch nur im Mindesten gelang, dem Mörder auf die Spur zu kommen. » STERN, L. William, 1902: 364. « Zur Psychologie der Aussage. Experimentelle Untersuchungen über Erinnerungstreue » . *Zeitschrift für die gesamte Strafrechtswissenschaft.* Vol. XXII, cahier 2/3.

[4] ARAGON, Louis, 1967. « Lautréamont et nous ». *Les lettres françaises.* N° 1-7 juin

[5] BONNET, Marguerite, 1988 : XXXVI. « Chronologie ». In BRETON, André. *Œuvres complètes.* Tome I. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1798 pages.

rumeur n'est pas le protocole expérimental de la rumeur mais elle en est issue ; le surréalisme n'est pas le cadavre exquis mais s'en est nourri plus que d'ordinaire).

Exaltation de la "rumeur" (1902)

Or la rumeur est un concept historiquement marqué: avant une certaine année (1902, pour être exact) [6], personne en Europe et *a fortiori* dans le monde n'emploie le terme ni la terminologie de rumeur. Non que le mot n'existât pas, mais son acception est différente de celle-là qu'on emploie aujourd'hui. Or, en 1902, date-pivot dans la mythologie rumorale, un professeur allemand du nom de Stern élabore dans les tréfonds de son laboratoire de psychologie judiciaire un "protocole" qui fait date : c'est celui de « rumeur expérimentale ». Qu'a-t-il de particulier pour faire ainsi référence ? Toutes les vertus du positivisme de l'époque y sont réunies: une reproductibilité à toute épreuve, une fiabilité dans la mesure impressionnante, une simplicité rassurante. Les qualités du protocole sont également les raisons qui expliquent qu'on ait crû au concept, de même que les techniques anthropométriques ont permis de croire au concept de race, ou que les techniques psychométriques ont permis qu'on adhère à l'illusion de l'intelligence.

Quel est-il, ce fameux protocole expérimental ? Sa description fait bailler aujourd'hui tant il est familier ; à l'époque pourtant, la mise en avant de cette technique est révolutionnaire (au sens de Kuhn, pour qui l'accident est créateur de nouveaux paradigmes… comme ici). Pour son initiateur, L. William Stern, il s'agit de tester l'hypothèse que "la renommée se nourrit d'elle-même"; il commence donc son compte-rendu d'expérience par: *« Incidemment il me faut encore parler ici d'une petite expérience, appropriée pour établir expérimentalement l'assertion "fama crescit eundo" »* [7]. Puis il décrit le passage d'un témoignage de bouches à oreilles : un article de journal, ici un fait divers, est lu par l'expérimentateur à un premier "témoin" qui, le lendemain, le raconte à son tour à l'expérimentateur. Celui-ci répète l'expérience avec un deuxième témoin : il lui raconte la version du témoin nº 1, puis le lendemain écoute la version du nº 2.

Au bout de quelques itérations de ce genre – qui ne le sait ? puisque c'est le jeu quasi-rituel de toute colonie de vacances –, le récit rapporté n'a plus rien à voir avec le récit initial. Dans un camp de vacances, on appelle ça un jeu ; dans un laboratoire de psychologie expérimentale, on a nommé cela "rumeur" : *« J'ai imité les conditions de la rumeur en ceci que chacune des personnes participantes devait donner à la personne suivante ce qu'elle avait entendu de la personne précédente. »* [8] De cette confusion entre un modèle expérimental et l'objet sensé le modéliser est née le concept moderne de rumeur : la réplication, le sens de la déforma-

---

[6] Froissart, Pascal, 2000. « La rupture de 1902 »

[7] « Anhang 3. Ein experimentelles Gerücht. Anhangsweise sei hier noch über einen kleinen Versuch berichtet, der geeignet ist, den Satz "fama crescit eundo" experimentell zu erhärten. ». STERN, L. William, 1902 : 362. *Op. cit.*

tion, le message initial, l'apparente perfection du message initial, et toutes ces caractéristiques qui, une fois rassemblées, donnent lieu à une nouvelle acception.

Ainsi le récit initial que j'ai cité en introduction était-il le résultat de quatre réplications seulement du texte de Stern dont voici l'extrait pertinent.

> *Dans une petite ville éloignée de 6 milles de Lyon, on a fait il y a quelques semaines une étrange découverte. La veuve d'un employé municipal vivait dans une charmante maison de la ville. De ses deux enfants qu'elle avait élevés, son garçon avait trouvé la mort quelques années après son père, tandis que sa ravissante sœur avait disparu du domicile immédiatement après la mort de son frère, au grand désarroi de la mère qui chercha la disparue à grand renfort de moyens mais sans succès. Au cours des années, la douleur de la femme éprouvée s'était estompée ; celle-ci avait cherché l'oubli dans des fréquentations nombreuses ainsi qu'une intense activité de bienfaisance. — Un jour, une lettre anonyme dévoila l'incroyable aux policiers : la fille n'avait pas disparue mais elle avait été maintenue séquestrée pendant tout ce temps, c'est-à-dire pendant trois ans et demi. La police découvrit une porte dérobée, qui menait à un pitoyable réduit.* [9]

On ne s'étonne guère à notre époque des ajouts et des oublis qu'a pu provoquer le passage du récit dans le protocole. À son époque, Stern semble en avoir réalisé l'étude exhaustive (je dis "semble" car il n'en donne aucun résultat), avant de passer carrément à d'autres objets de recherche [10]. Lui-même ne poursuivra pas l'étude de la rumeur, et il faudra attendre de longues années, plus de 40 années, pour voir le concept sortir du cercle confiné de la psychologie expérimentale. De proches collaborateurs de Stern s'en emparent tout d'abord et publient une série d'articles scientifiques (moins d'une demi-douzaine cependant) dans la revue qu'il dirige (*Zeitschrift für die gesamte Strafrechtswissenschaft*). De 1906 à 1915, on élargit les conclusions premières aux récits médiatiques (mais les détails et les présupposés sont rares) et la plupart du temps on reste dans le cadre étroit de la psychologie de l'enfance. En 1910, le correspondant helvétique de la revue, Carl Gustav Jung, publie une étude dans ce même cadre, titrée « Contribu-

---

[8] « Ich ahmte die Bedingungen des Gerüchts dadurch nach, daß jede der beteiligten Personen dasjenige, was sie von der vorhergehenden gehört hatte, an die nächste Person weiter geben mußte. » STERN, L. William, 1902 : 362. *Op. cit.*

[9] « Eine seltsame Entdeckung ist vor einigen Wochen in einem Städtchen 6 Meilen von Lyon gemacht worden. In einem ansehnlichen Hause der Stadt wohnte die Witwe eines Beamten. Von ihren zwei Kindern, welche sie einst besessen hatte, war der Knabe wenige Jahre nach dem Vater gestorben, während die hübsche Tochter unmittelbar nach dem Tode des Bruders plötzlich aus dem Hause verschwunden war zur größten Verzweiflung der Mutter, die die Verschollene mit Aufgebot aller Mittel, aber ohne Erfolg suchen ließ. Im Laufe der Jahre hatte sich der Schmerz der geprüften Frau gebbt; sie hatte in lebhaftem Verkehr, zugleich in reger Ausübung von Wohltätigkeit Vergessenheit gesucht. – Eine anonyme Anzeige bei der Polizei ergab nun das Unglaubliche, daß die Tochter gar nicht verschollen, sondern von der Mutter die ganze Zeit hindurch, d. h. 3 $^1/_2$ Jahre lang gefangen gehalten worden war. Die Polizei fand eine geheime Tapetentür, die in ein elendes Kämmerchen führte. » STERN, L. William, 1902 : 364. *Op. cit.*

[10] Pour la petite histoire, Stern s'intéresse ensuite à la psychologie de l'enfance et développe à cette fin le premier test d'intelligence comparatif, le Quotient intellectuel, en s'inspirant des travaux de Binet et ouvrant la voie à Terman à qui est attribué généralement la notion finale de Q. I.

tion à la psychologie de la rumeur », où sont analysés les motifs inconscients qui poussent une élève à raconter à ses copines de classe une histoire fantasmatique. La Guerre survient peu après, tarissant temporairement les publications et donnant en même temps un matériau incroyable aux chroniqueurs éveillés aux notions de "fausses nouvelles" (Hart). Marc Bloch en sortira un papier intitulé « Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre » [11] (dans lequel le mot rumeur n'est jamais cité), qui sera reproduit à d'innombrables reprises, tandis que des auteurs moins connus mais très lus en leur temps (Langenhove, Ponsonby [12], Gorphe [13]) en traiteront spécifiquement.

En 1920, on ne parle toujours pas de "rumeur" mais simplement de "fausse nouvelle". Mais on s'en approche peu à peu ; il faut que le concept fasse son chemin encore. Celui-ci passe d'abord par l'étude des artefacts visuels répliqués dans le protocole de Stern [14] (mêmes causes, mêmes effets : des dessins ou des illustrations passées à la moulinette du protocole subissent les mêmes dommages), puis par une légère modification du protocole lui-même (Kirkpatrick demande à l'expérimentateur de s'effacer et de laisser sa place aux témoins, qui se racontent le récit directement les uns aux autres) [15]. Enfin, dans les sombres années de la seconde Guerre mondiale, le concept connaît une mise en visibilité médiatique considérable par son instrumentalisation dans la presse, non sans doute intéresser les services de renseignement américain qui voient là le moyen adéquat de mobiliser les arrières (on fera rédiger à des enfants des écoles primaires des compte-rendus que les enseignants enverront aux bureaux de l'*Office of War Information*). Des publications nombreuses sortiront de ces travaux subventionnés par les forces armées, dans les meilleures revues américaines. Ainsi sera satellisé le concept dès l'après-guerre.

Bref, on le voit, avec quelques consignes simples et un minimum de discipline (par exemple : *« Faites un témoignage littéral si possible, mais au moins précis et complet. Parlez doucement, lentement, clairement, en répétant une fois »* [16]), ainsi qu'une logistique très simple (un jeu de feuilles normalisées, avec ou sans tables préétablies), le protocole expérimental de Stern parvient à créer artificiellement du désordre informationnel dans un récit ordonné. Que cela modélise la rumeur réelle, rien n'est moins sûr (de nombreuses études de terrain viendront même prouver le contraire au cours des années suivantes). Mais la ma-

---

11 BLOCH, Marc, 1921. « Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre ». In BLOCH, Marc (sous dir.), 1995 : 147-166. *Histoire et historiens.* Paris : Armand Colin, 278 pages.

12 PONSONBY, Arthur, (1928) 1996 : 195. *Mensonges et rumeurs en temps de guerre (Falsehood in War-Time : Containing an Assortment of Lies Circulated Throughout the Nations During the Great War).* Saint-Genis-Laval : Éditions du dragon vert, 264 pages, hors commerce.

13 GORPHE, François, 1927. *La critique du témoignage.* Paris : Dalloz.

14 Bartlett, 1924

15 Kirk, 1932

16 *« Make your statement verbatim if possible, but at least accurate and complete. Speak quietly, slowly, and clearly, repeating the statement a second time. »* KIRKPATRICK, Clifford, 1932 : 195. Op. cit.

chine expérimentale possède une compétence performative propre. Rien n'est plus tentant par la suite que de "faire coller" la réalité à son modèle théorique ! Les informations modifiées sont si facilement décelables, leur dénombrement est si aisément exploitables, qu'on en fait immédiatement de savants graphiques [17] qui, par leur seule existence, suffisent presque à prouver que la rumeur existe… Or, à peu près à la même époque, utilisaient également une chaîne de sujets et la transmission sérielle de l'information, d'autres acteurs arrivent à des résultats radicalement différents.

Exaltation du cadavre exquis (1925)

Le concept moderne de rumeur, né en 1902, a pris son temps, jusqu'en 1945, pour sortir de la gangue purement expérimentale. Dans le même temps, de manière concomitante et apparemment coïncidente, un mouvement littéraire dadaïste puis surréaliste prend de l'ampleur, revendiquant volontiers le recours à des techniques d'écriture (écriture automatique, états hypnotiques, occultisme, "cadavres exquis", jeu des syllogismes, jeu des préférences, jeu des notations, jeu des questions et des réponses…). Le but littéraire est souvent énoncé, casser le moule romantique et élargir le champ des symbolistes. Et le moyen choisi est de se rapprocher des forces de l'inconscient, voire de l'inconscient lui-même : *« Le surréalisme* […] *se propose – avec André Breton et Philippe Soupault – d'enregistrer la pensée à l'état brut, "en l'absence de tout contrôle exercé par la raison", d'explorer ces* champs magnétiques *de l'inconscient dont Freud vient de mettre l'analyse à la mode. »* [18] Le procédé de l'écriture automatique devient ainsi la technique reine pour accéder directement à cet inconscient que la psychologie introspective est en train de mettre à jour, et dont les surréalistes se revendiquent aussitôt. Ainsi Antonin Artaud parle-t-il de son assujettissement à ses « impulsions » nerveuses et aveugles.

> *Certes je fais encore (mais pour combien de temps ?) ce que je veux de mes membres, mais voilà longtemps que je ne commande plus à mon esprit, et que mon inconscient tout entier me commande avec des impulsions qui viennent du fond de mes rages nerveuses et du tourbillonnement de mon sang. Images pressées et rapides, et que ne prononcent à mon esprit que des mots de colère et de haine aveugle, mais qui passent comme des coups de couteau ou des éclairs dans un ciel engorgé.* [19]

---

[17] Par exemple, ALLPORT, Gordon W. & Leo J. Postman, (1947) 1965 : 76. *Op. cit. The Psychology of Rumor*. New York : Russel & Russel, 247 pages; ROUQUETTE, Michel-Louis, 1975 : 54. *Op. cit. Les rumeurs*. Paris : Presses universitaires de France, coll. « Sup », 126 pages.

[18] BOISDEFFRE, Pierre de, 1985: 15. *Histoire de la littérature de langue française des années 1930 aux années 1980*. Paris : Librairie académique Perrin, 1254 pages. (L'emphase est sienne.)

[19] ARTAUD, Antonin, [1925] 1990 : 81. *Œuvres complètes*. Tome I. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 000 pages.

La figure de proue et l'une des réussites majeures de l'écriture automatique est l'œuvre écrite en huit jours par André Breton et Philippe Soupault.

> *Des paroles passaient : c'était un vol triangulaire et furtif : il n'y avait donc plus rien à faire qu'à marcher sans but : les asiles d'aliénés sont peuplés de ces fragments de rêves qui conduisent les hommes devant un mur inexistant. Ophtalmies des jeunesses stériles. Les mots tombaient, entraînant tous nos élans dans leur chute.* [20]

Malheureusement, si l'écriture automatique donne lieu à de merveilleuses créations, elle ne parvient pas, en tant que procédé systématique, à pérenniser la création littéraire.

> *À ceux qui s'étonnaient que « la pratique de l'écriture automatique ait été délaissée si vite », Breton fit valoir que, après avoir « mis la main sur la "matière première (au sens alchimique) du langage", il était sans intérêt de la reproduire à satiété ». Certes, l'écriture automatique lui demeura chère ; il en parla, il en rêva beaucoup mais il ne la pratiqua guère.* [21]

S'y côtoient, comme le reconnaît Breton, des *« œuvres aujourd'hui trop nombreuses, dont l'automatisme reste tout extérieur quand il n'est pas simplement simulé »* [22]. Finalement, il conclut : *« L'histoire de l'écriture automatique dans le surréalisme serait, je ne crains pas de le dire, celle d'une infortune continue »* [23].

D'autres techniques, les jeux en particulier, sont explorées par le groupe surréaliste (jusque dans les premières années de la Seconde guerre), en gardant toujours l'objectif d'*« un traitement collectif de l'écriture »* [24] en ce sens qu'il implique la présence et la participation de plus d'un auteur. *« Le jeu est donc bien repéré comme une voie d'accès aux finalités de la démarche surréaliste, au même titre que l'écriture automatique, par exemple. »* [25] Ainsi le jeu des questions/réponses se joue-t-il à deux: l'un pose une question, l'autre répond à son bon vouloir. Exemple : *« Breton : Qu'est-ce qu'une flèche ? Péret : C'est un I qui a perdu son point. »* [26] Au jeu des syllogismes, chacun à son tour rédige une majeure, une mineure et une conclu-

---

[20] BRETON, André & Philippe Soupault, [1920] 1988 : 72-73. *Les champs magnétiques. Œuvres complètes.* Tome I. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 798 pages.

[21] VIELWAHR, André, 1998 : 19. *S'affranchir des contradictions. André Breton de 1925 à 1930.* Paris : L'harmattan, 408 pages.

[22] BRETON, André, [1948] 1969 : 257 (avec André Parinaud). *Entretiens.* Paris : Gallimard, coll. « Idées », 312 pages.

[23] BRETON, André, [1933] 1992 : 380. « Le message automatique ». *Point du jour. Œuvres complètes.* Tome II. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 857 pages.

[24] HUBERT, Jeanick, 1991 : 32. « Du réel à l'ailleurs. Les vicissitudes du style dans les années 20 ». In HULAK, Fabienne (dir.), 1991. *Folie et psychanalyse dans l'expérience surréaliste.* Nice : Z'Éditions, coll. « Singleton », 207 pages.

[25] GARRIGUES, Emmanuel (sous dir.), 1995 : 16-17. *Les jeux surréalistes. Mars 1921 - Septembre 1962.* Paris : Gallimard, coll. « Archives du surréalisme », 311 pages.

sion (sur le modèle du « Tous les hommes sont mortels ; or Socrate est un homme ; donc Socrate est mortel ») – sans forcément avoir connaissance de la contribution précédente. Le résultat est délectable.

La nuit, tous les chats sont gris.
Or le vampire n'a qu'un vol limité.
Donc le progrès est un mythe. [27]

Utilisant la même technique collective, le jeu des "cadavres exquis" produit des effets littéraires du même ordre : un papier plié passe de main en main, chacun écrit un membre de phrase ou une partie de dessin selon une logique prédéterminée.

> *sans qu'aucune d'elles puisse tenir compte de la collaboration ou des collaborations précédentes. L'exemple, devenu classique, qui a donné son nom au jeu tient dans la première phrase obtenue de cette manière :* Le cadavre – exquis – boira – le vin – nouveau. [28]

Le but est toujours le même : *« Avec le cadavre exquis, on a disposé – enfin – d'un moyen infaillible de mettre l'esprit critique en vacance et de pleinement libérer l'activité métaphorique de l'esprit. »* [29] À la fin, le résultat peut être savoureux, à condition naturellement d'en jeter un certain nombre à la poubelle.

L'écrevisse fardée éclaire à peine différents baisers doubles. [30]

La rue Mouffetard, frissonnante d'amour, amuse la chimère qui fait feu sur nous. [31]

Le sexe sans fin couche avec les langues orthodoxes. [32]

---

[26] Cité par GARRIGUES, Emmanuel (sous dir.), 1995 : 111. *Les jeux surréalistes. Mars 1921 - Septembre 1962.* Paris : Gallimard, coll. « Archives du surréalisme », 311 pages.

[27] Cité par GARRIGUES, Emmanuel (sous dir.), 1995 : 171. *Les jeux surréalistes. Mars 1921 - Septembre 1962.* Paris : Gallimard, coll. « Archives du surréalisme », 311 pages.

[28] BRETON, André & Paul Éluard, [1938] 1992 : 796. « Cadavre exquis ». *Dictionnaire abrégé du surréalisme. Œuvres complètes.* Tome II. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 857 pages.

[29] BRETON, André, [1948] 1965 : 28. « Le cadavre exquis, son exaltation ». *Le surréalisme et la peinture.* Paris : Gallimard.

[30] Cité par BRETON, André, [1948] 1965 : 289. « Le cadavre exquis, son exaltation ». *Le surréalisme et la peinture.* Paris : Gallimard.

[31] *Ibid.*

[32] Cité par GARRIGUES, Emmanuel (sous dir.), 1995 : 27. *Les jeux surréalistes. Mars 1921 - Septembre 1962.* Paris : Gallimard, coll. « Archives du surréalisme », 311 pages.

Le mille-pattes amoureux et frêle rivalise de méchanceté avec le cortège languissant. [33]

La vapeur ailée séduit l'oiseau fermé à clé. [34]

Le procédé est donc efficace. Cependant, son originalité ne tient pas à son invention: le jeu dit « des petits papiers » est prisé de Louis XIV [35] et on le suspecte [36] d'avoir été connu dès 1460 de la duchesse de Bourgogne, Adélaïde de Savoie. Sa singularité est liée davantage à son utilisation répétée comme "outil" littéraire et son *« exaltation »* pour reprendre les mots mêmes de Breton [37] dans des revues telles que *La révolution surréaliste* et *Le surréalisme au service de la Révolution*, puis plus tard dans la *doxa* surréaliste que répercutent tant Breton lui-même que ses commentateurs.

> *« S'il est, dans le surréalisme, une forme d'activité dont la persistance a eu le don d'exciter la hargne des imbéciles, c'est bien l'activité de* jeu *dont on retrouve trace à travers la plupart de nos publications de ces trente-cinq dernières années.* […] *Bien que, par mesure de défense, parfois cette activité ait été dite par nous "expérimentale", nous y cherchions avant tout le divertissement. Ce que nous avons pu y découvrir d'enrichissant sous le rapport de la connaissance n'est venu qu'ensuite. »* [38]

Le cadavre exquis prend donc dans ce contexte une importance relative qui va aller en grandissant, au fur et à mesure que l'idée de création du sens par le groupe va se mettre à parcourir le monde.

Ressemblances et dissemblances

Rien ne sépare davantage un procédé littéraire, pris au hasard dans l'histoire des lettres, et un protocole expérimental choisi parmi tous ceux conçus par les psychologues, que ce qui éloigne les "cadavres exquis" des "chaînes de rumeur". Prenons le temps néanmoins

---

[33] Cité par CLÉBERT, Jean-Paul, 1996: 121. « Cadavre exquis ». *Dictionnaire du surréalisme.* Paris : Seuil, 607 pages.

[34] *Ibid.*

[35] BEAUVIALA, Anne-Christine, 1997: 100. « Petits papiers ». *Jeux de société traditionnels.* Paris : Bonneton, 127 pages.

[36] BOUISSOUNOUSE, Janine, 1925. *Jeux et travaux d'après un livre d'heures du XV^e siècle.* Paris : Droz.

[37] Titre de la préface écrite par lui en 1948, pour saluer l'exposition sur les cadavres exquis organisée par Nina Dausset dans sa galerie de la rue du Dragon. *Cf.* BRETON, André, [1948] 1965 : 288-290. « Le cadavre exquis, son exaltation ». *Le surréalisme et la peinture.* Paris : Gallimard.

[38] BRETON, André, 1954. « L'un dans l'autre ». *Médium.* N° 2 (février). (L'emphase est sienne.) Cité par GARRIGUES, Emmanuel (sous dir.), 1995 : 15-16. *Les jeux surréalistes. Mars 1921 - Septembre 1962.* Paris : Gallimard, coll. « Archives du surréalisme », 311 pages.

de les étudier en termes techniques, c'est-à-dire en distinguant des membres de comparaison dans les deux techniques. Ainsi verra-t-on si les dissemblances cèdent le pas aux ressemblances.

Le but, au tout premier chef, n'est pas le même pour les deux techniques : les "rumorologues" voulaient montrer absolument le pouvoir destructeur de la chaîne de sujets (*« On peut étudier les altérations que la rumeur subit au cours de son évolution en avant d'une personne à une autre »* [39]), tandis que les surréalistes cherchaient à montrer absolument le pouvoir créateur de la même chaîne de sujets (*« suspension du jugement critique, dépassement de l'antinomie sérieux–non-sérieux, libération de l'activité métaphorique de l'esprit, satisfaction du principe de plaisir, communication tacite entre les participants (pour ne pas dire transmission de pensée) »* [40]). Cela suffirait sans doute à discréditer la comparaison – si néanmoins on négligeait l'idée qu'il s'agit là de deux buts strictement opposés et, en ce sens, extrêmement proches "à la direction près" comme on dit en mathématiques pour les vecteurs.

Autre dissemblance, le texte initial soumis à la "chaîne de sujets". Alors qu'on lit un texte original au premier témoin de la "chaîne de rumeur", charge à lui de la répéter le plus fidèlement possible, on donne une feuille blanche au premier artiste de la "chaîne du 'cadavre exquis'" avec la consigne de créer ce que bon lui semble. Cela fait là une nouvelle différence fondamentale, qu'il faut également tempérer par le fait qu'on ne donne pas une feuille vierge au premier créateur de la "chaîne de sujets" surréalistes: au contraire, la feuille est structurée en pliures, comme autant de paradigmes à remplir, et une consigne est donnée (de type "sujet-verbe-complément" pour la création verbale ou "tête-corps-jambes" pour la création picturale).

> *Si la séquence, sujet-verbe-complément, n'avait pas été adoptée, les cadavres n'auraient, la plupart du temps, fourni que des os ou des mots en vrac au lieu de constituer des phrases, des squelettes solidement charpentés.* [41]

Breton était le premier à reconnaître la *« volonté préexistante de composition en personnage »* [42], ce qui était implicitement reconnaître que la création soi-disant libre de toutes ses entraves n'était qu'une création libre de choisir ses propres entraves. Ne s'approchait-on pas ainsi davantage des *contraintes* de l'OULIPO que de l'inconscient des surréalistes ?

---

[39] « Man studiere die Veränderungen, die ein Gerücht erfährt beim fortlaufenden Übergange von einer Person zur andern ». STERN, L. William, 1902 : 362. *Op. cit.*

[40] LAMBERT, Jean-Clarence, 1982. « Cadavre exquis » In Dictionnaire général du surréalisme. Paris : PUF

[41] VIELWAHR, André, 1998: 234. *S'affranchir des contradictions. André Breton de 1925 à 1930.* Paris : L'harmattan, 408 pages.

[42] BRETON, André, [1948] 1965 : 290. « Le cadavre exquis, son exaltation » *Le surréalisme et la peinture.* Paris : Gallimard

Enfin, la dernière dissemblance entre les deux dispositifs est la participation de l'initiateur du jeu : dans le protocole de la rumeur, il s'exclut systématiquement, sans qu'aucun obstacle pratique ou théorique ne vienne justifier une telle position expérimentale [43]: en fait, la plupart du temps, le procédé a lieu dans une salle de classe, et l'initiateur est l'enseignant ; en termes de stratégie psychosociologique, il lui est périlleux de participer aux jeux qu'il soumet à ses élèves. Du côté des jeux surréalistes, encore qu'une grande part de cadavres exquis soient réalisés sans la participation du chef de file, André Breton, ce dernier apparaît dans nombre d'entre eux, ce qui marque là une très nette différence avec le jeu de la rumeur.

Aux trois dissemblances frappantes, le but, le texte initial et la participation de l'initiateur, répond une abondance de ressemblances. Difficile d'en faire une liste ordonnée, tant ils semblent disparates. Sur le plan pratique tout d'abord, le support "papier" est prédominant dans les deux cas [44].

En analysant les règles de jeu ensuite, qui semblent immuables dans les deux cas, établies *a priori* et sans discussion, on s'aperçoit également d'une grande analogie : les deux chaînes de sujets sont linéaires (pas d'embranchements, pas de croisement) et unidirectionnelles (il n'est autorisé aucun retour en arrière vers le précédent sujet dans la chaîne, pour demander – que sais-je ? – de mettre au pluriel ou d'expliquer un mot étrange, par exemple). La discipline est quasi identique également : le silence est demandé, la plupart du temps; de même, le libre arbitre est mis à mal par le fait que nul ne peut refuser finalement de participer, ou de passer son tour – au risque de casser l'action créatrice du groupe entier.

De la même manière, en se penchant sur la construction des deux dispositifs, on observe que chaque création n'est signifiante qu'*a posteriori* dans les deux cas: il n'y a pas d'échelle individuelle du sens, pas de "demi-rumeur" ni de "demi-cadavre exquis". Cet aspect est particulièrement renforcé dans le cas du protocole rumoral où l'on procède par comparaison: seul le texte final est comparé avec le texte initial, et les textes intermédiaires sont "découpés" en détails dont on fait une comptabilité scrupuleuse.

Enfin, le contexte psychologisant est commun aux deux jeux de société : les mêmes auteurs sont cités (Jung, Kraepelin, Gross…) [45], et on connaît l'atavisme de Breton pour la psychanalyse en particulier et les sciences psychologiques en général. L'idée le ravit que l'activité inconsciente ignore temps, espace et principe de causalité [46], et il n'hésite pas à élargir le champ des sciences psychologiques à la *« cryptesthésie et l'activité médianimique » :*

---

[43] On pourrait dire que l'initiateur participe puisqu'il est le premier maillon de la chaîne, mais en fait il ne fait que lire le compte-rendu du journaliste et ne joue donc pas le jeu de la remémoration.

[44] Des expériences de cadavres exquis sur support vidéo ont été réalisées dans les années 1970. Mais elles ne sont pas légion, loin de là.

Les seules sciences dont les révélations peuvent être d'un grand prix pour les artistes sont les sciences psychologiques. […] *Le tour de l'intérêt que le poète et l'artiste ont lieu de porter aux sciences psychologiques me paraît pouvoir se boucler sur ce qui, dans la métapsychique, concerne spécialement la cryptesthésie et l'activité médianimique. C'est seulement dans ces diverses directions que l'art peut attendre de la science de nouvelles révélations susceptibles d'influer sur lui dans l'avenir. »* [47].

La proximité avec les sciences psychologiques, et les travaux de Freud en particulier, est grande, de l'avis des commentateurs du surréalisme (*« Les jeux surréalistes, et ceux sur le langage en particulier, s'inspirent souvent de la technique de la psychanalyse reposant sur la libre association des idées et des images. »* [48]) comme des surréalistes eux-mêmes. Après l'avoir découvert dans ses livres scolaires de psychologie alors qu'il était jeune interne dans un hôpital militaire [49], Breton profite d'un passage à Vienne pour rencontrer le Maître. Il sort déçu de son entrevue avec *« un petit vieillard sans allure, qui reçoit dans son pauvre cabinet de médecin de quartier »* et dont il *« ne tire de lui que des généralités »* [50]. Plus tard, il modifiera son opinion et son admiration deviendra « enthousiaste ».

Tout cela trouve à se lier, à se conjuguer avec mes autres façons de voir à la faveur de l'admiration enthousiaste que je porte à Freud et dont je ne me départirai pas par la suite. Freud m'a reçu en 1921 à Vienne et, bien que par un regrettable sacrifice à l'esprit dada, j'aie fourni

---

[45] Cf. BRETON, André, [1921] 1988: 619. *Œuvres complètes.* Tome I. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1798 pages. Cf. STERN, L. William, 1902 : 355 *Op. cit. . « Il s'enthousiasme pour la psychiatrie, lit les ouvrages du docteur Régis, de Kraepelin, de Constanza Pascal, etc. et découvre Freud à travers le* Précis de psychiatrie *du docteur Régis et* La Psychoanalyse, *œuvre commune des docteurs Régis et Hesnard, dont il recopie pour* [son ami] *Fraenkel des pages entières. »* BONNET, Marguerite, 1988 : XXXIV. « Chronologie ». In BRETON, André. *Œuvres complètes.* Tome I. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1798 pages.

[46] BRETON, André, [1932] 1988: 107-108. *Les vases communicants. Œuvres complètes.* Tome II. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 857 pages.

[47] BRETON, André, [1952] 1969: 306-307 (avec André Parinaud). « II. ». *Entretiens.* Paris : Gallimard, coll. « Idées », 312 pages.

[48] GARRIGUES, Emmanuel (sous dir.), 1995 : 15. *Les jeux surréalistes. Mars 1921 - Septembre 1962.* Paris : Gallimard, coll. « Archives du surréalisme », 311 pages.

[49] *« Il envisage même une carrière de médecin psychiatre et tente d'y entraîner son ami. Ce choix prend le sens d'un renoncement à la poésie, par crainte de l'égarement total dont elle peut menacer l'esprit. C'est à partir de cette période de Saint-Dizier et de ce contact direct avec la folie que se fixe l'ambivalence de son attitude devant elle: refus d'y voir seulement un déficit mental, respect pour son pouvoir de création, recul devant les dégradations qu'elle entraîne. »* BONNET, Marguerite, 1988 : XXXIV. « Chronologie ». In BRETON, André. *Œuvres complètes.* Tome I. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1798 pages.

[50] BRETON, André, [1924] 1988: 255. « Interview du Professeur Freud ». *Les pas perdus. Œuvres complètes.* Tome I. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 798 pages.

dans Littérature *une relation dépréciative de ma visite, il a eu la bonne grâce de ne pas m'en garder rigueur et de rester en correspondance avec moi.* [51]

Cette proximité avec les sciences psychologiques se signale en effet par un début de correspondance avec Freud, auquel il "arrache" quelques lettres à propos d'un auteur oublié à partir de la 4e édition de *L'interprétation des rêves*… La dispute paraît bien anecdotique, même si Breton veut voir dans cette omission une *occultation* signifiante. Quoi qu'il en soit, Breton n'oublie jamais de rappeler ses échanges épistolaires avec le savant devenu célèbre [52]… alors que, de son côté, Freud se montre carrément défiant : *« Jusqu'alors, semble-t-il, j'étais tenté de tenir les surréalistes, qui apparemment m'ont choisi pour saint patron, pour des fous intégraux (disons à quatre-vingt-quinze pour cent, comme pour l'alcool absolu) »* [53], n'en demeurant pas moins extrêmement policé : *« Les poètes et les philosophes ont découvert l'inconscient avant moi : ce que j'ai découvert, c'est la méthode scientifique qui permet d'étudier l'inconscient. »* [54]

Mais la proximité avec les sciences psychologiques est également problématique :

Le surréalisme a été amené à attacher une importance particulière à la psychologie des processus du rêve chez Freud et, d'une manière générale, chez cet auteur, à tout ce qui est l'élucidation, fondée sur l'exploration clinique, de la vie inconsciente. Nous n'en rejetons pas moins la plus grande partie de la philosophie de Freud comme métaphysique. [55]

Breton n'hésite pas à qualifier Freud de « moniste » :

plus désolant encore est que le moniste Freud se soit laisser aller finalement à cette déclaration au moins ambiguë, à savoir que la "réalité psychique" est un forme d'existence particulière qu'il ne faut pas confondre avec la "réalité matérielle". [56]

ni à parler d'un « danger mortel » que représente la séparation des deux mondes par la psychanalyse.

---

[51] BRETON, André, [1952] 1969: 82 (avec André Parinaud). « VI. ». *Entretiens.* Paris : Gallimard, coll. « Idées », 312 pages.

[52] Cf. par exemple BRETON, André, [1952] 1969: 300 (avec André Parinaud). « II. ». *Entretiens.* Paris : Gallimard, coll. « Idées », 312 pages.

[53] FREUD, Sigmund, 30-7-1938. « Lettre à Stefan Zweig » (après une rencontre avec Salvador Dali). Cité par Starobinski, Jean, 1970. « Freud, Breton, Myers ». *Relation critique.* Paris : Gallimard, 341 pages.

[54] FREUD, Sigmund, 1926. « Allocution pour son 70e anniversaire ». Propos rapportés par TRILLING, Lionel, 1951: 54. *The liberal Imagination.* Londres.

[55] BRETON, André, 1924. « Freud » In BRETON, André & Paul Éluard, [1938] 1992 : 812. *Dictionnaire abrégé du surréalisme. Œuvres complètes.* Tome II. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 857 pages.

[56] BRETON, André, [1932] 1988: 111. *Les vases communicants. Œuvres complètes.* Tome II. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 857 pages.

> *Tout l'enseignement de Freud qui, de plus en plus, dans ce domaine, s'était imposé comme notre maître à penser, était pour nous représenter le danger mortel que cette coupure, que cette scission entre les forces dites de raison et les passions profondes, bien décidées à s'ignorer mutuellement, font courir à l'homme.* [57]

ni même enfin à condamner durement le mouvement psychanalytique :

> *la psychanalyse, méthode que j'estime et dont je pense qu'elle ne vise à rien moins qu'à expulser l'homme de lui-même, et dont j'attends d'autres exploits que des exploits d'huissier.* [58]

C'est pourquoi il convient de voir la proximité des surréalistes avec les sciences psychologiques comme un positionnement stratégique en rupture avec le champ littéraire d'alors [59], davantage que comme une filiation naturelle.

Cette courte analyse du champ psychologisant commun aux deux protocoles expérimentaux clôt la liste des similitudes et dissemblances. À ce point, on ne peut qu'être frappé de la grande communauté structurelle entre les deux techniques, à quelques détails près – primordiaux néanmoins. Pourrait-on conclure ? Non, sans doute, car, entre rumorologues et surréalistes, on ne trouve aucune citation directe des uns par les autres ; les œuvres des uns ne sont apparemment pas lues par les autres [60]. Il faut donc créditer le hasard pour avoir dirigé les deux groupes sur le même chemin. Ou alors considérer que le contexte théorique était largement partagé et qu'il peut expliquer assez bien l'"identité de vue".

---

[57] BRETON, André, [1952] 1969: 108-109 (avec André Parinaud). « VIII. ». *Entretiens*. Paris : Gallimard, coll. « Idées », 312 pages.

[58] BRETON, André, [1928] 1988: 653. *Nadja. Œuvres complètes*. Tome I. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 798 pages.

[59] *Cf.* BANDIER, Norbert, 1999. *Sociologie du surréalisme 1924-1929*. Paris : La dispute, 410 pages.

[60] Même Jung, qui aurait pu jouer le rôle du chaînon manquant, y semble étranger: on ne peut que constater *« l'identité de vue – purement accidentelle sans doute – entre Jung et Breton. Purement accidentelle car nous ne possédons aucune preuve, aucun indice nous permettant d'affirmer que l'un aurait pu être influencé par l'autre. » Cf.* PLOUVIER, Paule, 1968: 103. « Breton, Jung et le hasard objectif ». *Europe*. N° 475-476 (nov.-déc.).

TABLEAU SYNOPTIQUE DE COMPARAISON ENTRE
LE PROTOCOLE EXPÉRIMENTAL D'ÉTUDE DE LA RUMEUR (STERN, 1902) ET
LA TECHNIQUE SURRÉALISTE DE CRÉATION COLLECTIVE (BRETON *ET AL.,* 1925)

PROTOCOLE DE STERN	TECHNIQUE DU "CADAVRE EXQUIS"
Un texte initial écrit par un tiers est soumis au groupe	Pas de texte initial, mais une structure syntaxique minimale ("sujet-verbe-complément" ou "tête-corps-jambes")
Intention préexistante (le groupe a une action destructrice du sens)	*Idem* (le groupe a une action créatrice sur le sens)
Des sujets qui agissent (par réplication)	*Idem* (par création partielle)
Une conclusion finale, qui procède de la comparaison	*Idem*
L'initiateur s'exclut du processus	L'initiateur s'exclut ou participe
Les règles sont immuables	*Idem*
Pas d'échelle individuelle du sens (le sens est collectif)	*Idem*
Support papier	*Idem*
Linéarité	*Idem*
Unidirectionnalité	*Idem*
Discipline (silence, ordre, on ne peut pas rester silencieux)	*Idem*
Contexte psychologisant	*Idem*

L'entrelacs sociologique commun

On pourrait comprendre une telle proximité entre deux techniques que tout oppose par leur simple inscription dans l'époque. Mais ce serait faire peu de cas de l'identité de vue qui réunit leurs promoteurs. Poursuivons donc l'étude de ces deux objets en comparaison – en cherchant toujours à comprendre pourquoi la rumeur a hérité de ce protocole des caractéristiques si particulières.

En y regardant bien, les deux jeux de société partagent une même vision du groupe, voire de la structure sociale. Pour qu'il y ait rumeur (au sens de Stern, *i. e.* pour que la technique expérimentale fonctionne), il faut qu'il y ait un certain nombre de participants (on ne connaît pas de rumeur de couple, ni même de rumeur de trio…). Même chose pour le cadavre exquis, qui perdrait évidemment tout son sens s'il n'y avait pas au moins trois personnes. Les deux dispositifs prétendent donc à la dilution de la sémiotique indi-

viduelle dans un englobement social de toute signification ; à les en croire, le groupe est le seul détenteur du sens. À cet instar, les participants aux jeux surréalistes ne signent pas les cadavres exquis (bien que de nombreux d'entre eux ont vu leur verso surchargé *a posteriori* par une main inconnue [souvent Breton, selon les observateurs avisés] avec les noms des participants [61]); de la même manière, le protocole rumoral nomme les participants à la chaîne de sujets par des… numéros : *« Sujets I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X »* [62], par exemple.

La transcendance du groupe sur l'individu est revendiquée, dans l'espoir qu'elle nourrisse un nouveau type de poésie qui ne pourrait *« être engendré[e] par un seul cerveau »:*

> *Ce qui nous a exalté dans ces productions, c'est la certitude que, vaille que vaille, elles portent la marque de ce qui ne peut être engendré par un seul cerveau et qu'elles sont douées, à un beaucoup plus haut degré, du pouvoir de série dont la poésie ne saurait faire trop de cas.* [63]

La volonté que le groupe transcende par sa simple existence la présence individuelle reflète le désir de *« collectivisation des idées »,* de *« fructification du don à tous »* en opposition au *« chacun pour soi » :*

> *Je crois pouvoir dire qu'est mise en pratique entre nous, sans aucune espèce de réserve individuelle, la collectivisation des idées. Si l'on peut parler à propos du surréalisme, comme l'a fait Monnerot dans* La Poésie moderne et le sacré, *de* Bund *au sens de "groupe dont les membres ne sont liés que par des liens d'élection", force est de constater que c'est là définitivement qu'il s'agrège. Nul ne cherche à rien garder pour soi, chacun attend la fructification du don à tous, du partage entre tous. Et rien n'est alors, en effet, plus fructueux. […] Les jeux aussi, entre nous, vont grand train : jeux écrits, jeux parlés, inventés et expérimentés séance tenante. C'est peut-être en eux que se recrée constamment notre disponibilité ; du moins entretiennent-ils cet heureux sentiment de dépendance où nous sommes les uns des autres.* [64]

C'est sans doute également la raison pour laquelle la notion de jeu est si fortement valorisée (au détriment de l'idée de technique), car elle valorise du même coup le groupe.

> *Le jeu est un divertissement, c'est une technique de recherche expérimentale ; c'est également une activité collective, commune, de groupe, qui a le double avantage de resserrer les liens et de dévoiler la part commune des désirs. Là encore, on ne peut qu'admirer la pertinence et la valeur de*

---

[61] LAMBERT, Jean-Clarence, 1982. *Op. cit.*

[62] MARC, Pierre, 1987 : 60-62. *De la bouche… à l'oreille. Psychologie sociale de la rumeur.* Cousset (Suisse) : Delval, 254 pages.

[63] BRETON, André, [1948] 1965 : 28. « Le cadavre exquis, son exaltation ». *Le surréalisme et la peinture.* Paris : Gallimard.

[64] BRETON, André, [1952] 1999: 472 (avec André Parinaud). « v. ». *Entretiens. Œuvres complètes.* Tome III. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1 492 pages. (L'emphase est sienne.)

la démarche, son exceptionnelle fécondité, qui permettra au surréalisme, pendant plus d'un demi-siècle, d'explorer d'un côté, et d'exister comme groupe de l'autre ; cette double dimension permanente explique à la fois son côté profondément original et unique, et le fait qu'il ait dominé la culture de son siècle. […] *Si bien qu'à côté des jeux joués en tant que jeux, il y a aussi le jeu du groupe.* […] *Le surréalisme est un jeu qui cherche l'essentiel.* [65]

Ce qu'on recherche le plus dans le jeu du cadavre exquis est donc l'ivresse de l'être-ensemble.

Au cours de diverses d'expériences conçues sous forme de "jeux de société", et dont le caractère désennuyant, voire récréatif, ne me semble en rien diminuer la portée […], nous pensons avoir fait surgir une curieuse possibilité de la pensée, qui serait celle de sa mise en commun. *Toujours est-il que de très frappants rapports s'établissent de cette manière, que de remarquables analogies se déclarent, qu'un facteur inexplicable d'irréfutabilité intervient le plus souvent, et qu'à tout prendre c'est là un des* lieux de rencontres *les plus extraordinaires. Mais nous n'en sommes encore qu'à l'indiquer.* [66]

Corollaire logique de cette mise en avant du groupe : la discipline de fer. Breton agit tout à la fois comme animateur et comme porte-parole (il écrit les "manifestes" du groupe qu'il déclare ne pas diriger : *« le mouvement s'agrège autour de Breton, riche d'une expérience unique et seul capable de lui donner sa charte: le Manifeste du Surréalisme »* [67]), prononçant exclusions et bannissements, et régissant en autocrate la vie de la petite communauté autour de lui.

« Le surréalisme s'est voulu mouvement et cela a été pour lui une nécessité de s'organiser en collectif, d'être animé par l'ensemble d'un groupe de drainer les talents, les intelligences, les originalités de pensée. André Breton seul n'aurait pu le faire vivre, mais, sans André Breton, on ne parlerait probablement pas aujourd'hui du surréalisme: c'est lui qui l'a amené à l'existence car aucun mouvement ne peut naître ni se maintenir sans une théorie qui l'étaye. Or, cette théorie, c'est André Breton qui en a été l'instigateur et l'a formulée, comme c'est lui qui en a assuré la permanence. » [68]

---

[65] GARRIGUES, Emmanuel (sous dir.), 1995 : 16-17. *Les jeux surréalistes. Mars 1921 - Septembre 1962.* Paris : Gallimard, coll. « Archives du surréalisme », 311 pages.

[66] BRETON, André, 1930. *« Je demande l'occultation profonde, véritable du surréalisme »*. Note au *Second manifeste du surréalisme.* Paris. (L'emphase est sienne.) Cité par GARRIGUES, Emmanuel (sous dir.), 1995 : 18. *Les jeux surréalistes. Mars 1921 - Septembre 1962.* Paris : Gallimard, coll. « Archives du surréalisme », 311 pages.

[67] NADEAU, Maurice, [1944] 1964: 50. *Histoire du surréalisme.* Paris : Seuil, coll. « Points », 190 pages.

[68] THÉVENIN, Paule, 1991: 35. « L'automatisme en question ». In HULAK, Fabienne (dir.), 1991. *Folie et psychanalyse dans l'expérience surréaliste.* Nice : Z'Éditions, coll. « Singleton », 207 pages.

Au-delà du simple aréopage littéraire, le club surréaliste apparaît donc comme un outil de promotion individuelle ou plutôt de positionnement dans le champ littéraire de l'époque [69] (niant absolument l'art "à la" Cocteau, reniant les tentatives parallèles "à la" Bataille, se servant d'auteurs maudits [Lautréamont, Baudelaire] comme des étendards). On s'y organise en "mouvement" et l'on n'hésite pas à fonctionner en "cellule" ainsi que le font les partis politiques.

Les techniques a-littéraires que sont les jeux surréalistes, si elles sont clairement étayées par des arguments théoriques, n'en demeurent pas moins des armes de combat face à une littérature de l'époque revendiquant la vocation et l'inspiration des Muses. En ce sens, le "positivisme littéraire" dont fait montre le groupe surréaliste est très similaire au "positivisme psychologique" dont font preuve les psychologues du début du siècle, en train d'inventer une nouvelle discipline, en double rupture avec l'hypnose et la psychologie introspective.

Premières conclusions

En comparant deux dispositifs techniques apparemment dissemblables mais baignés dans la même eau psychologisante, on s'aperçoit de la très grande identité de vue. Le fait que, dans les deux mouvements, le sens ne soit jamais que "global" fait penser immédiatement à ce qui caractérisera le XX^{e} siècle, où le sens se dilue dans le social à l'image des archétypes jungiens qui surdéterminent l'entendement. Dans le cas de la rumeur comme celui du cadavre exquis, on trouve cet effacement de l'entendement individuel par le respect scrupuleux de la consigne, l'impossibilité de refuser, l'absence d'échelle individuelle de sens…

Les années Trente voient en effet se mettre en place une psychologie sociale extrêmement béhavioriste, qui envisage tout rapport entre média et société comme un rapport linéaire, direct et généralement de sujétion. Ainsi en 1933, le psychologue Charters fait-il le premier bilan des études sur les dessins animés et leur emprise sur les enfants [70]. Ainsi en 1939, le sociologue Albig étudie-t-il la radio, avec ses lignes ouvertes et les émissions de propagande, en relation avec les forts taux de participation aux élections présidentielles [71]. Ainsi en 1940 le psychosociologue Cantril se penche-t-il sur l'impact causé par l'émission radiophonique de Orson Welles sur la société américaine. Ainsi enfin, pour terminer le florilège, Tchakhotine glose-t-il en 1938 sur le pouvoir pavlovien des symboles nazis diffusés par affiche, radio, ou presse sur une masse passive et violable à merci…

---

[69] *Cf.* BANDIER, Norbert, 1999. *Op. cit.*

[70] CHARTERS, W. W., 1933. *Motion Pictures and Youth. A Summary.* New York : McMillan

[71] ALBIG, W., 1939: 355. *Public Opinion.* New York : McGraw-Hill.

La comparaison que je viens de faire, même si elle peut paraître concluante, ne vise rien d'autre que l'amusement et la curiosité. Avoir fait converger deux mouvements apparemment dissemblables était un luxe scolastique, et aussi un rappel que la science n'est sans doute pas aussi libre des modèles qu'elle crée.

Construire sa prothèse soi-même : un acte créatif collectif émancipatoire ?
Build your own prosthetic limb : a collective act of creation, and a way to emancipation ?

Amélie Tehel, Doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication
PREFics (EA 7469)
Université Rennes 2
amelie.tehel@gmail.com

Mots-clés : corps, handicap, interactions
Keywords : body, disability interactions

Résumé :
Cet article interroge les démarches de fabrication et de personnalisation de prothèses en *Do It Yourself*. En explorant les dimensions créative et collective de ce processus, il vise à présenter ce processus comme une piste de transformation d'un stigmate qui handicape les interactions.

Abstract :
This article explores how the Do It Yourself movement allows amputees to create and customise prosthetics limbs. By exploring the creativity and collective aspects of this process, it aims to present this process as a possibility to turn the disability's social stigma into something else, and repair social interactions.

Construire sa prothèse soi-même : un acte créatif collectif émancipatoire ?

Amélie Tehel

Introduction

En rappelant le caractère profondément communicationnel du corps, cet article explore les initiatives de réalisation *Do It Yourself* (DIY) de prothèses au sein de FabLabs. Par une reprise de contrôle sur les messages envoyés par le corps stigmatisé, l'objectif de ces initiatives est de remédier à un handicap interactionnel. Cette démarche créative, impliquant mise en projet de soi et personnalisation esthétique d'artefacts techniques, est donc envisagée ici comme une piste de déstigmatisation.

Le développement au XX^{e} siècle, de la notion d'individu, a confié à tout un chacun la lourde responsabilité de contrôler son corps et d'en prendre soin. « Médiateur du rapport aux autres et aux choses » (Martin-Juchat, 2008 : 14), tour à tour objet d'adoration et de rejet (Le Breton, 2015), le corps est soumis à des injonctions normatives qui le contraignent dans son développement. Pour autant, si nous sommes sujets à ces normes, nous ne cherchons pas moins à personnaliser ce corps, à en faire le marqueur externe de notre identité. Paroxysme des paradoxes du corps : il faut qu'il soit suffisamment semblable à tous les autres, tout en étant différent et unique. Dans ce contexte, nous nous intéressons aux corps ayant subi une amputation et qui sont, par rupture, considérés comme hors-norme (Blanc, 2012). La vision cartésienne de la séparation du corps et de l'esprit continue d'alimenter nos modes de pensée du corps, et son influence est particulièrement observable dans le contexte médical : le corps s'y trouve morcelé, débité en symptômes et en organes à soigner. La partie, pourtant, n'est pas le tout.

Depuis les années 1980, le handicap ne définit plus une condition physique. La « situation de handicap » est environnementale, et traduit une problématique interactionnelle entre « les caractéristiques corporelles d'une personne et les caractéristiques de la société où elle vit »[1].

En ceci, le traitement médical apporté aux personnes amputées (à savoir la réalisation d'une

[1] « Le handicap n'est pas simplement un problème de santé. Il s'agit d'un phénomène complexe qui découle de l'interaction entre les caractéristiques corporelles d'une personne et les caractéristiques de la société où elle vit. Pour surmonter les difficultés auxquelles les personnes handicapées sont confrontées, des interventions destinées à lever les obstacles environnementaux et sociaux sont nécessaires. » (Source : site de l'Organisation Mondiale de la Santé. URL : http://www.who.int/topics/disabilities/fr/)

prothèse) peut-il être suffisant pour « lever les obstacles environnementaux et sociaux »[2] auxquels ces personnes vont être confrontées ?

Depuis 2014, des associations ont été créées en France (My Human Kit et E-nable France) avec l'objectif d'utiliser les nouvelles techniques de fabrication numérique (impression 3D, découpe laser) pour fabriquer des prothèses personnalisables et à moindre coût. Ces projets militent pour une démarche *Do It Yourself* (philosophie du « faire soi-même) au sein de FabLabs (ateliers collaboratifs dédiés à la fabrication numérique : L'Hoste, Barbier, 2016) et animent des réseaux de *makers*[3]. Cette démarche est rendue techniquement possible par la démocratisation des outils de fabrication numérique (baisse des coûts), par le développement des FabLabs en France, et par la logique de partage et de diffusion inhérente à ces lieux (logique Open Source). Nous nous sommes donc intéressée à ce processus de « fabrication de soi »**.** Car de sa conception jusqu'à sa personnalisation esthétique, la personne en situation de handicap pilote la réalisation de l'objet, en définissant ses besoins et ses attentes, et en s'entourant de personnes disposant des compétences nécessaires à la concrétisation du projet. Ici, la réalisation de la prothèse ne correspond plus à un geste médical, mais se transforme en démarche de création, dans une dynamique collective. L'objet ainsi réalisé se pare de fonctionnalités nouvelles ou de caractéristiques esthétiques inédites.

L'observation de cette démarche pose la problématique suivante : la création personnalisée de prothèses engage-t-elle un processus de déstigmatisation pouvant réparer le handicap interactionnel ?

Cette problématique interroge la possible permanence d'une gêne inhérente aux interactions entre les personnes porteuses d'un stigmate visible et les autres (Goffman, 1975). Elle cherche à comprendre comment une démarche créative et collective attachée à un objet technique (la prothèse) peut contribuer à une déstigmatisation, ou à une transformation du stigmate, qui permettrait de fluidifier les interactions sociales.

Dans notre travail, nous abordons le corps dans une perspective communicationnelle. Loin de la désormais obsolète séparation entre le corps et l'esprit, et sans nous limiter non plus à considérer le corps comme médiateur ou comme construction culturelle, nous souhaitons appréhender cet objet dans sa complexité. Dans la lignée des travaux de Béarice Galinon-Mélénec, nous considérons l'être humain comme un « Homme-trace »[4], qui intègre la

[2]Ibid.

[3]Qui introduit, en complément d'une culture « *Do It Yourself* », l'idée d'une recherche du détournement (Laystary, Emilie, 2016, La culture « maker » : le défi de transformer un état d'esprit en une vraie communauté. En ligne : [http://mashable.france24.com/tech-business/20160508-culture-maker-communaute], consulté le 28 mai 2017).

[4]« L'Homme-trace se définit à la fois en tant que producteur de traces externes à son corps et en tant qu'individu dont le corps porte les traces de son histoire, de ses interactions avec son milieu ; les deux dimensions – externalisation de traces et

multiplicité des échelles impliquées dans la formation du corps, ainsi qu'une dynamique d'allers-retours entre le corps et les composants de son environnement. Puisque le sujet que nous abordons relève aussi de l'intime et du sensible, nous intégrons également ici la notion de « chair éprouvée [5]» développée par Fabienne Martin-Juchat (2008), pour prendre de la distance vis à vis d'une vision mécaniste et rationaliste du corps humain. Ce paradigme permet de rappeler la prégnance des affects dans nos rapports au monde, et de réfléchir à la manière dont les éléments de notre environnement « mettent en mouvement des corps » (Ibid.).

Notre méthodologie de terrain s'appuie sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès de bénévoles et employés de ces FabLabs et de personnes en situation de handicap impliquées dans ces projets. Actuellement, ce corpus est composé de cinq entretiens réalisés en 2017.

La grille d'entretien suivait trois grandes thématiques : la manière dont les personnes interrogées percevaient leur handicap ou le handicap en général, leur implication dans les projets DIY de fabrication de prothèse, et les objectifs concrets et représentations du corps visés par ce processus. Parmi les conclusions tirées de l'analyse de ces entretiens, nous retiendrons ici celles qui relèvent du sujet traité dans le présent article. Nous observons ainsi :

- La permanence d'un handicap interactionnel causé par la présence d'un stigmate visible.
- Le rejet d'une esthétique de la dissimulation propre au caractère médical de l'appareillage prothétique.
- La volonté de modifier le regard sur la prothèse en la faisant passer du registre de l'appareil médical à celui de l'accessoire de mode.
- L'importance de la dimension collective du projet.

Ces entretiens sont actuellement complétés par des observations exploratoires, et par une analyse de corpus d'articles de presse généraliste publiés entre 2015 et 2018. Nous avons sélectionné des articles dont le sujet porte sur un appareillage prothétique (témoignage d'une personne équipée, focus sur une avancée technologique, reportage sur la création de prothèses), quelle que soit la technique de réalisation de l'objet. Les sujets concernés peuvent être des adultes ou des enfants, mais nous avons resserré sur les amputations ou les agénésies

incorporation de traces – étant rétroactives et fonctionnant en interaction avec et dans des systèmes complexes multi-échelles. » (Galinon-Mélénec, 2017).

[5]« Le qualificatif de chair éprouvée est choisi pour signifier que c'est d'abord la chair qui est engagée dans la relation au monde, par contagion affective avec le corps de la figure maternelle. Ce corps ainsi construit par une logique d'empreinte, deviendra le médiateur du rapport aux autres et aux choses. Plus avant, ce corps sera aussi le médiateur qui permet à l'individu d'accéder à ses différents types d'affects (passions, émotions et sentiments) et à ceux d'autrui. » (Martin-Juchat, 2008 : 14)

(excluant ainsi les prothèses auditives, de genou etc.).

L'analyse thématique de ces articles montrent une récurrence des angles journalistiques utilisés. Les thèmes fréquemment mis en avant sont les suivants :

- Solidarité : mise en avant d'initiatives solidaires, comme le don de prothèses par des associations, l'organisation d'événements à visée caritative, réalisation bénévole de prothèses par des *makers* etc. Cette dimension permet de rappeler le coût élevé des prothèses lorsque celles-ci sortent du cadre de remboursement de la Sécurité Sociale.
- Pratique d'une activité physique, notamment sportive : de la reprise d'une activité physique (suite à l'accident, la réadaptation, ou l'acquisition d'une prothèse spécialisée) à la réalisation de performances sportives notables (participation aux Jeux paralympiques par exemple), cet aspect souligne que cette pratique sportive est conditionnée par un équipement adapté et semble être facteur de remise en confiance en soi ou de réintégration sociale.
- Innovation technologique : de nombreux articles vont rendre compte des avancées technologiques dans le domaine (amélioration des capacités de préhension, démonstration de prototypes, perspectives de développement). Le stade prototypale de ces innovations est à souligner. Ces innovations restent du domaine de la recherche et développement et ne permettent pas une observation de leur mise en application.
- Créativité : en découlant des nouvelles techniques d'impression 3D et de la flexibilité inhérente à cette technique, de nombreux articles rendent compte de la possibilité de réaliser ces objets en DIY au sein de FabLabs. Des lors, l'accent est mis sur les possibilités de personnalisation (en termes esthétiques et de design). C'est sur cette dernière dimension que notre présentation va se concentrer.

Nous tenons à préciser que le matériau récolté a un caractère exploratoire. Les éléments que nous présenterons ici constituent de premières observations de terrain. Elles nous invitent à formuler des hypothèses de travail qui seront approfondies dans la suite de notre travail.

Nous soulignons par ailleurs que les prothèses dont nous observons la conception et la fabrication ne sont pas des dispositifs médicaux homologués. Il ne s'agit donc pas de « prothèse » au sens médical du terme.

Après avoir rappelé la gêne interactionnelle vécue par les personnes interrogées, nous présenterons la manière dont s’opère la conception personnalisée de la prothèse. Nous verrons ensuite que, si le projet est individuel, la réalisation concrète est une démarche créative collective. La dernière partie de l’article mettra quelques limites au caractère émancipatoire de

cette démarche.

1/ Le handicap : un problème communicationnel.

Les personnes amputées que nous avons interrogées sont des « déficient[s] non infirme[s] » (Marcellini, 2006) Leurs corps sont marqués par des manques - les membres absents -, mais la période de rupture physique (accident, maladie, amputation) est passée. La réadaptation a été faite, leur prothèse est bien adaptée à leurs besoins et les assiste au quotidien. Ainsi, elles ne ressentent pas de handicap physique et sont en mesure d'effectuer la plupart des activités qu'elles souhaitent accomplir.

L'amputation se traduit en revanche par la présence constante d'un stigmate visible, soumis au regard de l'autre. « Ça, c'est le gros point noir », nous dit-on en entretien. Puisque « le regard est devenu le sens hégémonique de la modernité » (Le Breton, 2015[7] : 163), il se trouve au cœur de la communication non-verbale. Le stigmate est un signe comme notre corps en produit tant. Il est ainsi perçu et reçu par le regard de l'autre qui lui attribue un sens (Galinon-Mélénec, 2007). « Voir une personne handicapée, c'est souvent voir seulement un handicap, et c'est se dire, avant même de la connaître : « Je ne voudrais pas être comme elle. » » (Tisseron, 2007 : 279). Le regard se fixe, dans un effet de sidération, ou se détourne, en stratégie de fuite (Moyse, 2010) : « Et là y a la gamine qui fais « regarde maman maman, la dame elle a pas de bras ». Et la mère elle dit rien et elle tourne la tête. […] Pourquoi on dit pas à son enfant : « oui, ce sont des choses qui arrivent, mais peut-être que tu peux demander à la dame ce qui lui est arrivé ». On aurait pu communiquer. Pas de problème. Mais le fait que la mère tourne la tête d'un air de dire « la regarde pas » ou je ne sais quoi, ça refuse le dialogue, ça refuse le handicap » (Sylvie, extrait d'entretien).

Ces réactions, qui gênent ou refusent la communication, tendent à déshumaniser la personne regardée (ibid.) qui se voit réduite à son stigmate et à la mauvaise interprétation de celui-ci. On observe donc ici une confusion entre l'identité virtuelle et l'identité réelle formulées par Goffman, l'identité virtuelle étant « une conséquence du regard que portent ceux qui l'entourent sur un individu », et l'identité réelle « le sentiment que possède de lui-même l'individu en fonction des attributs effectivement possédés » (Le Breton, 2008 : 137). Ainsi, le stigmate, parce qu'il reste visible et qu'il est mal interprété dans l'interaction, perpétue une gêne communicationnelle.

2/ La prothèse : conception concrète d'un artefact personnalisé.

Le problème demeure que l'image de la prothèse elle-même renvoie à l'imaginaire médical, qui se rapporte à une situation de santé dégradée, à la douleur et à la maladie. Les modèles fournis (et remboursés par la sécurité sociale) sont des appareils médicaux dotés de caractéristiques esthétiques limitées. Les personnes interrogées sont toutes satisfaites de la réalisation technique de la prothèse et de l'expertise des praticiens de santé qui les accompagnent. En revanche, l'aspect esthétique de la prothèse est ici source d'insatisfaction. De manière courante, le revêtement esthétique vise à reproduire l'aspect de la chair humaine, mais sans que cela soit pleinement satisfaisant. On retrouve, dans cette recherche d'imitation de l'organique, la logique de la « vallée dérangeante », théorie souvent appliquée à la robotique anthropomorphique. Cette logique de dissimulation semble contre-productive, car l'imitation de l'organique est loin d'être optimale et le stigmate reste visible : « Mais par contre sur le plan esthétique, ce qu'ils proposent en fait, c'est des ... c'est essayer de cacher la prothèse. Alors ça va être soit en faisant une espèce de coque qui va donner l'impression qu'on a une jambe en plastique. […]. Et on a une espèce de collant couleur chair, toujours pareil, qui essaye de cacher... Mais bon on voit... c'est moche quoi. » (Christophe, extrait d'entretien).

Les esthétiques de prothèses existent actuellement, mais peuvent se révéler assez chères. L'opportunité de réaliser une prothèse DIY permet donc ici de réaliser un objet esthétique, personnalisé et à moindre coût. L'objectif avancé dans les entretiens est de « démédicaliser » la prothèse, de lui enlever une valeur négative qui est liée à la réparation médicale du corps pour se tourner vers le registre de l'accessoire de mode. L'objectif affirmé est de faire suivre aux prothèses le même chemin que les lunettes.

La flexibilité et la rapidité de production sont des caractéristiques notables des outils de fabrication numérique que nous observons ici. L'impression 3D permet de modéliser des objets aux formes et aux couleurs personnalisables. Éloignés des contraintes industrielles, ils permettent la réalisation rapide d'objets créés sur mesure. Les personnes interrogées insistent sur la forte dimension créative qui est alors induite. Les mots d'ordre sont le détournement, l'expérimentation, le libre-cours à l'imagination. Les prothèses se dotent de lumières programmables, de couleurs vives, de textures et de matières inhabituelles.

Puisque la gêne communicationnelle se cristallise sur la prothèse comme stigmate visible, l'objectif affiché est donc d'agir sur cet objet pour transformer le stigmate. En contrôlant celui-ci, en le présentant comme support de traduction de l'identité réelle, il s'agit de modifier le

message produit par le corps pour conduire à une nouvelle interprétation. On assiste ici à une recherche de déstigmatisation par une affirmation du contrôle du corps, traduit symboliquement dans l'objet personnalisé et esthétisé. La personnalisation esthétique permet alors de revendiquer le droit, pour le corps amputé, d'être beau, remarquable et désirable.

3/ Do It Yourself/Do It Together : projet personnel, création collective

Mais si la transformation de ces corps s'opère par un acte de (re)création de soi, ce ne semble pas seulement être par cet artefact technique personnalisé, mais aussi (et surtout?) par le processus créatif collectif qui se réalise au sein du FabLab. Au sein des FabLabs observés, la personne en situation de handicap est placée en chef·fe de projet : autour d'un besoin, d'une idée, cette personne va avoir la charge du développement du projet, et va s'entourer d'un collectif qui lui apportera les compétences nécessaires (ingénieur·e·s, designers, Fabmanagers...).

Le processus de création de cette aide technique va permettre une montée en compétences de la personne en situation de handicap (un « *handicapowerment* » d'après le terme utilisé par l'association My Human Kit), une meilleure compréhension et appropriation de l'objet-prothèse (prise en compte des contraintes, personnalisation). Cette démarche contribue à la formation d'un « savoir profane » (Akrich, Rabeharisoa, 2012), qui permet aux personnes interrogées de s'affranchir du statut de « patient » et de la passivité inhérente au terme. L'apprentissage technique semble ainsi contribuer à une autonomisation (dans la relation à la prothèse) et à une (re)mise en confiance vis à vis de son corps. Une confiance qui tient aussi aux liens sociaux qui sont alimentés aussi par le processus : « On les implique dès le premier rendez-vous, on leur remet un fichier PDF qui va être imprimé qui contient un dessin au trait de l'appareil, et on explique à l'enfant : « moi je vais bosser parce que je vais fabriquer ton appareil, mais toi tu vas bosser aussi parce que tu vas fabriquer ta main de super-héros, tu prends tes crayons de couleur et tu me dessine la main de tes rêves ». Et je peux vous dire qu'ils s'impliquent là-dedans ! » (Thierry, extrait d'entretien).

La technologie sert ici de prétexte à une forme de création collective au service d'un individu en situation de handicap. Si ce collectif se concentre autour d'un acte créatif commun qui se cristallise dans un objet technique, c'est aussi à un processus de (re)construction sociale auquel nous assistons. La dimension solidaire faisant partie intégrante de la philosophie *maker*, le stigmate s'efface dans les relations de travail, et devient un défi à relever. Plus qu'un *Do It*

Yourself, on assiste surtout à un *Do It Together* : c'est le travail collectif autour de ce projet qui marque la vraie démarche de « (re)construction du corps ».

4/ Une création émancipatrice, mais insuffisante et sous influence ?

Si cette démarche DIY au sein d'un collectif contribue à une (re)construction de soi, quelle place trouve dès lors cette nouvelle image de soi dans l'interaction ? Car si le stigmate se trouve transformé, il ne s'en trouve pas effacé. Et Erving Goffman (1975) souligne aussi le caractère circonstanciel de celui-ci. Le regard porté sur le corps et le stigmate varie « selon que les situations les placent dans des interactions favorables ou défavorables à la reconnaissance des signes qu'ils émettent dans ce contexte » (Galinon-Mélénec, 2007). En témoigne l'entretien mené avec Christophe qui perçoit des réactions différentes selon s'il pratique un sport (regard d'admiration, d'incrédulité) ou s'il est simplement assis quelque part (regard de gêne, de pitié). Dès lors, la possibilité d'agir sur le regard de l'autre serait conditionnée par l'affichage de la prothèse personnalisée.

Si tant est que le regard soit transformé et que l'interaction soit encouragée autour de la création de cette prothèse, l'attention est-elle condamnée à rester fixée sur celle-ci ? Car dès lors, l'image produite resterait une image figée de soi et sans doute une traduction identitaire insuffisante. Une prothèse innovante, belle ou étonnante suffira-t-elle à nous donner accès à une meilleure compréhension de l'autre ? « L'image fait écran. Elle donne à voir une cohérence, une apparente cohérence. L'image de moi fige le moi à l'apparence d'un « moi enveloppe » et protecteur. Mais l'image n'est pas moi. Elle est aussi morte que je suis vivant ; elle est aussi stable et artificielle que je suis dans le continuum du temps qui, seconde après seconde, me fournit des expériences qui construisent mon identité toujours en mouvement. » (Galinon-Mélénec, 2007 : 66)

Un autre point du processus de création a également retenu notre attention. Les entretiens montrent certaines récurrences qui laissent entrevoir des cadres particuliers de référence qui influencent la dimension créative. Ainsi, la fascination technoscientifique, incarnée dans l'image du super-héros notamment, se trouve largement mobilisée dans les choix esthétiques. Si celle-ci semble marquer une recherche de dépassement de soi (et du handicap), ces images véhiculent aussi un culte du corps, de son augmentation et de sa performance, qui interroge : la (re)construction du corps doit-elle forcément induire une recherche d'extraordinaire ? Et où cela laisse-t-il les personnes amputées et appareillées qui ne passent pas par ce processus ?

Conclusion

Les premières observations de cette démarche de réalisation Do It Yourself de prothèses au sein de FabLabs nous montre la permanence de la notion de stigmate formulée par Erving Goffman. Le handicap n'est pas un problème physique, il est ici un problème communicationnel, puisque le regard de l'autre continue de produire des formes de déshumanisation des personnes stigmatisées.

La conception personnalisée de prothèses, en s'inscrivant dans une dynamique créative forte, formule une piste de réponse à ce problème interactionnel. Par la démédicalisation et la banalisation de l'objet, l'objectif est de transformer le stigmate pour transformer aussi le regard qui est posé sur lui. En rejetant une esthétique médicale de la dissimulation, la volonté est au contraire d'affirmer et de montrer, et de revendiquer ainsi un droit à la beauté.

Si la réalisation est personnelle, elle est cependant le produit d'un effort collectif, qui apporte au processus de création de l'objet une dimension particulière. La dynamique collective de création devient ainsi prétexte à la formation de liens sociaux, et à une forte intercompréhension nécessaire à la réussite du projet.

Cette démarche, une fois la porte du FabLab passée pour revenir à la vie quotidienne, est-elle suffisante pour engager un processus de déstigmatisation ? Puisque le stigmate n'a pas disparu, suffit-il de le parer pour que les interactions retrouvent une fluidité ? La fascination technoscientifique qui semble planer sur ces projets nous interroge aussi sur les normes et les représentations du corps. Pour être déstigmatisés, ces corps doivent-ils répondre à une nouvelle injonction, celle de l'extraordinaire ?

Le corps est et continue d'être une matière mouvante, qui, à l'instar de l'identité individuelle, n'est jamais figée. Affecté par son environnement, par ses interactions, par lui-même et son histoire, il est sujet à des transformations perpétuelles. Il est, ainsi, un formidable objet de recherche.

Bibliographie

Akrich M. & Rabeharisoa V. (2012). « L'expertise profane dans les associations de patients, un outil de démocratie sanitaire ». *Santé Publique 2012/1*, Vol. 24, p.69-74.

Blanc A. (2012). *Sociologie du handicap*. Paris, Armand Colin.

Galinon-Mélénec B., & Dula D. (2017). Des « traces du corps » au « corps-trace ». Du dedans au dehors et vice-versa. *L'Homme-trace*. Paris, CNRS Editions, p.13-46.

Goffman E. (1975). *Stigmate*. *Les usages sociaux des handicaps*. Paris, Les Éditions de Minuit.

Lhoste É. & Barbier M. (2016). FabLabs: L'institutionnalisation de Tiers-Lieux du « *soft hacking* ». *Revue d'anthropologie des connaissances*, *10,1*(1), p.43-69.

Le Breton D. (2008). *L'interactionnisme symbolique* (2e éd. corrigée). Paris, Presses universitaires de France.

Le Breton D. (2015[7]). *Anthropologie du corps et modernité*. Paris, Presses Universitaires de France.

Marcellini, A. (2006). Des corps atteints valides ou de la déficience au « firmus ». Hypothèses autour de la mise en scène sportive du corps handicapé. *Représentations du corps*. *Le biologique et le vécu*. *Normes et normalité*. Nancy, Presses Universitaires de Nancy, p.59-68.

Martin-Juchat F. (2008). *Le corps et les médias*. *La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*. Bruxelles, De Boeck.

Moyse D. (2010). *Handicap : pour une révolution du regard*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

Tisseron S. (2007). Questionner notre rapport au handicap. *Désinsulariser le handicap*, p.279-285.

La créativité réglée de l'image du territoire

Managing local creativity to shape a territory's image

Nolwenn Pianezza, Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche, Équipe Culture et Communication du Centre Norbert Élias, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, nolwenn.pianezza@univ-avignon.fr

Cécile Tardy, Professeure des Universités, GERiiCO, Université de Lille, cecile.tardy@univ-lille3.fr

Mots-clés : Parc naturel régional, créativité, image, média documentaire

Keywords : Regional nature park, creativity, image, documentary media

Résumé

Par l'analyse d'un dispositif socio-technique d'inventaire du patrimoine, cette contribution interroge la manière dont un parc naturel régional recourt aux médias documentaires pour représenter son territoire, assume une fonction politique de faire participer le groupe social et conçoit de garder vivant son patrimoine. Ici, la politique de créativité à l'œuvre manifeste un travail d'assignation de places aux acteurs sociaux, répondant à une stratégie de délégation de la communication du PNR.

Abstract

This paper looks at the use of documentary media in a Regional nature park, in the context of a local heritage inventory program. Drawing on interviews and document analysis, this paper sheds light on the park's political agenda to portray its territory, generate community participation and safeguard heritage. The creativity policy here at play shows the park's effort to assign specific positions to the participants and a communications strategy to delegate its own representation to them.

La créativité réglée de l'image du territoire

Nolwenn Pianezza et Cécile Tardy

Créé en 2003, le Parc naturel régional (PNR) de la Narbonnaise en méditerranée situe son ambitieux programme culturel d'inventaire, intitulé *Les archives du sensible* (ADS), aux fondements de son projet territorial, avec une embauche à ce poste dans sa phase de préfiguration dès 2001, et l'allocation de ressources aux activités socio-culturelles alors même que nombre de PNR s'éloigne de ce type de démarche. C'est alors à la faveur d'un tel dispositif qu'il assume une fonction politique de faire participer le groupe social habitant le territoire et conçoit de garder vivant son patrimoine. Ici, la référence à une logique d'action partenariale permet au PNR de se situer sur la scène politique actuelle puisque désormais « la participation de la population ne peut être occultée dans les projets de territoire » (Bonerandi, 2005 : 12). Cela lui permet aussi de reformuler l'exercice d'une autorité qui ne peut contraindre, puisque son statut de PNR ne le lui permet pas. Ainsi dépourvu d'un pouvoir de décision, il assume en revanche un pouvoir de représentation. Toute son action consiste alors à montrer qu'il travaille et décide avec ses élus et sa population, qu'il est bien l'écho de son territoire et le construit avec ses acteurs. Pour cela, l'inventaire prend la forme de « médiations documentaires » (Labelle, 2008 ; Tardy, 2014), par lesquelles il recueille les savoirs du groupe, à travers une série de « documentaires audiovisuels », également dits portraits filmés des acteurs du territoire, mais aussi de publications écrites sur le territoire, parfois rédigées par les acteurs filmés – ce sont les « carnets du parc » – et enfin de documents proches de la base de données ou de la cartographie d'un territoire et de ses acteurs : ce sont les « panoramas », biographies poétiques de figures et de lieux choisis, publiées en ligne. Par l'analyse de ce dispositif socio-technique d'inventaire du patrimoine, nous interrogeons alors la manière dont une telle collectivité recourt aux médias documentaires pour représenter son territoire ; autrement dit, nous saisissons chaque film et texte produit par le PNR comme « objet investi par des stratégies de communication », des stratégies éditoriales d'acteurs (Patrin-Leclère, 2005 : 104), dans la manière dont ils « apportent un point de vue, un mode de visibilité et de lisibilité, un mode d'interprétation et de manipulation » du territoire qu'ils commentent (Tardy, 2010 : 129).

Dans ce contexte, la production documentaire opère comme une stratégie de communication de son projet socio-politique, reliant les acteurs du territoire au sein d'une forme de représentation réglée par le PNR. Les ADS méritent donc que l'on s'y intéresse non pas

seulement à travers ce qu'elles montrent mais à travers leur projet vis-à-vis de ce qu'elles représentent et de ceux avec qui elles le représentent. C'est en cela que cette contribution prolonge la réflexion inaugurée par l'ethnologie sur cette démarche archivistique (Ciarcia 2006) qui montrait déjà la tension du projet entre préservation mémorielle et proposition touristique alternative, en termes de développement donc.

Ce n'est pas une stratégie de communication au sens classique que nous interrogeons, mais celle qui émerge de la position institutionnelle singulière d'un Parc qui existe à travers une communication entendue comme une forme de mise en relation et en représentation. Ce n'est pas tant le dépliant touristique que la base de données, et plus encore la forme d'inventaire qui est produite qui attirent alors notre attention. La Narbonnaise propose avec les ADS une démarche co-créative singulière vis-à-vis d'un groupe social, et de son objet patrimonial, orchestrée autour d'une injonction à la recréation perpétuelle des savoirs mémoriels sur le patrimoine.

Cette contribution consiste tout d'abord à regarder comment les ADS élaborent une politique de créativité en mettant en évidence le discours sur la nécessité de créer de nouveaux objets de savoirs sur le patrimoine, dits inédits, tel qu'il émerge des récits circulants collectés. Puis nous montrons comment les ADS construisent une structure médiatique dans laquelle interagit une multitude d'acteurs, placée en situation de créativité. Enfin, nous interrogeons l'image de partenaire privilégié du groupe social que le Parc se forge, à mesure qu'il le met en scène dans ses productions documentaires. De cette analyse émerge l'idée d'une créativité réglée de l'image du territoire, encadrant et redéployant la parole des acteurs en son nom propre pour mieux dérouler son pouvoir de représentation.

La politique de créativité du PNR

Dans le contexte d'un PNR, c'est le rapport aux acteurs sociaux qui habitent son territoire, la manière dont il les positionne en situation de créativité et les dote des moyens afférents qui nous intéresse. Le concept désigne alors sa disposition à fabriquer, à produire une valeur positive : c'est son projet d'élaborer par son action des objets de savoir – de produire de la connaissance – plutôt que de commenter des objets existants. Et c'est un positionnement qui revendique un point de vue original dans ce processus de production, distinct de ce qui a été produit jusqu'alors. Si une telle logique de l'inédit anime l'action du Parc, elle apparaît intrinsèquement rattachée à celui qui crée et manifeste son aptitude à créer. Le concept situe donc le focus de la politique de créativité sur l'individu, plutôt que sur le produit de ce qui est

créé (Labelle, 2013). On s'intéresse ici à l'actant, à l'actant en train de produire, et au fait qu'il produise, plutôt qu'à ce qui est produit.

La politique de créativité à l'œuvre se manifeste dans le discours du PNR par la nécessité annoncée de créer de nouveaux objets de savoirs sur le patrimoine, dits inédits. C'est en effet un tel discours qui émerge des documents d'encadrement, documents de communication, articles du site Internet des ADS, vidéos de présentation du projet et articles de presse collectés. Cependant, si les nouveaux objets sont mentionnés, c'est surtout la recherche permanente de leur production, c'est-à-dire le processus animant le travail d'acteur engagé, qui ressort. Ces récits manifestent particulièrement le rapport prescriptif à la créativité qui oriente la conduite de l'inventaire mené par le PNR. Les concepteurs des ADS revendiquent la commande de contenus « originaux, singuliers », ou encore « inouïs » aux acteurs interrogés et s'honorent de proposer par là :

« Une manière inédite de regarder, de penser et de construire un territoire en valorisant notamment son patrimoine immatériel : usages, représentations, savoir-faire... » « Le contenu (…) est par principe original et inédit. » Extraits de document

« C'est un savoir souvent marginal, atypique, c'est ça aussi qui nous intéresse. Un savoir singulier. » « Et ça, c'est, très, très intéressant, c'est atypique. » « C'est surtout réinventé. (…) Je mène une politique d'auteur ici. Je soutiens l'œuvre d'auteur. (…) C'est à dire que c'est la singularité de l'œuvre qui m'intéresse. » « Une proposition (…) totalement singulière. » Extraits d'entretien

L'emphase est bien placée sur le projet d'inventer de nouvelles formes de savoir, selon une démarche auctoriale portée par le groupe social – c'est tout l'intérêt de la référence au patrimoine immatériel. La revendication de créativité se manifeste donc dans l'invitation aux acteurs sociaux, culturels et artistes de produire pour l'inventaire une parole à tout prix inédite :

« la thématique générale (…) [des] actions culturelles du PNR est "Territoire Réel, rêvé, imaginaire", ce qui permet de dépasser le clivage entre passé et présent, entre patrimoine et création contemporaine. La politique culturelle du Parc n'est pas seulement tournée vers le passé, elle s'appuie également sur le potentiel de créativité des artistes contemporains mobilisés autour de cette thématique. » Extrait de document

Ce dernier propos nous permet alors de mesurer ce que porte une telle politique de créativité, incarnée par la voix inédite d'acteurs particuliers. Elle communique en fait sur la capacité du PNR à agir dans une temporalité précise :

« Loin de toute nostalgie passéiste, ces "Archives du sensible" sont celles du temps présent. L'identité se construit jour après jour, elle n'est pas un héritage figé. » « Nous collectons les paroles vives de ceux qui habitent le territoire et sont habités par lui. » « L'idée que le patrimoine doit s'enraciner dans le temps présent et être une quête du vivant et pas seulement une rêverie passéiste, est défendue. » Extraits de documents

En présentant l'inventaire comme un projet créatif d'acteurs, les ADS se défendent en effet

d'une approche d'ethnologie de sauvetage, d'une documentation figeant les savoirs. Il s'agit plutôt d'ancrer la documentation dans son époque et de tourner le patrimoine documenté vers l'avenir. Ici, la politique de production documentaire issue de l'inventaire se présente comme « un projet d'humanisation de l'archive », orchestré par « la mémoire vive » des acteurs (extraits de documents). C'est en les mettant en scène que les médias documentaires se font fort de démontrer la vocation vivante du travail des ADS, et s'en font la vitrine créative : il s'agit par exemple de produire des « archives audiovisuelles vivantes » (extrait de document). Ici, le motif de la créativité se donne à voir comme une valeur, associée au vivant. C'est aussi la forte capacité de production documentaire revendiquée par le PNR qui alimente cette idée de « garder vivant » :

« La production constante de documents nouveaux par les ADS permet de penser un projet vivant, évolutif, toujours en phase avec le présent ». Extrait de document

« Cette entreprise de l'édition, à la fois des films, des carnets (...) il y a quelque chose de vivant qui se passe. » Extrait d'entretien

Si les ADS illustrent le projet créatif du PNR en filmant les acteurs culturels, en leur proposant de déployer leur parole vive dans l'espace des documentaires, à travers la fécondité de sa programmation, il s'agit aussi d'une démarche de création d'archives qui permet au parc de s'inscrire dans l'espace social et de manifester sa contribution à l'écosystème politico-économico-culturel environnant :

« Le projet quand même des portraits, (...) c'est rendre vivante l'action du parc sur un territoire, à travers des gens qui portent quelque chose (...) ça contribue à construire la dynamique du parc. » Extrait d'entretien

Le PNR s'attache donc à démontrer ce qu'il apporte : les médias documentaires attestent de sa participation à la mise en vitalité du territoire. Tout son discours de créativité vise alors à préciser son rôle, à suivre et accompagner les transformations en cours du territoire grâce à son travail documentaire : il est celui qui scrute et rapporte ce qu'il voit (Piponnier, 2012) au plus près du présent, enregistre, mesure et produit de la connaissance sur les « mutations en cours » du territoire (extrait de document) et celui qui soutient l'effort de ce dernier pour s'y adapter :

« Le souci du Parc est de témoigner de l'évolution de son territoire au cours du siècle, de son identité, ses traditions, ses paysages et de constituer un inventaire des richesses du patrimoine humain, immatériel, sous forme audiovisuelle. » Extrait de document

Le PNR montre alors combien il fait « de la créativité un ferment » et « un adjuvant du développement territorial » (Labelle, 2013 : 49-51) auquel il contribue au titre d'observateur averti, par le biais de sa production documentaire.

Enfin, parce que cette logique d'acteur est revendiquée par le Parc comme une singularité qui

le sépare d'autres projets territoriaux, elle nous permet d'envisager la créativité comme le « processus et les ressorts [relèvant] de la stratégie de distinction » (Labelle, 2013 : 95), mobilisé par un territoire pour asseoir son identité. Cette définition est d'autant plus pertinente que la créativité s'applique aux ADS à la pensée du patrimoine, celui-là même qui donne « sa cohésion au territoire » précisément parce qu'il fait office de « différenciation et de distinction » (Bonerandi, 2005 : 95). Marquer sa spécificité, c'est bien pour une collectivité élaborer son positionnement pour se construire une image unique, selon un travail de « marketing territorial » (Labelle, 2013 : 48). La politique de créativité du PNR, c'est donc pour nous celle qui agit selon une logique de distinction de son action, à travers un rapport singulier aux acteurs de son territoire et la quête de l'inédit qu'elle leur impartit. C'est en démontrant son projet de construire ses propres objets de savoirs, du nouveau et du différent, que le PNR se démarque des autres. Sa recherche de créativité s'inscrit alors dans une « stratégie de visibilité et de valorisation par le biais de la marque territoriale » (*Ibid.* : 50) : par le motif de la créativité, le PNR s'invente une identité reconnaissable, celle d'un agent dynamique et dynamisant de la vie publique.

Un travail d'assignation de places

En déroulant la logique d'acteur, telle qu'elle nous permet de lire la stratégie de distinction du Parc, il apparaît que la politique du PNR s'aligne sur le « modèle de "créativité" » en tant qu'il « repose (…) avant tout sur la capacité d'un territoire à intégrer des individus et leurs propositions artistiques, c'est-à-dire à favoriser une ouverture esthétique et géographique au service d'un projet » (Berthou, 2013 : 62). C'est bien l'idée d'inviter la posture et la participation créatives du groupe social, pour mieux construire ce projet de territoire, soit la « créativité vernaculaire », issue de travaux amateurs par des citoyens ordinaires, des voix alternatives, plus que d'une élite médiatique ou scientifique (Burgess, 2006). Nous portons donc l'attention sur la construction d'un système d'acteurs autour de l'inventaire documentaire du territoire, en montrant que ce travail consiste à assigner des places, qui sont en fait des rôles politiques accordés aux acteurs selon qu'ils se montrent, agissent ou produisent aux côtés du Parc. Nous analysons alors cette construction selon trois opérations qui suggèrent trois stades d'implication croissante du groupe social, et en définissent un degré de monstration, un statut et un rôle singuliers. C'est ce parcours de créativité qui donne à lire la place de l'acteur au cœur de l'inventaire du PNR, notamment dans la manière dont il associe souvent ces étapes simultanément.

Dans la première, dite de mise en visibilité, se dessine le focus de l'inventaire sur ces acteurs,

qui en deviennent la matière première, l'objet auquel s'applique la recherche documentaire. Dans la seconde, dite de mise en créativité, apparaît le statut exceptionnel de « figures » qui leur est accordé dans ce travail et enfin dans la dernière, de mise en représentativité, leur rôle incontournable en tant qu'ils participent directement à façonner l'image du territoire.

L'opération de mise en visibilité nous permet de comprendre la production documentaire comme un projet de connaissance des sujets sociaux, et l'inventaire du patrimoine comme celui de ses acteurs – gestionnaires, porteurs de savoirs, figures marquantes – ceux qui animent le territoire, comme l'indique une enquête de la Fédération des PNR auprès de ses membres :

> « Richesse humaine et vivier de savoir-faire techniques et artistiques, les acteurs culturels sont les principaux créateurs de la dynamique culturelle territoriale. Il apparaît donc primordial de les connaître et de les recenser, cette connaissance étant même posée comme un préalable dans quelques chartes de Parcs ». Il s'agit donc d'entreprendre l'« identification (…) précise et systématique de ces acteurs ». Extrait de document

De même, à l'échelle de la Narbonnaise, l'on nous dit :

> « Il apparaît important de dresser un panorama des acteurs culturels qui jouent un rôle essentiel sur le territoire du PNR ou en liaison étroite avec lui ». Extrait de document

Ce travail de recensement se lit alors dans l'ensemble des PNR comme une « première étape » (extrait de document) et pour les ADS comme un prérequis de mise en visibilité du système d'acteurs. Celui-ci se manifeste alors par leur présence appuyée dans la série filmique intitulée « Passeurs de territoire ». Les six « portraits filmés » produits par les ADS entre 2008 et 2017 suivent ainsi chacun une ligne éditoriale et une trame narrative organisée autour de la place centrale des acteurs, intronisés « sujets et objets de recherche » (site web des ADS), tout à la fois informateurs sur le patrimoine, et focus de l'enquête filmique, au point de s'y confondre avec l'objet de patrimoine documenté.

Cette démarche audiovisuelle est également à mettre en relation avec l'écriture d'un « panorama des acteurs culturels », publié en ouvrage imprimé et comme portail sur le site Internet des ADS[1], sous la forme d'une biographie poétique de 73 personnages, dits acteurs culturels du Parc. Développé dans sa version numérique sous forme d'une base de données en ligne des acteurs, ce média complémentaire des films éclaire les modalités de la mise en visibilité. Chaque « portrait » du panorama des acteurs – un texte de présentation accompagné d'une photographie – conte l'extraordinaire contribution patrimoniale de chacun à la protection et à la mise en valeur du territoire. Ainsi, pour mieux parler de lui-même, le PNR

[1] http://archives-du-sensible.parc-naturel-narbonnaise.fr/sensible/un_portrait.html Consulté le 20 mars 2018.

parle des autres et emprunte leur image. Lorsqu'il fait donc état de leur formidable créativité au service du patrimoine territorial, et des ressources dont ils font preuve à cet effet, le Parc construit autour d'eux son identité et bénéficie indirectement de leurs attributs :

« la militante (…) entretient le don de soi, la générosité, la persévérance, mais aussi la passion de la Nature et de la connaissance du milieu. Car, très tôt, bien avant l'heure des modes, [cette personne] a entamé le combat pour la protection de la Nature (…). Fallait-il aussi, inlassablement, s'efforcer de vaincre l'indifférence ou l'hostilité des hommes, refaire les sentiers, les signalisations botaniques, les tables d'orientation (…) Cette prodigieuse action. » Extrait de portrait

En décrivant toute l'ingéniosité avérée de ces acteurs, le PNR montre qu'elle recèle un potentiel à mobiliser. Leur mise en visibilité conduit alors légitimement à considérer leur mise en créativité, selon un deuxième stade d'assignation de places, où ces acteurs sont sollicités pour raconter le Parc. En s'appuyant sur ce qu'il montre et dit d'eux, le PNR leur propose dans certains médias de devenir actants – de prendre la parole, à ses côtés – et le fait savoir. Les ADS proposent en effet à plusieurs d'entre eux de livrer dans les films ou carnets un « regard neuf, créateur de sens » (site web des ADS) sur le patrimoine paysager du Parc : autrement dit, ils sont appelés à dérouler une forme d'« agir créatif », c'est-à-dire à manifester toute la « créativité de l'agir » (Dumez, 2007), ici comprise « comme une nouvelle manière de voir » le monde. De manière performative, ils exercent ainsi leur prérogative créative dans le temps de leur témoignage. C'est de cette manière que leur créativité apparaît à la fois « située » (*Ibid*.), c'est-à-dire en « dialogue avec la situation » d'enquête dans laquelle ils l'expriment (Joas, 1999 : 171). C'est finalement leur approche personnelle, à la fois physique et discursive, qu'ils déploient et déroulent instinctivement, librement, au gré de leur témoignage :

« Tous les plans sont improvisés, il n'y a rien qui a été répété. J'allais dire : les sujets et la thématique émergeaient au fur et à mesure des interviews, du discours et de la démarche. »

« C'est un chantier aussi, donc c'est expérimental. (…) Ce qu'on fait, on le fait au fur et à mesure, en avançant, on se forge des outils en avançant, et donc c'est aussi ça qui rend l'entreprise intéressante. » Extraits d'entretien

Cette opération nous renseigne enfin sur le statut du groupe social dans ce positionnement créatif : c'est alors celui d'un partenaire à part égal, d'un coproducteur, puisqu'il participe avec le film à une « coproduction culturelle », sur le mode d'une « co-construction » et d'un « cheminement partagé » (extraits d'entretien) avec le chercheur-cinéaste chargé de produire les films de l'inventaire :

« Entre le sujet « trésor vivant » qui présente son univers et le meneur qui dispose des clefs indispensables à la conduite du témoignage, (…), la compétence de l'un fait écho au questionnement de l'autre. »

« Les films reposent sur le principe d'un travail d'équipe, d'une complicité partagée entre auteur-réalisateur-chercheur-producteur. Tous sont co-auteurs. » Extraits de documents

Le personnage filmé voit donc son statut largement nivelé, élevé à celui du chercheur-cinéaste qui mène l'enquête. Quant au rôle de l'acteur social, c'est à la fois celui d'un témoin, celui que l'on interroge pour dresser le portrait filmé, celui dont on recueille la parole, le regard sur un territoire. Mais par son statut de coproducteur, de partenaire, le témoin devient bien plus que cela : un actant et un raconteur. Il est celui qui oriente le récit sur le territoire à sa guise, le modèle à son regard, et exerce ainsi une créativité propre. A ce titre, il devient déjà un faiseur de représentations sur le patrimoine paysager du Parc, et par extension du PNR lui-même. D'ailleurs, c'est tout l'objet de l'inventaire : il s'agit par ces témoignages d'acteurs de constituer et de donner à voir l'image du territoire. Il s'agit bien :

d'« explorer (…) la place des acteurs contemporains dans la construction de l'identité du territoire, à travers leurs engagements et l'imaginaire qu'ils permettent de lire ». Autrement dit, « le travail de collecte audiovisuelle permettrait de mieux cerner l'identité d'un territoire. » Extraits de documents

« Le but final étant de lire et de décrypter un paysage en scrutant les gestes et les paroles qui produisent le sens. » Extrait de document

Nous comprenons alors la place assignée aux acteurs : en prenant la parole à la place du PNR et en son nom, ils sont investis représentants symboliques du Parc et dépositaires de l'identité du territoire. Apparaît alors une troisième opération, laquelle nous permet d'analyser la mise en représentativité du groupe social dans la communication du PNR :

« Les *Archives du Sensible* donnent la parole à ceux qui incarnent la réalité du territoire. » Site web des ADS

Ici, les acteurs représentent le PNR, dont ils partagent l'essence – ils sont et font le territoire – et la traduisent – ils l'expriment et la donnent à comprendre ; or ici le PNR montre qu'il conçoit également ces acteurs comme parties prenantes à la genèse de ces représentations, en amont du média documentaire :

« les figures détentrices de savoirs individuels ou collectifs qui ont constitué l'identité du territoire. » Site web des ADS

C'est dire le rôle entier que le PRN annonce reconnaître à ces acteurs dont il expose la contribution inestimable, ancrée dans le temps long, situant le média documentaire comme face immergée d'une collaboration bien plus ancienne. Cette dernière opération constitue alors le point culminant du parcours de créativité dont elle légitime l'assignation de place.

Conclusion : une stratégie de délégation ?

Le Parc construit sa communication autour d'une monstration de ces acteurs et d'une représentation de lui-même comme un partenaire du groupe social, accompagnant le

positionnement créatif qu'il leur propose d'adopter. Entre leur mise en visibilité, leur mise en créativité, et leur mise en représentativité, le rôle d'assignation de places joué par le média documentaire définit donc singulièrement les ADS comme un espace tiers représentant ce monde social qu'est le PNR de la Narbonnaise en Méditerranée et en synchronie parfaite avec celui-ci. En donnant la parole à ces acteurs, l'inventaire permet alors l'intégration du groupe social à la construction de son projet, en définissant son rôle au cœur de celui-ci, en tant que producteur de représentations. En assignant une telle place à ces acteurs, il s'assure également de leur connivence, au point de leur proposer de s'afficher en train de raconter, autrement dit de représenter le Parc. C'est finalement une stratégie de délégation qu'il met, du moins partiellement, en œuvre lorsqu'il leur propose de représenter le Parc à sa place.

Pourtant, le PNR demeure bien celui qui donne la parole, l'encadre et la régule. Il choisit les acteurs qui prennent part au processus documentaire et accompagne leur discours selon la démarche ethnologique qui est celle des ADS – dont le comité d'expert est largement composé d'ethnologues. C'est cette ligne d'enquête qu'il suit lorsqu'il conduit les entretiens pour les portraits filmés, et mandate l'un de ses ethnologues de rédiger les portraits poétiques du panorama des acteurs. La créativité qu'il promeut est donc réglée en tant qu'elle est tenue par l'inventaire qui lui fournit « un principe organisateur et [assure] sa mise en conformité » (Bullich, 2014 : 89) avec sa ligne éditoriale.

Enfin, par cet usage partenarial des médias documentaires, le Parc nous donne à voir une situation de communication dans laquelle il interagit avec les acteurs sociaux du territoire : il se montre précisément en train de leur donner la parole et surtout en train de faire *avec* eux, de façonner le territoire avec eux, et de le raconter avec eux, de créer avec eux. L'on comprend donc la manière dont il exerce son pouvoir de représentation : en le déléguant auprès de l'acteur social, le PNR leur confie son identité symbolique – l'élaboration du sens – mais il construit enfin par celle-ci son image politique. La mise en scène d'une telle créativité partagée entre le PNR et ses acteurs lui permet alors de mieux communiquer l'image d'un partenaire du groupe social : elle sert son ambition de se montrer à ses côtés, l'accompagnant, et surtout accompagné par celui-ci.

Bibliographie

Berthou B. (2013). La créativité, une organisation territoriale ? *Communications et Langage*, n°175, p. 57-77.

Bonerandi E. (2005), Le recours au patrimoine, modèle culturel pour le territoire ?

Géocarrefour, vol 80/2, p 91-100

Bullich V. (2014). La régulation de la créativité par Youtube**,** Actes du colloque *Injonction de créativité et création sous contrainte*. 82e Congrès de l'ACFAS, Montréal.

Burgess J. (2006). Hearing ordinary voices : cultural studies, vernacular creativity and digital storytelling, *Continuum : Journal of media and cultural studies*, p. 201-204.

Ciarcia G. (2006). *La perte durable. Rapport d'étude sur la notion de « patrimoine immatériel »*. Paris, LAHIC/Mission à l'ethnologie (Ministère de la Culture).

Dumez H. (2007). La créativité de l'agir et l'analyse de l'action située. *AEGIS Le Libellio*, Vol. 3, n°4, p. 41-45.

Labelle S. (2013). Présentation. *Communications et Langage*, n°175, p. 47-55.

Labelle S. (2008). Société de l'information et aménagement documentaire du territoire : entre valorisation et saisie de l'action locale », *Sciences de la société*, n°75, p. 126-139.

Le Corf J.-B. (2013). « Industries créatives » et « économie créative » : de la conception de notions opératoires au référentiel d'action publique locale/ *Communications et Langage*, n°175, p. 79-93

Patrin-Leclère V. (2005). Médias. *Société de l'information : glossaire critique*. Paris, La Documentation française, p. 50-51.

Piponnier A. (2012), Les observatoires et l'observation. *Communication et langage,* n°171, p. 19-28.

Tardy C. (dir.). (2014). *Les médiations documentaires des patrimoines*. Paris, L'Harmattan.

Tardy C. (2010). Le regard de la photographie, pratiques documentaires et de visibilité du patrimoine et des musées, HDR, Université de Toulouse.

Créer, éprouver, résister - détour par une machinerie pédagogique

Creating, testing, resisting - a detour through educational machinery

Auteurs / Authors
Isabelle Bazet, Phd, MCF, {1}
Minica Houry-Panchetti, Phd, MCF, {2}
Philippe Marrast, Phd, PRAG, Chercheur associé, {1} & {2}
{1} : CERTOP, UMR5044, Université Paul Sabatier, IUT de Tarbes
{2} : IRIT UMR 5505, Université Paul Sabatier, IUT de Tarbes

Emails :
isabelle.bazet@iut-tarbes.fr
Minica.Houry-Panchetti@iut-tarbes.fr
philippe.marrast@iut-tlse3.fr

Mots clefs :
Créativité, transversalité, approche communicationnelle du projet, pédagogie cré-active

Keywords :
Creativity, transversality, communicational approach of project, cre-active pedagogy

Résumé :
Notre présentons un projet pédagogique transversal d'événement dans lequel une grande part est donnée à la créativité, à l'innovation et à l'émergence d'une organisation participative dont les différents éléments sont «cousus» dans la restitution finale. Comment s'est mis en place ce travail de couture organisationnelle ? Comment l'ethnographie des traces du projet permet-elle de redonner sa matérialité aux multiples pièces remises sur le métier, aux faux plis et aux égos parfois à raccommoder ?

Abstract :
We present a transversal educational event project in which a large part is given to creativity, innovation and the emergence of a participative organization whose different elements are «sewn» in the final restitution. How was this organizational sewing work set up? How does the ethnography of the project's traces make it possible to give back its materiality to the multiple parts put back on the loom, to the false folds made and the egos sometimes to be mended?

Créer, éprouver, résister - détour par une machinerie pédagogique

Introduction

Contemporain de la naissance du web, le département d'IUT MMI[1] (anciennement Services et Réseaux de Communication) a vu le jour en 1994, notamment grâce au travail des ACD[2] Génie des Télécommunications et Réseau et bien sûr Information et Communication. Ce département propose des contenus d'enseignements très variés : informatique pour le web, communication, création graphique et audiovisuelle, gestion de projets, etc. Ceci permet à une population très hétérogène (quasiment toutes les options de bac sont présentes chaque année) d'accéder à une pluralité d'orientations, de savoirs faire et de domaines d'activité tout en restant dans un cadre d'enseignement commun, défini nationalement.

Mis en tension depuis ses débuts entre une certaine nécessité d'adaptation aux évolutions des technologies de l'internet et le besoin d'installer des bases et des fondamentaux beaucoup plus stabilisés sur les plans scientifiques, technologiques, communicationnels et méthodologiques, ce DUT doit imaginer des solutions créatives pour adapter de façon continue sa pédagogie, son programme voire ses adaptations locales.

Dans ce contexte, notre proposition va présenter sur la base d'une pratique et d'un matériau empirique accumulés depuis 5 ans, la façon dont cette pédagogie active a permis au fil du temps d'installer une « machinerie » qui contraint un projet pédagogique transversal dans le temps, dans le processus, dans la thématique et dans les livrables exigés. Pourtant cette organisation laisse une grande part à la créativité, à l'innovation et à l'émergence d'une organisation collective et participative, autant située et ancrée dans les pratiques quand on observe son fonctionnement et son organisation interne qu'elle est formelle sur les attendus, la méthodologie et les outils de supports de l'activité.

[1] Métiers du multimédia et de l'internet
[2] Assemblée des Chefs de Département

Cette machinerie que nous présenterons dans la partie objet de notre recherche prend la forme d'un événement annuel : "les immersions digitales". Cet évènement qui est avant tout un projet pédagogique, est encadré par toute l'équipe enseignante du département. Ce travail mobilise deux promotions de DUT et une promotion de licence professionnelle sur une durée de 6 mois d'intense activité collective qui se déroule durant certains enseignements, mais pour la plupart en dehors.

Cette activité de projet collectif qui est distribuée dans le temps, entre de nombreux acteurs et dans des lieux différents, empêche une réelle coprésence physique. De fait, le recours à différentes technologies numériques est rendu nécessaire pour gérer le fond documentaire, rendre visible l'organisation interne de l'activité, et permettre de recréer des interactions malgré le peu de coprésence physique. La partie documentaire est opérée par l'outil google drive et la suite google docs, la gestion de l'activité prend la forme de tableau Trello complété par des outils visuels (tableaux, postits), la "communication" quant à elle passe par le biais de la messagerie supposément universelle Slack, complétée par des communications Facebook, mais aussi des réunions, des mails, des mini négociations de couloir, le téléphone, ...

Les problématiques soulevées par ce projet sont nombreuses.
Comment arriver à travers un projet pédagogique transversal à mobiliser 3 promotions universitaires de Bac+1 à Bac+3, tout en gardant une cohérence vis-à-vis de ces publics aux profils et aux objectifs très différents ?
Comment rendre lisible, cohérent et accessible à un public composé à la fois de candidats, de curieux et de professionnels du secteur, un projet aussi pluriel dans sa conception que dans ses réalisations ?
Comment donner à voir de la capacité créative des étudiants qui agissent et interagissent avec et dans des produits technologiques qui enferment potentiellement la créativité dans des paradigmes algorithmiques et des formes architextuelles prescriptives (Jeanneret, Y., 2012) ?

Objet : La machine “immersive” et ses caractéristiques

Les immersions digitales est un événement annuel organisé par le département MMI de l’Iut de Tarbes depuis 2013. La thématique de l'événement est imposée chaque année par l’équipe pédagogique. Après homo connectus ou encore Nature [et] Numérique, cette année, le thème retenu est la fake news.

Ces thèmes ont pour vocation d’être assez précis pour aider à la construction d’un univers narratif cohérent, tout en laissant grand ouvert l’espace créatif qui permet aux étudiants de s’approprier ces thématiques, selon leur sensibilité, leurs compétences ou leurs envies. Ils permettent en outre, la constitution d’une sorte de comité éditorial en charge de la coordination du thème qui, « même s’il instaure une forme de contrôle supplémentaire dans un espace de travail très encadré, crée une instance de médiation dans laquelle chaque acteur peut à la fois construire sa pratique (contribution à l’aménagement de règles prises en commun) et se libérer partiellement de l’activité éditoriale auprès de partenaires autorisés à en assurer la charge. » (Piponnier, 2009)

Ces thèmes permettent enfin très souvent la production d’œuvres originales, de parcours différenciés selon le public qui est accueilli et la mise en lumière des différents aspects de nos formations.

Au final, cet évènement peut être caractérisé par ce que Cardoso et Bourdaa, à la suite de Jenkins qualifient de Transmedia Storytelling, c’est à dire un « processus dans lequel les éléments d’une fiction sont dispersés sur plusieurs plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée « (Jenkins, 2006 : 95-96 dans Cardoso & Bourdaa, 2017).

Cet évènement est à la fois un projet pédagogique, un processus créatif mobilisant plus de 100 personnes, et le terreau d’interactions nombreuses et très riches entre enseignants, étudiants et professionnels. Cet évènement est donc le lieu d'apprentissages communicationnels nouveaux. Les membres de l’équipe de projet ont, en particulier, à définir collectivement les procédures qui vont leur permettre de résoudre des problèmes, ces problèmes étant les projets.” (Bernard, 1998)

Notre communication s'inscrit donc dans une double approche à la fois empirique du fait de la nature de projet présenté et du matériau produit, autant que d'ordre stratégique puisque ce projet est le résultat d'une orientation pédagogique du département, dont la vocation est justement au-delà de la réalisation de cet évènement, de mettre en lumière les enjeux communicationnels propres à la réalisation de projet dans des collectifs de travail hétérogène et distribués, assez fortement équipés d'outils numériques pour pouvoir réaliser l'activité.

Méthodologie : la narrativité des traces communicationnelles au fil de l'eau

Le déroulement de ce projet d'évènement depuis le mois de Septembre jusqu'à sa présentation au public fin Janvier a nécessité l'emprunt de différents moyens de communication. Le pilotage du projet s'est opéré durant des réunions hebdomadaires et une semaine inter-semestre début Janvier a été consacrée à la finalisation des différents ateliers. Mais pour le reste des étapes de conception, de développement, de communication visuelle et externe, de l'ajustement des propositions, etc, c'est grâce à l'utilisation de différents outils de communication que ce projet a vraiment pu se construire de façon cohérente. Le collectif s'est ainsi emparé de différents espaces collaboratifs de dépôt de document, de messageries instantanées, email, groupes de discussion, et autres outils en ligne de gestion de projet.

La matériau que nous avons récolté pour cette recherche regroupe donc pour l'essentiel, les différents documents de cadrage produits durant l'année en cours mais aussi les 5 années d'organisation de l'événement (plan de communication, médiaplannings, murs de conversation sur les réseaux numériques, mails), des éléments liés à la communication externe (affiches, flyers, sites web, productions audiovisuelles), et des éléments de "making-off" qui nous ont permis de capturer l'instant lors des différentes phases d'élaboration puis de mise en oeuvre de ce projet.

D'un point de vue méthodologique, une partie de cette collecte se rapproche d'une ethnographie multimodale (Dicks, Soyinka, & Coffey, 2006) ou d'une enquête photosociologique (Desaleux, Langumier, & Martinais, 2011), mais pour laquelle le chercheur n'a pas cherché à mettre en scène l'existant. Le matériau a été produit directement par les étudiants sur la base de leur sensibilité propre et leur envie de témoigner de l'expérience vécue ce qui nous invite à entrer

dans une analyse narrative de ces images socialisées (Gunthert, 2017) mais aussi de ce que ces éléments donnent à voir du façonnage d'une esthétique professionnelle liée à l'identité du secteur visé (Boni-Le Goff, 2016).

L'analyse des contenus des diverses conversations numériques ou des publications sur les réseaux numériques relève plutôt d'une ethnographie hypermédia (Coffey, Renold, Dicks, Soyinka, & Mason, 2006) qui permet d'établir des corrélations beaucoup plus matricielles entre les différents moments, les lieux physiques ou numériques de l'activité, les acteurs engagés ou convoqués (F. Cooren, 2010) et d'interroger le déplacement et les reconfigurations des dynamiques et des situations interactionnelles mise en jeu dans cette construction de l'organisation multidimensionnelle.

Ces "traces" de l'activité collective distribuée, nous ne les percevons rétrospectivement que comme l'inscription de synthèse et le résultat visible, partiel et statique d'un travail hétérogène de négociation du sens de tel ou tel aspect du projet global (Pélissier, 2015). Elles nous permettent d'analyser la communication dans ses nombreuses matérialités et territoires, en tant que processus qui façonne les environnements de travail, et qui concourt à la production d'objets intermédiaires ou d'objets frontières autant qu'elle peut être contrainte par leur présence.

L'objet d'étude : "prises" et emprises virtuelles - un travail d'intégration

Un atelier de Réalité Virtuelle a été proposé par les étudiant.e.s de 2 année de DUT afin d'illustrer des compétences acquises, principalement en programmation et infographie, durant la formation MMI.

Ainsi un jeu immersif a été conçu et entièrement réalisé comme une introduction générale aux ateliers de l'évènement. Le gameplay consiste à collecter des objets représentatifs des autres ateliers (ex : un ordinateur pour l'atelier codathlon ou une caméra pour le plateau TV). La quête devient donc elle-même un prétexte à la présentation de certains corps de métiers auxquels prépare le DUT MMI, l'environnement virtuel étant agrémenté de productions correspondantes

d’autres étudiants. Une fois l’inventaire complet, le visiteur est invité à poursuivre son parcours vers un autre atelier de l’évènement.

Pour répondre aux contraintes du cahier des charges qu’ils se sont fixées, les étudiants ont dû se former en autodidacte dans plusieurs domaines. Ils ont appris un nouveau langage de programmation (le C#), l’utilisation d’un moteur de jeu (Unity 3D) et de librairies logicielles dédiées à la Réalité Virtuelle, le maniement matériel des dispositifs (casque et contrôleurs). Les étudiants ont également développé des compétences en Interaction Homme Machine spécifiques à la Réalité Virtuelle, dans la réalisation et l’intégration d’» assets « (éléments multimédia) au sein de l’environnement (infographies spécifiques aux textures, modélisations 3D, design sonore) ainsi que mobilisé de nouvelles aptitudes en management et en pédagogie par les pairs : les étudiants de 2 année ont dû former ceux de 1 année ne possédant pas encore les connaissances suffisantes (en programmation notamment).

Concernant l’organisation au sein du groupe de travail, bien que des tâches nominatives aient été spontanément attribuées en fonction des affinités personnelles, le profil très polyvalent des étudiants MMI leur a permis de redéployer et concentrer leurs efforts vers les activités les plus prioritaires tout au long du cycle de vie du projet.

Vers des pédagogies cré-actives : de l'étudiant acteur à l'auteur collectif

Le projet des Immersions Digitales est un évènement global finalement composé de sous-événements qui se construisent et se déroulent de façon quasi-autonomes les uns des autres. La gageure, consiste donc à recomposer une cohérence et une narrativité générale, notamment à travers la communication externe, visuelle et audiovisuelle. Ce travail d'assemblage et de couture des différents sous-éléments dans le projet final doit se faire sans que le travail d'organisation amont, travail incluant cette action de communication, et les raccords entre les différents éléments du projet ne se voient.

		%réalisé	23-Nov	30-No
Assets & Magasin		100.00%		
Achat		100%	O	
Test Unity		100%	x	
Colliders		100%		
Objets Cliquables		100%	x	
	Modèles 3D	100%	x	
	Intégration Unity	100%	O	
Plan & Disposition		100%	x	
Intégration Créations MMI		100%	x	
Extérieur		100%		
Son		100%	x	

Fig. 1 - la fiche de création des objets visuels de l'application 3D (les "assets")

Le groupe des sept étudiants en charge de l'événement ont eux-mêmes intégré cette pratique de la restitution sans couture visible. Les figures 1, 2 et 3 intégrées dans le rapport de projet des étudiants, donnent à voir les éléments d'organizing du projet (todo list, délégation des tâches, avancement de l'activité, délégation des tâches) dans lesquels les bricolages, les essais et erreurs, les fausses pistes, négociations, et autres retards et aléas inhérents à la production du projet sont absents. Dans ce travail de restitution qui nous livre une trace a posteriori de l'activité de projet, l'organisation du travail, maîtrisée, lisible, évidente et fluide semble avoir absorbée le travail d'organisation, approximatif, émergent, délicat et souvent haché de soubresauts dans l'avancement de l'activité.

Journal de bord		
	Interactions avec Objets	50%
	Intégration Créations MMI	20%
	Intégration des vidéos	100%
	Objets Cliquables	25%
	Extérieur	2%
	Installation et test du nouvel HTC	80%

Fig. 2 – journal de bord de l'avancement des tâches tenu au fil de l'eau

Responsable	Tâche		
Paul	Sound Design	Ambiance extérieur	Rapport journalier
Gaétan	Déplacement	Intégration oeuvres MMi	Relations externes
Xalbat	UI design	Modélisation	Google Drive
Calypso	Colliders	Développement interface	Gestion matériel
Matthieu	Level design	Interactions objet	Installation matériel
Francois	Interactions objet	Gestion matériel	
Yuxin	Texturing		

Fig. 3 – Matrice de répartition de l'activité dans le groupe projet

La représentation de la figure 4 donne à voir la façon dont les étudiant.e.s ont choisi de designer le sommaire du rapport (le plan de communication de l'évènement) restitué auprès des enseignant.e.s en charge de ce projet. En y regardant de plus près, ce choix graphique interpelle. Si l'on reconnaît aisément le personnage totem qui figure dans le logo de l'évènement les immersions digitales, depuis maintenant plus de cinq ans, ce sommaire donne aussi à voir une sorte de gabarit, de patron, tels qu'utilisés dans le cadre des activités de façonnage et dont les pointillés figureraient à la fois la forme et les points à relier pour faire advenir les "coutures organisationnelles". Un jeu entre le plein et le vide se dessine ; entre le prototype et l'objet événementiel in fine conçu ; le visible (front office) et l'invisible (back office) ; la singularité enfin de chaque contributeur.ice.s et le pluriel du collectif "replié" dans cette figure totémique.

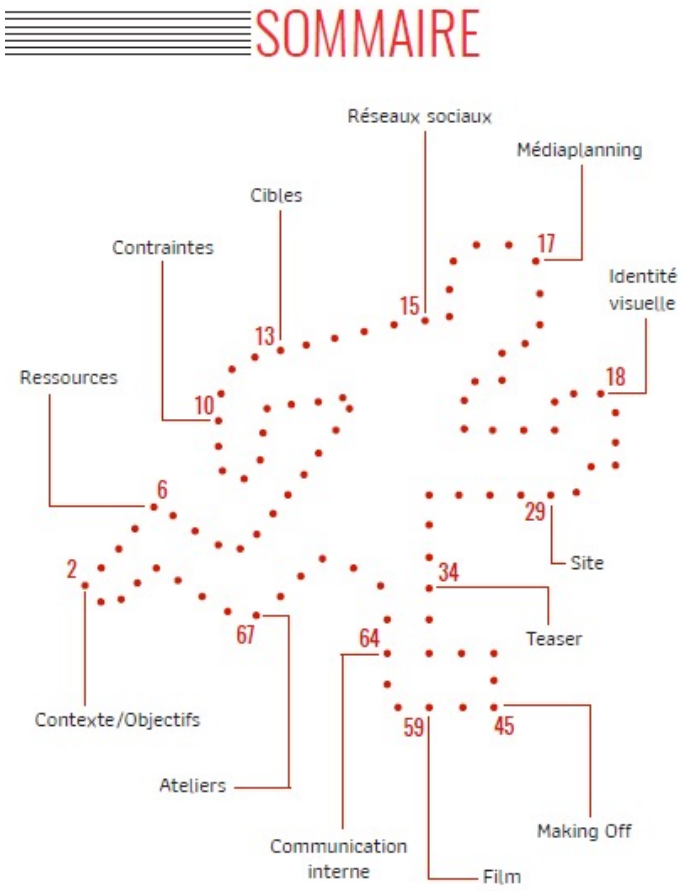


Fig. 4 – le sommaire du plan de communication qui a permis le cadrage de l'événement

Comment ce travail de couture organisationnelle s'est-il mis en place ? Comment le suivi ethnographique de la documentation élaborée par le groupe d'étudiant.e.s en charge de la Réalité Virtuelle permet-il de redonner toute sa matérialité aux multiples pièces remises sur le métier, aux faux plis qui surgissent, aux égos qu'il faut parfois raccommoder ?

Si le travail d'organisation a bien eu lieu et s'est déployé dans le groupe Réalité Virtuelle, il est largement euphémisé et rendu technologique quand les étudiants le manifestent visuellement, comme l'illustre la figure 5. D'un assemblage de discussions et de matérialités diverses des

écrits, des débats et négociations variées qu'il a nécessité, le travail d'organisation est devenu une infrastructure technologique, une arène de la discussion numérique dans lequel chaque voie/voix a été partitionnée dans le support ad hoc.

Comme la figure 5 le montre, la communication s'est construite selon des lieux numériques, des espaces dédiés, des « chat rooms ». L'outil slack (une messagerie instantanée autoproclamée "universelle") Figure 6, et l'espace documentaire partagé sur google doc ont été les espaces dédiés à la "gouvernance" du projet, donnant lieu à une forme d'écriture lissée et neutre qui venait témoigner de la "bonne marche" du projet.

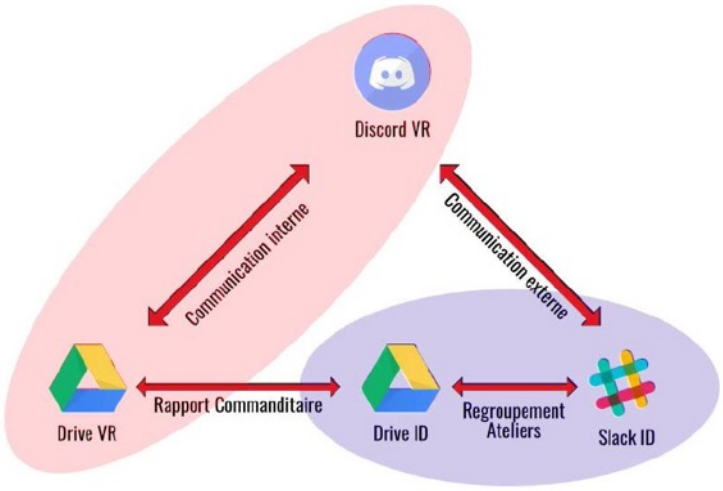


Fig. 5 – la structure techno-info-communicationnelle du groupe de travail

La partie "interne" du projet s'est produite dans d'autres espaces de discussions, privés et inaccessibles pour nous rétrospectivement, notamment du fait qu'ils ont évolué à la suite de l'événement. Un "channel" sur l'application Slack dédié au groupe projet Réalité Virtuelle, et un autre espace sur l'application Discord, qui est le pendant de Slack mais qui est plus largement utilisé dans les communautés de joueurs en ligne, et que les étudiants ont "donc" davantage l'habitude de manipuler.

Comme en témoigne notre collègue qui les a suivis avant, pendant et depuis les immersions digitales, et à propos de l'appropriation singulière des artefacts dans la fabrique de cet atelier : "*Il n'y a pas de fonctionnalités supplémentaires dans Discord par rapport à Slack. Comme ils – [les étudiant.e.s parties prenantes]- jouent beaucoup, ils y sont connectés 24h/24 alors qu'ils ne pensent pas forcément à Slack. Ils s'y sentent à l'aise parce que c'est lié inconsciemment à l'activité de jeu. Après, il faut aussi dire que G et moi – [tuteurs enseignants] - les avons laissés totalement libres pour leurs échanges (beaucoup de jurons, de prises de bec en ligne, c'est parfois pas très joli, joli …*). In fine, la règle partagée concernant cet investissement de forme (Thévenot, 1986) est circonstanciée au fait que le registre d'engagement qui préside est que "*ce qui se passe sur Discord, reste sur discord*". Il s'agit dès lors, dans la pratique du collectif étudiant.e.s Réalité Virtuelle de recourir à un ordre communicationnel construit dans la sphère

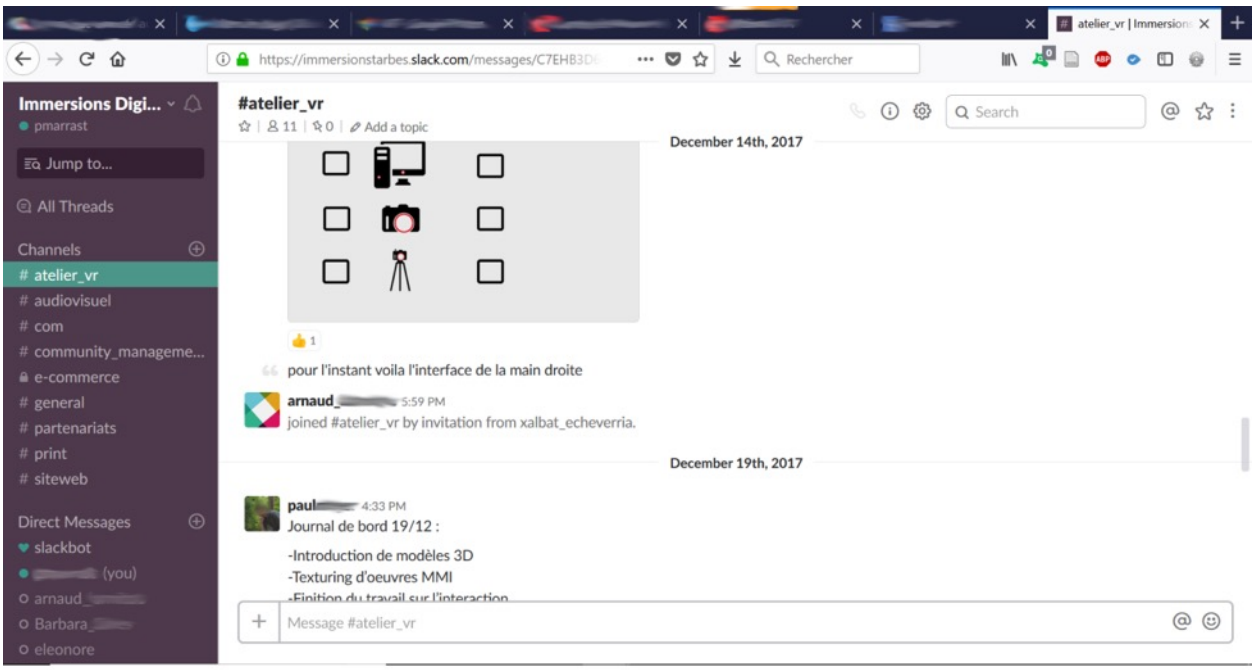


Fig. 6 – L'espace de la messagerie instantanée Slack dédié à l'atelier de Réalité Virtuelle

ludique et d'étendre cette pratique interactionnelle avec les modes locutoires qui y sont en vigueur au cadre professionnalisant de la structuration de leur propre projet.

Par ailleurs, la dénomination même de la plateforme coopérative privilégiée par ce collectif de travail est tout aussi intéressante. Discord renvoie en français à l'idée de désaccord, de discorde

et de mésentente. Il n'y a qu'un pas à considérer que les étudiant.e.s performent cette désignation et en font le "lieu" de leurs disputes créatrices. Cela renvoie aussi à l'idée que le travail de couture n'est pas un travail lisse. La dispute ou la discorde sont les conditions même de ce travail d'organizing qui s'invisibilise une fois sa forme stabilisée dans ce compromis qui fait cohabiter des dimensions hétérogènes du projet (Delcambre, 2010). La forme stabilisée se donnant plutôt à voir sur le réseau "slack", dans les documents relatifs à la livraison du projet qui sont exigés pour le suivi et l'évaluation du projet et durant la soutenance orale des étudiant.e.s.

Créer et résister : l'hétérotopie pour faire face à la submersion

Bien que de nombreux points d'entrée soient tout à fait envisageables pour décrire et analyser ce travail, nous avons choisi de porter notre attention sur deux aspects complémentaires qui s'articulent au travers des éléments «machiniques» propres à nos domaines professionnels.

D'une part, par quel processus s'exprime la créativité dans le domaine de la production d'applications informatiques, et comment se donne-t-elle à voir dans la production finale ? D'autre part, notre contribution propose d'interroger comment ce processus créatif solidement encadré par l'équipe pédagogique et équipé par différentes technologies de communication permet aux étudiants en explorant les difficultés de l'organisation, en explorant la fausse simplicité du design et en faisant face aux fausses évidences de la communication et de la "transmission" de l'information, de se libérer en quelque sorte d'un modèle pré-construit, de s'émanciper d'une vision réductrice pour justement libérer leur potentiel créatif.

Pour reprendre Rasse, le but de cette pédagogie par projet est de montrer qu'"outre les fonctions classiques de mise en forme et d'explication d'une intention, de préparation et de planification des façons d'y parvenir, le projet devient le moyen de recomposer, dans le même espace symbolique, des actions entreprises sur des lieux et en des temps de plus en plus dispersés." (Rasse, 2015). Cela permet aussi de dépasser les notions professionnelles très étriquées de collaboration et de collaborateur qui tendent " à dissimuler la diversité de l'organisation ainsi que les tensions et les contradictions qui la traversent." (Bouillon & Maas, 2009). Nous envisageons donc la question de la créativité comme une forme d'émancipation encadrée, intégrative et bienveillante.

Le détour emprunté dans le cadre de cette communication montre comment la "couture organisationnelle" relève d'un côté, d'un composite requérant la publicisation auprès de tous d'un certain nombre de données et d'un autre côté, l'invisibilisation du travail interne du groupe et des disputes créatrices qui en sont le fondement. Le groupe oscille entre "donner à voir" et "invisibiliser", ces deux mouvements de balancier permettant en quelque sorte de garder la face comme contributeur.ice.s à un projet plus large et de faire face dans son propre collectif de référence. Cette articulation est appréhendée comme étant le creuset de l'élaboration bienveillante d'une identité professionnelle. Une sorte d'éthique des makers, qui mériterait, comme le propose Lallemant (2015) d'être plus largement instruite pour en saisir l'ensemble des ressorts.

De manière corollaire, l'une des pistes éventuellement fructueuses consisterait à suivre l'hétérotopie (Foucault, 2009) numérique et notamment l'agency des différents outils appréhendés selon les mobilisations qui en sont faites pour montrer en quoi ils deviennent d'éventuels contre-lieux de la résistance, dans lesquels le travail d'organizing se développe à couvert.

Plus largement, la difficulté, associée à ce type de machinerie pédagogique repose alors sur la nécessité de coordonner les singularités créatives pour qu'elles adviennent en tant que projet collectif partagé et non pas comme la résultante plus ou moins artificielle d'un projet prescripteur des identités, des orientations, ou de l'organisation vécue que l'on peut retrouver dans certaines organisations professionnelles où "les stratégies individuelles, les logiques d'action, les cultures professionnelles sont occultées par l'affirmation de la collaboration."(Bouillon & Maas, 2009).

C'est ainsi que s'élabore, chemin faisant, et dans un processus itératif l'épreuve au réel, à sa résistance et aux réaménagements successifs qu'il requiert : l'organisation s'éprouve au plein sens du terme. L'appropriation et l'intéressement deviennent dès lors les appuis essentiels de ce travail de communication à construire. Elle permet aux étudiants et à notre organisation de déconstruire le modèle du "salarié entrepreneur" pour donner à voir les limites de la planification, de l'agilité, de la décision, de l'objectivité et donner à voir, à expérimenter et à mesurer le travail de communication, le travail d'organisation (de Terssac, 2011) et tout

l'équipement intermédiaire qu'ils nécessitent (Vinck, 2009). La coprésence sociale n'est plus "l'avènement d'un collectif euphorique au sein duquel l'individu ne se heurte à aucune contradiction, ne fait face à aucune polémique et se conforme alors à un modèle idéal d'empathie" (Gramaccia, 2015), elle est le résultat d'un travail, de négociations, d'alignements continus, de réorientation, de recalibrages, et de différents modelages communicationnels et organisationnels qui se forgent dans la rencontre avec la réalité du projet collectif.

C'est à cette occasion, la découverte de l'hétérogénéité des points de vues, de la disparité des engagements et en quelque sorte la confrontation grandeur nature à l'altérité et à la rencontre de l'autre et des autres. L'énigme à résoudre est alors de parvenir à se construire une "identité narrative" (de Gaulejac, 2003). Dans un contexte où les statuts institutionnels sont en voie de régression (statut salarial défini selon la norme du CDI, statut syndical, statut citoyen et statut politique), cette notion, pour Vincent de Gaulejac (2003), « s'applique à l'individu, mais également aux communautés, que ce soit la famille, le clan, le peuple. Individus et communautés nourrissent leurs identités respectives par des récits constitutifs de leur histoire « (Gramaccia, 2015).

Bibliographie

Akrich, M. (2010). Comment décrire les objets techniques ? Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques, (54‑ 55), 205‑ 219. https://doi.org/10.4000/tc.4999

Bazet, I., Jolivet, A., & Mayère, A. (2008). Pour une approche communicationnelle du travail d'organisation : changement organisationnel et gestion des événements indésirables. Communication et organisation, (33), 30‑ 39. https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.424

Bernard, F. (1998). Le management par projet : une logique de communication « imparfaite'. Communication et organisation, (13). https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.2038

Björgvinsson, E., Ehn, P., & Hillgren, P.-A. (2012). Design things and design thinking: Contemporary participatory design challenges. Design Issues, 28(3), 101–116.

Boni Le-Goff, I. (2016). "Les façades symboliques du conseil en gestion. Mise en image et mise en récit d'un groupe professionnel". Revue Images du Travail, Travail des Images, n°1 http://imagesdutravail.edel.univ-poitiers.fr/index.php?id=211

Bouillon, J.-L. (2008). « L'impensé communicationnel » dans la coordination des activités socio-économiques : Les enjeux des approches communicationnelles des organisations. Sciences de La Société, (74), 65‑ 84.

Bouillon, J.-L., Bourdin, S., & Loneux, C. (2007). De la communication organisationnelle aux « approches communicationnelles » des organisations : glissement paradigmatique et migrations conceptuelles. Communication et organisation, (31), 7‑ 25.

Bouillon, J.-L., & Maas, E. (2009). Figures de l'individu au travail, figures du « collaborateur ». https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.912

Brassac, C. (2001). Rédaction coopérative: un phénomène de cognition située et distribuée. Le processus rédactionnel, écrire à plusieurs voix, 61, 171–193.

Brassac, C., & Fixmer, P. (2004). La décision collective comme processus de construction de sens. Psychologie sociale appliquée. Emploi, travail, ressources humaines, 111‑ 118.

Cardoso, S., & Bourdaa, M. (2017). Design et Transmedia : projet, expérience usager, worldbuilding au cœur des disciplines SHS. Revue française des sciences de l'information et de la communication, (10). Consulté à l'adresse http://journals.openedition.org/rfsic/2558

Coffey, A., Renold, E., Dicks, B., Soyinka, B., & Mason, B. (2006). Hypermedia ethnography in educational settings: possibilities and challenges. Ethnography and Education, 1(1), 15‑ 30. https://doi.org/10.1080/17457820500512721

Comtet, I. (2015). La narration numérique outil de médiation des équipes projets ? Présenté à Communication Organisationnelle ; Processus Communicants-Processus Organisants et leurs Médiations. Consulté à l'adresse https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01222530/document

Cooren, F. (2009, 3/08). Comment le texte écrit l'organisation. Présenté à Ecritures normées, écritures normatives, MESHS de Lille.

Desaleux, D., Langumier, J., & Martinais, E. (2011). Enquêter sur la fonction publique d'État. Une approche photosociologique des lieux de travail de l'administration. ethnographiques.org, (Numéro 23-décembre 2011
Analyser les présences au travail : visibilités et invisibilités).

de Terssac, G. (2011). La théorie du travail d'organisation. In Interpréter l'agir : un défi théorique (p. 97‑ 121). Paris: Presses Universitaires de France - PUF.

Dicks, B., Soyinka, B., & Coffey, A. (2006). Multimodal ethnography. Qualitative Research, 6(1), 77‑ 96. https://doi.org/10.1177/1468794106058876
Epstein, M., & Beauchamps, M. (2016). De la consommation vers la création : étude du projet TransiMOOC Comment le numérique peut participer au renouveau des pédagogies actives ? Interfaces Numériques, 3. https://doi.org/10.3199/RIN.1.1-n
Foucault, M. (2009). Le corps utopique suivi de Les hétérotopies. Nouvelles editions lignes.
Gramaccia, G. (2015). La coprésence sociale : un objet émergent en communication des organisations. Communiquer. Revue de communication sociale et publique, (13), 33‑ 43. https://doi.org/10.4000/communiquer.1479
Gunthert, A. (2017). Pour une analyse narrative des images sociales. Revue Française des méthodes visuelles. https://rfmv.fr/numeros/1/
Jeanneret, Y. (2012). Écriture et médias informatisés. Histoire de l'écriture: de l'idéogramme au multimédia, Paris, Flammarion, 395–402.
Lallement, M. (2015). L'âge du faire. Hacking, travail, anarchie, Seuil, Paris.
Merzeau, L. (2014). Entre événement et document : vers l'environnement-support. Les Cahiers de la SFSIC, (9), 230‑ 233.
Pérez-Bustos T., "Penser avec soin. Effilage et raccommodage dans une ethnographie de broderie artisanale et technologie", Revue d'anthropologie des connaissances 2017/1 (Vol. 11, N°1), p.1-22.
Piponnier, A. (2009). L'individu est-il soluble dans le projet ? . Trace(s) de soi et effacement de soi dans la communication de projet. Communication et organisation, (36), 112‑ 134. https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.959
Rasse, P. (2015). Succès, persistance et spécificité de management par projet dans la création et la culture. Communication et organisation, (47), 131‑ 140. https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.4921
Simondon, G. (1969). Du mode d'existence des objets techniques. Aubier-Montaigne.
Simonnot, B. (2009). Culture informationnelle, culture numérique : au-delà de l'utilitaire. Les Cahiers du numérique, 5(3), 25‑ 37.
Thévenot, L., 1986, « Les investissements de forme », in Thévenot, L. (ed.) Conventions économiques, Paris, Presses Universitaires de France (Cahiers de Centre d'Etude de l'Emploi), pp.21-71.
Vinck, D. (2009). De l'objet intermédiaire à l'objet-frontière. Revue d'anthropologie des connaissances, 3(1), 51–72.

Créativité et espaces physiques d'apprentissage innovants: le cas du Japon

Mots clefs: Learning Spaces, Espaces Innovants, Japon

Axe III: Objets techniques, dispositifs et contenus

1. Introduction

1.1. Learning Spaces: état des lieux et tendances

Consécutivement au développement des usages du numérique au sein de l'Enseignement Supérieur, l'évolution des espaces physiques d'apprentissage innovants apparait comme une tendance forte de la transformation des universités et de la recomposition des campus. Encore appelés Learning Spaces, ils intègrent en particulier des espaces d'apprentissage dit formels (salles de pédagogie active / Active Learning Classrooms, salles collaboratives) et informels (Learning Centers, Learning Commons). Cette évolution implique des lieux divers et variés, tant par leur surface (de la salle de classe au bâtiment entier), que leur implantation au sein des campus (notamment dans les bibliothèques pour certains d'entre eux). Ils s'appuient en revanche tous sur une conjonction entre d'une part des aménagements novateurs faisant notamment appel à du mobilier conçu dans une logique d'ergonomie, de collaboration, et parfois de flexibilité, et d'autres part une synergie - certes variable - avec les technologies, outils et pratiques numériques.

La promesse habituellement portée par les initiatives menées depuis quelques années est à la fois double et ambitieuse: moderniser les lieux de vie et d'apprentissage des étudiants afin de s'adapter à l'évolution de leurs modes de vie quotidiens, et promouvoir l'innovation pédagogique dans les pratiques, en cassant notamment les codes d'apprentissage traditionnels (Byers, Imms, Hartnell-Young, 2014). Ainsi, les Learning Spaces prétendent jouer un rôle dans une démarche de créativité au sein de l'Enseignement Supérieur. La coloration fondamentalement multi-dimensionnelle (politique, communicationnelle, pédagogique) et pluridisciplinaire (associant notamment technologues, architectes, pédagogues et responsables immobilier) de ces projets les positionnent en effet dans une logique de transversalité qui constitue un véritable enjeu pour leur mise en œuvre effective, et pour la nature même de la créativité qu'ils cherchent à promouvoir. Elle met par ailleurs en exergue différentes stratégies d'acteurs, au croisement d'opportunisme et du suivi de directives nationales, et qui font écho aux travaux relatifs à *l'acteur réseau* (Latour, 1989), aux *boundary spanners* (Cohendet, Héraud, Llerena, 2010), et plus globalement aux démarches d'innovateurs à l'université (Albero, Linard, Robain, 2008).

Au Japon comme ailleurs, les Learning Spaces sont parmi les sujets les plus stratégiques des universités. Le pays présente cependant plusieurs caractéristiques qui le rendent particulièrement intéressant en tant que sujet d'étude: un système d'Enseignement Supérieur spécifique de par son caractère hybride (public/privé) et hautement concurrentiel, une géopolitique des campus très différente de celle habituellement observée en Occident, et enfin des spécificités socio-culturelles très marquées notamment face aux aspects technologiques et architecturaux, et plus globalement par rapport à une démarche créative.

Cette communication vise ainsi à mettre en lumière les grandes tendances liées aux Learning Spaces dans le tissu universitaire japonais, en abordant les dynamiques internes et externes qui guident leur mise en place, ainsi que les motivations, les conditions et les modalités de la créativité qu'ils portent ou qu'ils catalysent. Au-delà du cadre théorique, elle s'appuie d'une part sur une liste de rapports et autres documents institutionnels, et d'autre part sur les données et témoignages recueillis dans le cadre de visites de sites et d'entretiens réalisés lors de séjours de recherche.

1.2. Spécificités du contexte japonais et multiplicité des niveaux concurrentiels

L'Enseignement Supérieur japonais, qui comprend près de 800 universités, est organisé en un système mixte public (86 universités nationales, et 91 universités publiques) et privé (600 universités). Si des frais d'inscription moins onéreux, un ancrage socio-culturel important, et un certain prestige permettent aux établissements du secteur public (universités nationales en particulier) de bénéficier d'une attractivité forte au moment des choix des étudiants primo-entrants, les universités du système privé se livrent à une concurrence acharnée, qui s'illustre par exemple par des campagnes d'information - voire de publicité - omniprésentes. Une concurrence alimentée par ailleurs par une démographie nationale peu favorable.

Le cheminement quotidien typique des étudiants, et ses intersections avec la question des Learning Spaces, présentent des spécificités uniques au Japon. Les étudiants vivant sur les campus sont très rares sur l'archipel, une majorité d'entre eux continuant à habiter le domicile familial durant l'intégralité de leur scolarité. Cependant, dans une conception typiquement nationale et qui va au-delà de la sphère étudiante, le domicile est principalement un endroit où dormir, et où il est courant de rentrer relativement tard. Partant du fait que les étudiants japonais ont une tendance marquée à quitter le campus dès les cours terminés, une offre de tiers lieux adaptés aux activités d'apprentissage informel, qui vient s'intercaler entre le campus et le domicile, s'avère particulièrement pertinente. Les coffee shops, dont le tissu est très dense au Japon, se sont largement positionnés sur ce créneau. Ce d'autant qu'ils répondent pleinement aux trois désidératas systématiquement évoqués en priorité par les étudiants lorsqu'ils sont interrogés[1] quant aux caractéristiques voulues dans un espace d'apprentissage informel: WiFi et prises électriques, possibilité de boire et de manger, aménagement « cozy ». Leur amplitude en termes d'horaires d'ouverture s'avère là encore particulièrement adaptée: la plupart d'entre eux sont ouverts jusqu'à 22h, voire au-delà dans les moyennes et grandes villes.

Parallèlement à une concurrence entre établissements, les Learning Spaces informels universitaires japonais tels que les Learning Commons et les Learning Centers se heurtent ainsi à une véritable situation de concurrence externe avec ces coffee shops. Une réponse à ces niveaux de concurrence se base sur différentes formes de créativité, permettant à ces implantations d'être à même d'attirer ou de retenir les étudiants sur les campus.

2. Modalités et nature de la créativité

2.1. Réalité d'une créativité architecturale

Si la démarche créative qui soutient le caractère novateur et différenciateur des Learning Spaces peut se matérialiser de différentes manières, leur architecture apparaît comme la plus évidente. Les bibliothèques qui se transforment en Learning Centers, ou qui hébergent en leur sein des Learning Commons (Gould, 2011), se positionnent en particulier comme le porte-étendard de cette tendance dans leurs campus respectifs. Les deux exemples suivants illustrent cet aspect de la créativité.

Seikei University est un établissement privé fondé en 1906, intégrant 7500 étudiants, et situé à 30 kilomètre à l'Ouest de Tokyo. Il a connu depuis 2006 une exposition particulière à l'international avec l'ouverture d'une bibliothèque entièrement rénovée, célébrant notamment le centenaire de l'université. Conçue[2] par un architecte qui s'avère être un ancien étudiant, et construite par une

[1] Témoignages recueillis lors de séjours de recherche
[2] http://www.shigerubanarchitects.com/works/2006_seikei-university-library/index.html

filiale de Mitsubishi (firme avec laquelle l'université a des liens historiques forts), cette nouvelle bibliothèque localisée à l'entrée du campus se distingue par une architecture très ambitieuse, qui s'appuie sur conception en atrium et sur des « pods flottants », qui visent à « catalyser toutes les formes de communication et d'échange d'information ». Cette réalisation, dont il est intéressant de noter qu'elle a gardé le nom de bibliothèque, se veut un « nouveau symbole de Seikei University[3] », et est régulièrement citée comme l'une des bibliothèques les plus innovantes au niveau mondial.

Kanda University of International Studies, un autre établissement privé de 3700 étudiants situé à 40 kilomètres au Nord de Tokyo, a ouvert en avril 2017 une deuxième itération de son Self Access Learning Center[4] (SALC). Résolument focalisé sur la pratique anglophone, ce bâtiment situé en plein milieu du campus se distingue là encore par une architecture très novatrice, notamment sur le plan intérieur. Conscient du contexte concurrentiel avec le tissu des autres universités privées, mais aussi et surtout avec les coffee shops, le président de Kanda University of International Studies, qui a lui-même porté le projet, a demandé aux architectes de se conformer aux codes conceptuels de ces derniers. La visite du lieu est éloquente: au-delà d'une architecture extérieure très visible et valorisante pour un bâtiment universitaire, l'intérieur ressemble à s'y méprendre à un gigantesque coffee shop japonais.

Si ces deux exemples significatifs partagent le fait d'être porteurs d'une créativité évidente, recherchée, et assumée sur le plan de l'architecture externe et interne, ils se distinguent en revanche par la philosophie dans laquelle elle s'inscrit.

Seikei a laissé libre court à ses architectes pour la rénovation de sa bibliothèque, empruntant ainsi des codes inédits, tant pour un bâtiment universitaire qu'au-delà. Dans les faits, il est évident de constater au travers d'une simple recherche sur Internet que cette réalisation a largement contribué à l'exposition nationale et internationale de l'université. L'analyse de cette médiatisation, ainsi que la visite même du lieu confirment que c'est bien la créativité architecturale qui constitue le pilier principal de ce projet, au-delà d'une quelconque créativité dans les usages pédagogiques et autres.

Kanda University of International Studies a quant à elle nettement plus cadré la créativité architecturale de son SALC, en opérant une démarche mimétique par rapport aux types de lieux qui sont susceptibles de lui faire le plus de concurrence en termes de fréquentation étudiante. En résulte une réalisation certes très différente des habituels bâtiments universitaires, mais très proche de tiers lieux existant en dehors des campus. Par ailleurs, il est intéressant de noter que dans ce second exemple, la dimension des usages a été largement plus prise en compte qu'à Seikei, opérant ainsi un équilibre plus marqué entre des objectifs matériels et une ambition pratique. Un aspect qui se traduit d'ailleurs dans la communication interne et externe faite autour du SALC.

En effet, ces deux exemples de créativité architecturale illustrent une matérialité et une visibilité qui apparaissent comme étant très porteuses dans une démarche communicationnelle de valorisation institutionnelle souvent d'un niveau inédit (Moeglin, 2005), en particulier dans le contexte d'un système d'Enseignement Supérieur très concurrentiel tel que celui du Japon.

[3] https://www.seikei.ac.jp/university/eng/organization/library.html
[4] https://www.kandagaigo.ac.jp/kuis/salc/

2.2. Relativité d'une créativité technologique

Au-delà des aspects architecturaux, l'équipement technologique est également une caractéristique des Learning Spaces présentée comme étant fondamentale, et pouvant faire l'objet d'une démarche créative notable. Les Active Learning Classrooms intègrent par exemple des composants technologiques dont elles sont - dans l'immense majorité des cas - les seules à disposer sur les campus, appuyant cette exclusivité sur leur vocation expérimentatrice. Les Learning Centers, quant à eux, présentent habituellement un équipement technologique nettement plus important que les bibliothèques traditionnelles qu'ils peuvent remplacer. Deux exemples significatifs issus d'établissements privés permettent là encore d'illustrer ce phénomène, et d'éclairer sa lecture.

Le MIRAiS[5], dont la mise en place a été décidée à Kyushu Institute of Technology en 2010 suite à une mesure incitative du MEXT[6] Japonais, est très régulièrement cité à titre de référence concernant les Active Learning Classrooms au Japon. Il s'agit en effet de l'une des toutes premières ouvertes sur l'archipel, et dont la conception inspire encore aujourd'hui nombre de nouvelles réalisations du même genre. Le MIRAiS est construit autour de deux fondamentaux des Active Learning Classrooms: la flexibilité dans l'organisation spatiale au travers de mobilier mobile et organisable en groupes de différentes tailles, et la technologie au travers d'un système de video projection multi directionnelle et multi sources, accessible avec et sans fil par les usagers. Ce dernier s'avère effectivement très populaire auprès des enseignants et des étudiants, et largement intégré dans la dynamique pédagogique des cours qui se déroulent au sein du MIRAiS, seul espace de l'établissement à bénéficier d'un tel équipement.

Pangaea[7], en écho à la période géologique ayant précédé la segmentation continentale, est le nom donné à la bibliothèque de Ritsumeikan Asia Pacific University après sa rénovation opérée dans les années 2010, et sa transformation en Learning Commons. Les zones mises en place proposent différentes organisations spatiales, visant à s'adapter aux diverses typologies d'usages des étudiants. Si leur variété, leur complémentarité, et leur équipement mobilier s'avèrent remarquables et relèvent d'une créativité certaine, force est de constater que la technologie n'est que peu présente au sein de Pangaea. Une état de fait totalement assumé par l'équipe en charge de sa conception et de son management: la philosophie qui prévaut est celle du « low-tech volontaire ». Ce non pas dans une logique de réduction des coûts, mais dans l'optique de favoriser le travail collaboratif « humain », sans interférence de composants technologiques.

L'évocation de ces deux exemples apporte un éclairage intéressant quant à l'aspect technologique qui est habituellement associé à tout projet de Learning Space, formel ou non.
L'équipement audiovisuel qui constitue l'une des principales spécificités du MIRAiS ne s'appuie pas sur une technologie particulièrement novatrice. Les composants utilisés sont en effet disponibles de longue date sur le marché. La créativité que porte cet équipement relève d'avantage de son intégration effective et systématique dans une véritable démarche d'usages que dans sa nature propre.
Si la démarche « low-tech volontaire » de Ritsumeikan Asia Pacific University pour son Pangaea peut paraître étonnante de prime abord, elle trouve une explication - voire une pertinence - dans l'analyse de certains aspects socio-culturels japonais face à la technologie. Si celle-ci est à l'évidence omniprésente, tant dans l'imaginaire collectif que dans la réalité des usages personnels, elle peut alimenter un phénomène captivité des usagers, particulièrement vérifié au travers des téléphones portables. Le concept de Pangaea vise ainsi à décloisonner les usagers en ne les accompagnant pas particulièrement dans l'utilisation de leur équipement technologique personnel:

[5] http://www.milais.kyutech.ac.jp
[6] Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technologie, équivalent du MESRI en France
[7] http://en.apu.ac.jp/media/learning_commons/pangaea/index.html/

un étudiant concentré sur son écran de smartphone ou de micro-ordinateur portable est peu à même de s'engager dans la logique de travail collaboratif autour de laquelle cette réalisation a été conçue.

La promesse d'une créativité technologique portée par les Learning Spaces japonais s'avère donc à relativiser, et ce malgré les idées préconçues qui peuvent être alimentées par des aspects socio-culturels pourtant réels. Ces derniers pouvant justement limiter de façon volontaire cette forme de créativité, au profit d'une dimension d'usages différente mais considérée plus en adéquation avec les objectifs portés par ce type d'espaces.

2.3. Promesse d'une créativité dans les usages et les pratiques

Si elle constitue une forme de créativité principale dans la conception des Learning Spaces formels type Active Learning Classrooms, la flexibilité potentielle des configuration spatiales (basée sur du mobilier mobile et recomposable) ne se vérifie que peu dans les pratiques des usagers. Pourtant, cette flexibilité est présentée comme une des bases des pédagogies innovantes sensées être portées par ces espaces (Baepler, Walker, Brooks, Saichaie, Petersen, Cohen, 2016). Par ailleurs, et culturellement parlant, la versatilité des espaces et donc la flexibilité des configurations spatiales sont très ancrées au Japon, notamment au sein d'habitations aux surfaces très limitées.
Ces freins observés semblent s'expliquer par une certaine timidité (exacerbée au Japon) des étudiants, mais aussi par une typologie d'activités qui font peu appel au travail de groupe. En effet, la question de la formation des enseignants à l'usage de ces espaces reste au coeur des enjeux liés aux Learning Spaces. Globalement, les Actives Learning Classrooms tendent à rester bloquées au niveau d'expérimentations qui, certes, peuvent faire apparaitre une vraie créativité dans les pratiques d'enseignement et d'apprentissage, mais qui peinent à être intégrées dans des cursus réguliers.

La qualification des usages dans les espaces informels, quant à elle, reste anecdotique et empirique. Ce qui peut s'expliquer d'une part par le manque d'outils et de cadres d'évaluation (cf. le Learning Space Rating System évoqué plus bas), mais aussi par un manque de volonté politique d'évaluer les usages au sein d'espaces dont la simple existence même, finalement, peut constituer l'objectif de l'institution.

3. Outils d'évaluation: pression du critère quantitatif

Compte-tenu de leur exposition en interne et en externe, des promesses qu'ils portent, et des investissements financiers et humains qu'ils impliquent, l'évaluation des Learning Spaces pourrait logiquement apparaitre comme une nécessité. Malgré les préceptes du *new public management* (Barats, Bouchard, Haakenstaad, 2018), le Japon n'échappe cependant pas à une tendance globalement observée: les systèmes d'évaluation spécifiques aux Learning Spaces sont rares, et relativement peu utilisés. A l'échelle mondiale, le Learning Space Rating System d'Educause[8] (LSRS) est celui bénéficie aujourd'hui de l'exposition et du niveau d'utilisation le plus important.

Conçu dans une logique d'évaluation comparative d'un projet de Learning Space en particulier avant sa mise en place effective, ce système d'appuie sur une liste de 44 critères binaires, organisés en 6 sections thématiques. Ces dernières s'attachent à évaluer la performance potentielle d'un espace, en en couvrant l'intégralité des aspects: non seulement le plan matériel, mais aussi sur les plans organisationnel, opérationnel et politique. Au terme de trois premières années de son utilisation, plusieurs observations peuvent cependant être faites le concernant.

[8] https://www.educause.edu/eli/initiatives/learning-space-rating-system

Au premier rang, le caractère binaire des 44 critères constitue une limitation régulièrement mentionnée dans le cadre des échanges relatifs au LSRS. Entre la version 1 de 2014 et la version 2 de 2017, le nombre de ces critères a d'ailleurs été réduit en retirant certains d'entre eux pour lesquels une réponse binaire s'est avérée très peu adaptée (par exemple: « Opérez-vous une démarche innovante dans la conception mobilière ? »). En outre, la nature même de ces critères traduit une approche exclusivement quantitative de l'évaluation. Au-delà de l'utilisation, la qualification des usages n'apparait pas dans le LSRS. Ce caractère très quantitatif semble refléter une approche administrative et financière de l'évaluation, plutôt que d'usage, tout en permettant des comparaisons chiffrées, jugées pertinentes dans une logique concurrentielle. Par ailleurs, une évaluation principalement quantitative s'avère attractive car bien plus simple à mettre en place qu'une approche qualitative.
En terme de couverture, le LSRS s'applique à l'évaluation des espaces d'apprentissage formels, et tout particulièrement des Active Learning Classrooms. Les espaces d'apprentissage informels tels que les Learnings Commons et Learning Centers ne sont que très difficilement évaluables par ce système. Par ailleurs, le LSRS se cantonne à l'Enseignement Supérieur, ce qui amène à évoquer l'existence de démarches significatives - mais locales - dans l'enseignement scolaire, sans potentiel de transposition vers le supérieur particulièrement déclaré pour l'instant (Imms, Cleveland, Fisher, 2016).
A noter enfin que l'utilisation du LSRS répond à une logique d'auto-évaluation déclarative, aucun dispositif de mise à contribution des pairs n'ayant formellement été mis en place jusqu'à présent. En résulte une tendance à se sous-évaluer ou se sur-évaluer qui contraste avec l'ambition d'un système généralisé à même de permettre des comparaisons objectives.

Cependant, et malgré ces limitations intrinsèques reconnues par les publics tout comme par les concepteurs du système, la réception du LSRS au sein de la communauté s'avère systématiquement positive. En particulier car son ambition de mettre en place un langage commun et potentiellement adopté à l'échelle internationale dans l'évaluation des Learning Spaces semble effectivement combler un manque. Également car la possibilité de comparer un projet de Learning Space à des réalisations déjà existantes s'avère pertinente et efficace dans le cadre d'une demande de budget. Ces deux aspects validant l'extension du périmètre d'utilisation du LSRS, au-delà de l'évaluation proprement dite, voire à un glissement des objectifs qu'il peut porter. Cette appropriation positive a motivé la démarche de traduction/adaptation du LSRS, en particulier pour une version japonaise, parue en décembre 2017, et dont l'auteur de cet article a été en charge.

Globalement c'est la culture même de l'évaluation qui semble se refléter dans sa déclinaison vers les Learning Spaces, et ce avec un angle d'approche intimement lié au système d'Enseignement Supérieur. Ainsi le caractère concurrentiel du système japonais pourrait-il favoriser le principe d'une évaluation uniquement quantitative.
Le Japon, au terme de quelques mois de diffusion de la version traduite du LSRS, semble pourtant se cantonner à son l'utilisation comme guide de bonnes pratiques dans la conception des espaces, remisant au moins temporairement son aspect évaluation. Dans un contexte national habituellement très axé sur le top-down, la communauté universitaire semble ainsi se contenter en majorité de la réalité d'existence des Learning Spaces dont la mise en place a été recommandée par le MEXT, sans juger nécessaire d'en opérer une évaluation, ne serait-ce que quantitative. Le contre-exemple venant du très récent Self Access Learning Center de Kanda University of International Studies, qui a mis en place un board of advisors et une véritable démarche de recherche basée sur l'évaluation qualitative. Ce à l'initiative de sa directrice, de nationalité britannique.

4. Conclusion: antinomie entre évaluation et créativité ?

La frilosité à utiliser un système d'évaluation en tant que tel, ou les limitations de celui-ci lorsqu'il existe, tendent à confirmer que la question de la définition du succès - et donc des objectifs - d'un Learning Space reste entière, et en tout cas trop complexe pour se satisfaire d'une réponse unique.

Cependant, et si la nature, les modalités, et les objectifs d'une démarche évaluation formelle restent un vrai sujet, l'aboutissement à un cadre normatif apparait comme une hypothèse pour le moins plausible à moyen terme. Cadre normatif qui, de facto, instituerait une forme de standardisation (Jeanneret, 2011), qui constituerait elle-même une antinomie avec nombre de dimensions créatives pouvant s'exprimer dans la conception et l'exploitation de ces espaces.
L'auteur a ainsi pu observer les tensions liées au Learning Space Rating System évoqué plus haut, qui s'appuie d'une part sur son cadre d'évaluation pouvant constituer un guide de conception standard d'Active Learning Classrooms, mais qui peut d'autre part limiter l'expression d'une créativité dans cette même conception. Ces tensions illustrent la question non résolue d'une rationalisation basée sur des codes communs face à un désir de se différencier.

Ce qui nous amène finalement à nous interroger sur la portée de la créativité des Learning Spaces, qu'elle s'exprime pleinement (sur le plan architectural) ou relativement (sur les plans technologique et pédagogique).
S'agit-il de se différencier simplement d'un « ancien monde » universitaire, de ses infrastructures, de ses outils, et de ses méthodes, ouvrant ainsi effectivement et à moyen terme la voie à une standardisation qui relèguerait cette créativité au symptôme d'une phase transitoire qui se cherche ? Ou cette créativité peut-elle perdurer en tant que forme de différenciation dans un contexte concurrentiel que l'évolution d'un système d'Enseignement Supérieur globalisé pourrait pérenniser ?

Bibliographie

Albero B., Linard M. & Robain J.-Y., *Petite fabrique de l'innovation à l'université: quatre parcours de pionniers*. Harmattan, 2008

Baepler P., *Active Learning Spaces: New Directions for Teaching and Learning Number 137*. Jossey Bass, 2014

Baepler P., Walker J.D., Brooks C., Saichaie K., Petersen C. & Cohen B., *A Guide to Teaching in the Active Learning Classroom: History, Research, and Practice*. Stylus Publishing, 2016

Barats C., Bouchard J. & Haakenstaad A, *Faire et dire l'évaluation*. Presses des Mines, 2018

Byers, T., Imms, W. & Hartnell-Young (2014). *Making the case for space: The effect of learning spaces on teaching and learning*. Curriculum and Teaching 29(1) 5-19.

Coll., Mettre en place un Learning Centre: enjeux et problématiques. CPU/Caisse des Dépôts, 2011

Combès Y., Moeglin P. & Petit L., *Industries éducatives : le tournant créatif ?*, dans Bouquillion Philippe (dir.), *Creative Economy, creative industries : des notions à traduire*. Presses Universitaires de Vincennes, 2012.

Fisher K., *The New Learning Environment: The Campus as Thirdspace*. Educause Australia Conference, 2007

Gould T., *Creating the Academic Commons: Guidelines for Learning, Teaching, and Research*. Scarecrow Press, 2011

Imms W., Cleveland B. & Fisher K., *Evaluating Learning Environments: Snapshots of Emerging Issues, Methods and Knowledge*. Sense Publishers, 2016

D'Iribarne P., *Penser la diversité du monde*. Seuil, 2008

Jeanneret Y., *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?*. Septentrion, 2011

Moeglin P., *Outils et médias éducatifs: une approche communicationnelle*. Presses Universitaires de Grenoble, 2005

Moeglin P., *Les industries éducatives*. Presses Universitaires de France, 2010

Murray G. & Fujishima N., *Social Spaces for Language Learning*. Palgrave, 2016

Oblinger D. (dir.), *Learning Spaces*. Educause, 2006

Créer une formation pour agir à distance : jeux d'autorité et enjeux de production de sens
Create a formation to act at a distance: games of authority and issues of sensmaking

Anja Martin-Scholz, docteure en Sciences de l'Information et de la Communication
UMR-CERTOP, Université de Lille
anja.martin-scholz@univ-lille2.fr
Anne Mayère, Professeure en Sciences de l'Information et de la Communication
UMR-CERTOP, Université Toulouse 3
anne.mayere@univ-tlse3.fr

Mots-clé : Autorité, collaboration inter-organisationnelle, frontière, aménagement du territoire
Keyword : Authority, inter-organizational collaboration, boundary, land use planning planning

Considérant l'autorité non pas donnée mais négociée en interaction, nous proposons d'explorer, ici, comment, à travers la création d'un module formation, s'est déployée une tentative de recomposition des domaines d'autorité par des acteurs impliqués dans les processus d'élaboration de documents d'urbanisme. En suivant à la trace ce projet, nous observons comment celui-ci s'inscrit dans un double mouvement d'articulation et de mise à distance afin de faire sens d'une situation à travers l'assemblage de données, d'éléments de méthodes et de « façons de penser ».

Considering the authority not given but negotiated in interaction, we propose to explore, here, how, through the creation of a training module, an attempt has been made to recombine the domains of authority by actors involved in the planning process. Following this project, we observe how it fits into a double movement of articulation and distancing to make sense of a situation through the assembly of data, elements of methods and "ways of thinking".

Créer une formation pour agir à distance : jeux d'autorité et enjeux de production de sens

Anja Martin-Scholz, Anne Mayère

Dans cette communication, nous proposons d'explorer comment, à travers la création d'un module formation, s'est déployée une tentative de re-composition des domaines d'autorité par des acteurs impliqués dans les processus d'élaboration de documents d'urbanisme. Cette construction s'est faite par et à travers une collaboration inter-organisationnelle. Plus encore que la création d'un assemblage de discours, de données et de supports de cours pour véhiculer un ensemble de préoccupations, ce projet a surtout été l'occasion pour les acteurs impliqués de se créer un espace d'échanges et de discussion permettant d'imaginer et de proposer de nouveaux rapports d'autorité, de nouvelles hiérarchisations d'enjeux et de nouvelles façons de faire dans les processus d'élaboration de document d'urbanisme.

L'espace inter-organisationnelle, un espace à la frontière des organisations qui questionne les rapports d'autorités

L'inter-organisationnel qui questionne le lien entre l'individu et son organisation

Avec la montée en puissance de la notion de projet et du management du même nom, il est devenu commun de voir des organisations collaborer. Cependant, les collaborations restent encore peu étudiées, notamment dans une perspective communicationnelle (Koschmann & Isbell, 2009 ; Koschmann, 2013). Or, les collaborations ont ceci de particulier qu'elles réunissent, autour d'un objectif commun, des individus qui représentent des organisations auprès desquelles ils sont placés en responsabilité et à qui ils doivent rendre des comptes. Ces collaborations impliquent à la fois : (1) de la coopération et du partage de ressources et de connaissances et (2) un respect mutuel des intérêts particuliers et/ou communs (Lewis et al., 2010). Elles supposent ainsi que des organisations dédient des ressources et se fassent représenter par des individus au sein d'un espace « à la frontière » des différentes organisations impliquées et ce en vu d'une action collective (Koschmann, 2013). Cet espace inter-organisationnelle amène à ce que les individus supposés représenter les organisations se situent à la fois dedans et en-dehors de celles-ci. Ainsi, l'action collective est négociée à travers des processus continus de communication qui ne s'inscrivent pas nécessairement dans

des relations marchandes ou hiérarchiques (Lawrence, Hardy et Phillips, 2002), mais qui se fondent sur des relations sociales et des accords de principe (Koschmann, 2013) afin que cette collaboration à la fois maintienne l'intérêt des acteurs individuels et/ou organisationnelles, et permette une réalisation commune.

Les travaux de Koschmann (Koschmann et Isbell, 2009 ; Koschmann et Laster, 2011) montrent que ces collaborations se construisent par et au travers de *tensions organisationnelles*. En effet, la collaboration met en tension le fait que chacun doit contribuer à l'action commune tout en permettant l'expression des idées et des opinions ainsi qu'en fournissant aux membres l'occasion de poursuivre leurs intérêts. De même, la collaboration pour se réaliser doit pouvoir se maintenir dans le temps au travers de réalisations, alors que les interactions des membres se limitent souvent aux réunions, nécessitant alors de la part des membres à ce qu'ils réalisent des tâches pour la collaboration lorsqu'ils sont de retour au sein de leur propre organisation.

L'engagement des individus et des organisations pour pouvoir collaborer dans le temps ainsi que ces mises en tensions sont particulièrement intéressantes à interroger. Néanmoins, ces travaux ne questionnent pas les rapports d'autorité et de ventriloquie entre les individus physiquement présents au sein de cet espace inter-organisationnel et l'organisation qu'ils sont censés représenter, et ce plus particulièrement dans un contexte d'innovation, à la suite d'initiatives personnelles. En effet, si les individus participant à la collaboration sont supposés représenter et parler au nom des organisations qui les y ont déléguer, ces individus qui se retrouvent dans un espace hors de l'organisation doivent y traduire, et donc y renégocier les intérêts et les motivations de celle-ci. De plus, ces individus ne sont pas seulement des membres de l'organisation mais aussi peuvent avoir d'autres intérêts, d'autres motivations (Latour, 2007). Ceci nous amène à questionner les rapports d'autorité dans lors d'un processus d'innovation.

Des rapports d'autorité à la frontière

L'autorité, ici, n'est pas considérée comme une propriété ou équivalente à la notion de pouvoir. Certes, l'autorité suppose la capacité à déterminer l'orientation de l'action et sa signification, mais cette capacité n'est ni donnée, ni universelle. Elle est négociée en interaction (Wathelet, 2015), et sur un domaine particulier (Taylor, 2012). Selon Benoit-Barné et Cooren (2009), un acteur est en capacité d'agir sur un autre à travers l'invocation de figures d'autorité déjà reconnues comme légitimes, du fait de la sédimentation des pratiques matérielles et sociales et des conversations antérieures, souvent inscrites dans des textes,

incorporées par les générations suivantes d'acteurs (Taylor, 2012). Ainsi, l'autorité suppose une traduction, une délégation d'une source d'autorité (Taylor, 2012) qui sera *présentifiée* dans l'interaction par l'acteur qui parle en son nom. Cependant, pour qu'un acteur puisse agir au nom d'une source d'autorité encore faut-il que celle-ci soit reconnue comme légitime sur un domaine d'action particulier et que sa traduction locale par l'acteur soit acceptée par les autres acteurs pris dans l'interaction (Jolivet, 2013 ; Mayère et al., 2012).

Si au sein d'organisations, nous pouvons considérer qu'il existe des rapports d'autorités préexistant, ce n'est pas forcément le cas dans le cadre de collaborations inter-organisationnelles. En effet, ces espaces d'échanges se situant à la frontière des organisations et n'étant pas nécessairement inscrits dans des rapports hiérarchiques, les acteurs se doivent de négocier leur domaine d'autorité et leur capacité d'action à distance, notamment vis-à-vis de ceux qui n'y participent pas. Ce faisant, ces négociations d'autorité qui se jouent « à la frontière » des organisations, suscitent à la fois des formes d'articulations (Star & Griesmer, 1989) mais aussi de mise à distance.

Dans le cadre de cette communication, nous proposons de caractériser les modalités de fabrication d'une autorité à distance, passant non seulement par les discours et les figures invoquées, mais aussi par les données mobilisées, écartées, combinées, par l'équipement informationnel élaboré, débattu, reconfiguré, à l'occasion de la création de ce projet de formation.

Suivre un projet de formation en aménagement du territoire

Notre terrain de recherche s'inscrit dans le contexte de l'aménagement du territoire en France, et en particulier de transformation des processus d'élaboration de documents d'urbanisme, sous l'effet de la décentralisation de l'Etat et de transformations de problématiques d'aménagement (Lascoumes et Simard, 2011). Les acteurs impliqués dans l'aménagement doivent arbitrer entre de nombreux conflits d'usages des sols, au regard de lois et directives plurielles voire contradictoires. Dans ce contexte, nous avons observé des acteurs, porteurs d'une préoccupation concernant la préservation des terres cultivées ou potentiellement cultivables, qui devaient faire face à la restriction de leur capacité d'intervention, et qui ont cherché des modalités d'agir à distance à travers la création d'un module de formation.

La création de ce module était à l'initiative d'agents issus de la Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt du Languedoc-Roussillon (DRAAF), un service

déconcentré du Ministère en charge de l'agriculture, et d'un organisme de recherche, l'UMR TETIS (Territoire, Environnement, Télédétection et Informations Spatiales). Initié en 2013, ce module visait à promouvoir la prise en compte des sols dans les processus aménagement, via la prescription d'une « bonne » utilisation de données, désignées comme étant les « taches artificialisées », les « Indicateurs de la Qualité des Sols » (IQS) et les « Classes de Potentiel Agronomique des Sols » (CPAS). Les « taches artificialisées » sont censées quantifier la « consommation » des espaces potentiellement agricoles par des constructions et autres revêtements. Tandis que les « Indicateurs de la Qualité des Sols » (IQS) et les « Classes de Potentiel Agronomique des Sols » (CPAS) qualifient les espaces « potentiellement agricoles » en fonction de leur capacité à accueillir des cultures céréalières. Le projet a, par la suite, évolué au fur et à mesure de l'enrôlement de nouveaux acteurs, tels que des agents de la Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement du Languedoc-Roussillon (DREAL), service déconcentré sous la tutelle des Ministères en charge de l'Aménagement et du Logement, mais aussi à travers la mobilisation de différents ensembles de données relatives au territoire ; les visées, le contenu et les destinataires du module ont été renégociés et redéfinis. Une session de ce module a été organisée les 30, 31 mars et 30 avril 2015 à destination d'agents des Directions Départementales des Territoires (DDT). Le 30 mars et le 30 avril se sont déroulés en salle, le matin étant consacré à des présentations de la part d'intervenants tandis que l'après-midi avait lieu l'étude de cas pratiques composés d'ensembles de communes ainsi que de jeux de cartes. Une sortie sur le terrain a été effectuée le 31 mars ; il s'agissait pour les destinataires et les intervenants de se déplacer sur les communes étudiées lors des cas pratiques avec un paysagiste et un intervenant décrivant les sols et certains des enjeux agricoles relatifs à ces lieux.

Pour saisir les négociations d'autorité et les processus de production de sens à l'œuvre à travers la création de ce module de formation, nous avons adopté une démarche ethnographique (Grosjean & Groleau, 2013) afin de pouvoir faire la « biographie » de ce projet (Bonnot, 2010). Nous avons donc suivi ce projet de mai 2013 à décembre 2015, date de l'envoi d'un « corrigé » à l'ensemble des participants à la session de formation. Ce faisant, nous avons suivi les acteurs impliqués « à la trace », humains et non humains (Latour, 2007), en nous fondant sur une approche abductive et itérative (Bernard, 1997). Ce suivi s'est fait au travers de la participation à des réunions, des déplacements sur le terrain, la réception de mails et de documents, ainsi que la récupération de données. Ainsi, le matériau collecté est composé de nombreux observables, à savoir les interactions et les différents équipements et supports mobilisés et/ou invoqués (mails, supports de communication, cartes, captations audio et/ou

vidéo des réunions, etc.). De ce matériau, nous avons dégagé les principales thématiques, les débats tels qu'ils évoluent et se reconfigurent, ainsi que les récurrences, les éléments intriguant et les contradictions (Kaufmann, 2013). Face à la densité du matériau (environ 450 pages de retranscriptions, des centaines de mails, des dizaines de documents ...), nous avons concentré notre analyse sur les réunions en ce qu'elles rassemblent l'ensemble des acteurs impliqués ; c'est à travers elles que l'organisation « crée et maintient l'activité d'*organizing* » (Boden, 1994, p. 81).

Collaborer selon une démarche « expérimentale »

Le point de départ de cette communication est un des éléments qui nous a particulièrement intrigué été l'utilisation récurrente, lors d'une réunion qui avait eu lieu le 28 mars 2014, du terme « laboratoire » pour désigner le travail de conception de ce module de formation. L'insistance du recours à ce terme a continué à nous questionner quand nous nous sommes rendu compte qu'à de très nombreuses reprises, à l'occasion de différentes réunions, les acteurs impliqués dans le projet caractérisaient la démarche de construction du module de formation comme étant « expérimentale ». L'emploi de cet adjectif, principalement par des agents de la DRAAF, mais aussi par ceux de TETIS, s'inscrit dans lors d'échanges concernant à la fois l'idée que le module de formation soit tester « en interne », le terme interne pouvant désigner soit les membres du projet, soit des agents de services de l'Etat, et celle qu'il ne faudrait pas imposer une bonne solution au cas pratique étudié lors de la session de formation. En observant les différents échanges qui ont eu lieu lors des réunions, le caractère expérimental revendiqué synthétise trois préoccupations qui ont animées les acteurs prenant part à la collaboration : (1) un besoin de légitimation et de justification de leur action, notamment vis-à-vis des destinataires du module de formation ; (2) l'anticipation des critiques éventuelles qui pourraient leur être faites de la part de ceux qui ne participent pas au projet, à savoir les destinataires, leurs organismes respectifs ainsi que les autres acteurs de l'aménagement exclus du projet que sont les élus et les agriculteurs, en les mettant à distance ; et (3) la construction progressive d'un assemblages de données, d'éléments de méthode et de « façon de penser » afin de prescrire une « bonne » façon de faire les documents d'urbanisme.

Le besoin de légitimation et de justification de l'action s'observe particulièrement dans la recherche d'alliances (Martin-Scholz, 2018). Ainsi, les agents de la DREAL ont été recruté au

sein du projet par les agents de la DRAAF, car, selon ces derniers, les agents de la DREAL ont une audience plus grande, leur parole est reconnue comme étant plus légitime par les destinataires du module que sont les agents des DDT. Ce besoin de légitimation s'observe également au travers du recrutement de la Science et de l'Expertise. Ce recours s'observe au travers de la mobilisation de données produits par des scientifiques, par le recours au vocabulaire de la pédologie (la science du sol) et aussi par la tentative d'inscription de pédologue dans le projet de la part d'agents de la DRAAF. L'inscription de ces formes de légitimation est aussi le fait des agents de la DREAL, notamment, lorsque pour la sortie sur le terrain, ils font appel à un paysagiste-conseil qui produit déjà des expertises à destination des agents des DDT dans le cadre des processus d'élaboration de document d'urbanisme.
Ces recrutements d'alliances et ce besoin de légitimer les discours se fait en parallèle de l'expression d'une inquiétude de la part de ces agents de l'Etat qui voient leur capacité d'action et leur domaine d'intervention se restreindre au fur et à mesure de différentes réformes. Plus encore, lors de ces échanges, ils font part de leur impression de ne pas être écoutés ou soutenus ni par l'Etat, ni par les agents des DDT. Ainsi, ces agents de l'Etat se revendiquent comme porteurs « des intérêts stratégiques » de l'Etat voient leur prescription « empêchée » et tentent ainsi que travers de la collaboration de maintenir leur capacité d'action à distance.

Cette forme de prescription « empêchée » s'observe aussi dans l'anticipation des critiques éventuelles que tentent régulièrement les participants du projet. Cette anticipation s'accompagne d'une volonté de clôturer la collaboration autour d'un « entre nous » et ainsi d'une mise à distance des autres. Il s'agit pour ces agents de maintenir une forme d'autorité sur un domaine en empêchant d'autres d'y intervenir, en les excluant. Cette exclusion participe d'un paradoxe inhérent aux processus d'innovation. En effet, pour qu'un projet « fonctionne », pour qu'il quitte le « monde de l'utopie » (Latour, 1992), il faut qu'il puisse recruter de nouveaux membres, de nouveaux alliés. Cependant, le recrutement de nouveaux alliés présente un risque ; ceux-ci pouvant remettre en question les traductions et les négociations déjà opérées entrainant éventuellement une dissidence des acteurs déjà enrôlés (Callon, 1986). Les acteurs du projet sont donc mis en tension entre le confinement à un entre soi et l'élargissement d'un réseau d'acteurs qui risquerait de remettre en question les domaines d'autorité et les traductions en cours de négociation. Pour résoudre cette tension, les acteurs du projet ont restreint la définition des destinataires et des intervenants du module aux seuls agents de l'Etat. La mise à distance des élus, mais aussi des agriculteurs s'est observé à

plusieurs reprises lorsqu'il a été question de les inscrire dans le projet. Cette mise à distance s'accompagnait d'une disqualification de ces acteurs, considérés comme porteurs d'intérêts privés et à court termes, tandis que les acteurs du projet se considèrent comme porteurs d'un intérêt qu'ils revendiquent comme relevant du commun et à long terme. Ainsi, la clôture du projet s'inscrit participe de la revendication du caractère « expérimental » du projet dont il s'agit de maintenir les paramètres, et donc les négociations des domaines d'autorité face à un extérieur qui ne participe pas des mêmes intérêts ni des mêmes préoccupations.

Le projet de formation visait à l'origine à faire prendre en compte les enjeux de préservation de terres potentiellement cultivables dans les processus d'aménagement via la prescription de données. Au fur et à mesure de l'évolution du projet et de l'enrôlement de nouveaux acteurs, de nouvelles problématiques ont été inscrites dans le module de formation ainsi que de nouveaux corpus de données (jusqu'à 17 corpus). L'accumulation de ces données et de ces enjeux ont amené les acteurs du projet à essayer de construire une forme de priorisation des enjeux et des problématiques afin de prescrire une « bonne » façon de faire et de penser l'aménagement du territoire. L'emploi du terme *prescrire* ne doit pas ici être considéré comme l'instauration de normes effectives mais comme un « mode de relations » par et à travers lequel certains acteurs essaient de se positionner comme autorisés, comme légitimes à faire agir ou à définir comment doivent agir d'autres acteurs (Delcambre, 2017). À travers le processus de création de la formation, les acteurs du projet ont progressivement tenté d'élaborer un assemblage de données, ainsi que des éléments de méthodes et des « façons-de-voir ».

La construction de cet assemblage n'a pas été un processus linéaire et prévisible. En effet, chacun des acteurs étaient porteurs d'intérêts et de préoccupations différentes : les agents de la DRAAF souhaitaient préserver leur domaine d'autorité sur les problématiques agricoles, faire prendre en compte la préservation des terres potentiellement cultivables et favoriser l'utilisation de données sur la qualité des sols tandis que ceux de la DREAL visaient à homogénéiser et rationnaliser l'action des agents des DDT, ainsi que de sensibiliser à la question des paysages. L'inscription d'éléments modifiant l'ensemble de l'assemblage constitué progressivement, de nombreux accords ont dû être fait pour articuler les préoccupations des différents acteurs. Ainsi, l'inscription de nombreux corpus de données a fait craindre aux agents de la DRAAF que les données sur les sols soient « noyées » dans cet ensemble et que

les préoccupations qu'ils portaient ne soit plus présentes dans le module. Au fur et à mesure de l'avancement du projet, nous avons observé une forme de négociation à *minima* afin d'agencer les différents compromis afin qu'ils constituent un tout plus ou moins cohérent et qu'ils maintiennent la collaboration entre les différents actants. Ce faisant se construit une articulation à « la frontière », à l'intersection entre « plusieurs mondes sociaux » (Trompette & Vinck, 2010).

Le caractère expérimental revendiqué par les acteurs du projet démontre ainsi leur objectif de s'inscrire dans une démarche fondée sur des itérations progressives afin à la fois d'articuler les préoccupations de chacun des membres de la collaboration mais aussi de construire un assemblage visant à prescrire une méthode pour élaborer des documents d'urbanisme.

Conclusion

Au travers de cette communication, nous observons ainsi comment des acteurs, voyant leur domaine d'intervention se restreindre, tentent de se construire une voie afin de maintenir leur capacité d'action à distance. Ce faisant, il s'agit pour les acteurs de recomposer les domaines d'autorité de chacun des acteurs de l'aménagement au travers de la construction d'un agencement de données, d'éléments de méthode, de discours et de « façons de penser », censé véhiculer les préoccupations des membres du projet et s'imposer aux autres acteurs de l'aménagement.

Pour ce faire, les acteurs du projet, issus de différents services de l'Etat et d'un organisme de recherche, collaborent selon une démarche qu'ils qualifient « d'expérimentale ». Cette démarche vise ainsi à construire la légitimité et la capacité à agir sur d'autres de l'action commune résultant de la collaboration ; ce notamment par la construction d'alliances et le recours à des éléments supposés neutres, objectifs et vrai telles que les données et la Science. Afin de renforcer leur légitimité et s'assurer de l'absence de dissidence, les acteurs du projet ont également tenté d'en maitriser les « paramètres » en excluant certains acteurs de l'aménagement. Enfin, cette « démarche expérimentale » vise à construire de façon progressive une « solution » qui permette d'articuler les différents intérêts et préoccupations dont sont porteurs les différents acteurs. Ainsi à travers ce projet, les acteurs sont pris dans des processus communicationnels afin de faire sens d'une situation, compris à la fois en termes de signification et d'orientation de l'action.

Cette communication montre ainsi l'intérêt d'étudier les collaborations inter-organisationnelles comme lieu de créativité et d'échanges. En effet, celles-ci se situent dans un entre deux, à la frontière permettant de ce fait d'imaginer de nouveaux rapports d'autorité et de hiérarchisation des enjeux. Plus encore, cette notion de frontière nous permet d'observer comment ce projet d'élaboration d'un module de formation s'inscrit dans un double mouvement d'articulation entre des mondes sociaux différents et de mises à distance de l'autre en renégociant et redéfinissant les domaines d'autorités de chacun.

Bibliographie

Benoit-Barné, C. & Cooren, F. (2009). The Accomplishment of Authority Through Presentification How Authority Is Distributed Among and Negotiated by Organizational Members. *Management Communication Quarterly*, *23*(1), 5–31.

Bernard, F. (1997). La communication de changement : vers une heuristique de l'induction. Communication et organisation, (12).

Boden, D. (1994). *The Business of Talk : Organization in action*. Polity Press.

Bonnot, T. (2010). Biographies d'objets.

Callon, M. (1986). Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and fishermen of St Brieuc Bay. *The Sociological Review*, n°32, p. 196-233.

Delcambre, P. (2017). La prescription culturelle quoi de particulier ? L'exemple des arts de la scène. In *La prescription culturelle en question*, 5–7 avril 2017. Université de Bourgogne-Franche-Comté. Colloque international du Groupe d'Études sur la Prescription (GEP).

Grosjean, S. & Groleau, C. (2013). L'ethnographie organisationnelle aujourd'hui : De la diversité des pratiques pour saisir l'organisation en mouvement. *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels* Le shadowing et autres pratiques de l'ethnographie, 13–23.

Koschmann, M. (2013). The communicative constitution of collective identity in interorganizational collaboration. *Management Communication Quarterly*, n°*27*(1), p. 61–89.

Koschmann, M. & Isbell, M. G. (2009). Toward a Communicative Model of Interorganizational Collaboration: The Case of the Community Action Network. *Case Research Journal*, n°*29*.

Koschmann, M. & Laster, N. M. (2011). Communicative Tensions of Community Organizing: The Case of a Local Neighborhood Association. *Western Journal of Communication*, n°*75*, p.28–51.

Lascoumes, P. & Simard, L. (2011). L'action publique au prisme de ses instruments : Introduction. *Revue française de sciences politiques*, *61* L'action publique au prisme de ses instruments, 5–22.

Latour, B. (1992). *Aramis ou l'amour des techniques.* Paris. La Découverte.

Latour, B. (2007). *Changer de société, refaire de la sociologie*. Paris. La Découverte.

Lawrence, T. B., Hardy, C. & Phillips, N. (2002). Institutional effects of interorganizational collaboration: The emergence of proto-institutions. *Academy of management journal*, n°*45*(1), p. 281–290.

Lewis, L., Isbell, M. G. & Koschmann, M. (2010). Collaborative Tensions: Practitioner's Experiences of Interorganizational Relationschips. *Communication Monographs*, n°*77*, p. 460–479.

· Martin-Scholz A. (2018). Jeux d'autorité au travers de la conception d'une formation dans les politiques publiques territoriales. *Communication Organisationnelle*. *Formes et Transformations Contemporaines*. (sous la dir.) Sylvie P. Alemanno et Anne Mayère.

Star, S. L. & Griesemer, J. R. (1989). Institutional ecology,translation's and boundary objects : Amateurs and professionals in Berkeley'sMuseum of Vertebrate Zoology, 1907-39. *Social studies of science*, *19*(3), 387–420.

Taylor, J. R. (2012). L'autorité comme base normative de l'organisation. In ICA/SFSIC/GERIICO (Éd.), *Communiquer dans un monde de normes. L'information et la communication dans les enjeux contemporains de la « mondialisation »*, 7–9 mars 2012 (p. 178–182). Colloque International Communiquer dans un monde de normes.

Trompette, P. & Vinck, D. (2010). Retour sur la notion d'objet-frontière (2) : Fécondité de la notion dans l'analyse écologique des objets innovants. *Revue d'Anthropologie des connaissances*, *4*, 11–15.

Wathelet, E. (2015). *Autorité et auteurités émergeantes dans un environnement organisationnel non-hiérarchisé en ligne : le cas de construction de règles sur Wikiédia*. Université catholique de Louvain, Belgique. Thèse de doctorat.

Enquête sur un dispositif innovant dédié à la solidarité internationale : le Grin

Investigation of an innovative device dedicated to international solidarity

Auteur : Eric Dacheux (Pr en SIC), Florine Garlot (Doctorante SIC)
Laboratoire Communications et sociétés UCA (EA 4647)
Eric.dacheux@uca.fr - Florine.garlot@ext.uca.fr

Mots clefs : *recherche-action ; analyse communicationnelle ; solidarité internationale ; communication politique.*
Keys words: *action research; communicational analysis; international solidarity; political communication.*

Résumé
Le Grin est un dispositif innovant visant l'élaboration collective d'un savoir sur la solidarité internationale (SI). Savoir qui serait coconstruit dans un conflit intégrateur (Dacheux 2016) et qui échapperait à la colonialité (Quijano 1994). Le Grin est donc un dispositif censé favoriser à la fois la création (action sur le symbolique : ici les représentations de la SI) et la créativité (la mise en œuvre de nouvelles pratiques).

Abstract
"Grin" is an innovative device aimed at the collective elaboration of knowledge on international solidarity (IS). Knowledge wich would be on the one hand co built in an integrating conflict (Dacheux 2016) and in the other hand which would escape the coloniality (Quijano 1994). The Grin is thus a device supposed to favor both creation (action on the symbolic (here representations of the IS) and creativity (implementation of new practices).

« Grin » est le nom que l'on donne au Mali à ces lieux de réunions conviviales à vocation éducative et solidaire où l'on refait le monde autour d'un thé. Le Grin ici étudié, est, pour ses porteurs (acteurs et chercheurs), un espace de causerie. Le Grin se fait aussi grain de sable : il ne s'agit pas de se complaire dans des certitudes mais de les mettre en débat. En 2017-2018, sa thématique de réflexion est la solidarité internationale (SI). Le Grin est un dispositif créatif censé favoriser à la fois la création, au sens d'action sur le symbolique - ici les représentations de la SI -, et la créativité - la mise en œuvre de nouvelles pratiques. Il s'agit d'une expérimentation citoyenne visant à transformer la réalité sociale et donc, d'une innovation sociale forte (Duracka, 2016). Pour étudier cette dernière, nous allons d'abord présenter le dispositif et l'intention de ses porteurs (I), puis nous verrons si dans la pratique il est effectivement créatif (II). Enfin, nous conclurons sur les perspectives de renouvellement que ce type de recherche-action offre aux études sur la communication politique. Précisons que, pour mener notre démarche, nous nous inscrivons dans la théorie de l'enquête de Dewey (Dewey, 1993), privilégiant la recherche-action à une posture critique surplombante. Cette recherche-action, dont le dispositif Grin est le fruit, implique, entre autres, les rédacteurs de ce texte[1]. C'est pourquoi nous avons repris la même méthodologie que celle utilisée par des chercheurs en Sic produisant une analyse réflexive sur un dispositif dont ils étaient parties prenantes (les Ateliers de l'imaginaire, Menissier, Martin-Juchat, 2016) : observations participantes et entretiens semi-directifs.

I Présentation du dispositif créatif le Grin

Le Grin est abordé en tant que dispositif – il met en relations soi, autrui, le monde (Foucault, 1984) –, et en tant que médiation créative (Berten 1999). Ce dispositif vise la co-construction conflictuelle d'un savoir pluriversel. Il relève ainsi de la communication politique, définie comme « un processus symbolique complexe et ambivalent qui vise, par des moyens rationnels et non rationnels, à faciliter la confrontation d'opinions contradictoires dans l'espace public » (Dacheux, 2016 : 104).

A) L'objectif normatif du Grin

Le Grin est un dispositif innovant et expérimental, une recherche-action, visant, par la création de connaissances nouvelles, la transformation d'une situation trouble (la crise que traverse la solidarité internationale). Il s'agit donc de remettre en question le cadre normatif de cette situation et, en même temps, de tester[2] une forme de communication, visant à

[1] Florine Garlot est l'une des initiatrices du projet Grin. Elle a co-animé l'émission de radio analysée et a participé à l'équipe de coordination de Festisol. Eric Dacheux animateur du pôle auvergne de l'ISCC est responsable du séminaire « Partage des savoirs », une des composantes du Grin.

[2] Rappelons que les différentes étapes de l'enquête – l'étonnement, l'identification des problèmes, les suggestions de solutions, le test

développer des compétences démocratiques.

En effet, pour J. Dewey, on communique pour construire une Grande communauté (Dewey, 2010 : 236). Tendre vers cet idéal implique que chacun ait une compétence démocratique. Le Grin a pour horizon, de développer cette compétence démocratique sur la solidarité internationale. Pour cela, trois axes ont été développés : la réciprocité (Laville 2010), la décolonialité (Quijano 1994), la pluriversalité (Glissant 1997). Il s'agit donc de la construction d'une solidarité qui soit démocratique (une relation d'égalité, de complémentarité et d'interdépendance volontaire), acoloniale (allant à l'encontre des hiérarchies des pouvoirs, des savoirs et des êtres), cherchant à construire « un universalisme riche de toutes les particularités » (Césaire, 1956). Cet horizon d'une solidarité démocratique, telle que nous venons de la définir, est une suggestion qui sert, pour le Grin, de but – d'idéal dirait Dewey -, en même temps que de moyen.

B) Les activités du Grin

Le Grin est au carrefour de plusieurs initiatives. La première est une recherche doctorale menée dans le cadre d'une CIFRE au GIP (Groupement d'intérêt public) RESACOOP, sur la communication politique des associations de SI. La seconde est le séminaire annuel « partage des savoirs », organisé dans le cadre du groupe de recherche ISCC Auvergne réunissant chercheurs et acteurs, pour réfléchir et partager des expériences sur cette question. La troisième est constituée par les huit séances de l'initiative « repenser la solidarité internationale », portée par le collectif Festival des solidarités[3]. La quatrième est portée par l'engagement de l'association Kodon, qui s'inscrit hors des sentiers battus de la solidarité internationale en cherchant à décloisonner des initiatives écologiques, culturelles et solidaires. La rencontre de ces quatre dynamiques s'est traduite par la volonté commune d'agir ensemble. Pour ce faire, une recherche-action évaluative annuelle a été intégrée au dispositif. Ce dernier agit dans plusieurs directions. D'abord, creuser les concepts et interroger les mémoires pour donner du sens à son engagement et à l'action. Ensuite, la volonté de se décentrer et d'amener les autres à se décentrer (notamment les plus jeunes) pour aller vers une plus grande prise en compte de l'incompréhensible (dans le sens où on comprend que l'on ne peut comprendre l'altérité donc la seule option restante pour cohabiter est de la respecter). Également, de déconstruire les stéréotypes et préjugés. Enfin, de se remettre en question en favorisant un certain recul sur l'action.

des hypothèses, l'évaluation - permettront de recréer une expérience esthétique (Dewey, 1993, 2014), c'est-à-dire un tout unifié, une situation cohérente où la continuité de l'action et le pouvoir d'agir sont rétablis, simplement parce que l'action est dès lors guidée par un but, un idéal.

[3] La Semaine de la solidarité internationale, événement national grand public d'Education à la citoyenneté et à la solidarité internationale (proposé par le CRID – Centre de recherche et d'information sur le développement) a été rebaptisée en 2017 Festival des Solidarités afin de faire plus de liens entre solidarités locales et internationales.

Dans ce cadre général, l'objectif du Grin était, pour l'année 2017-2018, d'interroger la notion de « solidarité mondiale sans domination ». Pour cela, ce dispositif créatif s'appuie sur le développement de trois activités : premièrement, l'organisation d'événements permettant des mises en débats créatives entre acteurs diversifiés de la solidarité, deuxièmement une émission radio bimensuelle, troisièmement, la réalisation de supports (film, œuvre d'art, reportage photos, textes) permettant de mettre en scène et en sens les savoirs construits. L'ambition, à chaque fois, est de construire du sens par des expériences faisant appel aux sens, afin notamment de prendre conscience des représentations, intellectuellement mais aussi émotionnellement. A ce jour, le Grin a terminé le cycle de 10 émissions radio et débuté le cycle de journées partage des savoirs dont une fut retracée par une œuvre d'art.

II Étude de deux activités du Grin

Nous allons ici rendre compte de la recherche-action évaluative, propre au dispositif Grin, en mettant la focale sur le cycle d'émissions de radio et sur la journée « partage des savoirs » du 25 novembre précédemment évoqués. Notre approche réflexive s'inspire des travaux de Menissier et Martin-Juchat (2016), en prenant en compte les observations des chercheurs impliqués et les retours des participants au dispositif. Plus précisément, ces retours sont issus de deux études de réception qualitatives exploratoires : 9 entretiens pour la première activité et 8 autres pour la seconde, auprès des personnes ayant manifesté leur intérêt pour les activités du Grin. Nous voulions appréhender ce que les gens comprennent de la solidarité internationale telle qu'elle a été mise en scène par le Grin. Au-delà d'une réaction à court terme nous voulions comprendre ce que les récepteurs font de ces contenus, à plus long terme. Cette étude en réception différée est donc aussi, au final, une façon d'évaluer les représentations sociales des récepteurs.

A) L'émission de radio éponyme

L'émission radiophonique Grin a fait l'objet d'un travail de réflexion majoritairement mené en binôme, puis testé de septembre 2017 à mars 2018, tous les 1ers et 3èmes mercredis du mois à 20h, sur Radio campus. Précisons que Radio-campus, en tant que radio libre, ne fait pas de mesure d'audience. Nous croisons, pour analyser l'activité, les regards des porteurs du Grin et les retours d'auditeurs. Les auditeurs interviewés sont tous impliqués dans la vie associative. Ils sont investis pour une société alternative : solidarité internationale, média libre et plus largement économie sociale et solidaire. La plupart des interrogés sont donc familiers de la thématique.

Lors des émissions, l'objectif était de matérialiser les trois thés du dispositif Grin : le premier thé « s'étonner », fait état des allant de soi. Ces évidences peuvent être révélées de différentes façons : reprendre les définitions de termes du dictionnaire au regard de l'étymologie ou encore interroger des personnes en amont des émissions en face à face ou encore par les réseaux sociaux[4]. Le deuxième thé, celui du questionnement, devrait se matérialiser par la mise en contradiction des évidences préalablement mises au jour. Le troisième thé, l'ouverture, est le moment où on fait état de ressources d'approfondissement. Chaque émission se construisait autour de ces trois parties. Par ailleurs, il s'agissait de faire appel à des savoirs de différentes formes, notamment sensibles – extraits musicaux et de films – afin d'enrichir les thématiques traitées[5]. On le voit l'intention de l'émission s'inscrit bien dans une approche créative - il s'agit de questionner les représentations et prendre du recul sur l'action de la solidarité internationale. Comment cette approche est évaluée par les auditeurs ?

L'étude montre qu'il y a des décalages entre les objectifs des porteurs du projet et ce qui a été réellement mis en place ou vécu par les auditeurs. Cela d'abord au sujet du média radio : alors que le binôme avait l'ambition de recourir à la radio de façon participative (le premier thé notamment et proposer des émissions hors studio), cela n'a pas été fait, au risque d'être dans une approche transmissive. L'auditeur n'a pas d'espace : « vous êtes entre vous. Comme vous interagissez, il y a une distance avec les auditeurs et en plus vous vous tutoyez donc on voit votre proximité. J'aurais voulu rajouter des choses. » (Chaka, bénévole association des maliens d'Auvergne). Cela est un vrai frein à la dimension créative du dispositif : comment vraiment questionner ses représentations, prendre du recul quant à l'action, sans participation ?

Cependant, les discutants du Grin ont tenté d'être dans la contradiction et donc, de ne pas transmettre ou de persuader d'un prêt à penser, mais plutôt de convier les auditeurs à une synthèse active. Cela a par ailleurs mis une auditrice dans l'inconfort : « comme c'est du débat on ne sait pas trop ou vous voulez nous emmener […], une fois la contradiction faite il faudrait peut-être faire une synthèse, ou peut-être est-ce à nous de la faire » (Marie, salariée solidarité internationale). Cependant, le débat contradictoire n'a pas toujours été perçu, comme le démontre le commentaire suivant : « Je pense que c'est bien de faire intervenir plusieurs voix mais faudrait être plus discordants pour mettre en valeurs les différents aspects,

[4] Le premier temps d'étonnement a toujours été un tour de table sur une notion confrontée à son étymologie. Une émission hors studio nous a permis de sonder la salle plutôt que de partir des évidences portées par les discutants

[5] Les émissions se sont constituées autour des 5 thèmes suivants : la domination (1 émission), la modernité (1), la solidarité (1), la résistance (2), la pluriversalité (3). Ce cycle s'est ponctué par une émission bilan. Par ailleurs, deux émissions, hors studio ont également été organisées : le lancement de la journée « Construire une solidarité sans domination » du 25 novembre 2017 et le lancement du Festival des Afriques, le 4 avril 2018, avec une émission sur la redevabilité.

pour plus d'objectivité » (Chaka) ». Contrairement à son ambition, le Grin n'a pas dépassé le modèle épistémologique de la communication (Quéré, 1991), basé sur la transmission qui, dans la pratique, est plus aisé à mettre en œuvre.

Ensuite, la formulation « construire une solidarité mondiale sans domination ? » peut sembler trop théorique : « Ça pourrait être un sujet qui intéresse mes potes mais pas sûr qu'ils auraient accroché ou capté » alors que « des exemples concrets » permettraient à chacun de se sentir concerné par les thématiques traitées (Jérémy, porteur d'un projet de café associatif). Donc les auditeurs semblent visiblement être des personnes qui questionnent déjà leurs représentations sur la solidarité internationale. Cela peut cependant être nuancé puisque les sources et les contenus diversifiés permettent de « regarder les choses autrement » (Cécile, bénévole Kodon), avec plusieurs angles d'approche et de « sortir des chemins tracés » (Marie). En effet, les auditeurs considèrent que ce cycle d'émissions leur a permis de nourrir et conforter des réflexions, en revanche on ne peut pas parler de changement de regard : « je n'ai pas vraiment changé de regard mais ça m'a questionnée, j'ai appris des trucs. Je me rappelle m'être dit ah ouais, ah tiens, je ne savais pas » (Charline, salariée de l'économie sociale et solidaire) ou encore, cela « m'aide à construire ma réflexion avec des points de vue » (Marie). Delphine (bénévole Radio-Campus) précise : « ça m'a modérée sur des idées ». Si les auditeurs n'ont pas changé de regard, la plupart considère que là était l'objectif de l'émission, et plus précisément de « démonter quelques idées reçues et essayer de voir comment on peut agir ensemble dans le monde actuel » (Chaka).

En résumé, les émissions semblent mettre en visibilité d'autres angles d'approches de la solidarité internationale et inviter les auditeurs à recourir à d'autres représentations. Cependant, des incohérences sont révélées par cette étude : l'absence de participation, pas de changement de regard etc. Ces incohérences ne permettent pas de considérer cette activité radiophonique comme créative (transformant les représentants et les pratiques). Il s'agira donc, au regard des éléments collectés et en cohérence avec l'enquête de Dewey, de modifier l'activité, la tester et l'évaluer à nouveau.

B) Rêveries de promeneurs solidaires [6]

[6] Ouverture de la journée (pôle 22 bis) : Plateau-radio ouvert - Radio Campus, avec l'économiste Diego Landivar et les associations participantes, animation culinaire Sooji et buffet coréen (gratuit)
Atelier 1 : La solidarité au XXIe siècle sera bilingue ou ne sera pas avec l'association Kodon, Escale Ethique, Cosette et sa cartocyclette et la philosophe S.Kodjo Grandvaux (pôle 22bis)
Deux déambulations avec les percussionnistes Afro Fola
Atelier 2 : Après l'accueil, vient l'insertion… Collectif Toi l'Auvergnat, avec La Cimade dans le cadre du Festival Migrant'scène (Café Les Augustes)
Atelier 3 : Construire ensemble la solidarité (matérialisé par un dôme en bambous) Parccoasis (parvis du musée Bargoin)

Cet événement « rêveries de promeneurs solidaires » s'inscrit dans l'axe partage des savoirs de l'ISCC Auvergne. Il s'agissait de proposer une journée de rencontres et d'échanges entre penseurs-acteurs de la solidarité lors du Festival des solidarités, le 25/11/2018, et plus précisément d'arpenter des chemins de pensée au sens propre comme au sens figuré… En cohérence avec le dispositif général du Grin, ses objectifs sont de questionner les représentations, notamment caritatives, et les savoirs de la solidarité ; de (re)penser l'action (dépasser l'aide), en mobilisant différents sens et différents savoirs afin d'améliorer les pratiques (sortir des hiérarchies sociales). Pour le dire autrement, ces objectifs sont de l'ordre de la création et de la créativité puisqu'il s'agit de questionner les stéréotypes et les pratiques caritatives. En plus de nos observations participantes, nous avons mené huit entretiens (post-événement) auprès des personnes impliquées dans cette journée afin de comprendre ce qui s'est joué.

La journée devait être collectivement construite. Parce qu'elle regroupait un collectif existant de solidarité internationale mais aussi d'autres acteurs des solidarités locales, il aurait fallu du temps pour que le nouveau collectif se constitue et qu'il travaille ensemble. Mais l'échéance de l'événement était courte et de nouveaux acteurs rejoignaient le collectif au fil de l'eau en même temps que d'autres disparaissaient (première réunion en juin, événement en novembre). La coordination a été donnée/prise par le binôme concepteur « Grin », en opposition totale avec l'idée qu'ils défendaient : « une solidarité sans domination » se révèle, pour eux, par des échanges horizontaux et un collectif autogéré : « j'ai trouvé de la solidarité sans domination dans la journée […] mais le collectif attend d'être dominé, il y a verticalité des rapports » (Ludovic, administrateur structure accompagnement de projets). En interne, les valeurs promues n'ont pas été matérialisées. Cela pour au moins deux raisons : d'abord le collectif n'était pas suffisamment soudé ; ensuite, les diverses représentations du fonctionnement d'un collectif n'ont pas été identifiées en début de collaboration. En effet, alors que certains étaient dans une dynamique d'autogestion, d'autres semblaient avoir identifiés des coordonnateurs, comme le souligne Claire (chargée de communication), « le portage était compliqué, il faudrait créer un comité d'organisation plus fort pour mieux répartir les taches ». En revanche, cette solidarité sans domination s'est manifestée le jour J. D'une part, avec l'implication du collectif lors de l'événement et, d'autre part, avec les ateliers collectivement construits. Ces ateliers s'inscrivent dans une démarche d'éducation populaire : ils se nourrissent des savoirs et expériences des participants et/ou ils ont pour objet de développer

Atelier 4 : Datte en Palestine (atelier cuisine autour de la filière datte), Association Anis étoilé (à LieU'topie)
Table ronde Construire une solidarité sans domination ? animée par Dolorès Bakéla (journaliste), avec Séverine Kodjo-Grandvaux (philosophies africaines), Diego Landivar (économiste) et Marco Dell'omodarme (philosophe) (Maison des sciences de l'Homme)
Clôture de la journée : concert du groupe Soudan Celestins Music (à LieU'topie).

l'esprit critique. Ils permettent d'échanger mais aussi de faire ensemble. Ce « faire ensemble » est particulièrement visible dans deux ateliers (atelier cuisine et atelier construction de dôme, détaillés en note 6) mais aussi dans les relations entre les membres du collectif le jour de l'événement. Pour des participants, ce « faire ensemble » est essentiel : « la théorie est intéressante mais l'expérience a plus d'impact » (Claire), « la construction commune est l'approche de la solidarité qui a été montrée » (Danièle, Clubs Unesco).

Parce que cet événement est participatif, que les participants ont fait ensemble et interagit, la dimension créative de l'activité paraît plus prégnante que dans l'émission radio. Cependant, l'événement semble dévoiler une incommunication peu féconde, dû aux différentes connotations du terme solidarité internationale. En effet, les entretiens nous permettent de voir ce qu'évoque la solidarité internationale pour les participants. L'aide est une idée reprise par trois personnes : Dominique, militante dans un café lecture fait référence à « l'entraide », Ludovic au fait « d'aider à s'aider » et Ceylia (étudiante) à l'importance « d'aider parce qu'on en a envie ». Dès lors, lorsque nous demandons aux interviewés de définir les objectifs de la journée, il n'est pas surprenant qu'ils évoquent la promotion de l'aide à autrui - plutôt qu'un questionnement sur les relations de dominations dans les pratiques solidaires : « sensibiliser le public à la solidarité » (Dominique), « promouvoir une politique d'hospitalité et de solidarité auprès du plus grand nombre » (Fanny, bénévole association de solidarité internationale), « donner envie de s'impliquer » (Ceylia). Ce que confirment leurs commentaires quand on les interroge sur leur éventuel changement de regard sur la SI : « On ne s'est pas dit c'est vrai qu'on peut aider […] car on le fait déjà » (Ceylia) ou encore : « les autres peuvent aussi nous aider : des choses d'ailleurs peuvent nous aider nous-mêmes. L'axe sud-nord est évoqué, pas seulement nord-sud » (Ludovic).
Cependant, parler de solidarité mondiale sans domination semble changer la manière d'aborder la SI. Pour Dominique par exemple, cela évoque « le contraire de colonialisation. Il y a des forts des faibles et c'est très ancré dans les esprits » (Dominique). Ce thème semble alors pertinent selon les acteurs puisqu'il amène à se poser des questions « on peut considérer que certaines grandes ONG dominent aussi » (Danièle) ou plus radicalement, c'est une façon de faire de la « réflexivité sur ce monde qui s'autosacralise de bien-pensance, c'est une hygiène de se questionner sur les actions menées » (Ludovic) ou encore « elle permet d'aborder la solidarité de plusieurs angles : pratique et idéologique. On peut amener différentes façons de voir la solidarité » (Ceylia). Un acteur précise également que c'est une thématique peu abordée « il n'y a pas d'endroit pour discuter de ça et les gens n'ont pas les éléments pour échanger sur ces sujets » (Antoine, bénévole Lieutopie).

En résumé, nous pouvons voir que d'une part, du point de vue de la créativité cette journée atteint partiellement son objectif : les pratiques évoluent vers des approches plus participatives (auto-organisation des ateliers), tout en restant loin d'une auto-organisation générale (coordination de l'événement) ; d'autre part, du point de vue de la création, cette activité a favorisé un changement de vocabulaire mais n'a pas permis de transformer les représentations caritatives de la solidarité internationale.

Conclusion

Au total, le Grin est bien un dispositif innovant puisqu'il vise aussi bien la créativité (rupture dans les pratique de la SI) que la création (remise en cause des représentations caritatives). Sa visée est politique : favoriser l'émancipation en construisant une solidarité sans domination. Cet objectif politique ne semble pas atteint. En effet, concernant les pratiques (créativité), si on se dirige vers un faire ensemble et donc plus de participation, on est encore loin d'une solidarité démocratique. Concernant les représentations (création), elles sont enrichies et complexifiées, mais absolument pas transformées. Cependant, comme espéré, la présence dans le dispositif d'un processus de recherche-action évaluatif permet bien aux acteurs de prendre du recul quant à leurs actions et d'en dessiner des pistes d'amélioration. D'ailleurs, suite à cette analyse réflexive, le dispositif est maintenant animé par un collectif plus autogéré. Par ailleurs, ce bilan nourrissant la réflexion des acteurs, nous invite aussi à repenser l'interdisciplinarité revendiquée par les SIC dès leur fondation (Boure, 2002). En effet, nous définissons l'interdisciplinarité non pas comme le croisement de plusieurs disciplines mais comme « d*'abord une indiscipline [...], la discipline est trop souvent synonyme de sclérose, de dogmatisme, de repli sur soi identitaire et de fermeture* » (Olivési, 2007, p. 8-9). Cette indiscipline du chercheur invite à sa responsabilité sociale, à défendre une science sociale publique (Burrawoy, 2013), qui ne se contente pas de décrire ou de dénoncer la société en train de se défaire, mais qui, en tant que citoyen, cherche à participer à sa reconstruction. Dans cette perspective, la recherche-action, au cœur de cette thèse CIFRE, apporte, dans le domaine de la communication politique, deux ruptures majeures. Première rupture, cet accès direct aux raisons des acteurs permet d'éviter une sur-rationalisation stratégique de leurs actions : le résultat d'un dispositif n'est pas uniquement le fruit d'une stratégie maîtrisée des acteurs. Comme le souligne Morin à travers son concept d'écologie de l'action (Morin, 2004), l'intentionnalité des acteurs ne préjugent guère des résultats effectifs des entreprises politiques conduites. Deuxième rupture, développer, avec les acteurs une

expérimentation au sens de Dewey (1993), est une innovation scientifique. Elle conduit à effacer la frontière entre chercheur et acteur. Elle invite alors à dévoiler les identités multiples des protagonistes, à ne pas les enfermer dans un rôle unique, ce qui peut aider le chercheur en Sic à étudier l'incommunication qui résulte de cette articulation mouvante des différentes identités au sein d'un même collectif. Ce sera l'objet de notre prochaine étude.

Références bibliographiques

Amzallag N. (2010). *La réforme du vrai, enquête sur les sources de la modernité*. Paris, France : Éditions Charles Léopold Mayer.

Berten A. (1999). « Dispositif, médiation, créativité : petite généalogie », *Hermès,* N°25.

Boure R (dir.). (2002). *Les origines des sciences de l'information et de la communication*. Lille, Septentrion.

Burawoy M. (2006). Pour la sociologie publique. *Socio-logos. Revue de l'association française de sociologie*. 21 mars 2006, nº 1.

Corcuff P. (1999). Le sociologue et les acteurs : épistémologie, éthique et nouvelle forme d'engagement. *L'Homme et la société* vol. 131, Nº 1.

Dacheux É. et Duracka N. (2017). Sur quels modèles théoriques une approche communicationnelle en sciences sociales peut-elle s'appuyer. *ESSACHES*, vol.10, N°2(20).

Dacheux É. (2016). Du consentement à la délibération : une critique communicationnelle du marketing politique. *Communiquer,* Nº 16.

Dewey J. (1993). *Logique : la théorie de l'enquête.* Paris, PUF.

Duracka N. (2016). *L'innovation sociale chez les acteurs de l'économie sociale et solidaire en Auvergne : Une approche communicationnelle*. Thèse en SIC, Clermont Fd.

Foucault M. (1984). *L'Usage des plaisirs.* Paris, Gallimard.

Glissant É. (1997). *Traité du tout-monde.* Paris, Gallimard.

Joas, H. (1999). *L'agir créatif*. Paris, Cerf éditions.

Latour B. (2010). *La science en action : introduction à la sociologie des sciences.* Paris, La Découverte.

Laville J-L et Cattani A.D., (2005), *Dictionnaire de l'autre économie,* Paris, Desclée de

Brouwer.

Lepastier S. (2013). *L'incommunication.* Paris, CNRS éditions.

Quéré L. (1991), D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique. *Réseaux*. Vol. 9, N°46-47.

Quijano A. (1994). Colonialité du pouvoir et démocratie en Amérique latine. *Multitudes*.

Morin, E. (2004). *La méthode (T.VI), Éthique*. Paris, France, Seuil.

Olivési, S. (dir.) (2007). *Introduction à la recherche en SIC*. Grenoble, France, Presses universitaires de Grenoble.

Robert P. (2005). « De la communication à l'incommunication ? ». *Communication et langages,* vol. 146, N° 1.

Wolton D. (2009), *Informer n'est pas communiquer,* Paris, CNRS éditions.

Médiations et médiatisations des innovations sociales par le dispositif « téléphone portable-Internet-télévision » : pratiques et représentations des acteurs dans le cas des émissions de télévision « Les Observateurs » et « Tech24 » de France24 Télévision.

Mediation and mediatization of social innovations by the device cellular phone-Internet-television ": practices and representations of actors in the case of TV programms "The Observers" and "Tech24" from France24 Television.

Par
Martial Sylvain Marie ABEGA ELOUNDOU,
Chercheur Associé au DICEN-IDF,
Enseignant à l'Université Catholique d'Afrique Centrale, République du Cameroun.

Et

Josias MIAMDJO NDJIE,
Diplômé en Master Marketing & Stratégies,
Consultant Junior.

Mots-clés : médiations, médiatisations, innovations, représentations.

Résumé :
La chaîne de télévision France 24 combine téléphone portable, Internet et télévision pour assurer la production et la diffusion de certaines émissions. « Les Observateurs » et « Tech24 » constitutifs de notre corpus, avec des contenus ayant pour objet des innovations. L'objet d'étude est aussi formé de quelques éditions de « Tech24 », qui se positionne comme une émission tournée vers les « dernières tendances de la planète *hig-tech* et l'impact des révolutions numériques sur notre quotidien ». Les processus de médiation sont saisis dans le sens de Régimbeau (2011), et dans celui de Peraya (2008). La médiatisation est quant à elle verbalisée comme le processus de conception et de mise en œuvre des dispositifs de formation et communication médiatisée […] » (Peraya, 1998, 2008). Notre réflexion se structure autour de plusieurs questions : quels sont les caractéristiques et les rôles des dispositifs techniques mobilisés dans les opérations de médiation et de médiatisation des innovations ? Des interactions sociales résultent-elles de ces opérations? Quels sont les acteurs et leur rôle? Quelles sont leurs perceptions et représentations ? La démarche consiste en une analyse sémiolinguistique de contenus. Les résultats révèlent des discours polysémiques qui mettent à jour des représentations variées des innovations « médiées » et médiatisées. Ceci vient nuancer le modèle de communication-relation de Bodillo (2013), le modèle interactif de l'innovation et celui de la logique des réseaux (Chesbrough, 2003 et 2006). Il convient

d’intégrer les approches de la réception, les théories de la psychologie sociale et les connaissances de comportement de l’audience en vue d’une plus grande efficacité.

Keywords: mediations, mediatization, innovations, representations.

Abstract
The France 24 television channel combines mobile phone, Internet and television to produce and broadcast certain programs. "Observers" and "Tech24" constituting our corpus, with contents aimed at innovations. The subject of study is also composed of some editions of "Tech24", which is positioned as a show focused on the "latest trends of the hig-tech planet and the impact of digital revolutions on our daily lives". Mediation processes are captured along the lines of Régimbeau (2011) and Peraya (2008). Media coverage is, for its part, verbalized as the process of designing and implementing training and mediated communication devices [...] "(Peraya, 1998, 2008). Our thinking is structured around several questions: what are the characteristics and the roles of the technical devices mobilized in the mediation and mediatization of innovations? Do social interactions result from these operations? Who are the actors and their role? What are their perceptions and representations? The approach consists of a semiolinguistic analysis of contents. The results reveal polysemic discourses that bring to light various representations of "mediated" and mediatized innovations. This nuances Bodillo's communication-relationship model (), the interactive model of innovation, and the logic of networks (Chesbrough, 2003 and 2006). It is necessary to integrate

Médiations et médiatisations des innovations sociales par le dispositif « téléphone portable-Internet-télévision » : pratiques et représentations des acteurs dans le cas des émissions de télévision « Les Observateurs » et « Tech24 » de France24 Télévision.

Par
Martial Sylvain Marie ABEGA ELOUNDOU,
Chercheur Associé au DICEN-IDF (EA 7339),
Enseignant à l'Université Catholique d'Afrique Centrale
B.P. 11628 Yaoundé, République du Cameroun.
Et
Josias MIAMDJO NDJIE,
Diplômé en Master Marketing & Stratégies,
Consultant Junior,
B.P. 11628 Yaoundé, République du Cameroun.

Introduction :

Les principes de l'interaction communicationnelle sont de plus en plus implémentés dans les médias classiques, s'inspirant sans doute des résultats des travaux du courant des *cultural studies* (Mattelart & Neveu, 2004), lesquels montrent notamment que le récepteur de l'information est loin d'être un simple réceptacle. Ceci influence les pratiques de médiation et de médiatisation opérées par des professionnels de l'information et de la communication, dans des approches qui saisissent aujourd'hui les opportunités offertes par le multicanal. On peut dès lors se poser la question de savoir si les objets communicationnels issus de ces pratiques se révèlent efficaces, notamment dans le cadre des objectifs qui leur sont implicitement assignés par les professionnels. Visant à comprendre le rôle joué auprès de leur audience par des émissions ayant pour objet des innovations médiés et médiatisées, la présente réflexion s'articule autour de principaux points successifs : l'examen du dispositif de médiation et de médiatisation des innovations dans les émissions « Les Observateurs » et « Tech 24 » du support de télévision France 24, la description des pratiques de médiation et de médiatisation desdits contenus, la lecture des interactions et des représentations qui en résultent au sein des médias sociaux; et la potentielle contribution desdites représentations à l'amélioration des innovations sus-mentionnées.

1. *Un dispositif de technologies convergentes induisant des usages cyliques et redéfinissant les rapports entre acteurs*

Une lecture du site Internet de France 24 permet de glaner quelques informations sur l'émission « Les Observateurs », qui se définit elle-même comme « un site en quatre langues -français, anglais, arabe et persan- et deux émissions participatives de France 24 -une hebdo et une mensuelle-. Couvrant l'actualité internationale, cette émission est alimentée par des « témoignages directs d'Observateurs, c'est à dire de ceux qui sont au cœur des événements ». Des vidéos, textes, photos proviennent donc des amateurs, mais sont au préalable « sélectionnés, vérifiés, traduits et expliqués par des journalistes de France 24 », autrement dit, ces contenus sont « médiés » et médiatisés avant leur diffusion. L'observation du site de France 24 révèle sa présence dans plusieurs médias sociaux: Facebook, Twitter, Google+, Daily Motion, You Tube, Foursquare, Soundcloud, flux RSS, Instagram et Applications d'émissions téléchargeables sur téléphones portables intelligents. On peut par ce « don d'ubiquité », voir une appropriation des technologies convergentes (au sens du *Rapport final, Conférence mondiale de développement des télécommunications*, Hyderabad, Inde, 24 mai-4 juin 2010): on relève une intégration des fonctions complémentaires issues de technologies différentes et autrefois séparées - téléphone portable-Internet-télévision- pour délivrer de nouveaux services, en l'occurrence celui d'un « journalisme populaire » participatif. De fait pour pouvoir contribuer, il faut s'inscrire à travers l'un des réseaux sociaux de France 24, contacter l'un des journalistes de « Les Observateurs », envoyer ses idées de sujet, de texte ou d'images, proposer des contenus aux articles et aux émissions ; et devenir « Observateur ». Sur le plan fonctionnel, le processus d'usage du dispositif technique convergent de « Les Observateurs » apparaît comme une « boucle de production et de partage d'informations » : téléphone portable-Internet-télévision-téléphone portable-Internet. Ce dispositif dédié aux interactions entre amateurs et journalistes, redéfinit les rapports entre symbolique, technique et relationnel au sens du « dispositif techno-sémiopragmatique » de Peraya (1998) lui-même évoqué par Charlier, Deschryver et Peraya (2006): ici, le récepteur de l'émission joue aussi le rôle d'émetteur/initiateur, tout comme les journalistes, bien qu'assurant en permanence les fonctions de médiation et de médiatisation des contenus. Un écho est ici fait au schéma du dispositif de Linard (1998) : « fondé sur la mise en système des agents et des conditions d'une action, un dispositif est une construction cognitive fonctionnelle, pratique et incarnée. […] Il se situe à l'opposé de l'opération informationnelle, définie comme traitement logico-symbolique de données abstraites hors sujet et hors interaction ».

2. *Pratiques de médiation et de médiatisation des innovations dans les émissions « Les Observateurs » et « Tech24 », types de contenus et acteurs.*

Les contenus « médiés » et médiatisés par « Les Observateurs » et « Tech 24 » auxquels nous nous intéressons concernent aussi bien les innovations sociales que technologiques. L'innovation sociale, source de transformations sociales et de nouveaux modèles de développement, est ici saisie au sens de Cloutier (2003), c'est-à-dire comme se distinguant « par son caractère novateur ou hors normes et par l'objectif général qu'elle poursuit, soit celui de favoriser le mieux-être des individus et des collectivités. Elle se caractérise tout autant par un processus de mise en œuvre impliquant une coopération entre une diversité d'acteurs que par les résultats obtenus, immatériels ou tangibles ». L'innovation technologique est quant à elle appréhendée dans la signification de Schumpeter (1934,1935) : comme une mise en œuvre industrielle ou commerciale d'une invention ou d'une idée nouvelle, elle comprend notamment les innovations de produit et les innovations de procédé.

Les pratiques de médiation et de médiatisation des innovations sociales -qui caractérisent l'émission « Les Observateurs »-, comportent deux types de profil d'acteur : d'un côté, l'amateur lambda de production vidéo, qui de manière générale, ne dispose d'aucune formation en journalisme/photographie/photojournalisme. D'un autre côté, les professionnels du journalisme et de la communication. Ceci induit deux niveaux des pratiques de médiation et de médiatisation des contenus. Le premier concerne lesdits amateurs qui transmettent des idées, des textes, des vidéos, des photographies à la rédaction de « Les Observateurs », mobilisant plusieurs outils dont le smartphone avec ses fonctionnalités caméra, son et mémoire et éventuellement sa connexion Internet, Internet sur ordinateur (probablement) ; notamment à travers les médias sociaux intégrés par France24. Les opérations de médiation et de médiatisation effectuées par l'amateur en amont connaissent une certaine influence de la rédaction de « Les Observateurs » qui définit la nature et la manière de l'objet devant être « médié » et médiatisé. Les rushes reçus par la rédaction de France24 subissent une deuxième médiation et médiatisation sous l'action des professionnels, avant leur diffusion dans divers canaux : télévision, téléphone potable par des applications dédiées et médias sociaux. Il est donc donné de constater que les contenus qui parviennent au téléspectateur/internaute, sont le produit d'un double degré de médiation et d'un double degré de médiatisation.

L'émission « Tech24 » quant à elle met à disposition de ses publics, des contenus portant sur l'innovation technologique « médiée » et médiatisée par les professionnels de France24 ; la participation et les interactions journalistes-audience ne paraissant pas être ici la priorité.

Il est dès lors intéressant de se pencher sur les interactions et représentations résultant de ces innovations « médiées » et médiatisées.

3. *PRESENTATION DES INTERACTIONS RESULTANT DE LA MEDIATION ET DE LA MEDIATISATION DES INNOVATIONS DE « LES OBSERVATEURS » ET « TECH24 »*

3.1 Méthodologie

Notre démarche est centrée sur l'étude des discours, partant de l'idée que les propos expriment des jugements, des hiérarchies, des critères et peuvent à cet égard être prédictifs de l'adoption ou non ; de l'utilisation ou non, de l'appropriation ou non de l'innovation, telle que diffusée par les opérations de médiation et de médiatisation.

Mobilisant une méthode d'analyse de contenus, nous adoptons une approche sémiolinguistique –dans la signification de Deflaux (2004)-, celle qui prend appuie sur la relation entre le mot et l'univers représentationnel de l'individu, en s'ancrant dans un système lexical qui lui-même se rattache le plus au monde tel qu'il est perçu.

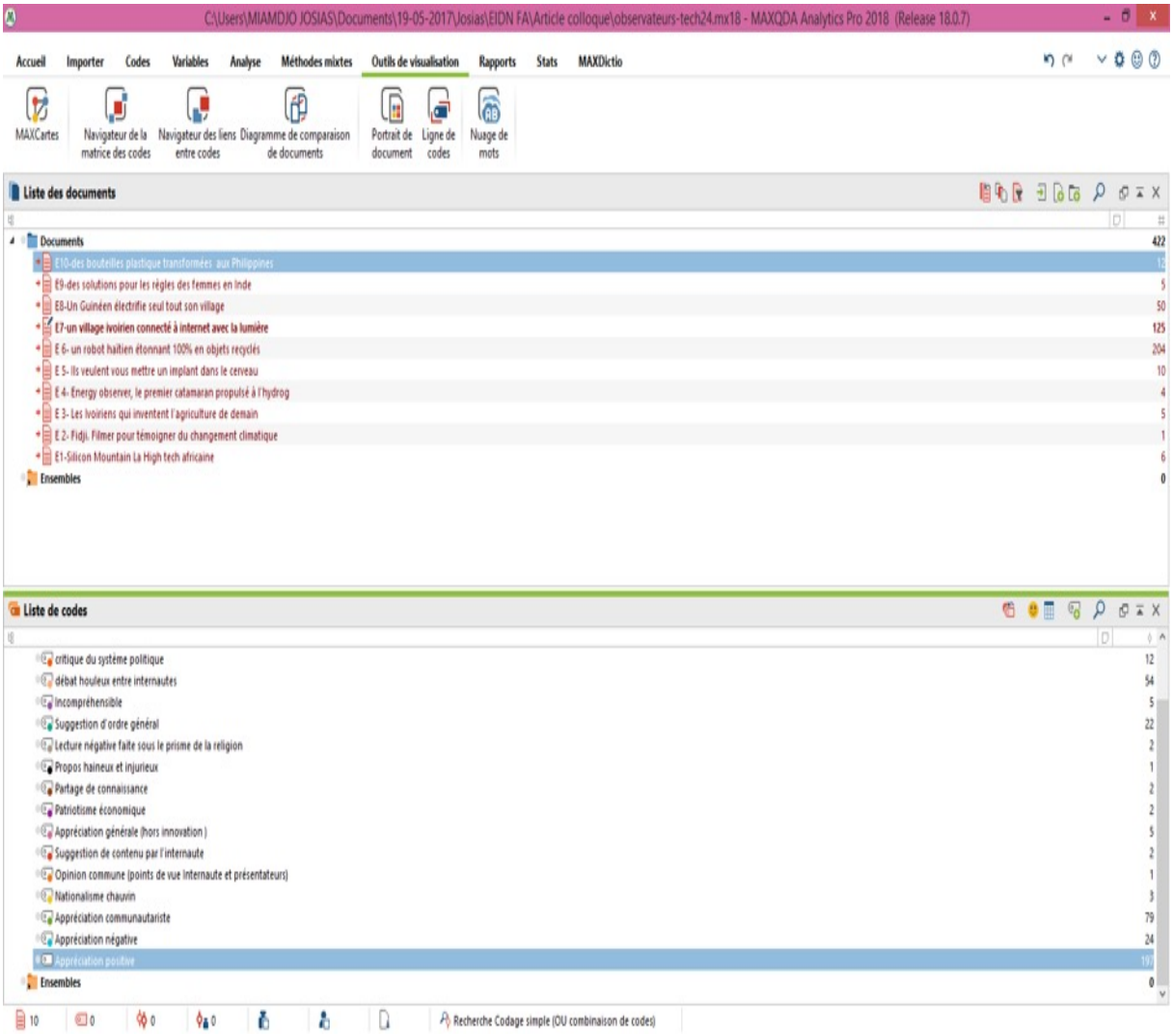
Nous nous sommes intéressés à 14 éditions de l'émission « Les Observateurs » de France 24 et 6 programmations de « Tech 24 » du même support de télévision. Les contenus de toutes ces éditions mettent en avant une innovation. Nous nous sommes intéressés aux principaux canaux digitaux de diffusion de ces deux émissions : Facebook, le site Web de France 24 ; et particulièrement YouTube qui se démarque comme un média social conservant pendant longtemps les contenus mis en ligne. Cette caractéristique assure une plus grande accessibilité aussi bien desdits contenus des émissions que réactions des internautes.

Nous avons cependant constaté que toutes les éditions de ces émissions n'ont pas généré des interactions chez les internautes (commentaires). Le corpus d'étude a été est finalement réduit à dix éditions: 08 éditions de « Les Observateurs », et deux éditions de l'émission « Tech 24 » ayant toutes pour sujet des innovations sociales pour « Les Observateurs », et technologiques pour « Tech 24 ». Après avoir regardé le contenu de chaque édition, nous avons collecté les réactions des internautes laissées sur le site YouTube. Ceci a été suivi une analyse des discours sous le logiciel Maxqda. Des verbatim ont été recueillis en fonction des occurrences des mots et de la proximité du sens, des paraphrases se rattachant au champ lexico-sémantique ont été ressortis, puis regroupés sous plusieurs thèmes pivots dans le logiciel utilisé.

Un total de 416 commentaires postés par les internautes à la suite de ces dix thématiques traitées et mises en ligne par France 24 a ainsi été regroupé autour de thèmes majeurs : propos incompréhensibles, appréciation positive du contenu diffusé- l'innovation- critique du

système politique, débat houleux entre internautes, propos incompréhensibles, suggestion d'ordre général, appréciation négative faite sous le prisme de la religion, propos haineux et injurieux, partage de connaissance, patriotisme économique, appréciation générale hors innovation , suggestion de contenu par l'internaute, opinion commune entre internautes et présentateurs, nationalisme chauvin, appréciation communautariste, appréciation négative, appréciation positive. Des mots-clés issus des commentaires des internautes ont aussi été mis en relief. L'image ci-dessous est une capture d'écran montrant les 10 éditions des émissions enregistrées sur Maxqda, ainsi que les thèmes principaux dégagés de l'analyse des commentaires des internautes.

Image 1: *Espace de travail sur Maxqda (capture d'écran)*



Source : MAXQDA Pro Analytics avril 2018, travaux sur Les Observateurs-et Tech 24.

3.2 Résultats issus du traitement des données

Le tableau ci-dessous fait ressortir les principaux thèmes ressortant des discours des internautes exposés aux innovations objet des opérations de médiation et de médiatisation de « Les Observateurs » et de « Tech 24 », en même temps que le nombre et la fréquence des commentaires qui leur sont rattachés.

Tableau 1: *Fréquence des thèmes*

Thème	Commentaires associés au thème	% des commentaires associés au thème
Suggestion de contenu par l'internaute	2	0,47
Opinion commune (points de vue Internaute et présentateurs)	1	0,24
Nationalisme chauvin	3	0,71
Appréciation communautariste	**79**	**18,72**
propos incompréhensibles	5	1,18
Appréciation négative	24	5,69
Appréciation positive de l'émission	6	1,42
Appréciation positive	197	46,68
Critique du système politique	12	2,84
Débat houleux entre internautes	54	12,80
Incompréhensible	5	1,18
Suggestion d'ordre général	22	5,21
Lecture négative faite sous le prisme de La religion	2	0,47
Propos haineux et injurieux	1	0,24
Partage de connaissance	2	0,47
Patriotisme économique	2	0,47
Appréciation générale (hors innovation)	5	1,18

Source : MAXQDA Pro Analytics avril 2018, analyse des contenus des émissions « Les Observateurs » et « Tech 24 ».

Au regard du tableau précédent, cinq thèmes majeurs-surlignés en gras- se dégagent des commentaires qui suivent la diffusion de l'innovation sur You Tube et Facebook. Par ordre décroissant nous avons l'appréciation positive de l'innovation (46,68% des commentaires) exprimée par des mots (voir tableau N° 02 *infra*) tels que « bravo », « félicitation » ; l'appréciation communautariste (18,72%) saisie par des mots comme « nous », « Africain », les débats houleux entre internautes (12,8%) captés par des items comme « Invention », « Noir », « Blanc » ; l'appréciation négative (5,69%) exprimée par des expressions à l'instar de « La bête » et les suggestions d'ordre général (5,21%).

Les mots-clés qui ressortent des commentaires résultant de la diffusion de chacune des 10 thématiques des deux émissions se répartissent comme suit :

- Principaux mots clés de la thématique *Silicon Mountain La High tech africaine*

Pour cette innovation médiée et médiatisée, les commentaires divergents et surtout peu nombreux, ne permettent pas de dégager des mots-clés.

- Principaux mots clés du sujet traité *Fidji. Filmer pour témoigner du changement climatique :*

Pas de mot-clé car nous n'avons qu'un commentaire.

- Principaux mots clés de la thématique *Les Ivoiriens qui inventent l'agriculture de demain* :
  - Côte d'ivoire (4 occurrences)
  - Agriculteurs (3 occurrences)

- Principaux mots clés du sujet *Energy observer, le premier catamaran propulsé à l'hydrogène* :
  - Hydrogène (10 occurrences)
  - Pays (4 occurrences)

- Principal mot clé de la thématique *Ils veulent vous mettre un implant dans le cerveau* :
  - La bête (5 occurrences)

  N.B : La bête renvoie ici à un esprit démoniaque.

- Principaux mots-clés du sujet *un robot haïtien étonnant 100% en objets recyclés* :
  - Bravo (62 occurrences)
  - Félicitations (16 occurrences)
  - France 24 (16 occurrences)
  - Frère (12 occurrences)
  - Compatriote (9 occurrences)
  - Haïti (8 occurrences)

- Principaux mots clés de la thématique *un village ivoirien connecté à Internet avec la lumière* :

- Bravo (20 occurrences)
- Nous (19 occurrences)
- Africain (19 occurrences)
- Invention (14 occurrences)
- Noir (13 occurrences)
- Blanc (13 occurrences)
- Afrique (12 occurrences)
- Homme (10 occurrences)

- Principaux mots-clés de la thématique *Un Guinéen électrifie seul tout son village* :
  -
  - Félicitations (16 occurrences)
  - Bravo (9 occurrences)
- Principaux mots clés du sujet *des solutions pour les règles des femmes en Inde :* pas de mot clé.
- Principaux mots clés de la thématique *Des bouteilles plastiques transformées aux Philippines* : pas de mot clé.

Le tableau qui suit fait ressortir les mots-clés des thèmes majeurs issus des commentaires des internautes ayant regardé les innovations objet de médiation et de médiatisation des émissions « Les Observateurs » et « Tech 24 ».

Tableau 2: *Mots clés et thèmes des commentaires des Internautes*

Mot	Thème	**Fréquence**
Bravo	Appréciation positive	91
Félicitations	Appréciation positive	32
Nous	Appréciation communautariste	19
Africain	Appréciation communautariste	19
France 24	Appréciation positive de l'émission & Suggestion d'ordre général	16
Invention	débat houleux entre internautes	14
Noir	débat houleux entre internautes	13
Blanc	débat houleux entre internautes	13
Frère	Appréciation communautariste	12
Afrique	Appréciation communautariste	12
Hydrogène	Appréciation positive & Appréciation	10

Mot	Thème	Fréquence
	négative	
Homme	débat houleux entre internautes	10
Compatriote	Appréciation communautariste	9
Haïti	Appréciation communautariste	8
La bête	Appréciation négative & Lecture négative faite sous le prisme de la religion	5
Côte d'ivoire	Appréciation communautariste	4
Pays	Appréciation communautariste	4
Agriculteurs	Suggestion d'ordre général	3

Source : MAXQDA Pro Analytics avril 2018, travaux observateurs-tech 24/ SFSIC.

4. Discours captés sur You Tube, spontanéité des expressions et représentations.

Les débats houleux entre abonnés des réseaux sociaux sont également fréquents illustrés par des échanges comme ceux qui suivent :

« Mr Dan Malemo pourquoi pour vous toutes créations où invention est purement européens américaines or asiatique et non Africain »

« Hassane pourquoi votre première réaction est de mettre face à face deux populations alors qu'ici un média européen mets en lumière une superbe initiative africaine? Canalisez votre haine pour en faire quelque chose d'utile à votre famille, vos amis, votre communauté ou votre pays au lieu de perdre votre temps et votre énergie a opposer les uns aux autres ...»

« Qui à mis face à face ces deux populations si ce n'es les esclavagistes européens ? Qui ont fabriqué et entretenu le complexe d'infériorité et de supériorité entre ces deux peuples. Moi j'ai pas de haine contre aucun peuple car car dans chaque peuple ils y a des bons et mauvais. Ici je met en garde ceux qui ont toujours cette esprits de supériorité pour les faire comprendre que cela ne passera plus qu'il soit africain ou non Africain »

Les appréciations négatives de ces innovations médiatisées et « médiés » peuvent être lues dans des conversations comme celle-ci :

« "(...) Si quelqu'un a des oreilles, qu'il entende! (...) Et il lui fut donné d'animer l'image de la bête, afin que l'image de la bête parlât, et qu'elle fît que tous ceux qui n'adoreraient pas l'image de la bête fussent tués. Et elle fit que tous, petits et grands, riches et pauvres, libres et esclaves, reçussent une marque sur leur main droite ou sur leur front, et que personne ne pût acheter ni vendre, sans avoir la marque, le nom de la bête ou le nombre de son nom." Apocalypse 13 »

L'analyse montre également des suggestions/contributions des internautes pouvant être captées à travers des termes tels que « Pouvez-vous faire un reportage sur l'agrobusiness en

Côte d'Ivoire ? »

Les critiques du système politique en place dans les pays d'origine des internautes font aussi partie des commentaires qui suivent ces innovations « médiées » et médiatisées, illustrées par des propos tels que :

« C'est bien s'il le fait, mais c'est pas son travail d'électrifier son pays. Cest de la responsabilité de l'État et non du pauvre citoyen. S'il la fait, cest pas amour... »

« Félicitations à ce jeune homme qui au lieu de venir pleurnicher tous les jours sur la page de France 24 en accusant la France d'être même la cause de leur échec à l'examen, ou du fait que leur copines les ont trompé, s'est consacré à sa passion en joignant l'utile et l'agréable et surtout en offrant l'électricité a tout un village, chose que même l'Etat guinéen n'a pas réussi à faire. Encore une fois bravo à lui ! »

5. *Interprétation et discussion*

5.1. Essai de compréhension de la polysémie des discours.

Il apparaît de l'analyse des commentaires des internautes, une revendication identitaire et communautariste de l'innovation. L'innovation en cela charrie des enjeux culturels et politiques.

Le pays d'origine de l'innovation, « la nationalité de l'innovation » apparaissent comme un enjeu majeur dans les représentations : « Mr Dan Malemo pourquoi pour vous toutes créations où invention est purement européens américaines or asiatique et non Africain »

L'innovation médiée et médiatisée génère des débats portant sur son origine pays, mais aussi sur des questions raciales. L'origine, le pays de l'innovation, suscitent un grand intérêt, des interactions consistantes, voire passionnées chez les compatriotes de l'innovateur.

La polysémie observée dans les discours peut trouver son explication dans le travail de catégorisation des canaux de communication de Brousmiche et *al*. (2014) qui distinguent les canaux à thème statique des canaux à choix alternatif : alors qu'un canal à thème statique transmet toujours de l'information fixée par l'émetteur, un canal à thème interactif offre la possibilité à ses agents de choisir ses sujets d'intérêt, c'est-à-dire, les objets sociaux qui lui sont saillants.

La diversité des sens constatés dans les propos des internautes exposés aux innovations « médiées » et médiatisées semble être en opposition des résultats de certains travaux, dont celui portant sur l'idée de « ré-innovation numérique » et le modèle de communication-relation de Badillo (2013) -faisant écho à Dominique Cardon et à Eric Von Hippel (1988)-qui montraient que « dans un contexte numérique, l'innovation passe par la communication et met

au premier plan les internautes au sens large, en particulier dans une perspective Web 2.0, les usagers profitent des nouveaux espaces de communication pour échanger, communiquer et porter des innovations ».

5.2 Le courant de pensée de la réception comme nuançant le modèle de la communication-relation

Pour appréhender la nature des discours des internautes exposés aux innovations « médiées » et médiatisées par « Les Observateurs » et « Tech24 », il convient comme dans l'approche de Deflaux (2004) de se situer de « leur côté », c'est-à-dire, celui de la réception, là où se construisent les significations.

Pour Labasse (2017), « Dans son essence, la communication, qu'elle soit médiatique, commerciale, politique, scientifique ou littéraire, est un processus fondé sur la diffusion et la réception de représentations ». Rappelant les réflexions de Moscovici (1989) qui montraient que certains professionnels sont dédiés à la fabrication des représentations, Delfaux (2004) montrent que « les réseaux de communication médiatiques interviennent dans l'élaboration des représentations par des processus d'influence, voire de manipulation sociale ». Ceci doit cependant être nuancé, au regard des thématiques développées par les publics de notre corpus à la suite de leurs contacts aux innovations objet de médiation et médiatisation des émissions analysées. Les sujets développés par ces audiences paraissent en effet éloignés, en tout cas pas directement corrélés aux innovations.

5.3° Les appréciations négatives et positives des innovations médiatisées et « médiées » à l'aune de la théorie

Les appréciations négatives -des innovations diffusées- exprimées par les discours de ces internautes peuvent être expliquées à l'aune de la notion de résistance de Bauer (1995a) appelé par Boudokhane Feirouz (2006). Ces auteurs montrent que la réserve par rapport aux projets des novateurs peut se manifester sous plusieurs formes: « le simple évitement, quand il est possible, de la conduite requise ou le désamorçage des usages les plus spécifiques des nouveaux instruments, ou la production et la diffusion de représentations négatives des conséquences que les instruments produiraient chez les usagers, notamment les plus jeunes, et dans les différentes institutions de la société ».

Les appréciations positives de ces innovations objet de médiation et de médiatisation quant à elles font écho aux résultats des travaux de Mallein (2012), qui par la méthode-CAUTIC : Conception Assistée par l'Usage pour les Technologies, l'Innovation et le Changement - mettent en avant le sens, l'avantage, l'utilité, la facilité d'usage, la simplicité de l'idée et la

valeur ajoutée perçue d'une technologie ; comme caractéristiques pouvant déterminer l'acceptabilité d'une innovation.

Ces appréciations positives des innovations peuvent aussi préfigurer de leur acceptation, faisant ainsi écho au modèle d'acceptation de la technologie [*Technology Acceptance Model (TAM°)*] de Davis (1989) : les deux facteurs explicatifs de l'acceptation d'une technologie sont la Perception de l'Utilité (PU) et la Perception de la Facilité d'Utilisation (PFU).

Comment comprendre les appréciations positives, négatives, le chauvinisme, la critique sous le prisme du religieux, les suggestions, la critique du système politique, bref les grandes thématiques qui transparaissent dans les discours des internautes, parfois assez éloignées des thématiques de l'innovation ? France24, support de télévision à diffusion internationale revendique sur son site Internet diffuser 24h/24, 7j/7 dans 253 millions de foyers à travers 177 pays sur les cinq continents et donc s'adresser à des publics aux cultures différentes.

Le contexte économique, socio-culturel, politique, religieux des internautes qui reçoivent ces innovations objet d'opérations de médiation et de médiatisation, ce contexte disions-nous, influence l'interprétation des objets diffusés. Ceci va dans le sens des réflexions d'Abric (1994) selon lesquelles un objet quel qu'il soit, n'existe pas en lui-même, mais seulement pour un individu ou un groupe et par rapport à eux. Il n'y a donc pas à priori de réalité objective, puisque toute réalité est représentée et appropriée par un individu ou un groupe, reconstruite dans le système cognitif de celui-ci et intégrée dans son système de valeurs, lequel est tributaire de l'Histoire, et du contexte socio-économique du groupe.

6. *Contribution de la polysémie des représentations aux approches de médiation et de médiatisation des innovations*

Les représentations lues dans les discours des internautes relèvent entre autres d'une démarche de légitimation et de sublimation. Les noms de personnages historiques ou des pays sont souvent cités -Toussaint-Louverture, Haïti, Côte-d'Ivoire- traduisant une lecture des innovations s'effectuant sous le prisme d'un cadre mental antérieur, mais exprimant également un sentiment d'appartenance, d'identification et de fierté. Le lien social ainsi créé peut servir de ferment à l'amélioration des innovations. Il s'agirait alors, notamment pour les concepteurs des émissions, d'imaginer des mécanismes pouvant intégrer dans les opérations de médiation et de médiatisation des innovations, les schèmes de pensée et de lecture de leurs publics. L'idée étant de déclencher au niveau des audiences, des interactions contribuant de manière concrète à l'adoption, l'utilisation et l'appropriation d'innovations porteuses de transformations sociales. Les techniques de réalité augmentée permettant d'insérer en temps

réel un élément 2D ou 3D dans une image réelle peuvent ainsi être mises à contribution dans les opérations de médiation et de médiatisation. Ainsi, bien que mobilisant des schèmes d'un passé magnifié, ces innovations « médiées » et médiatisées pourraient s'ancrer en même temps dans le progrès technologique selon l'approche de Bryon-Portet (2010).

7. Des pistes à explorer pour approfondir la réflexion

Pour appréhender le sens donné par l'audience aux innovations ayant fait l'objet de médiation et de médiatisation, il faudrait également sans doute prendre en compte les caractéristiques individuelles des abonnés de You Tube ayant regardé ces contenus. Car à l'instar des explications de Boudokhane Feirouz (2006) dans le sillage des approches de Rogers (1995), Proulx & Breton (2002), les individus sont influencés différemment par la même information, les caractéristiques de chacun ayant un impact sur sa perception et sa conduite à l'égard des innovations. Il s'agit donc d'intégrer les *process* de médiation et de médiatisations, les connaissances des caractéristiques des individus dans les tâches de médiation et de médiatisation. Thiriot et Kant (2007) ont effet montré que l'échec de la diffusion d'un produit s'explique par l'incompatibilité avec les valeurs des individus et l'incompréhension des messages. Mais aussi, « le gain en prédictivité [de la diffusion d'une innovation] » découle de certains paramètres: la maîtrise préalable des connaissances de la population, ainsi que des informations qu'elle va acquérir par la publicité et les communications interpersonnelles. Il s'agit alors d'étudier les facteurs déterminants de la diffusion […] : « comment l'innovation sera-t-elle perçue ? Quelles sont les connaissances indispensables à la perception des messages ? La population aura-t-elle tendance à parler de cette innovation ? Comment les consommateurs pourront-ils trouver de l'information relative à l'innovation ? ».

Conclusion :

L'analyse des discours polysémiques produits par des internautes exposés à des innovations « médiées » et médiatisés par des dispositifs numériques convergents, n'aboutit pas forcément aux résultats implicitement attendus par les "initiateurs" de ces opérations, que sont les professionnels de l'information et de la communication. Ceci conforte le fait que « le public n'est plus l'audience inerte des panels et des sondages, il est devenu un « acteur actif » un acteur dont Internet a transformé considérablement le statut. (Soulages Jean-Claude, 2017) Ces résultats questionnent aussi certains travaux dont celui de la communication relation, qui montraient que les internautes dans leurs usages du Web 2.0, apparaissent comme des acteurs premiers de l'innovation, au sens de Deming et *al*. (2010), de Urban & Von Hippel (1988)

Les opérations de médiation et de médiatisation des innovations doivent prendre en compte les approches de la réception, les théories de la psychologie sociale et les connaissances de comportement de l'audience en vue d'une plus grande efficacité.

Bibliographie

Abric, J. C. (2001). L'approche structurale des représentations sociales: développements récents. *Psychologie et société*, *4*(2), 81-104.

Imbert, M. (2005). Armand Mattelard et Erik Neveu. Introduction aux Cultural Studies.. Paris: La Découverte, 2003, 122p. 7.95 E. *Transatlantica. Revue d'études américaines. American Studies Journal*, (1).

Badillo, P. Y. (2013). Les théories de l'innovation revisitées: une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation? Du modèle «Émetteur» au modèle communicationnel. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, (1), 19-34.

Bauer, M. (1995*a*). Resistance to new technology and its effects on nuclear power, information technology and biotechnology. *In* M. Bauer (dir.), *Resistance to new technology* (p. 1-41). Cambridge, MA : Cambridge University Press.

Boudokhane, F. (2006). Comprendre le non-usage technique: réflexions théoriques. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, *2006*(1), 13-22.

Brousmiche, K. L., Kant, J. D., Sabouret, N., Fournier, S., & Prenot-Guinard, F. (2014, October). Modélisation de l'impact des croyances et de la communication sur la formation et la dynamique des attitudes: une approche multi-agent. In *JFSMA* (pp. 23-32).

Bryon-Portet, C. (2010). Etude sémiotique d'une communication fondée sur la contextualisation et les processus: du rôle des représentations symboliques et pratiques rituelles de la franc-maçonnerie. *AS-Actes Sémiotiques*.

Charlier, B., Deschryver, N., & Peraya, D. (2006). Apprendre en présence et à distance. *Distances et savoirs*, *4*(4), 469-496.

Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J. (Eds.). (2006). *Open innovation: Researching a new paradigm*. Oxford University Press on Demand.

Cloutier, J. (2003). *Qu'est-ce que l'innovation sociale?* (pp. 1-46). Crises.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.

Deflaux, F. (2004). La construction des représentations de l'art et des artistes non occidentaux dans la presse à la suite d'une exposition d'art contemporain. *Culture & musées*, *3*(1), 45-68.

Google Scholar DOI:10.1017/CBO9780511563706.002

Jodelet, D., & Moscovici, S. (1989). *Folies et représentations sociales*. Paris: Presses universitaires de France.

Labasse, B. (2017, December). La transposition de la valeur discursive. In *FORUM. Revue internationale d'interprétation et de traduction/International Journal of Interpretation and Translation* (Vol. 15, No. 2, pp. 178-211). John Benjamins Publishing Company.

Linard, M. (1998). L'écran de TIC," dispositif" d'interaction et d'apprentissage: la conception des interfaces à la lumière des théories de l'action.

Mallein, P. (2012). La conception d'innovation assistée par l'usage (méthode CAUTIC). *Communication présentée au Séminaire G2I-INNOVACS, Janvier, MSH Alples*.

Neveu, E., & Mattelart, A. (2004). *Introducción a los estudios culturales*. Paidós.

Peraya, D. (2008). Un regard critique sur les concepts de médiatisation et médiation: nouvelles pratiques, nouvelle modélisation. *Les Enjeux de l'information et de la communication*.

Proulx, S., & Breton, P. (2002). Usages des technologies de l'information et de la communication. *L'explosion de la communication à l'aube du XXIème siècle*.

Rapport final, Conférence mondiale de développement des télécommunications, Hyderabad, Inde, 24 mai-4 juin 2010

Rogers, E. M. (1995). Lessons for guidelines from the diffusion of innovations. *Joint Commission Journal on Quality and Patient Safety*, *21*(7), 324-328.

Schumpeter, J. A., & Perroux, F. (1935). *Théorie de l'évolution économique*. Paris: Dalloz.

Soulages, J. C. (2017). Repères critiques pour une compréhension renouvelée des médias et de leurs publics. *Politiques de communication*, (1), 107-126.

Thiriot, S., & Kant, J. D. (2007). Représenter les croyances par des réseaux associatifs pour simuler la diffusion d'innovations. *ESSA*, *7*, 2.

Urban, G. L., & Von Hippel, E. (1988). Lead user analyses for the development of new industrial products. *Management science*, *34*(5), 569-582.

Velcin, J., Soulages, J. C., Kurpiel, S., Dias, L., Del Vecchio, M., & Aubrun, F. (2017, January). Fouille de textes pour une analyse comparée de l'information diffusée par les médias en ligne: une étude sur trois éditions du Huffington Post. In *Extraction et Gestion des Connaissances (EGC)*.

Les transformations du secteur de l'audiovisuel au Canada et au Québec : place et rôles des plateformes numériques au prisme des pages d'accueil

Transformations of the Audiovisual Sector in Canada and Quebec: Place and Roles of Digital Platforms in the Prism of Homepages

Éric GEORGE, professeur titulaire, UQAM, chercheur, CRICIS
Michel SÉNÉCAL, professeur titulaire, TÉLUQ, chercheur, CRICIS
george.eric@uqam.ca
senecal.michel@teluq.ca

Mots-clés : plateforme numérique ; industries de l'audiovisuel ; stratégies ; pages d'accueil
Keywords: digital platform; audiovisual industries; strategies; home pages

Résumé : Le secteur de l'audiovisuel a connu des changements importants au Québec et au Canada au cours de la dernière décennie avec le développement de nouvelles plateformes numériques. Dans ce texte, nous montrerons la place et les rôles de ces nouveaux services dans ce secteur à partir d'une analyse des données statistiques disponibles sur une période de dix ans, puis nous nous concentrerons sur les stratégies de quatre entreprises principales avec une analyse des pages d'accueil de ces plateformes.

Abstract: The audiovisual sector has known significant changes in Quebec and Canada over the past decade with the development of new digital platforms. In this text, we will show the place and the roles of these new services in this sector from an analysis of the statistical data available on a period of ten years, then we will focus on the strategies of four main companies with an analysis of the home pages of these platforms.

Les transformations du secteur de l'audiovisuel au Canada et au Québec : place et rôles des plateformes numériques au prisme des pages d'accueil

Éric GEORGE, professeur titulaire, UQAM, chercheur, CRICIS
Michel SÉNÉCAL, professeur titulaire, TÉLUQ, chercheur, CRICIS

Depuis le milieu des années 1990, dans un contexte marqué par la numérisation généralisée des processus de création, production, distribution et réception des produits audiovisuels, la libéralisation des législations et des règlementations, la financiarisation et la globalisation des économies, ainsi que par l'essor de nouvelles pratiques culturelles, les industries culturelles canadiennes et québécoises sont confrontées à l'apparition de nouveaux services d'intermédiation dont les sièges sociaux se situent dans le pays voisin, le « géant » des industries de la culture, de l'information et des communications, les États-Unis.

Dans le cadre du précédent congrès de la SFSIC, nous avons présenté le cadrage théorique et la méthodologie de ce projet de recherche financé par le Conseil de recherche en sciences humaines (CRSH) du Canada en démontrant l'intérêt d'intégrer le « temps long » dans l'analyse (George & Sénécal, 2017). Nous allons à présent la situer à l'intersection des niveaux « macro » et « méso ». *A priori,* l'échelle « macro » pourrait sembler prédominante de par l'inscription de notre projet en économie politique critique de la culture et de la communication (Mosco, 1996 ; Calabrese & Sparks, 2004 ; Hardy, 2014) qui accorde une place centrale aux rapports de pouvoir existant entre l'ensemble des acteurs qui participent aux processus de création, production, distribution et consommation des produits culturels. Dans un premier temps, nous allons justement montrer à une échelle macro quelle est la place prise dans le secteur audiovisuel par ces nouveaux entrants à partir de l'analyse des données statistiques dorénavant disponibles sur une dizaine d'années. Puis, dans un deuxième temps, nous abordons le niveau meso en nous intéressant plus spécifiquement aux stratégies des entreprises concernées. Notre attention sera portée sur les quatre principaux services d'intermédiation au Canada – Netflix Canada, Club Illico, Icitou.tv et CraveTV – qui ont développé autant de plateformes numériques de contenus audiovisuels. En revanche, nous n'avons pas étudié la plateforme d'Amazon Prime Video pourtant présente depuis 2016 au Canada et qui a notamment repris les droits du catalogue de Shomi, service disparu.

De la place prise par les nouveaux services d'intermédiation dans les industries de l'audiovisuel

À propos des mutations en cours, une analyse effectuée sur les dix dernières années à la demande de l'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM) et de l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et le Groupe Nordicité (2017) montre clairement que de nouveaux modes d'accès aux productions audiovisuelles ont vu leur consommation nettement augmenter pendant cette période. C'est le cas à la fois sur les marchés de langues anglaise et française dont les tendances sont assez similaires. Certes, la pénétration de l'enregistreur numérique personnel, soit la dernière génération de branchement aux services de câblodistribution traditionnels, a dépassé les 56 % de pénétration en 2015 sur le marché francophone, mais il a ensuite cessé sa progression. La télévision dite de contournement sur Internet (ou télé IP) a, quant à elle, nettement progressé sur ce marché avec une pénétration passée de 6 % en 2007 à 55 % dix ans plus tard. Quant à la place de la télévision sur téléphone multifonctions et sur tablette, elle a également connu une croissance très proche sur les deux marchés avec en 2016 un pourcentage de 20 %. En revanche, l'attrait pour Netflix s'avère plus important sur le marché anglophone avec un taux d'abonnement de 50 % – contre seulement 12 % en 2011 – que sur le marché francophone avec une adoption qui passe de 3 % en 2011 à 22 % en 2016. La faible place des contenus de langue française, nous y reviendrons, ainsi que les places prises par le Club Illico et Icitou.tv sur le marché de langue française situé principalement au Québec expliquent manifestement cela. Il en résulte selon cette étude une lutte de plus en plus féroce en termes de contrôle des droits de diffusion des œuvres : « certains studios préservent jalousement leurs droits afin de contrôler l'exploitation de leur contenu sur les plateformes numériques » (ACPM – AQPM, 2017 : 10).

Autre élément de preuve témoignant des transformations en cours, une analyse des revenus de l'industrie canadienne de la télédiffusion montre que le secteur de la câblodistribution est, à l'instar de ce qui s'est passé aux États-Unis, en décroissance après avoir atteint un sommet en 2011 avec des revenus proches de 5,5 milliards (2017 : 122). Quatre ans plus tard, ils sont passés sous la barre des 5 milliards (4,8). Il en est de même pour les revenus de la télévision par satellite (SRD) et de la télévision multipoint (SDM). Le sommet avait aussi été atteint en

2011 avec 2,5 milliards de revenus alors qu'en 2016 le montant est de 2,15 milliards. En revanche, le secteur de la télévision IP est en forte croissance, passant d'un peu plus de 6 millions de revenus en 2007 à presque 1,8 milliards neuf ans plus tard. Mais il demeure en troisième position. Ainsi, en 2016, plus de la moitié des revenus (environ 55 %) provenaient encore de la câblodistribution, alors que 25 % relevaient de la distribution par satellite ou multipoints et « seulement » encore 20 % de la télévision de contournement. À noter aussi que si les revenus totaux de la télévision ont dépassé les 8 milliards depuis 2011 et presque atteint les 9 milliards (8,93 milliards en 2014), ils apparaissent en légère décroissance depuis. Le dynamisme de la télévision IP n'arriverait donc pas à compenser les pertes dans les modes de distribution plus traditionnels (*idem*) Cette tendance mériterait toutefois d'être confirmée à plus long terme.

Témoigne donc des changements en vigueur la très forte croissance des revenus des services audiovisuels à la demande au Canada. Globalement, ceux-ci connaissent une forte hausse depuis une dizaine d'années avec un montant global passé de 233 millions en 2008 à presque 2,3 milliards en 2016. Néanmoins, cette forte croissance cache de notables inégalités. C'est la vidéo sur demande gratuite financée par la publicité (VSDFP) – dont la figure emblématique est Youtube – qui croit le plus avec un démarrage en 2012, avec 13 millions, et un montant de 480 millions quatre ans plus tard. Les Services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), parmi lesquels Netflix, Club Illico, CraveTV ou Icitou.tv, connaissent, eux aussi, une forte hausse. Alors que Netflix avait des revenus de 219 millions en 2012, en 2016, il atteignait la somme de 709 millions. Les autres VSDA connaissent aussi une augmentation, mais celle-ci demeure plus modeste avec 13 millions en 2012 et 373 millions quatre ans plus tard. Bref, ce sont avant tout les services proposés par la télévision dite de contournement qui sont en fort développement, à commencer par Netflix (*ibid*.).

Les pages d'accueil, concrétisation (emblématique ?) des plateformes numériques

Ces services d'intermédiation s'implantent donc parmi les industries audiovisuelles au Canada en créant des plateformes numériques qui proposent des formes inédites d'intermédiation (offre sur le web, absence de publicité, service *premium*, abonnement à faible coût, etc.) qui concurrencent celles des distributeurs « traditionnels », leur but

consistant dans la majorité des cas à faciliter ou à renouveler l'accès à des produits préexistants selon des modalités plus ou moins sélectives et prescriptives (Mœglin, 2005). Nous avons choisi d'aborder les plateformes elles-mêmes comme concrétisation des activités de ces nouveaux acteurs des services d'intermédiation à partir de l'analyse de leurs pages d'accueil en nous inspirant des travaux de Vincent Bullich et de Thomas Guignard (2012, 2014).

L'idée même d'effectuer une analyse de sites web apparaît quelque peu vertigineuse. Andréa Semprini se posait déjà la question dès la moitié des années 1990 : « comment identifier […] des traits communs, des isotopies, à l'intérieur d'une masse textuelle d'une telle ampleur ? Comment ne pas se noyer dans un flot d'énoncés d'un tel débit » ? (1996 : 145). Cette question se pose avec d'autant plus d'acuité que, depuis, le contenu alors dominé en effet par le texte est devenu beaucoup plus sonore et imagé depuis. Et par ailleurs, comment interpréter sans surinterpréter ? La réponse passe fort probablement par l'analyse concrète de sites web, à commencer par leurs pages d'accueil.

Comme le dit Sébastien Rouquette, l'espace web est « l'exemple même de l'objet de communication soumis à une multiplicité de facteurs sociaux, politiques, économiques, esthétiques, médiatiques ou communicationnels » (2009 : 10). Claude Dubar (2006) met bien en évidence le fait que chaque option méthodologique dépend des choix théoriques effectués. « En privilégier l'une ou l'autre revient en l'occurrence ici à avancer des explications différentes sur le contenu des sites Internet » ajoute Rouquette (2009 : 10). Ainsi, est-il possible de privilégier *a priori* « les effets structurants du contexte économique et social de ces sites, l'étude des rapports de force et les stratégies œuvrant à l'intérieur des entreprises ou des domaines sociaux considérés, ou encore des logiques et des trajectoires individuelles des acteurs sociaux (webmasters, blogueurs) » (*idem*). Tel est notre choix.

En termes de corpus, nous avons sélectionné les quatre plateformes suivantes :
(1) Netflix, le géant étatsunien. Lancé en 1997 comme vidéoclub et ayant accordé la priorité aux activités en ligne à partir de 2009, le service Netflix l'a été ensuite l'année suivante au Canada :
(2) Club Illico, son concurrent commercial principal au Québec, propriété de Québecor, l'entreprise numéro une des industries de la culture, de l'information et de la communication dans la province ;

(3) CraveTV, son équivalent au Canada anglais, propriété de Bell Canada, entreprise privée, pionnière du secteur des télécommunications canadiennes, et également fortement implantée dans le secteur de la télévision avec sa filiale Bell Media ;
(4) Icitou.tv, propriété de l'organisme de radiotélévision publique canadienne, la Société Radio-Canada (SRC).

Toutefois, la comparaison ne peut être effectuée exactement à partir des mêmes variables. Nous avons pu aborder Netflix à partir de ses deux pages d'accueil, l'une pour les non-abonnés (www.netflix.ca), l'autre pour les abonnés (www.netflix.com/browse), tandis que, n'étant pas abonnés aux trois autres services étudiés, un travail de comparaison équivalent n'a pu être fait dans leurs cas.

Analyse croisée des pages d'accueil : des points communs…

1. Les quatre interfaces web présentent comme premier point commun une très faible profondeur des hyperliens. L'ensemble des œuvres audiovisuelles produites est disponible à partir d'un maximum de deux « clics » à partir des différentes pages d'accueil. Sébastien Rouquette parle d'« hypertexte de flux » (2009 : 112-114) au sujet de ce type d'arborescence le plus large et le moins profond possible.

2. Les pages d'accueil se veulent généralement d'une grande simplicité et se ressemblent beaucoup à base de bandes – un peu comme s'il s'agissait de pellicules de films – présentant les différents programmes. De longues séries d'œuvres sont présentées de façon très sobre avec image et titre, rappelant des listes de jaquettes de cassettes VHS et de DVD. En revanche, au lieu de retourner la jaquette, il faut passer le curseur de la souris sur la photo afin d'avoir accès à diverses informations telles que l'année de production, les principaux noms au générique, ou bien encore un court résumé de l'œuvre. Toutefois, le contenu visuel est largement dominant, rappelant ici qu'il s'agit d'industries de l'audiovisuel.

3. Les pages d'accueil constituent un lieu de propositions très nombreuses ordonnées de diverses façons traditionnelles (qui renvoient encore aux pratiques des anciens clubs vidéo) ou plus originales (fondées par exemple sur l'emploi d'algorithmes).
a) une façon traditionnelle en fonction des genres. Netflix propose ainsi les choix suivants : « Films pour enfants et famille », « Films criminels », « Séries télé – enquêtes criminelles », « Documentaires », « Séries télé imaginatives », « Science-fiction et fantastique », etc.) ;

b) une autre façon classique liée à des critères de date de mise à disposition des contenus « Nouveautés » ou « Récemment ajoutés » (Netflix) ; « nouveautés » et productions « bientôt disponibles » (Club Illico), « Just Added » (Crave TV),

c) une dernière manière assez traditionnelle, soit proposer des choix présentés comme rassembleurs ayant bénéficié d'une reconnaissance populaire : « Populaires sur Netflix », « les plus populaires » (Club Illico), voire comme ayant reçu une reconnaissance professionnelle « Films primés » (Netflix). Il arrive aussi que l'entreprise effectue elle-même des recommandations : « CraveTV Recommends ».

d) une façon beaucoup plus récente d'ordonnancer des choix puisque liée aux visionnements précédents. Netflix en a fait sa marque de commerce : « Reprendre avec le profil [nom] », « Meilleurs choix pour [nom] », « Parce que vous avez visionné… ». On retrouve aussi un classement proche dans le cas de CraveTV : « If you liked Game of Thrones », « If you liked Billions ». On voit donc ici que l'accent est mis aussi sur les affinités.

Cela dit, l'analyse des plateformes conduit aussi à trouver aussi un certain nombre de spécificités.

… aux spécificités de chaque plateforme

Netflix met l'accent sur ses contenus originaux – plus de 600 productions en avril 2018 – à partir de sa rubrique « Contenus originaux de Netflix » présente en lien sur la page d'accueil. Ces productions originales sont estampillées avec le logo de l'entreprise et/ou avec la mention qu'il s'agit de productions originales. Netflix a d'ailleurs rappelé en 2017 que l'entreprise investirait de plus en plus dans la production afin que la moitié de son catalogue soit composé d'œuvres originales dès que possible. Pour ce faire, un plan de 8 milliards de $US a été annoncé. L'accent devait être mis sur les films et les séries animées (Statt, 2017). Toutefois, ces contenus sont tous présentés sur un même plan à partir des pages d'accueil et on ne peut donc nullement distinguer les produits tournés par des producteurs indépendants pour Netflix de ceux rachetés par celle-ci, l'exclusivité ne relevant pas de la production, mais bien de la distribution. Ayant fait le calcul pour Netflix France, Séverine Barhes en conclue d'ailleurs que pour des raisons économiques, Netflix est de plus en plus conduite à mettre l'accent sur des programmes qui ne peuvent être considérés comme originaux que du point de vue de la diffusion sur le territoire concerné, la France en l'occurrence ou tout autre pays. Ainsi, moins de la moitié des programmes estampillés « Netflix Originals » ne le sont du point de vue de la production (2018).

En ce qui concerne le Club Illico, il y a deux façons principales d'avoir accès à celui-ci, soit en passant par la marque « Illico » (https://illicoweb.videotron.com/accueil), soit directement vers le service Club Illico (https://clubillico.videotron.com/accueil). Dans le premier cas, la page d'accueil conduit vers un vaste ensemble de contenus. Le Club Illico n'est alors qu'un service proposé parmi d'autres, la marque « Illico » renvoyant aussi, par exemple, aux « chaînes Illico.tv », autrement dit aux contenus de nombreux télédiffuseurs présents sur le service de câblodistribution. Dans certains cas, c'est l'ensemble même du contenu qui est visible sur les diverses plateformes, ordinateur, tablette ou téléphone multifonctions. En revanche, d'autres programmes ne sont accessibles que par le téléviseur, car les droits ne sont pas achetés pour d'autres terminaux. Le contenu du Club Illico est donc intégré dans un ensemble plus vaste qui, lui, renvoie en partie à la programmation de Vidéotron, le câblodistributeur qui possède la marque « Illico », lui-même propriété de Québecor.

Cela dit, le Club Illico propose les deux catégories suivantes : « productions québécoises » et « cinéma d'ailleurs », cette dernière renvoyant vers des productions ni québécoises, ni manifestement étatsuniennes. L'accent est donc mis ici sur le contenu québécois. Toutefois, la dimension francophone annoncée tout en haut de la page d'accueil est beaucoup plus visible avec la mention suivante : « films et séries en français à volonté » Il apparaît que la grande majorité du contenu est d'origine étatsunienne, mais doublée ou sous-titrée en français. Ce service revendique environ 400 000 foyers abonnés en 2018 (Robert, 2018).

Dans le cas de la page d'accueil Icitou.tv, on trouve aussi des catégories assez standard, mais également des marques spécifiques de la radiotélévision publique comme « Ici Explora » (nom de la chaîne de télévision spécialisée en documentaires) et « véro.tv », du nom de Véronique Cloutier, animatrice reconvertie en femme d'affaires, dorénavant en quête avec cette marque d'abonnés issus des « milléniaux ». Par ailleurs, la catégorie « Icitou.tv Extra » rappelle que, si le reste du contenu est d'accès gratuit, en revanche une autre est commercialisée sous cette marque. La version gratuite permet d'avoir accès au rattrapage des émissions diffusées à la télévision pendant l'année en cours ainsi qu'à divers autres programmes. La partie payante propose le rattrapage des émissions des années précédentes, l'ensemble des programmes de la chaîne documentaire, Ici Explora, ainsi que d'autres œuvres. Autre originalité, il s'agit du seul site qui fait appel au financement par la publicité. La rubrique « rattrapage » comprend une publicité à la place d'un accès à une production

audiovisuelle en deuxième position. Enfin, si la place accordée à un genre comme le documentaire est déjà notable via la rubrique intitulée de cette façon ou par le renvoi au contenu d'Ici Explora, une autre rubrique renvoie au contenu coproduit par l'Office national du Film, autre organisme public présent dans l'audiovisuel. C'est à travers ces rubriques que se constate le plus la dimension publique du site web.

Quant à CraveTV, trois rubriques témoignent d'accords signés avec trois entreprises étatsuniennes du secteur audiovisuel : « HBO Essentials » et « More from HBO » (HBO, groupe Time Warner), « The Showtime Collection » (Showtime, groupe CBS) et « The STARZ Sampler » (groupe Liberty Media). CraveTV visant le marché anglophone, elle se situe en opposition frontale avec Netflix et pour ce faire a du trouver des partenaires aux États-Unis. HBO et Showtime sont notamment connues pour la production de séries de renom. CraveTV est la seule des quatre plateformes qui propose uniquement des productions télévisuelles.

Enfin, se distinguant aussi des autres plateformes, Netflix souligne sur sa page d'accueil plusieurs éléments visant à rassurer les éventuels clients, grâce aux mentions suivantes : 1) il n'est pas nécessaire de s'abonner à long terme (« aucun contrat à long terme. Annulez en ligne n'importe quand »), 2) le service est disponible sur tous les types de terminaux (« visionnez de n'importe où ») et 3) chacun peut choisir son type d'abonnement (« Choisissez votre tarif »). Manifestement, la direction de l'entreprise tient à rassurer les clients potentiels. Les trois autres plateformes sont, elles, des créations de trois acteurs historiques du secteur des industries de la culture, de l'information et de la communication, Bell Canada, Québecor et Radio-Canada.

Trois éléments de réflexion pour conclure

Premièrement, depuis l'implantation de Netflix au Canada, bien des polémiques ont eu lieu entre le Ministère fédéral du Patrimoine Canadien et divers regroupements professionnels (Sénécal & George dans ces actes pré-colloque). Il en a résulté une promesse effectuée par la direction de Netflix Canada d'investir 500 millions en cinq ans dans la production de contenu canadien, sans toutefois que celle-ci ne soit accompagnée d'un engagement envers une production francophone. L'entreprise s'est présentée au congrès de l'Association québécoise

de la production médiatique en 2018 en réitérant sa promesse, mais en restant floue sur les modalités. Le discours des représentants a porté sur l'importance d'accorder la priorité aux bonnes histoires, sur la qualité de celles-ci au Québec, ainsi que sur l'ouverture en termes de formats, de nombre d'épisodes, de types de partenariats. Le tout est demeuré relativement vague. Club Illico est aussi intervenu lors de cet événement, ses membres ayant annoncé que l'entreprise se lançait dans la production de films québécois, à raison de trois dès cette année L'objectif est selon les promoteurs du projet de répondre, grâce à la connaissance des attentes des abonnés, aux différents besoins de la clientèle (Bourgault-Côté, 2018).

Deuxièmement, la forme et le contenu des pages d'accueil rendent bien compte que nous demeurons dans le cadre des industries de l'audiovisuel. Il y a de ce point de vue une filiation claire et logique entre les médias traditionnels, cinéma et télévision, et les médias émergents, à savoir les plateformes numériques étudiées. La créativité nécessaire pour penser ce nouveau média repose donc, en partie du moins, sur la mobilisation et la transposition d'un savoir et d'un savoir-faire assez traditionnels. Ainsi que le proposent Vincent Bullich et Laurie Schmidt dans un appel à contribution de la revue *tic&société* (2018), il apparaît intéressant d'envisager le « devenir média » des plateformes comme l'envers du « devenir plateforme » des médias.

Troisièmement, analyser les pages d'accueil des plateformes numériques constitue bien une portée d'entrée intéressante pour identifier les places et les rôles que prennent les nouveaux services d'intermédiatisation au sein des industries culturelles, en l'occurrence, ici, celles de l'audiovisuel. Mais cette étude des pages d'accueil ne se suffit évidemment pas à elle-même, car si elles rendent compte de certains rapports de pouvoir au sein du secteur de l'audiovisuel, elles en cachent aussi d'autres.

Références bibliographiques

Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM), Association québécoise de la production médiatique (AQPM) (2017). *Profil 2017, Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*, https://www.aqpm.ca/nouvelles-

aqpm/533/profil-2017---rapport-economique-sur-l-industrie-de-la-production-de-contenu-sur-ecran-au-Canada.

Barthes S. (2018). De quoi la série originale Netflix (Netflix originals) est-elle le nom ?. Colloque international *Numérisation généralisée de la société : acteurs, pratiques, discours et enjeux*, Montréal, CRICIS, du 2 au 4 juin 2018.

Bourgault-Côté G. (2018). Netflix prend contact avec les producteurs québécois. *Le Devoir*, https://www.ledevoir.com/culture/525591/netflix-prend-contact-avec-les-producteurs-quebecois.

Bullich V. & Guignard T., (2014). Les plates-formes de contenus numériques : une nouvelle intermédiation ?. *La culture et ses intermédiaires. Dans les arts, le numérique et les industries créatives*, L. Jeanpierre & O. Roueff (dir.), Paris, Archives Contemporaines, p. 201-210.

Calabrese A & Sparks C. (dir.) (2004). *Toward a Political Economy of Culture*. Toronto (Ont.), Rowman & Littlefield.

George É. & Sénécal M. (2017). L'importance de la "longue durée" dans les études en communication à partir de l'analyse des industries culturelles. *Temps et temporalités en information-communication : des concepts aux méthodes*. J.-C. Domenget, N. Pélissier et B. Miège (dir.), Paris, L'Harmattan, p. 45-60.

Guignard T, & Bullich V. (2012). Les plates-formes d'accès aux contenus : des dispositifs au cœur de la reconfiguration des filières communicationnelles. Actes du colloque international Médias 011 *Y'a-t-il une richesse des réseaux ?*. S. Agostinelli, D. Augey et F. Laurie (dir.), Aix en Provence, Presses Universitaires d'Aix-Marseille, p. 145-160.

Hardy J. (2014). *Critical Political Economy of the Media : An Introduction (Communication and Society)*, Londres, Routledge.

Lechavallier P. (2011). Netflix annonce deux lancements à l'international. La France pour 2012 ?. *ZDNet*, http://www.zdnet.fr/blogs/digital-home-revolution/netflix-annonce-deux-lancements-a-l-international-la-france-pour-2012-39760210.htm.

Mœglin P. (2005). *Outils et médias éducatifs*. *Une approche communicationnelle*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Mosco V. (1996). *The Political Economy of Communication*. Londres, Sage Publications.

Rouquette S (2009). *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cyberesp@ce*. Bruxelles, De Boeck, Paris, INA.

Semprini A. (1996). *La marque*. *Une puissance fragile*. Paris, Vuibert.

Statt N. (2017). Netflix plans to spend $8 billion in 2018 to help make its library 50 percent original. *The Verge*, https://www.theverge.com/2017/10/16/16486436/netflix-original-content-8-billion-dollars-anime-films

tic&société (2018). Les industries culturelles à la conquête des plateformes ? (appel à contribution). http://journals.openedition.org/ticetsociete/2345.

Courir sur des sables mouvants. Les musiciens en quête de public sur le web.

Run on quicksand. Musicians in search of public on the web.

Anne-France KOGAN / Professeure en SIC, Caroline CRETON, doctorante en SIC.
PREFICS, Université de Rennes 2, Institut Mines-Telecom.
anne-france.kogan@univ-rennes2.fr, Caroline.Creton@imt-atlantique.fr

Mots clés : Musiciens, web, promotion, numérique
Keys words : Musicians, web, promotion, digital

Résumé.
La démocratisation de la musique et de l'internet ont profité à de nombreux musiciens. Cependant ces musiciens doivent mener un combat pour se rendre visible dans un contexte de surabondance d'œuvres à la qualité inconnue. Constitué de réseaux sociaux, blogs et plateformes musicales, le web se révèle être une étendue médiatique très instable. Ces dispositifs incitent fortement les musiciens à créer une esthétique visuelle de leur œuvre musicale. Mais également, en fonction du temps et des compétences disponibles, de déployer différentes stratégies de promotion.

Abstract
The democratization of the music and the internet benefited numerous musicians. However the musicians have to lead a fight to make visible in a context of profusion of works to the unknown quality. Established by social networks, blogs and musical platforms, web turns out to be a very unstable media area. These devices incite strongly the musicians to create a visual aesthetics of their musical work. But also, according to time and available skills, to display various strategies of promotion.

Courir sur des sables mouvants.
Les musiciens en quête de public sur le web.

KOGAN Anne-France
CRETON Caroline

Introduction

Dans le secteur de la musique, la démocratisation de la formation, la baisse des prix des instruments et des logiciels, ainsi que la numérisation des supports ont transformé considérablement le rôle joué par les différents acteurs, qu'ils soient institutionnels ou musiciens. Ainsi, de nouveaux amateurs, dont le rôle avait été limité jusqu'alors à celui de consommateurs de musique, ou d'amateurs inconnus, peuvent être mis en avant, en tant que musiciens[1], et intervenir à chaque maillon de la filière musicale, au même titre que les acteurs institutionnels.

Cependant, ces nouveaux musiciens sont très nombreux et se retrouvent confrontés à l'épineux problème de la surabondance d'œuvres de qualité inconnue. Dès lors, un combat acharné pour la visibilité et la reconnaissance devient l'enjeu principal de cette mutation, en imposant à ces artistes une injonction à la créativité, non plus seulement au niveau de l'œuvre musicale, mais également à chaque étape : création, financement, édition graphique, interprétation, production, marketing, distribution, diffusion (Janovwska, 2017).

Incités à « être créatifs » et à le faire percevoir en ligne par la publication de contenus originaux, comment ces musiciens et les programmateurs de salles de spectacle déterminent-ils et font-ils évoluer les usages associés aux contenus déposés sur les sites, blogs et réseaux sociaux ? Quel contenu choisir, sur quel média, selon quelle temporalité, et comment ces choix évoluent-ils dans le temps ? La matérialité des dispositifs et leurs spécificités seront au centre de l'analyse présentée dans cette communication.

[1] Nous n'aborderons pas ici la question du statut de ces musiciens, évoquée par ailleurs (Creton, 2018)

1. L'instabilité chronique du numérique

De l'amplification aux mutations

Les STS (sciences et technologies studies) tentent de saisir la spécificité technique des dispositifs, en les considérant comme un cadre de pensée et d'action encapsulé dans des techniques. Ainsi, elles ont pu montrer que « la révolution de l'imprimé » a conduit, en premier lieu, au phénomène d'amplification des pratiques existantes, avant de participer aux grandes mutations que furent la Réforme protestante, la Renaissance et la révolution scientifique (Eisenstein, 1991). Cette idée d'amplification est reprise aujourd'hui pour comprendre l'ensemble des transformations liées au numérique (Boullier, 2016). Celui-ci étant la continuité du processus d'informatisation, qui a débuté dans la sphère productive au cours de la seconde moitié du XXème siècle, dans un objectif de rationalisation et de révision constante des organisations. Avec les années 2000, on observe un changement d'échelle d'une rapidité surprenante, avec des technologies numériques qui s'immiscent dans toujours plus de dimensions de la vie sociale. Effectivement, les années 2000 voient émerger une activité quotidienne de publication de masse sur de nouveaux terminaux et de nouveaux médias. Internet offre ainsi un espace médiatique numérique qui concerne a priori toute l'humanité : de 90 millions d'abonnements à l'internet mobile en 1995, à 7 milliards en 2015 dont 2 milliards sur Facebook. Cette connexion répandue a permis l'intégration, toujours croissante, des pratiques sociales au sein de ses dispositifs et notamment au travers des réseaux sociaux, lieux de sociabilité devenus incontournables (Cardon, 2013). Une des mutations sociales associées à ce phénomène d'amplification est **la démocratisation des pratiques culturelles et leur médiatisation sur le web**. Après une quinzaine d'années d'existence de ces multiples plateformes, où en sont les usages de la médiatisation par les musiciens et diffuseurs culturels ?

Double réflexivité

Les grands acteurs du web sont issus de l'informatique, un secteur industriel relativement récent (milieu du XXème siècle), qui s'est d'emblée structuré avec la production scientifique. Sciences et industries dans ce secteur évoluent conjointement, pour intégrer très rapidement les innovations scientifiques dans des offres industrielles (Mounier-Kuhn, 2010). Ainsi l'offre des acteurs du numérique avec leur plate-forme offre un couplage resserré de façon inédite

entre le produit industriel, l'innovation scientifique et permet de produire des nouvelles versions à un rythme toujours plus rapide.

De plus ces technologies numériques ont systématiquement pour effet d'augmenter la production d'informations et leur vitesse de circulation quelque soit les organisations ou les domaines de la vie sociale concernée. Ces informations permettent de développer des connaissances nouvelles sur les pratiques et leurs organisations, qui conduisent alors à les revoir et à les améliorer dans un mouvement permanent. Cela est rendu possible du fait de la mobilité des contenus numériques (la transformation d'un logiciel, ou d'une API ne nécessite aucun déménagement physique, la migration d'une base de données non plus). Effectivement, contrairement à l'analogique, la décomposition binaire, spécificité du numérique qui, en traitant des variables discrètes, et non continues, favorise les possibilités de décomposition élémentaire et de recombinaisons à l'infini. (Boullier, 2016).
Dans ce cadre, la réflexivité se joue à deux niveaux : en fonction des normes d'usages, les industriels de l'internet révisent leur stratégie pour orienter les contenus, et, en réponse, les usagers modifient leurs pratiques. Il s'agit dès lors d'un double-jeu permanent où chacun cherche à tirer avantage de ces nouveaux médias numériques.

Apprendre à faire usage

Dès les premières études d'usage des NTIC réalisées dans les années 80, on pouvait constater que le premier usage de ces technologies consistait à apprendre à s'en servir. Comme l'offre numérique se caractérise par un rythme d'innovations inédit, tant techniques que fonctionnelles, celle-ci conduit à réviser ses usages en permanence. Dès lors, ceux qui ont partie liée avec le numérique sont immergés dans ce mouvement et sont sommés de s'adapter à ces transformations sous leurs multiples facettes.
Mais tous ne disposent pas des capacités cognitives et/ou du temps nécessaire pour y parvenir. Devant l'incessante évolution des outils se pose la question d'apprendre ce qui change sans arrêt. Les dispositifs informatiques sont sans cesse l'objet de mises à jour ou de remplacements (versions) qui conduisent l'utilisateur d'un ensemble donné d'outils à se perfectionner sans cesse, à se tenir au courant, à maîtriser les différentes interfaces et compatibilités entre logiciels et matériels, ce qui constitue des activités cognitives «gourmandes en temps » (de Saint Laurent-Kogan et al., 2007).

Méthodologie

Nous analyserons les usages associés aux pratiques de mise en visibilité des musiciens et diffuseurs culturels en tenant compte des spécificités de ces dispositifs médiatiques en considérant d'une part, leur instabilité chronique et d'autre part, l'exigence d'un investissement cognitif pour en faire usage.

A partir d'extraits d'entretiens semi-directifs réalisés, d'une part, dans le cadre d'une recherche sur les pratiques collaboratives, et d'autre part, dans le cadre d'une thèse sur la place du numérique sur une scène musicale, nous proposerons une analyse de leur parcours médiatique : choix des blogs/sites internet par les artistes/associations, pour identifier les déterminants des choix médiatiques dans cette quête de visibilité des musiciens.

Pour cette communication, nous avons retenu huit acteurs : trois salles de spectacle – Ferrailleur/La bouche d'air/Papier Buvard, trois musiciens – Kaleides/Gaume/Zig Zélé, un label – Kythibong, une association culturelle– Panier Culture-Nantes.

2. The « look of music »

Les avancées scientifiques des dispositifs numériques permettent d'augmenter toujours plus la capacité de mémoriser, traiter et faire circuler des données. Ainsi, les images, fixes puis animées, très gourmandes en octets, continuent de se déployer sur ces nouveaux médias. En effet, décade après décade, le nombre de photos produites par an ne cesse de se multiplier.

Le domaine musical n'y échappe pas. D'autant plus, comme le rappelle (Skarpelos, 2017) qui analyse les couvertures d'album de disque (vinyl et/ou CD), le visuel de ces pochettes a toujours eu un statut particulier. Un véritable pouvoir leur a été attribué, celui du « look of music ». Celui-ci permet de capter rapidement l'attention et de prolonger l'expérience du paysage sonore de l'album. Dès lors, les diffuseurs et musiciens vont se tourner vers les dispositifs (site, espace de vente en ligne) qui donnent une place primordiale à l'image.

> ***Panier Culture-Nantes*** *: « Le premier blog a été créé en 2011 par un musicien qui portait le projet, avec Blogspot qu'il connaissait bien. Il y a eu un premier relooking , car on nous disait qu'il était trop triste, trop sobre, en 2015 je crois. Et puis, un des membres qui est informaticien nous a proposé de le migrer sur WordPress en 2017. Et là, on voit bien que le rapport entre l'écrit et l'image s'est inversé. Tu arrives, large*

bandeau visuel, et puis l'éditeur de messages… tu commences par chercher l'image et puis tu écris, ça donne une image plus « moderne » de l'association ».

***Kithybong : « [>C]:** Et pourquoi vous n'avez fait directement de la vente sur bandcamp ?*
[>A]: parce que… je ne sais plus pourquoi, ça remonte à longtemps ses réflexions, leurs marges peut-être, je ne sais plus… parce qu'on trouvait aussi que c'était plus élégant le shop, je pense il y a ça aussi. »

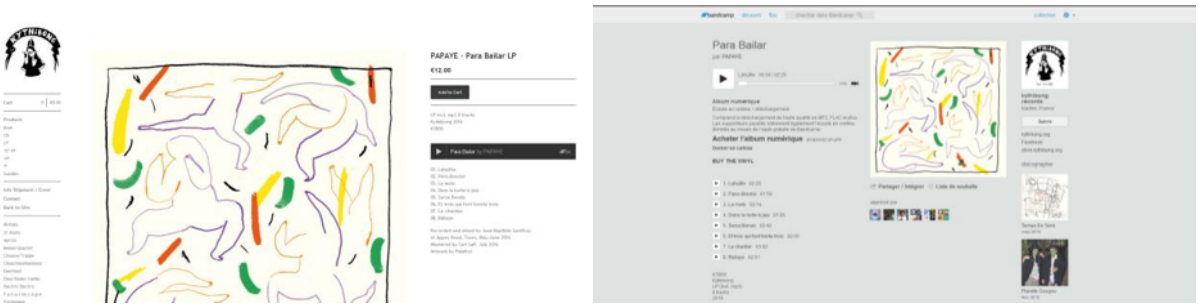


Fig 1. Label Kithybong : son « shop » à gauche et sur la plate-forme Bandcamp à droite

***La Bouche d'Air** : « Après les images ont pris le dessus, et c'est bien aussi, c'est vrai que, on est vraiment dans une nouvelle manière de communiquer, et d'accrocher le public avec la vidéo, il n'y a pas photo. Sur Facebook, tu utilises la vidéo, tu as plus de vues. Il y a une dérive de la manière dont ce qui accroché. Avant c'était beaucoup plus le fond, un journal ça devait être le fond, maintenant on est plus sur des accroches visuelles… »*

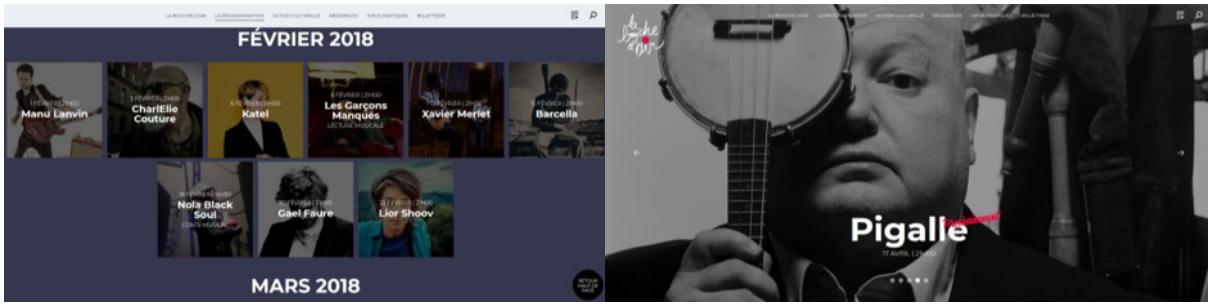


Fig. 2. Site de la Bouche d'Air

***Zig Zélé** : « dès que j'ai un clip, vu que c'est un support incroyable, oui je le mets en avant, beaucoup plus que mes morceaux, je relais évidemment moi-même mes morceaux au fur et à mesure ou quand j'ai peu d'actualité sur Facebook, là je publie mes morceaux, mais quand tu as de l'image, quand tu as un clip, c'est plus fort. Je mets aussi les morceaux en mode vidéo sur Facebook».*

***Kaleides** « Et puis il y a plein de programmateurs qui n'ont plus le temps, qui prennent plus le temps de se déplacer pour voir les spectacles donc ils veulent voir les vidéos et pouvoir se décider comme ça quoi, c'est assez injuste parce que si tu es nul en technique ou en communication en fait bah tu peux ne pas du tout être repéré alors*

que si ça se trouve artistiquement tu aurais touché la personne, mais tu ne peux pas savoir ».

***Ferrailleur** « Il faut que ça donne envie d'aller voir des concerts, donc l'idée c'est de montrer un instant T une belle photo pour donner aux gens envie de venir. »*

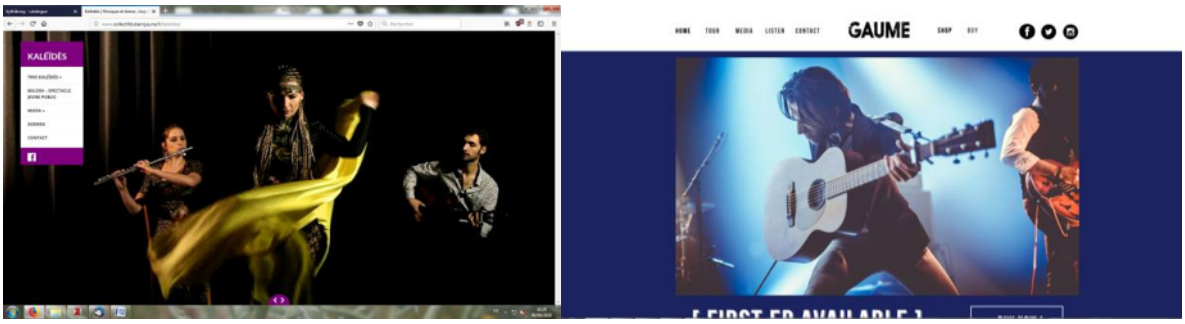


Fig. 3. Page d'accueil du site Kaleides et de Gaume

Dans leur quête incessante d'attention, les musiciens vont donc aussi mobiliser de plus en plus les médias privilégiant les visuels qui permettent « d'accrocher » le public. Dès lors que les réseaux sociaux revendiquent l'instantanéité, la musique n'est pas d'emblée accessible : écouter un morceau prend 3' alors qu'une image défile. L'image ou le clip opère comme **un appât pour capter** le spectateur dans un univers censé le conduire vers l'écoute. Ces supports médiatiques imposent aux musiciens de créer une esthétique visuelle qui vient prolonger l'œuvre musicale en exigeant la création d'un univers artistique cohérent.

3. Participation et stratégie du web 2.0

Au tournant des années 2000 et la multiplication des dispositifs d'auto-publication est apparue le terme de « web 2.0 » ou « web social », la proposition centrale défendue par Tim O'Reilly, à qui on accorde la paternité du terme web 2.0, est que le salut de l'Internet (et des industries de la culture et de la communication, plus largement) repose sur un modèle « participatif » où l'usager, de simple consommateur, se mue en un véritable « générateur de contenus » (Bouquillon, 2013). La publication de ces contenus, et notamment culturels, permet d'accroître les flux de données sur les plateformes qui, par la suite, les monétisent (Rebillard 2007; Cardon 2015). Dans son analyse des plateformes, Vincent Bullich propose une analogie avec l'agriculture : il évoque la notion de « métayage numérique » car la production de

contenu est réalisée par l'internaute, et la valorisation de ces contenus, réalisée par YouTube, qui s'est constitué ainsi une nouvelle rente (Bullich, 2015). Tous ces contenus laissés par les usagers, constituent des informations ou traces numériques (Merzeau 2013) qui, pour ces industriels du web, produisent des connaissances qui les amènent à revoir leur stratégie. A l'instar de la théorie des industries culturelles, il est important de considérer ces nouveaux espaces de diffusion culturelle comme éléments de compréhension des principales mutations socio-économiques de l'époque. Ainsi, depuis les années 2000, et ce que certains ont appelé le web 2.0 avec son lot de transformation et d'appels à la participation (Bouquillon, 2013), comme l'arrivée de nouveaux acteurs industriels, qui part leur puissance financière impose leur stratégie. On observe depuis un renforcement du fonctionnement oligopolistique propre des industries de la culture et de la communication, symbolisé par le GAFA.

Dans leur quête de rentabilité et dans un contexte de concurrence accru, les plateformes intègrent sans cesse de nouvelles fonctionnalités -payantes ou gratuites- au gré des usages. En fonction des normes d'usages, les industriels de l'internet révisent leur stratégie pour orienter les contenus vers des possibles captations de valeurs que ces usages offrent, et, en réponse, les usagers modifient leurs pratiques. Un troisième élément, la quête de captation de valeur, vient alimenter le processus réflexif des pratiques sociales numérisées, et donc à l'instabilité chronique des services numériques.

3.1. La course au Freemium

Dans leur quête de captation de valeurs et dans un contexte de concurrence exacerbée, les plateformes intègrent sans cesse de nouvelles fonctionnalités -payantes ou gratuites- au gré des usages. A titre d'exemple, Facebook propose aux musiciens et organisateurs de concerts de nombreux onglets pour afficher un agenda, intégrer des enregistrements sonores ou vidéos à la page Facebook, ou encore de payer une publicité pour accroître son public (Creton, 2018).

> ***Kythibong** : « à chaque fois je suis emmerdée parce que… un truc débile mais pour envoyer les promos aux journalistes etc. des fois on envoie du physique, des CD, des fois c'est juste des liens. Donc j'essaye de ne pas faire télécharger les gens, donc d'avoir des trucs en streaming caché, sauf que sur Bandcamp il faut payer pour avoir un truc de streaming caché. Donc du coup, tu ouvres un compte SoundCloud, et puis c'est que ça tout le temps. Et puis après, du coup, j'ai ouvert un compte SoundCloud et puis là je me rends compte qu'en fait au bout d'un moment il te limite en espace, si tu n'achètes pas un truc… enfin, ouais, je me bats avec ça pour pas payer trop. On paye un shop en ligne, des frais PayPal sur chaque vente… on peut pas être partout, on reste sur des petites économies même si aujourd'hui on n'a pas trop à se plaindre ».*

***Kaleides** : [Mailchimp] « enfin bon, donc voilà ça nous donne plein de liberté, par contre au bout de, là on avait atteint les 2000 contacts, pro et réseau confondus, et du coup, ça devenait payant, il fallait qu'on paye, c'était hyper cher, je ne sais plus c'était du genre 60 dollars par mois un truc comme ça, enfin c'est super cher pour faire, juste envoyer des mails quoi »*

***Ferrailleur :** Et puis évidemment, en gérant un certain nombre de pages, et en regardant les réactions, en analysant les statistiques, tu te rends compte aussi des trucs qui marchent, les trucs qui marchent pas et pourquoi ça a marché hyper bien et pourquoi maintenant c'est plus le cas. Il faut faire autrement etc. Ça fait partie du travail de veille, ça c'est normal donc c'est un mélange de professionnels qui t'alertent, qui te disent attention bidule c'est plus comme ça, et puis toi aussi tu te rends compte de manière naturelle, ah bah ça, ça ne marche plus du tout etc.*

3.2. Accords industriels et nouvelles API

L'évolution des relations entre les différents acteurs du web, concurrence, rachat, fusion ne sont pas sans conséquences sur l'offre et vice-versa. Ainsi la concurrence entre Youtube, qui appartient à Google et Facebook apparaît à travers les usages. Les partenariats entre les entreprises pour intégrer de nouvelles API, comme celle de SongKick, qui gèrent les dates de concert et la vente de ticket, accessible aujourd'hui à partir de nombreux sites de streaming, et plus récemment via Facebook.

***Zig Zélé** : « Facebook ? Au début, c'était très sobre, et puis, j'ai mis des applis spéciales oui, sur le côté, oui bah j'ai, bah c'est à force, j'ai clairement misé là-dessus parce que je suis de la génération Facebook […] et puis ils ont fait un truc canon pour les pages artistes ou entreprises qui permet avec un seul et même compte de pouvoir gérer ta page artiste et je trouve ça très bien foutu et puis bah des partenaires qui au fur et à mesure intègrent leur applications dans Facebook et donc ça permet d'ajouter des trucs, notamment pour les concerts la gestion des évènement c'est très bien foutu et puis moi je maitrise de plus en plus l'outil. Comme application, il y a Bandsintown notamment et l'autre comment il s'appelle… Songkick. Ces deux-là apparaissent sous forme d'onglets que je peux renommer mais sous la photo à gauche. Je peux directement depuis Facebook entrer un événement ou le modifier sans avoir à aller sur mon compte Songkick ou Bandsintown et donc c'est très pratique pour moi de pouvoir tout gérer sur le même truc, et puis bah c'est l'actu, j'ai compris que voilà si je n'étais pas actif là-dessus que ma petite communauté n'allait pas rester bien longtemps […]*

***Kythibong** : » ah oui alors que nous, Bandcamp on s'en sert… ça été un peu la guerre aussi, parce qu'il nous forçait, avant, à vendre à travers leur plate-forme, et ils ont mis en place finalement un petit truc qui dit "tu peux mettre un lien extérieur", parce tu ne pouvais pas faire ça. Maintenant on s'en sert comme plate-forme d'écoute mais on utilise ce lien qui renvoie vers notre shop ».*

3.3. Nouveau média, nouveau public ?

Ces plateformes numériques se développent en mettant en place trois moyens : des normes d'action, une architecture technique et des discours d'accompagnement (Bullich, 2015). Ces plateformes ont produit des discours enchanteurs auprès des acteurs culturels promettant d'accéder sans médiation à un large public (Beuscart, 2009). Si nombreux travaux ont depuis montré que les résultats ne sont pas à la hauteur des attentes (Peltier et Moreau 2016). Cette croyance semble persister chez les musiciens et diffuseurs.

> ***Papier Buvard*** *: « Avec Facebook, je me suis vachement détendue, je me disais ce n'est pas la peine. … J'ai quand même ouvert une page, ils m'ont interdit, ils m'ont dit « vous n'avez pas le droit de faire ça, il faut vous mettre en page « entreprise » et tout », donc ils m'avaient transférée sans me demander, j'avais perdu toutes mes données, j'étais vraiment verte, j'ai dit c'est terminé, c'est fini, merci Facebook. Et du coup, comme y a un truc avec un outil où tu vois les statistiques, c'est assez fou d'ailleurs, et donc du coup ; tu vois « 800 personnes atteintes !!!», ben les gens ont partagé, du coup tu vois tout, et là tu te dis Mais c'est un putain d'outils en fait ! Clairement, je ne peux pas m'en passer, si j'ai pas le Facebook, là ?. Et vraiment, je ne sais pas comment je ferai sans ».*
>
> ***La bouche d'air*** *: « Et là du coup on a une stagiaire qui va justement s'occuper de lancer Instagram et de mener une réflexion sur notre communication, une communication qui serait plus ciblée vers la jeune génération, en fait. Plus adaptée pour essayer de toucher ce public-là. »*
>
> ***Zig Zélé*** *: [qui publie de la musique sur Youtube, Bandcamp, Soundcloud, Deezer…]*
> *« Tu penses que les usagers de chaque plateforme sont différents ?*
> *P : J'imagine, oui, j'imagine, enfin, du moins j'espère parce que ça voudrait dire que mes compteurs sur chaque site sont à peu près unique, mais, je pense oui que chacun à ses habitudes de consommations de la musique et donc que c'est le cas, mais je ne peux pas baser sur mon expérience parce que vu que je suis partout et que moi j'utilise du coup toutes ces plateformes-là, en tant qu'auditeur, oui j'écoute sur YouTube, sur Bandcamp je découvre des gens même sur SoundCloud c'est pareil donc, mais je pense qu'ils sont peu nombreux les gens qui vont sur toutes les plateformes ».*
>
> ***Zig Zélé*** *: « en général dès qu'il y a une nouvelle plateforme qui fait un peu le buzz j'essaye de me placer dessus, pour avoir le plus de chance d'être vu, même si c'est que du streaming et que je ne suis pas rémunéré ».*

Pour d'autres, en revanche, il n'est pas question de se disperser sur plusieurs plateformes mais de trouver un usage rationnel qui permet d'associer une présentation relativement pérenne du

projet, qu'il soit artistique ou en référence au lieu de programmation, et une actualité plus éphémère.

> ***Papier Buvard** : Il y a Facebook pour l'actu, et le Wordpress, c'est le blog, là, c'est la vraie, vraie porte d'entrée, c'est celle que je préfère, c'est celle que j'affiche partout, parce ça explique vraiment mieux le projet, on est moins dans l'instantané, donc tu prends plus le temps d'écrire, un blog c'est du construit, au fur et à mesure.(2016)*

Conclusion

Le web 2.0 se caractérise donc par un rythme d'innovations inédit, tant techniques que fonctionnels qui conduit à réviser les usages en permanence.

Les innovations en matière de captation, de traitement et de diffusion des images sur le web incitent les musiciens à créer une esthétique visuelle qui vient prolonger l'œuvre musicale. Mais si touts les musiciens et diffuseurs communiquent de plus en plus par l'image, tous ne disposent pas des formations et/ou du temps nécessaires pour s'adapter aux transformations de ces espaces médiatiques numériques.

Face à ce rythme d'innovations, on observe alors deux tendances. La première se caractérise par une professionnalisation de l'activité de médiatisation qui se rapproche de la fonction de Community Manager. Ces nouveaux professionnels développent des compétences pour réviser en permanence leurs tactiques en réponse aux innovations du secteur. Ils restent toujours à l'affut pour capter et retenir l'attention d'un public sur cette étendue médiatique instable constituée des différents réseaux sociaux et plateformes. Ces nouvelles figures professionnelles sont à même de produire des messages différents selon les différents supports.

En revanche, les salles de concert et musiciens qui ne peuvent faire appel à des professionnels de la communication, vont chercher à rationnaliser leur démarche pour ne pas y consacrer trop de temps. On observe alors un choix vers des supports spécifiques. Ce choix permet de trouver un équilibre entre la production d'informations qui relèvent de l'actualité, et celles qui relèvent de l'identité du projet. S'ancrer et courir pour tenir sur cet environnement médiatique instable sont le nouveau défi d'une promotion numérique de ces musiciens et diffuseurs non professionnels.

Bibliographie

Beuscart J-S., (2009), Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique, *Réseaux*, n° 152, no 6, p. 139- 168.

Bouquillion Ph., (2013), Socio-économie des industries culturelles et pensée critique : le Web collaboratif au prisme des théories des industries culturelles, in Mattelart Tristan (coord.), "Contributions aux recherches critiques sur la communication", *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°14/3A, 2013, p. 55-67,

Boullier D., (2016), *Sociologie du Numérique*, Paris, Armand Colin.

Bullich V., (2015), Régulation des pratiques amateurs et accompagnement de la professionnalisation : la stratégie de YouTube dans la course aux contenus exclusifs, *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°16/3B, 2015, p. 27 à 42.

Cardon D (2013), Liens faibles et liens forts sur les réseaux sociaux, in *Les Cahiers français*, N°372. La Documentation française.

Cardon D., (2015), *A quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Le Seuil, 83 p.

Creton C. (2018), To pay or not to pay : les musiciens à notoriété locale face à la publicité ciblée sur Facebook, *Les enjeux de l'information et de la communication* (à paraître).

Eisenstein E., (1991) *La Révolution de l'imprimé : à l'aube de l'Europe moderne*, Paris, La Découverte.

Janowska Anna Annetta, (2017), L'industrie du disque et sa chaîne de valeur après le virage numérique – quels défis pour la créativité des artistes ? in les *Actes du colloque de Varna*, *Questionner le tournant créatif : dispositifs, processus et représentations*. (Andonova Y. et Kogan A-F coord.) https://crea2s.hypotheses.org/publications-du-reseau

Merzeau L., (2013), Identity commons: du marquage au partage. In *Identités numériques*, Paris, L'Harmattan, p. 35-39.

Mounier Kuhn P.E. (2010), *L'informatique en France de la seconde guerre mondiale au Plan Calcul. L'émergence d'une science*, PU, Paris-Sorbonne, Paris.

Rebillard F., (2007), *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, l'Harmattan, Paris. 158 p.

Saint Laurent-Kogan (de) AF, Grenier C., Peyrard C., Durampart M., (2007), Apprentissage des TIC et changement permanent in *Où va le travail à l'ère du numérique*. Sous la dir. de

Saint Laurent-Kogan A-F, Metzger J-L. Presses des Mines de Paris. Coll. Sciences sociales.

Skarpelos Y. (2017). Towards a Quantitative Visual Semiotics. In *New Semiotics Between Tradition and Innovation*, Publisher: NBU Publishing House & IASS Publications, pp.413-423.

Matière à pensées : outils d'édition et médiation de la créativité

Materialized thinking: creative processes in code and cartography

Arthur Perret, doctorant en SIC

MICA, Université Bordeaux Montaigne

arthurperret@me.com

Mots-clés : *document, écriture, cartographie, épistémologie*

Keywords: *document, writing, cartography, epistemology*

Résumé : Cet article contribue à une épistémologie des outils de l'édition numérique, en étudiant des dispositifs qui illustrent le passage d'un régime documentaire à un autre : de la reproduction du paradigme de l'imprimé à l'émergence de nouvelles boucles de matérialisation au plus près de la technologie de l'intellect. Cette réflexion contribue à l'exploration critique des liens entre humain et machine, culture et technique, savoir-faire et de érudition.

Abstract: This paper contributes to an epistemology of digital writing and publishing tools, ranging from markup languages to cartography. We describe the effects of moving from paper to screen on the intellectual processes at work when producing knowledge, focusing on dynamic rendering in software and its relation to abstract thought. We discuss how it stimulates creativity and challenges document theory, opening new avenues for research in both Information Science and Digital Humanities.

Matière à pensées : outils d'édition et médiation de la créativité

Arthur Perret

Introduction

Cet article s'attache à démontrer le potentiel heuristique de l'édition numérique en matière d'épistémologie des sciences de l'information et de la communication (SIC). De Word à In-Design en passant par LaTeX mais aussi les éditeurs de code et les systèmes d'information géographique (SIG), la création de documents numériques se déploie au sein de dispositifs aux apparences similaires mais dont les logiques présentent des variations hautement significatives. Ces dispositifs illustrent le passage d'un régime documentaire à un autre : de la reproduction du paradigme de l'imprimé à l'émergence de nouvelles boucles de matérialisation au plus près de la technologie de l'intellect. Nous concentrons notre analyse sur ces dernières, en examinant spécifiquement le rapport entre créativité et création. Inscrite dans une histoire longue des médiations du texte, de l'image et de la pensée, notre réflexion se rattache à l'exploration critique des liens entre humain et machine, culture et technique.

Notre problématique est la suivante : comment les nouvelles médiations du travail intellectuel favorisent-elles la créativité ?

Dans les paragraphes qui suivent, nous décrivons un processus de matérialisation dynamique observable dans la pratique d'un vaste ensemble de logiciels, de la programmation à la visualisation. Ce processus transforme la pratique éditoriale en une méthode exploratoire au potentiel heuristique inédit. C'est une nouvelle médiation du travail intellectuel qui encourage la répétition des essais, la variation du paramétrage, la conception de solutions innovantes et donc la créativité, y compris dans des cadres scientifiques ou industriels a priori fortement normés. Nous examinons les modalités suivant lesquelles cette innovation se déploie en réalisant une analyse des technologies, interfaces et usages liés aux outils d'édition ; il s'agit notamment de questionner les interactions, la représentation de l'information et le degré de littératie numérique sollicité pour évaluer précisément les conditions d'émergence de la créativité.

1 Édition

La place grandissante du calcul dans nos pratiques d'écriture et de lecture nous force à réévaluer de plus en plus régulièrement nos cadres de pensée relatifs aux technologies de l'information et de la communication (TIC) . En particulier, notre théorie des processus documentaires fait face à un écosystème en pleine évolution, lequel nous pousse à raffiner notre approche de la technique. Le concept de document, structurant pendant tout le XXe siècle, se révèle inégalement opérant en ce qui concerne les phénomènes numériques. Réactualisé avec une extrême fécondité en ce qui concerne tout un pan de l'analyse relative au Web, en particulier sur les enjeux économiques et sociaux , il pose des difficultés épistémologiques dès lors qu'on aborde certains mécanismes plus fondamentaux liés à l'information, ainsi que nous allons le voir plus loin.

L'édition constitue un terrain privilégié pour l'observation de ce changement de paradigme. C'est une industrie qui se définit traditionnellement par l'élaboration du livre et de ses dérivés, des documents stables qui sont conçus en procédant à partir de la page comme unité de base – une logique façonnée par cinq siècles de règne de l'imprimé. Avant toute autre chose, il convient de rappeler que si la langue anglaise fait la distinction entre l'édition en tant que filière (*publishing*) et l'élaboration effective du document (*editing*), nous avons importé la bureautique anglo-saxonne sans modifier notre propre vocabulaire. Par conséquent, le terme français d'édition a acquis une certaine polysémie. Il est possible d'en donner une définition unique : éditer, c'est orchestrer l'élaboration du document. Toutefois, dans le contexte de cet article c'est la seconde dimension qui nous intéresse : éditer au sens de créer et manipuler des fichiers ; éditeur au sens de logiciel d'édition ; édition au sens de pratiques d'écriture, entre conception, rédaction et programmation.

L'édition repose en grande partie sur des méthodes, modèles ou schémas reproductibles ; on n'y crée que rarement à partir de rien et l'informatisation a très largement favorisé cela grâce à la copie et à l'automatisation. Les logiciels permettant d'éditer des documents numériques présentent de façon quasiment universelle des fonctionnalités qui soutiennent la conception de processus stables et de maquettes réutilisables. Parmi ces fonctionnalités, on notera l'import et l'export de paramétrages divers (réglages d'interface, gabarits) ; le pré-chargement de données et de librairies distantes via Internet ; la modélisation des tâches sous forme d'algorithmes plus ou moins complexes. Comme pour le verbe *éditer*, la bureautique attache un sens plus prosaïque au verbe *créer* que sa définition préalable en français : il s'agit simplement d'une génération de document, dont on voit qu'elle fait l'objet d'une prise en charge qui est

profondément intégrée à la proposition technique de base des outils d'édition. Dans ce contexte, *quid* de la créativité ?

Le Trésor de la langue française définit le verbe *créer* ainsi : "concevoir, imaginer quelque chose de nouveau, donner une forme originale à quelque chose". L'histoire nous a appris que la technique se raffine au fil des usages ; en ce qui concerne l'édition, ce constat est vérifié par l'observation des pratiques actuelles : la dimension créative semble se déplacer progressivement vers des utilisations plus avancées que la simple génération de document, s'appréciant désormais à l'aune d'une certaine virtuosité dans la combinatoire des données, la capacité à réécrire l'outil lui-même ou encore l'inventivité formelle.

Ce constat est vrai dans l'édition dite classique, où la production de formats multiples nécessite de repenser les pratiques. La filière passe lentement d'une conception ancrée dans la page à une maîtrise plus complète de la notion de flux . En pratique, il s'agit de circuler entre différentes technologies : de la maquette graphique au balisage, de la bureautique au code. Le constat se vérifie aussi dans les méthodes de production visuelle au sens large : cartographie et visualisation puisent dans le traitement de données et les langages de programmation, que cela soit réalisé avec des interfaces de bureautique traditionnelle comme dans le cas des SIG ou bien avec des technologies du Web dans le cas des différentes librairies Javascript ayant émergé ces dernières années (Leaflet et D3, entre autres). Quelles que soient les formes d'édition, la simple création de documents est devenue une affaire triviale car la prise en main des outils est de plus en plus accessible. En principe, il s'agit toujours de la maîtrise des possibilités techniques, de l'articulation des différents outils ou encore d'une bonne connaissance de l'état de l'art qui pavent la route vers une plus grande créativité.

Cependant, certains environnements laissent entrevoir des modalités de création qui se situent paradoxalement à un niveau beaucoup plus élémentaire d'interaction entre humain et machine, démontrant une co-construction profonde et ancienne autour de ce que l'on appelle les technologies intellectuelles.

Les programmes à interface de type WYSIWYG comme Word ou InDesign s'inscrivent dans la métaphore du bureau ou de l'établi : nous matérialisons un document par un assemblage dont les étapes miment la fabrication du document imprimé. Le couple souris-interface graphique a favorisé le développement de cette informatique accessible au grand public au-delà des informaticiens, soutenu par un effet diligence observable aussi bien dans les appellations que les codes visuels. Comme pour toute innovation, cet effet tend à s'estomper avec le

temps : le déclin du skeuomorphisme, un style de conception qui donne aux programmes l'apparence d'objets physiques, en est un bon exemple. Néanmoins, nous opérons toujours avec des références datant du début du XX[e] siècle : bureau, fichier, copier-coller, etc.

Antérieurement et parallèlement, d'autres modes d'édition existent, qui offrent une perspective intéressante sur notre problématique. Un programme tel que LaTeX repose sur la fabrication de plusieurs documents successifs : d'abord un document maître (souvent appelé source) qui concentre tout le travail d'édition, puis un document qui résulte du traitement de cette source par le programme. Dans un autre registre, les pages Web sont généralement fabriquées dans un éditeur mais interprétées et affichées dans un navigateur Internet. Entre ces deux cas de figure existe encore une autre variante dont font partie les outils d'édition cartographique, lesquels coordonnent simultanément de nombreux fichiers de types différents, avec production d'un ou plusieurs documents à la clé.

Ces trois types d'environnements de travail ont une caractéristique commune qui les distinguent des WYSIWYG : le passage par un affichage du document final est parfaitement facultatif, car tout peut être réalisé via des interfaces textuelles – éditeur de texte brut, éditeur de code plus sophistiqué, ligne de commande, etc. Cependant, la possibilité d'affichage existe et elle crée une décorrélation intéressante. Ce n'est pas nécessairement une séparation entre fond et forme, puisqu'un même fichier HTML ou LaTeX peut contenir à la fois des informations de nature sémantique et stylistique. Ce n'est pas non plus une séparation stricte entre document édité et document produit. Un logiciel de cartographie classique comme QGIS ou ArcGIS, par exemple, brouille les cartes : il présente une version de la carte en cours d'une façon qui évoque le WYSIWYG sans en être tout à fait, puisque l'appareil critique est généralement ajouté dans une étape séparée du travail sur la représentation graphique, laquelle constitue l'interface principale. La décorrélation a en fait lieu entre objets documentaires : les documents sur lesquels on travaille, les documents que l'on produit et une image de ces derniers au milieu.

Quelle est la nature de cette "image" ? D'ores et déjà, on a l'intuition qu'il s'agit d'un élément clé dans notre rapport à ces pratiques nouvelles d'édition et qu'elle nécessite un effort de description à la fois technique et conceptuel tout à fait particulier.

2 Matérialisation

Le rapport à cette image varie en fonction de la technologie utilisée. Espace d'écriture et espace de visualisation sont souvent côte-à-côte, mais certains programmes mettent à jour l'aperçu du document final de façon automatique, tandis que d'autres nécessitent une action pour cela. La distinction est importante. Un document écrit en LaTeX doit être compilé pour que le PDF s'affiche, que l'on travaille localement ou par le biais d'un service en ligne. En revanche, la majorité des éditeurs de code permettent un rendu en temps réel des modifications apportées à un fichier HTML ou Markdown. De la même façon, un SIG calcule généralement le rendu des cartes à chaque interaction. Ce sont ces matérialisations, ces rendus qui se révèlent les plus féconds en matière d'épistémologie. En effet, les similitudes de ces différents environnements ne peuvent occulter la spécificité fascinante qu'offre cet objet-là. Elle tient en une constatation : ces matérialisations qui se présentent à nous n'ont aucune existence documentaire.

La définition du document dont nous avons hérité au tournant des années 2000 a été façonnée par plusieurs décennies de tradition théorique, de Paul Otlet au collectif Pédauque, en passant par des auteurs fondamentaux comme Briet, Pagès, Estivals, Escarpit, Meyriat et Buckland, pour ne citer qu'eux. Notion avant tout fonctionnelle, elle nous permet d'appréhender la trace écrite comme une information enregistrée en vue de sa transmission. Or les logiciels d'édition que nous étudions ici nous mettent face à un objet dont cette définition ne peut se saisir.

À première vue, il y a bien une inscription sur un support : des pixels allumés sur un écran. Il y a donc manifestement quelque chose qui pourrait être qualifié d'image, de représentation ou de visualisation, quelque chose qui pourrait être documentarisé par capture d'écran, sauvegarde ou export répétés, permettant la circulation dans le volume et la temporalité d'une série de traces. Mais ce qui nous frappe ici, c'est précisément le fait que cet objet se présente et disparaît sans laisser de traces. Il n'y a pas de document, seulement une matérialisation par la machine en réponse à la matérialisation mentale, une image de l'image que nous nous faisons du document à venir – une "image d'image" . La réalité de l'objet n'est pas en cause, nous en saisissons l'existence aussi bien par intuition que par analyse ; une opération mentale a eu lieu, matérialisée par une technologie de l'intellect mettant en jeu un support et des informations tangibles . Il y a cependant un décalage apparent entre nos repères théoriques et cette matérialisation qui nous invite à en chercher de nouveaux.

Qu'est-ce qu'un rendu ? Ce n'est pas un document : c'est une inscription de pixels. Il est à l'écran ce que l'encre est au papier : on allume un pixel comme on ferait un point sur une page. Une API de rendu orchestre l'utilisation de ces pixels en coordonnant logiciel et matériel (on peut citer OpenGL pour le logiciel libre, DirectX pour Microsoft ou encore Metal pour Apple, parmi d'autres) : c'est un tiers indispensable entre programme et écran, un tiers inédit entre système de signes et support pour ce qui est de l'écriture. Derrière cette notion informatique d'une certaine complexité se cache une constatation étonnante : il faut parfois chercher en dehors de ses raffinements syntaxiques nouveaux pour revenir aux fondamentaux de l'écriture tout court. Il y a une sorte de parenté intuitive entre l'écriture que nous connaissons et cette opération primitive d'inscription sur un support, bien plus qu'avec la compilation algorithmique de quelques centaines de lignes de code.

Le rendu d'une page Web, celui d'une carte et l'affichage du PDF dans un éditeur LaTeX sont des cas assez différents. Un programme comme LaTeX se comporte de manière finalement assez classique en termes documentaires : l'affichage de l'éditeur montre un fichier PDF produit à partir d'un fichier texte. Le langage HTML nous entraîne plus loin : l'affichage de l'éditeur est un rendu produit par un moteur Web, c'est-à-dire une image de texte (laquelle procède d'un document écrit). La cartographie numérique enfin nous pose une difficulté d'appréhension encore plus grande. D'une part, le logiciel matérialise quelque chose qui n'a pas d'origine documentaire définie : le matériau de base est de l'information géographique, c'est-à-dire une constellation de données hétérogènes (texte, vecteurs, statistiques, position de l'interface graphique) et d'emplacements informatiques distincts (fichiers locaux, librairie de données distante, paramètres du logiciel). D'autre part, cette matérialisation ne correspond pas à un document final existant – même si celui-ci était créé par la suite, nous avons vu que son processus de production fragmenté crée nécessairement des différences avec le rendu.

Nous sommes donc en présence d'un objet particulier. Nous avons vu qu'il est difficile à appréhender en termes documentaires. Sur les questions d'écriture, les outils conceptuels des SIC les plus prometteurs de ces vingt dernières années sont inégalement opérants. Fondamentalement, il s'agit plutôt d'un problème de sémiotique mais cette approche est presque entièrement à construire tant le décalage est grand entre l'héritage théorique du XX^e^ siècle et les défis concrets posés par les objets informatiques. Reste alors la question des apports intellectuels. Ici se rouvre le champ des possibles, car une lignée conceptuelle forte se dessine depuis plusieurs décennies au croisement de l'anthropologie, de l'histoire et de la

philosophie : l'idée d'une co-construction de la culture et de la technique qui trouve une résonance particulière dans le concept de technologie de l'intellect.

3 Créativité

L'idée qu'un rendu matérialise quelque chose n'est ni pléonastique ni anodine. Le caractère à la fois insatisfaisant et dynamique de cet objet est crucial en ce qu'il nous met sur la piste de sa relation avec notre intellect. Spécifiquement, la réduction inhérente au paramétrage et à ses difficultés font que l'image anticipée par l'usager ne correspond pas forcément à l'image proposée par la machine. Néanmoins, la réactivité du rendu permet des aller-retours constants et c'est précisément l'intérêt du dispositif : sa capacité à puiser dans les logiques d'accélération inhérentes aux TIC pour mettre en place un rapport intellectuel privilégié entre opérateur et outil. Grâce à la vitesse de calcul et d'affichage élevée des équipements actuels, cette matérialisation répond presque instantanément à celle de l'esprit. Les capacités informatiques sont devenues telles que la métaphore du bureau est dépassée au profit de celle du partenaire de travail, avec un phénomène d'entraînement qui s'observe empiriquement, à mi-chemin entre frustration et émulation.

Ce que nous voyons là, ce sont les conditions d'une créativité renouvelée, liée à une évolution de la participation des outils au travail intellectuel.

Les intermédiaires essentiels entre nous et les technologies de l'intellect sont d'abord d'ordre sensoriel : ouïe pour le langage, vue pour l'écriture. En ce qui concerne la machine, c'est l'interface qui joue ce rôle, c'est-à-dire un tiers médiateur organisant des modalités d'interaction soigneusement conçues. De façon intéressante, ces interactions empruntent beaucoup au régime des sens ; un exemple frappant est celui des différentes commandes des programmes informatiques, dont la documentation révèle fréquemment une conception marquée par ces mêmes sens (en Perl ou Python par exemple : *seek*, *listen*, etc.)

C'est un perfectionnement de cette médiation que nous observons dans les logiciels d'édition, une évolution de la *technè* éditoriale qui nous positionne plus près que jamais de son moteur sous-jacent : l'écriture. Ce phénomène de matérialisations conjointes orchestrées par des interfaces est en effet régi par l'écriture : l'abstraction qui prend place dans un cerveau ou un ordinateur se construisent chacune à partir d'informations, de données et de documents façonnés par la culture écrite. Or cette écriture est d'une sophistication croissante.

L'histoire de l'écriture est celle d'une série de réponses à des problèmes fondamentaux de traitement, navigation ou modélisation de l'information . Prenons l'exemple de la cartographie : elle représente un moyen d'extraire du sens à partir de données sur la base d'une logique qui puise dans les formalisations de la raison graphique ; cela passe par la production d'un objet qui constitue un tour de force épistémologique, puisque la carte produit plus de sens que les données d'origine tout en opérant une réduction importante de l'information . L'information géographique (sous sa forme numérique) constitue un passage à l'échelle en matière de complexité mais les SIG nous libèrent d'une certaine pesanteur documentaire. P. Otlet écrit dans son *Traité de documentation* : "Le Document offre de la Réalité une image à la sixième dérivation" . Cette boucle de matérialisations mentales et logicielles qui s'établit dans la pratique des SIG puise dans une information géographique exprimée sous forme d'écriture fragmentée, recombinée. En quelque sorte, les SIG escamotent le document et nous rapprochent des quatre dérivations antérieures selon le schéma d'Otlet : la science, le langage, les sens et l'intelligence. Le dispositif génère ainsi un espace privilégié pour le travail intellectuel et plus spécifiquement l'expérimentation.

Reprenons le chemin du terrain : quelles différences peut-on relever dans la pratique des logiciels d'édition ayant occasionné nos observations jusqu'ici ?

Les éditeurs de code, qu'ils soient spécifiques à la pratique d'un langage ou un autre, agencent document source et rendu côte-à-côte. La logique de l'aller-retour est présente, avec toutefois un paramètre déterminant : la simultanéité du rendu. Dès la première compilation d'un document en LaTeX, le résultat est une entité autonome dont le format ne changera sensiblement pas d'ici à sa version finale car il s'agit d'un fichier PDF. Par ailleurs, un ensemble de fichiers auxiliaires se densifie progressivement autour afin d'héberger des opérations qui ne sont pas systématiquement renouvelées à chaque compilation : table des matières, bibliographie, index, glossaire, etc. Le tout est dûment consigné dans un fichier *log*. L'édition en LaTeX s'apparente donc au raffinement progressif d'un document final. Pour une page Web, fichiers HTML et CSS peuvent être édités dans le même espace de travail alors même qu'un moteur de rendu rafraîchit l'aperçu du résultat final à chaque caractère saisi. Simultanéité et stimulation vont alors de pair. Une dynamique d'expérimentation localisée peut se mettre en place, la souplesse du dispositif éditorial encourageant la multiplication des variations d'écriture.

Les SIG obéissent à la même logique, avec une particularité. Une dichotomie marque les débats entre praticiens au sujet de la nature même de la carte : est-ce une méthode ou bien une

finalité ? À l'origine de ce questionnement, il faut préciser que la cartographie numérique tend plus vers le dispositif expérimental qu'éditorial. Contrairement aux autres exemples de pratiques d'édition, son informatisation a révélé un potentiel heuristique que seule l'accélération des délais de fabrication proprement dite a pu permettre. En particulier, elle s'adapte aux problématiques d'abondance informationnelle de notre époque aussi bien que le fichier encyclopédique d'Otlet s'adaptait à celles du début du XX^e siècle. La cartographie est une technique populaire des études digitales au sens large du terme, notamment parce qu'elle favorise une démarche exploratoire vis-à-vis des données.

Faut-il attribuer cette créativité stimulée à la technique elle-même ou à la finalité recherchée par l'usager ? Il serait faux de dire que la fonctionnalité seule conditionne la démarche expérimentale, de même qu'il est difficile de nier que l'aspect radicalement nouveau de cette fonction heuristique provient avant tout d'une évolution de l'outil lui-même. Considérons plutôt que les effets d'accumulation et de comparaison ne sont pas une nouveauté dans l'histoire de l'activité intellectuelle. Elle motive l'accumulation de cartes de travail et la plasticité du support est un facteur déterminant de cette possibilité nouvelle, mais les tablettes d'argile ou les tableaux noirs remplissaient peu ou prou le même usage bien avant l'invention des écrans, d'une façon archétypale. Technique et pensée n'avancent pas au même rythme ; leurs accélérations ou leurs ralentissements ne sont pas synchronisés. Les apports intellectuels de la cartographie et du caractère dynamique de l'édition numérique en général sont avant tout une manifestation de cette co-construction de la culture et de la technique, parfois saccadée mais dont la continuité est rendue manifeste par la présence de l'écriture.

Conclusion

En observant le fonctionnement de cette pensée outillée, on entrevoit les chemins par lesquels la créativité se renouvelle. Elle suit les évolutions des techniques les plus indissociables de la réflexion, effectuant un progrès à chaque nouvelle articulation entre l'esprit et l'écrit. La traduction pure de la pensée semble moins favoriser les élans créatifs qu'une résonance imparfaite mais dynamique, faite d'ajustements continus. Ceci explique la vitalité des processus de classification, de schématisation ou de cartographie dans notre bagage intellectuel : nous avons trouvé le moyen de tirer parti de la réduction inhérente à la plupart des formes d'écriture, en concevant des outils qui entretiennent la réflexion au lieu de l'étouffer.

Surtout, les logiques d'amplification et de vitesse révélées par les SIC continuent à représenter un éclairage particulièrement utile : elles montrent que certaines techniques actuelles correspondent à des manifestations accélérées de prototypes bien antérieurs ; de même qu'elles soulignent l'importance du passage à l'échelle dans l'appréhension de l'information, qu'il s'agisse de volume ou de temporalité.

Certaines perspectives sont toutes tracées. Il existe aujourd'hui un terrain privilégié pour le dialogue entre design et humanités par le biais des SIC, qui représentent un point de convergence théorique et pratique sur les problématiques exposées dans cet article. Il faut se confronter à ce terrain. Les nouvelles médiations de la créativité soulèvent des questions qui ne peuvent faire l'économie du code, des données et des interfaces. Inversement, l'exigence théorique n'a jamais aussi élevée : si une partie de notre appareil conceptuel a été renouvelée avec efficacité, tout est loin d'être terminé. Les deux démarches ne sont pas seulement complémentaires : elles reposent l'une sur l'autre. Avec la popularité des humanités digitales, il ne faudrait pas perdre de vue que c'est la valeur combinée du savoir-faire et de l'érudition qui fait de l'humanisme scientifique une idée si forte qu'elle en est redevenue aujourd'hui incontournable.

Bibliographie

Bachimont B. (2007). Ingénierie des connaissances et des contenus : le numérique entre ontologies et documents. Science informatique et SHS. Paris : Hermès science.

Bachimont B. (2010). « Le numérique comme support de la connaissance : entre matérialisation et interprétation ». In : Ressources vives. Le travail documentaire des professeurs en mathématiques. Presses universitaires de Rennes, INRP.

Dagognet F. (1999). Les outils de la réflexion : épistémologie. Les empêcheurs de penser en rond. Le Plessis-Robinson : Institut Synthélabo pour le progrès de la connaissance.

Goody J. (1979). La Raison graphique : la domestication de la pensée sauvage. Paris : Les Editions de Minuit.

Goody J. (1986). La logique de l'écriture : aux origines des sociétés humaines. Paris : A. Colin.

Jacob C. (1992). L'empire des cartes. Approche théorique de la cartographie à travers l'histoire. Paris : Albin Michel.

Otlet P. (1934). Traité de documentation : le livre sur le livre : théorie et pratique. Bruxelles : Palais Mondial.

Pédauque R. T. (2006). Le document à la lumière du numérique. Caen : C&F. Pédauque R. T. (2007). La redocumentarisation du monde. Toulouse : Cépaduès-Éd.

Perret A. (2017). Écrire la carte. Les apports intellectuels de la cartographie numérique. Villeurbanne : Enssib.

Robert P. (2010). Mnémotechnologies : une théorie générale critique des technologies intellectuelles. Paris : Lavoisier.

Tangaro B. (2017). « De la page au flux : la conception du livre numérique ». *Carnet DLIS* [en ligne].

Du dispositif à la disposition
Le web participatif comme espace de communication mental

From Device to Disposition
Participatory Web as Mental Communication Space

Julien Péquignot, Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication
ELLIADD, Université de Franche-Comté
Julien.pequignot@gmail.com

Mots clés : web 2.0, espace de communication, dispositif, disposition.

Keywords : web 2.0, communication space, device, disposition

Résumé

Partant des travaux sur les industries culturelles et créatives en contexte numérique et mobilisant le concept d'espaces de communication de Roger Odin, le tout dans une approche pragmaticiste, l'auteur examine les spécificités socio-sémiotiques du web 2.0 pris comme dispositif, illustré par l'objet singulier que sont les web-séries. L'article propose de remplacer la notion de dispositif par celle de disposition et conclu sur l'hypothèse de la subordination d'une effectivité physique à une réalité mentale.

Summary

Based on works on cultural and creative industries within digital context, using Odin's concept of communication space, with a pragmaticist approach, the author considers the web 2.0 socio-semiotic specificities, through the particular case of web series. The contribution proposes to substitute the concept of device for the concept of disposition and concludes with the hypothesis of the domination of mental reality on physical effectiveness.

Du dispositif à la disposition
Le web participatif comme espace de communication mental

Julien Péquignot

Introduction

Cet article se propose, à partir de l'analyse des phénomènes constatés dans le cadre du dispositif particulier que constitue le web 2.0, dit participatif, avec comme cas d'étude spécifique les web-séries, d'en interroger le caractère innovant en termes de médiation au prisme de la question de la détermination des espaces de communication par « la technè, c'est-à-dire la relation sujet-objet » (SFSIC, 2017 : 5). Privilégiant une approche tenant de la socio-sémiotique (Semprini, 2016) avec un ancrage pragmaticiste (Peirce, 2002) et sémio-pragmatique (Odin, 2000, 2011), la question par laquelle je propose d'entamer cette interrogation est la suivante : Les objets techniques, les dispositifs et les contenus afférents en contexte numérique, sont-ils liés, d'une quelconque manière (incitation, imposition, accompagnement, ou au contraire frein ou renversement) à des formes sémiotiques nouvelles ? Autrement dit, quelle nouveauté peut-elle être constatée dans les productions de sens effectuées au contact d'objets produits par/dans le cadre des dispositifs considérés comme innovants et favorisant la créativité ? Le terrain d'analyse est celui des web-séries, notamment amateurs, ensemble de productions culturelles récent, considéré usuellement comme symptomatique des processus et phénomènes engendrés par le web 2.0, dit participatif. L'exploitation du terrain se fait par l'étude des traces des énonciations produites au contact de ces objets (interactions, commentaires, participation, etc.). Je commencerai par faire un rapide tour d'horizon de ce que je dégage d'un certain nombre de travaux portant sur les industries culturelles et créatives en contexte numérique, impliquant les questions de l'innovation, du dispositif, de la création et de la (non-)nouveauté. J'introduirai ensuite le concept d'espace de communication, physique et surtout mental, proposé par Roger Odin, qui me permettra d'y confronter le web 2.0 en tant que dispositif, possiblement déterminant d'espace de communication. Mettant cette confrontation en perspective de mes recherches sur les traces d'énonciations des web-séries, j'en dégagerai des singularités socio-sémiotiques propres à ces objets qui me permettront de produire deux conclusions : la nécessité de penser les dispositifs plutôt en termes de disposition mentale d'une part, d'autre part et conséquemment, la possibilité d'abandonner le dispositif, en tant que notion causale, au profit de celles de disposition et d'expérience.

Industries culturelles, numérique et innovation

Il est difficile aujourd'hui, dans un questionnement, de séparer innovation et créativité de numérique. Numérique est considéré ici au sens œcuménique d'une idée largement partagée, protéiforme, idée dont on peut faire l'histoire au sens de Marc Angenot (2014), qui recouvre internet, le web participatif, les algorithmes, l'uberisation, l'amateurisme, les « industries créatives », les robots, le big data, la profusion des écrans, etc. – bref la « numérisation de la société ». Cette idée du numérique comme redondance et à la fois incarnation de l'innovation et de la créativité, pour « vendeuse » qu'elle soit (et par le fait, vendue), est battue en brèche par des travaux de plus en plus nombreux. Dans le secteur des industries culturelles (et « créatives »), qui m'intéresse plus particulièrement, le déterminisme technique, c'est-à-dire l'idée que de nouvelles technologies et donc de nouveaux dispositifs conditionneraient de nouveaux phénomènes (objets, usages, médiations, sujets) est pour le moins discuté de manière critique, voire réfuté. Pour ne prendre que quelques exemples, les travaux en sciences de l'information et de la communication (Tristan Mattelart, Philippe Bouquillon, Gaëtan Tremblay, Bernard Miège, Pierre Mœglin, notamment dans Bouquillon, 2012), en sociologie et socio-économie critique (Granjon, 2012 ; Olsson, 2013), en économie et socio-économie (Farchy, Méadel et Sire, 2015 ; Guibert, Rebillard et Rochelandet, 2016) montrent tous comment, sous couvert de créativité et d'innovation, les « nouvelles technologies », entérinent et amplifient des phénomènes processuels exogènes et préexistants.

Philippe Bouquillon va jusqu'à parler de « « fiction » du web 2.0 » ou de « « belle histoire » concernant les industries créatives (Bouquillon, 2012 : 45). Fabien Granjon emploie le terme de « mythologies » liées au numérique (à la fracture numérique plus spécifiquement) qui « n'ont d'autre vocation que d'essayer d'ajuster au mieux l'existence des personnes aux impératifs capitalistes les plus récents » (2012 : 198). Des travaux comme ceux de Christian Fuchs montrent méthodiquement combien les « nouveautés », comme les réseaux sociaux numériques, sont parfaitement modélisables avec les théories économiques marxiennes (donc « anciennes »), prouvant que ces phénomènes sont des prolongations, des aboutissements, d'un capitalisme dont les processus moteurs demeurent inchangés (Fuchs, 2013 : 39). Gérôme Guibert, Franck Rebillard et Fabrice Rochelandet parlent d'une « configuration d'une toute autre ampleur » d'un « phénomène caractérisant depuis fort longtemps les industries culturelles et médiatiques » (2016 : 221), ce que Franck Rebillard disait déjà dix ans plus tôt (2007 : 24) :

« L'internet n'est donc pas une révolution. C'est plutôt une accélération qu'une mise en mouvement ». La place manque dans ce cadre pour développer davantage ce point, mais pour résumer ce que j'en tire comme conclusion, plus que le numérique et ses coreligionnaires, c'est l'*idée* du numérique qui opère les transformations, lorsque l'on peut en constater. Cela est d'ailleurs contenu, à mon sens, dans le titre *La Gratuité, à quel prix ?* (Farchy, Méadel, Sire, 2015). La « nouveauté » que peut *représenter* pour certain·e·s la gratuité permise (légalement ou non) par les nouvelles technologies est autant une illusion que cette dernière, qui masque, mais n'obère pas le système marchand qui les fonde et les organise. Ce ne sont pas les dispositifs, mais les représentations des dispositifs qui sont effectivement opérantes dans les transformations de la relation sujet-objet. D'où d'ailleurs l'inquiétude manifestée par Philippe Bouquillon à l'égard de « certains pans du monde académique (…) désireux de contribuer, aux côtés des institutions publiques et des acteurs socio-économiques, aux changements en cours (…) » (2012 : 44). Si innovation il y a, à l'heure numérique, elle réside surtout dans le recours à de nouvelles instances de légitimation des processus structurels (économiques, sociaux, politiques) qui définissent, depuis longtemps, le fonctionnement du capitalisme. Cette dimension *idéologique* du « numérique » nous est nécessaire pour comprendre socio-sémiotiquement maintenant le fonctionnement du web participatif *pris* comme (nouveau) dispositif ou, pour parler comme Roger Odin dont je vais me servir à présent, (nouvel) espace de communication (physique).

Espaces de communication physiques et mentaux

Je vais donc mobiliser le concept *d'espace mental de communication*, tel que théorisé dernièrement par Roger Odin (2016a ; 2016b). Le concept d'espace mental de communication permet d'expliquer comment et pourquoi une certaine énonciation peut avoir lieu selon les processus liés à un espace physique de communication – un dispositif donné (Roger Odin part de l'exemple de la salle de cinéma) –, mais en son absence physique. L'énonciateur porte en lui et peut convoquer dans certains cas un espace mental de communication, qui vient se substituer au cadre physique qui l'entoure, dans la mise en œuvre des modes de production de sens (au sujet des modes de lecture et de la sémio-pragmatique en général, voir Odin, 2000 et Odin, 2011). Cette convocation se fait grâce à différents adjuvants. Certains sont « externes » à l'énonciateur, ce sont les introducteurs discursifs, qui viennent avec l'objet (par exemple les génériques) et pragmatiques, qui viennent avec le dispositif de visionnage (Odin, 2016b : 332-

333). D'autres sont « internes », les connecteurs (*ibid*., 334-335), rigides, souples ou ouverts selon la disposition mentale de l'énonciateur, sa malléabilité à l'égard de l'écart entre un espace physique de communication donné et l'espace de communication physique référent, mentalement convoqué.

Dans la démonstration de Roger Odin, l'auteur cherche à comprendre comment un énonciateur peut se mettre en condition cinématographique, autrement dit produire du sens comme dans le cadre de la salle de cinéma, en convoquant mentalement le dispositif, dans des espaces physiques autres, comme la télévision domestique, l'écran du téléphone ou de la tablette – potentiellement nomades –, l'écran d'ordinateur, etc. Ici, la question étant posée au cas des web-séries (et plus largement au web dit participatif), elle soulève de nouveaux problèmes. Prioritairement, il s'agit de s'interroger sur l'existence, ou non, d'un dispositif physique référent pour ces objets. Précisons tout d'abord rapidement ce que j'entends par web-série, l'acception et l'orthographe pouvant varier d'un usage à l'autre, d'un usager à l'autre. Web-série est à prendre ici comme désignant des objets sériels, fictionnels (ou dans lesquels la dimension revendiquée et/ou perçue de fiction est largement majoritaire), fonctionnant principalement sur internet, à commencer par les lieux dits participatifs comme les plateformes de partage, et enfin à la dimension amateure importante, que cela soit – sans exclusive – en termes techniques, statutaires, financiers ou encore esthétiques. Toutes ces caractéristiques sont pragmatiquement considérées en tant qu'elles sont revendiquées et/ou perçues et non comme des objectivités observables (même si cela n'empêche pas que cela puisse effectivement être le cas).

Pour en revenir à la question du dispositif, ces objets sont diffusés et surtout utilisés principalement sur des plateformes de partage (à commencer par YouTube bien entendu). Cependant, d'autres dispositifs sont également mis en œuvre, y compris les plus traditionnels. Un certain nombre de web-séries, souvent parmi les plus populaires (comme *Le Visiteur du futur* ou *Noob*) connaissent ou ont connu des diffusions télévisées, parfois confidentielles sur Nolife, parfois à plus grande échelle, sur France 4 notamment. Bien entendu, ces diffusions télévisuelles se déclinent en flux ou en *replay*. Ces mêmes web-séries souvent ont aussi des éditions sur supports physiques (DVD, Blu-ray). Enfin, que cela soit lors d'événements, de festivals, voire de premières très médiatisées auprès des communautés de fans (comme dans le cas du *crowdfunding* initié par les créateurs de la web-série *Noob* par exemple – voir Péquignot, 2015a), l'écran, voire la salle, de cinéma sont aussi à compter au nombre des dispositifs occurrents.

Par ailleurs, même en privilégiant le dispositif largement dominant en termes de volume, à savoir les plateformes de partage (où les vues atteignent aisément les centaines de milliers par

vidéo, les millions pour *En passant pécho* par exemple), c'est justement le principe même, soi-disant révolutionnaire, du dispositif, que d'être multiple et ubiquiste. A l'heure du « tout numérique » et du « tout connecté », potentiellement tous les écrans peuvent diffuser les contenus partagés : classique téléviseur du salon, mais aussi de la chambre, écran d'ordinateur, que celui-ci soit fixe « de bureau » ou portable (donc dans la cuisine, le train, la chambre d'hôtel, etc.), tablette, téléphone portable « intelligent », consoles de jeu portables, écran embarqué dans les véhicules particuliers, etc. Autrement dit, ce cas est très loin de l'adaptation mentale d'un espace de communication physique qui ne serait pas la salle de cinéma dans le processus de vision d'un film : en termes odiniens, il n'y a pas d'espace de communication physique référent pour les web-séries et donc non plus d'espace mental – à moins de réduire cet espace à l'écran (et encore en tant que principe désincarné), mais alors la raison d'existence du concept d'espace mental de communication différencié d'espace physique tombe, hypothèse que je n'écarte que temporairement, j'y reviendrai en conclusion.

Singularités socio-sémiotiques du web 2.0 à l'aune des web-séries

La confrontation des web-séries à l'approche sémio-pragmatique semble donc produire une aporie : comment, et pourquoi, convoquer mentalement un espace de communication physique lui-même indéfini.

Dans de précédents travaux (Péquignot, 2015b, 2016, 2017a, 2017b, 2018 – voir également, avec une autre approche, des résultats similaires sur cette question, Chateauvert, 2012, 2014a, 2014b, 2014c, 2016), j'ai montré qu'une part au moins des énonciations produites au contact de ces objets le sont en fonction d'une dimension qui leur semble singulière et spécifique[1] : la dimension web 2.0, au sens où celle-ci agrège connexion et participation. Cette dernière peut n'être que potentielle (présente à l'esprit des sujets percevant comme un possible, qui plus est définitoire de l'objet perçu) ou recouvrer de multiples formes et niveaux. Comptage des vues, *like*, partages, « pouces bleus », commentaires, paratextes sur les réseaux sociaux numériques, jusqu'au financement et même la création participatifs par le *crowdfunding*, la coécriture, les forums de discussion sur les contenus et leurs évolutions, les productions de fans agréées et intégrées dans les déploiements trans- et cross-médiatiques, le bénévolat, le *sponsoring*, etc. N'en reste pas moins que ces objets fonctionnent pour certains sujets comme des objets

[1] D'autres traces montrent des énonciations plus « classiques », construisant par exemple ces objets comme des fictions, ou des objets esthétiques, indépendamment de leur caractère « web ».

connectés et participatoires (Péquignot, 2016), et fonctionnent ainsi *à cause* de leur attribution par ces sujets de caractères connectés et participatoires. C'est manifestement le cas lorsque peut être mis en évidence, *via* les traces d'énonciations, un mode de lecture que je propose d'appeler communautaire (Péquignot, 2018). Le barbarisme « participatoire » est là pour rappeler que la participation n'a pas besoin d'être « effective » pour un sujet donné. Le simple fait, pour ce dernier, de considérer la participation comme un possible – donc un réel si l'on s'en tient au pragmaticisme peircéen (Peirce, 1878, 1905b, repris et traduit dans Peirce, 2003 : 60 *sqq*.) – lui permet de s'inscrire de fait dans une communauté et une dynamique participative. Le texte construit par ce sujet est participatoire (au sens où un acte de langage peut être illocutoire – d'où mon inspiration d'Austin, 1962, pour ce néologisme) et, se plaçant comme un *tu* devant ce texte qui s'adresse à lui (Casetti, 1990), le sujet s'inscrit alors dans une communauté interprétative (Fish, 1980) qui en retour lui fournit des cadres d'interprétation (Esquenazi, 2007). Or, ces cadres d'interprétation peuvent être rapprochés de la notion d'espace de communication, d'autant plus si l'on tient compte du fait que chez Odin, ce terme vient en lieu et place d'un précédent écarté : celui d'institution (Odin, 2011 : 40 ; Odin et Péquignot, 2017 : § 27).

Une hypothèse est donc logiquement de considérer prioritairement la dimension /web 2.0/ de ces objets, à savoir leur caractère connecté et potentiellement participatif, comme liant, dénominateur commun. Autrement dit, il y a peut-être là un caractère efficient du web 2.0 en tant que dispositif, celui qui consisterait à permettre la construction de cadres d'interprétations communs, attribués à ce dispositif : un espace de communication mental produit par un dispositif, quand bien même sans assise physique référente.

La conséquence nécessaire est que l'espace physique de communication (quel qu'il soit dans ce cadre) serait alors moins effectif que la mentalisation du dispositif construit comme référent (la connexion, le caractère « participatoire »). Ainsi, les web-séries se caractériseraient par la prégnance d'un espace mental sur un espace physique de communication : l'intégration mentale d'un principe de dispositif serait plus effective que tel ou tel dispositif technique donné *hic et nunc* (et l'on rejoindrait ici la dimension de dispositif comme institution que l'on peut trouver chez Foucault et dont on voit que l'on ne s'écarte pas fondamentalement).

Là, résiderait l'innovation : les web-séries sont un parangon de la créativité « permise » par le numérique, quand bien même cette créativité en tant qu'innovation soit une fiction – voir le premier point de cet article – car s'affranchissant du dispositif. S'affranchissant de plusieurs dispositifs par le fait : des médias traditionnels (cinéma, télévision), des configurations socio-économiques traditionnelles (professionnalisme, chronologie des médias, objectifs de

rentabilité), des publics et donc des contenus traditionnels (la « ménagère de plus de cinquante ans » et les genres classiques versus les jeunes, les *geek*, et l'humour hautement référentiel, le merveilleux, la *fantasy*, les jeux vidéo, etc.), du principe même du dispositif en tant qu'agencement de caractéristiques et donc de contraintes : le web 2.0 permet à qui le veut, quand il le veut, comme il veut, où il le veut, s'il le veut, etc. (il est inutile de développer plus avant, on voit qu'on revient à la question idéologique, à la « belle histoire »). Mais cet affranchissement du dispositif se fait justement parce que cette créativité innovante est *construite* comme résultante d'un dispositif (les technologies numériques, le web 2.0), cette construction-même déterminant les cadre d'un espace mental de communication particulier, étant à lui-même son propre « connecteur » et ne nécessitant pas d'« introducteur » puisqu'étant un espace mental sans référent physique.

Conclusion : du dispositif à la disposition, de la disposition sans dispositif

On le voit, le « principe » du web 2.0 (connexion et participation) semble être le moteur « dispositionnel » qui prévaut aux énonciations spécifiques des objets marqués de ce sceau. La construction (idéelle) par les sujets d'un dispositif innovant et favorisant/permettant la création permet de faire fonctionner un vecteur « idéal » et vertueux (une belle histoire) innovation→dispositif inédit→création/participation→innovation. Cependant, la question se pose, à partir de ce cas, de savoir si le caractère innovant du web participatif ne réside pas dans l'apparition d'une sorte d'espace mental de communication, dont une spécificité est d'être un dispositif mental – que j'appellerais une disposition mentale du sujet – matériellement indépendant de la dimension technique du dispositif à chaque occurrence singulière d'énonciation (chaque réplique chez Peirce), constituant ainsi le lien, la médiation, entre toutes les énonciations similaires. Cette disposition médiatrice, pour le dire phanéroscopiquement avec Peirce, est une nécessité (tiercéité) qui organise des possibilités (priméité), comme par exemple la participation, dans chaque occurrence objectale (secondéité) qui est ainsi une réplique de la règle. Et si « la réalité appartient à ce qui est présent à nous dans la connaissance vraie quelle qu'elle soit » (Peirce, 1975 [1869-1893] : 45, repris et traduit par Deledalle, 1979 : 15), cela revient alors à dire que le web 2.0, en tant qu'espace de créativité innovant, se définit comme un espace mental. Si je propose le terme disposition (pour faire pendant à celui de dispositif), je ne prétends pas qu'à l'examen systématique, celui d'idéologie ne convienne pas aussi bien, même si, peut-être, faut-il envisager la disposition comme une sous-catégorie

pratique de l'idéologie, celle qui justement est en charge de naturaliser cette dernière, de la masquer derrière des causalités mécaniques, techno-déterministes, « neutres » et « apolitiques », comme il convient. C'est sans doute la véritable puissance des idéologies victorieuses, que de savoir se faire oublier, pour mieux officier à l'ombre d'une consensuelle et immanente inéluctabilité.

Reste à résoudre l'aporie pointée précédemment. Si l'idée d'un espace mental de communication non adossé à un (ou des) espace physique semble idoine pour modéliser pragmatiquement le fonctionnement des web-séries et potentiellement du web 2.0, alors la dichotomie espace physique/espace mental est fondamentalement mise à mal. On le voit, l'expérience (au sens d'expériençage) de « l'effet » du dispositif technique est en vérité l'effet, non dudit dispositif, mais de la disposition mentale du sujet, de son auto-médiation (Péquignot, 2015c). Cela ne doit pas surprendre, si l'on s'inscrit dans une perspective pragmaticiste : « […] tout ce qui nous est présent est une manifestation phénoménale de nous-mêmes » (Peirce, 2002 : 51).

La conséquence logique, nécessaire, est d'accepter l'hypothèse qu'il n'y ait pas d'autres espaces de communication que mentaux. Les espaces « physiques » ne sont physiques que selon des caractères et des effets *attribués* (mais vécus comme *constatés*). Ils n'agissent pas physiquement, ils sont expériencés comme agissant physiquement. Cela, pour un observateur « au premier degré », revient au même et donc n'invalide pas les conclusions de nombre de travaux à l'approche moins résolument pragmatique, mais simplement les insèrent dans une perspective plus large, à la manière d'une poupée gigogne. Cette solution a en outre le mérite de lever l'aporie et de mettre au cœur de la compréhension de ces phénomènes « numériques » les questions de la participation, de la connexion, etc. Justement au cœur et non à la racine : le numérique n'est pas un dispositif ou un ensemble de dispositifs *causal* mais une causalité *disposée* dans un espace mental de communication singulier, produit d'un grand récit technologique empreint de merveilleux, que les travaux passés en revue au début de cet article ont parfaitement identifié.

Bibliographie

Angenot M. (2014). *L'Histoire des idées*. Liège, Presses Universitaires de Liège.

Austin J. L. (1962). *How to do things with words*. Cambridge, Harvard University Press.

Bouquillon Ph. dir. (2012). *Creative economy, creative industries. Des notions à construire*. Paris, Presses Universitaires de Vincennes.

Casetti F. (1990). *D'un regard à l'autre. Le film et son spectateur*. Lyon, Presses universitaires de Lyon.

Châteauvert J. (2012). Les séries web de fiction. Interpeller. *Nouvelles « vues » sur le cinéma québécois*, n°13, hiver-printemps 2012.

Châteauvert J. (2014a). Les Séries web de fiction. L'expérimentation. *Écranosphère*, n°1 2014.

Châteauvert J. (2014b). Les séries web de fiction. Se mettre en scène. *Études Francophones*, vol. 27, n° 1-2, 2014. pp.110-125.

Châteauvert J. (2014c, à paraître). Les séries web. Le réel et le fictif. *Communication*, Laval, Université Laval.

Châteauvert J. (2016). Les frontières de la fiction. *Réseaux*, 2016/2, n°196, p. 179-206.

Deledalle G. (1979). *Théorie et pratique du signe, introduction à la sémiotique de Charles S. Peirce*. Paris, Payot.

Esquenazi J.-P. (2007). *Sociologie des œuvres. De la production à l'interprétation*. Paris, A. Colin.

Farchy J., Méadel C., Sire G. (2015). *La gratuité, à quel prix ? Circulation et échanges de biens culturels sur internet*. Paris, Presses des Mines.

Fish S. (1980). *Is there a text in this class ? The authority of interpretive communities*. Cambridge, Harvard University Press.

Fuchs Ch. (2013). Social Media and Capitalism. Olsson T., dir. *Producing the Internet. Critical Perspectives of Social Media*, Götebord, Nordicom, p. 25-39.

Granjon F. (2012). *Reconnaissance et usages d'Internet. Une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*. Paris, Presses des Mines.

Guibert G., Rebillard F., Rochelandet F. (2016). *Médias, culture et numérique. Approches socioéconomiques*. Paris, Armand Colin.

Odin R. (2000). *De la fiction*. Bruxelles, De Boeck.

Odin R. (2011). *Les Espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

Odin R. (2016a). The Concept of the Mental Screen: The Internalized Screen, the Dream Screen, and the Constructed Screen. Moure J., Château D. dirs. *SCREENS, From Materiality to Spectatorship – A Historical and Theoritical Reassessments*. Amsterdam, Amsterdam University Press.

Odin R. (2016b). Espaces de communication physiques, espaces de communication mentaux. Chateauvert J., Delavaud G. dirs. *D'un écran à l'autre : les mutations du spectateur*. Paris, INA, Harmattan.

Odin R., Péquignot J. (2017). De la sémiologie à la sémio-pragmatique, du texte aux espaces mentaux de communication. Entretien avec Roger Odin. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, n°20, *L'hégémonie à l'ère du tout numérique*, p 121-140, [en ligne].

Olsson T. dir. (2013). *Producing the Internet. Critical Perspectives of Social Media*. Götebord, Nordicom.

Peirce C. S. (1878). How to Make our Ideas Clear. *Popular Science Monthly*, 12, January, p. 286-302.

Peirce C. S. (1905b). Issues of Pragmaticism. *The Monist*, Vol. 15, Octobre 1905, p. 481-499.

Peirce C. S. (2003). *Charles Sanders Peirce. Œuvres II. Pragmatisme et sciences normatives*. Éd. par C. Tiercelin et P. Thibaud, trad. de l'américain par C. Tiercelin *et al*.. Paris, Éd. du Cerf.

Peirce Ch. S. (1975). *Contribution to The Nation*, Part One: 1869-1893. Receuillies et annotées par K.L. Ketner et J.E. Cook, Texas, Tech Press.

Peirce Ch. S. (2002). *Charles Sanders Peirce. Œuvres I. Pragmatisme et pragmaticisme* (sous la direction de Cl. Tiercelin et P. Thibaut). Paris, Éditions du Cerf.

Péquignot J. (2015a). De la web-série au cinéma, le succès de la culture *geek* amateur participative. Actes de Avanca/Cinema *International Conference Cinema - Art, Technology, Communication*, Avanca (Portugal), Avanca, Ediçoes Cine-Clube de Avanca, 2015, p. 901-908.

Péquignot J. (2015b). Objet hybride et hybridations sémiotiques. C.S. Peirce, Roger Odin et la web-série *Noob*. *Questions de communication*, 28, p. 127-144.

Péquignot J. (2015c). Le métavers comme métaphore de la représentation. *IRL* et virtuel dans la web-série *Noob*. Péquignot J., Roussel F.-G. dirs. *Les métavers. Dispositifs, usages et représentation*. Paris, L'Harmattan, p. 107-128.

Péquignot J. (2016). Jeu(x) d'écran(s). *Noob* et ses spectateurs internautes participatifs. Châteauvert J., Delavaud G. dirs.. *D'un écran à l'autre : les mutations du spectateur*. Paris, INA/L'Harmattan (coll. « Les Médias en actes »), p. 531-544.

Péquignot J. (2017a). Comment faire une enquête sémio-pragmatique ? Les publics des web-séries et leurs discours "spontanés". *¿Interrogations ?*, N°24, *Publics, non-publics : questions de méthodologies*, [en ligne].

Péquignot J. (2017b). Ce qu'internet (ne) fait (pas) du cinéma quand internet fait du cinéma. *CIRCAV*. N°26, *Cinéma et internet : représentations, circulations, réceptions*, p. 95-115.

Péquignot J. (2018, à paraître). Peut-on (doit-on) parler d'un mode de lecture participatif ? Chatelet C., Rueda A., Savelli J. dirs.. *Les formes audiovisuelles connectées*. Aix-en Provence, Presses Universitaires de Provence.

Rebillard F. (2007). *Le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*. Paris, L'Harmattan.

Semprini A. (2016). *Communiquer par l'image. Trois essais de culture visuelle*. Limoges, Pulim.

SFSIC (2017). *Création, créativité et médiations*. Appel à communications du XXI Congrès de la SFSIC, Paris, LabSic, SFSIC, ICCA.

Axe 3

Titre :

L'animation de la plateforme "Les Herbonautes", entre innovation et stabilisation d'un nouveau genre de médiation scientifique

Mots-clés : médiation scientifique ; crowdsourcing ; animation ; co-conception

Résumé :

Nous étudions les formes de médiation scientifique innovantes en jeu dans l'enrichissement de corpus scientifiques par des contributeurs non spécialistes recrutés en ligne, à partir du cas de la plateforme de transcription participative d'étiquettes d'herbier « Les Herbonautes ». Nous nous fondons sur une approche ethnographique de la constitution et des évolutions de cette plateforme qui était orientée par un objectif de spécifications d'outils d'écriture collaborative pour sa deuxième version. Cela nous conduit à analyser les dynamiques d'innovation partagées entre contributeurs et acteurs à l'origine de la plateforme et de son animation qui ont conduit à les produire. Nous resituons ces dynamiques d'innovation dans la médiation scientifique en lien avec celles qui concernent la médiation documentaire et l'élaboration des savoirs dans la communauté scientifique.

Summary

We study uses of crowdsourcing in the digital humanities and its consequences for innovation in the field of scientific mediation. Our approach is grounded on a ethnographic enquiry about the projet « Les Herbonautes » and its evolutions. We study complementarities between innovation lead by contributors (amators) and scientists who created the platforms. We underline links between innovation in scientific mediation, documentary professions and scientific production.

1 Objet d'étude et problématisation

Notre communication vise à questionner les innovations que représente pour les fonctions de médiateur scientifique l'adaptation, à différents projets d'informatisation et de valorisation de fonds numérisés, de technologies issues de l'externalisation de services vers la foule, dite aussi "crowdsourcing". Ces technologies ont été utilisées initialement en contexte entrepreneurial pour mobiliser plus facilement des ressources créatives, aussi bien qu'une main d'oeuvre prête à réaliser des tâches répétitives (Lebraty et Lobre, 2013), à partir de différentes procédures d'"orchestration de la participation" (Renault, 2014) faisant plus ou moins droit à la coopération ou à la concurrence. En nous intéressant à la mobilisation de ces techniques dans la perspective de développer de nouvelles relations entre institutions scientifiques et culturelles et leurs publics, conformément aux perspectives ouvertes par les études rassemblées par Mia Ridge (2013), nous considérons les plateformes de crowdsourcing au rang des technologies numériques variées, notamment participatives, utilisées par les musées des sciences (Rojas et Vidal, 2008), mais potentiellement porteuses d'une intention particulière de rationalisation de la participation des publics. Plus précisément, nous considérons ces plateformes comme des dispositifs de médiation scientifique — au sens où elles organisent la communication de connaissances scientifiques en dehors de la sphère des chercheurs, par différents éléments hétérogènes, discursifs ou non, tout en configurant des relations sociales entre producteurs, médiateurs, et publics non spécialistes. Cela nous conduit à resituer les innovations dont elles sont porteuses dans l'histoire des efforts visant à adapter les musées et les centres de culture scientifique à l'actualité des représentations des rapports entre sciences et société, et notamment des projets de "diffusion non formelle des sciences" (Schiele, 1997) et de leur "réactualisation cyclique dans un nouveau pacte social de partage des connaissances" : selon Bernard Schiele (1997), c'est là le moteur qui régit les transformations des musées des sciences, "perméables au social". De fait, étant donné qu'elles ont été utilisées au service de démarches participatives en sciences, facilitant des processus de collecte de données à partir de protocoles ad hoc ou d'opération standardisées sur des corpus scientifiques (Wiggins et Crowston, 2011), les plateformes de crowdsourcing ont été perçues comme un moyen de favoriser la participation citoyenne à la production de connaissances scientifiques, même si la diversité des tâches proposées, plus ou moins intégrées au processus scientifique dans son entièreté (Haklay, 2013), empêchent de déduire une corrélation univoque et systématique entre mise en place de démarches participatives et renouvellement des rapports entre chercheurs et profanes. Quel que soit le niveau de participation proposé et l'intégration des contributeurs à l'élaboration de la démarche scientifique, l'objectif de fédérer durablement une activité collective mobilisant des internautes dans un projet répondant à des critères institutionnels est en lui-même porteur d'innovation pour l'activité de médiation scientifique. Nous proposons de mettre en évidence les formes de créativité dont font preuve les acteurs à l'origine de ces projets participatifs par une analyse diachronique de l'animation de la plateforme "Les Herbonautes", depuis la conception du projet en 2012 jusqu'à ses développements actuels. Ce projet d'ouverture à la contribution des internautes de l'informatisation des étiquettes de millions de spécimens numérisés issus de collections d'histoire naturelle de l'infrastructure (référence supprimée) a suscité une réflexion d'acteurs hétérogènes pour construire à la fois une solution technique et des pratiques d'animation susceptibles de fédérer la communauté. Ce terrain permet de questionner l'originalité des pratiques de médiation en faisant droit à l'évolution de la plateforme qui les sous-tend, puisque celle-ci a évolué à mesure du projet et du

recueil des besoins liés au développement de l'activité de la communauté.

2 Méthodologie

L'étude repose sur des données collectées à partir d'une démarche de recherche-action mise en oeuvre pour répondre aux objectifs de participation à la conception des outils de communication de la version 2 de la plateforme, et en étudier les enjeux communicationnels. Notre recherche propose une théorisation des formes de médiation scientifique innovantes dont elle a contribué à développer les conditions techniques d'exercice. La démarche ne peut pour autant qu'être en partie rattachée à une épistémologie constructiviste, étant donné que les propositions de spécifications ont été soumises à l'acceptation des partenaires du projet, et que leur utilisation est conditionnée à leur appropriation effective par les animateurs et les usagers.

Nous avons observé les différentes dimensions de la constitution de la version 1 et 2 de la plateforme lors des réunions de conception, et lors d'entretiens complémentaires avec des animateurs plus ou moins investis dans le projet. Nous utilisons également l'analyse d'entretiens avec des usagers réguliers et celle d'un questionnaire de satisfaction en ligne, ainsi que différents indicateurs d'activité des contributeurs issus de l'analyse d'exports de données de la plateforme, afin d'observer les effets des actions de médiation sur la vie de la communauté. Notre analyse des interactions entre contributeurs et médiateurs fait une large place à l'identification d'une typologie des types de contributions standardisées, ou non (commentaires et tags), issus des transcriptions et des espaces de discussion de la plateforme. Le croisement de ces données permet d'identifier des phases de perturbation de la communauté — suite à une nouvelle version de la plateforme, à un changement de certains paramètres, ou à des tâches liées à de nouveaux corpus d'images d'herbiers. Nous questionnons la stabilisation d'un genre d'animation scientifique propre à la plateforme à travers ces perturbations, et les formes de mobilisation du public qu'il suscite.

3.1 Émergence de la fonction d'animation en réponse aux besoins d'une nouvelle activité communautaire

La plateforme suppose une innovation dans la mise à disposition des documents à enrichir par les internautes, qui se situe sur le plan de la médiation documentaire donc. C'est à ce niveau des modalités d'accès aux documents scientifiques repensées que se joue la première étape de l'effet de médiation exercé par la plateforme, qui permettra de rapprocher le public novice de la culture spécialisée des usagers des collections, et ainsi de "créer un lien et de concilier deux choses jusque-là non rassemblées pour établir une communication et un accès à l'information" (Liquète *et al.*, 2010). Si la plateforme est présentée en premier lieu comme une réponse rendant soutenable les défis et coûts que représente la numérisation de l'herbier, le travail d'animation suscite d'emblée une réflexion orientée sur les modèles de mobilisation des contributeurs. C'est l'ensemble de l'appareil didactique nécessaire à rendre accessible à des néophytes des tâches d'informatisation qui fait de la plateforme un dispositif de médiation de savoirs scientifiques, en premier lieu original du fait qu'il se fonde sur un dispositif de médiation documentaire (une base de données de spécimens numérisés incomplètement documentés). La plateforme organise en effet de nouvelles modalités d'accès aux spécimens à informatiser, qui ne sont plus régies par l'ordre d'un plan de numérisation par exemple, mais répondent à la répartition des planches entre contributeurs selon un algorithme de distribution ; les planches sont sélectionnées parmi un lot défini en amont qui suit une cohérence thématique, et constitue une « mission ». Les spécimens numérisés sont ainsi distribués à chaque contributeur, qui

n'a plus à formuler de requête pour accéder au spécimen sur lequel il travaillera.
Nous avons analysé en premier lieu l'investissement de chercheurs et conservateurs de collections dans le travail de communication préalable à la conception de la plateforme, y compris à l'égard de leurs collègues chargés de la gestion et de la conservation des collections. L'investissement dans la conception d'une plateforme contextualisant et encadrant la transcription des documents conduit à la participation à l'animation de la plateforme dès son entrée en fonctionnement, pour aider les contributeurs à s'approprier les contraintes d'écriture élaborées en vue de l'efficacité documentaire du collectif. Les consignes précisant les règles de l'activité collective s'élaborent progressivement, venant compléter le dispositif pédagogique pensé en amont que constituent les quiz ponctuant la répétition des contributions. Les animateurs interagissent avec les contributeurs sur le mode de l'expérimentation pour recueillir le signalement de dysfonctionnements, et participer eux-mêmes à leur résolution. La confrontation avec des retours d'expériences similaires (Ridge, 2013) atteste de cette phase d'expérimentation essentielle à ces projets participatifs qui correspond a son corollaire dans la phase d'élaboration d'un protocole d'identification dans d'autres projets de sciences participatives.

3.2 Vers un partage socialement distribué des fonctions de médiation à mesure de la stabilisation des pratiques de la communauté

L'étude des traces des interactions entre contributeurs permet de comprendre les ressorts de l'homogénéisation des pratiques et de l'efficacité documentaire accrue de la communauté, qui gagne en autonomie au fil des mois, avec une spécialisation des usagers selon leurs connaissances géographiques ou leur appétence pour l'apport de conseils et d'éclairages à l'égard des novices. Une fonction importante des espaces de discussion est de rappeler aux novices les règles de transcription les plus efficaces pour la communauté – qui peuvent se différencier des conventions adoptées par les professionnels. Dans ces espaces, les animateurs (qui peuvent être un chercheur, un conservateur d'herbier, ou encore un membre de Tela Botanica) accompagnent la pratique des contributeurs sur la base de son expérience des collections, en explicitant par exemple pour certaines règles le travail de documentation du musée qui justifie les consignes de transcription. S'il leur reste un rôle essentiel pour préciser des consignes, les animateurs sont ainsi déchargés d'une partie du travail d'animation par les contributeurs réguliers.

Une fois les pratiques de la communauté stabilisées, le souci de diversifier les tâches proposées passe par la création de "missions" diversifiées, fondées sur le regroupement d'un ensemble d'images selon des critères thématiques ou correspondant à un objectif particulier. De fait, les motivations des contributeurs reflètent des centres d'intérêt variés, et la lassitude est citée par certains comme une source d'abandon ou de ralentissement de l'activité. Outre les perturbations liées à de nouvelles consignes, la variation des activités soulève de nouveaux besoins auxquels la plateforme doit répondre. Le processus de co-conception qui passe par la collecte, par les animateurs, des besoins exprimés par les usagers, est un soutien à l'entretien de la dynamique des échanges au sein de la communauté. Cela a conduit à une forme de "contribution des usagers" indirecte au "design" du dispositif (Latzko-Toth, 2014), alors que leur rôle relève plus souvent de la contribution aux contenus, sans pouvoir sur l'évolution des plateformes utilisées.

3.3 Soutenir la diversification des activités de la communauté

En premier lieu, la mise en évidence du rôle des message des contributeurs a conduit à réfléchir

pour la version 2 de la plateforme à des solutions pour faciliter leur utilisation et réexploitation par les contributeurs ou d'autres utilisateurs ultérieurs.

Sans encore intégrer les commentaires des Herbonautes à l'espace de travail en ligne des scientifiques, la version 2 du site a permis de rendre paramétrables les questions posées aux contributeurs. La version 2 a en outre répondu au projet de mettre en visibilité les espaces de discussion associés aux spécimens, qui n'étaient accessibles que pour les contributeurs, au moment de la transcription ou à partir de la recherche sur la plateforme par numéro de spécimen. À cet effet, une page récapitulant les dernières discussions a été créée. Pour faciliter la réutilisation des contributions, des fonctions de recherche plein texte, de catégorisation des messages et de "tags" choisis par l'usager ont été développées : les rubriques des messages, qui structurent l'espace de synthèse des discussions, sont configurables par les administrateurs de la plateforme ; le contributeur peut en revanche catégoriser librement ses messages par l'ajout de "tags".

3.4 Appropriation par la communauté des nouveaux outils mis à sa disposition

Le passage à la V2 suscite des dysfonctionnement et demande un accompagnement spécifique. La plus grande visibilité des commentaires laissés sur un spécimen n'a pas provoqué de hausse significative du nombre de messages échangés rapporté au nombre de contributions réalisées. Les possibilités d'organisation des espaces de discussion par catégorie sont mobilisés ponctuellement, en particulier pour signaler des erreurs de données (comme un nom d'espèce de la notice de la base incohérent avec les étiquettes). Les tags restent utilisés marginalement par rapport au nombre de spécimens traités. De la mise en ligne de la version 2, en janvier 2016, à juin 2017, les 562 tags signalent essentiellement des localités et des botanistes, associant au maximum une dizaine de planches aux tags les plus utilisés. Les discussions ne sont pas titrées ni fermées, ce qui montre que le dispositif dialogal prévu était *a priori* trop complexe pour les besoins de la plateforme.

L'utilisation des nouvelles possibilités de classement libre des images par tag donnaient l'occasion d'observer si les contributeurs les utiliseraient pour conserver la trace de points de vue et interprétations des spécimens autres que ceux requis par les tâches de la contribution. La version 2 donnait ainsi l'occasion d'observer un potentiel effet de valorisation historique ou culturelle des collections opéré par la plateforme à partir du projet d'informatisation participatif. Ce test s'appuyait sur l'utilisation de l'opération de catégorisation pour témoigner de la forme d'interprétation faite du document, dans une démarche qu'on peut rapprocher de celle qui avait été mise en place dans le cadre du projet LIBRIS de valorisation du patrimoine photographique du Nord, qui visait à permettre l'expression des points de vue de publics non spécialistes sur un fonds d'images historiques mis en ligne dans une base de données, en proposant aux usagers testeurs de classer les images à leur convenance (Després-Lonnet, 2000). Dans notre cas, l'utilisation de ces mots-clés librement associés à des planches s'inscrit surtout dans une problématique d'efficacité documentaire, en cohérence avec le projet proposé aux internautes. Les nombreux termes géographiques taggés attestent d'une fonction de mémorisation en vue des contributions futures. Les tags sont aussi utilisés comme une autre possibilité de mettre en valeur un message. Certains d'entre eux témoignent en outre d'un déplacement du point de vue sur les documents par rapport à la lecture cadrée par l'objectif d'informatisation : des herbiers historiques sont soulignés ("Herbier Vaillant", "herbier propriétaire"), mais aussi une caractéristique concernant l'usage du spécimen ("empoisonné"), outre les signalements de type. Les tags sont aussi utilisés pour repérer les

signatures d'un botaniste, pratique que nous avions observé chez les gestionnaires : on compte une dizaine de tags "signature" associés au nom d'un botaniste.

Toutefois, sans animation allant en ce sens, l'utilisation de ces marqueurs est restée une initiative personnelle au service de sa propre pratique, sans qu'une convention n'émerge à l'échelle de la communauté pour favoriser le partage d'informations au-delà d'usages de mémorisation individuels, et pour "passer de la mise en mémoire à la transmission de connaissances" (Le Deuff, 2010). Si le dispositif technique est opérationnel pour permettre une collecte d'informations attestant de différents regards sur les spécimens (par exemple selon les usages des espèces), il n'est pas spontanément utilisé en ce sens — nous notons que la démarche de classement a été laissée à l'appropriation libre de la communauté des Herbonautes, alors qu'elle avait été explicitement proposée, dans le cadre d'une expérimentation, lors du projet LIBRIS (Després-Lonnet, 2000). Il ressort aussi de cette expérience des premiers mois de fonctionnement de la version 2 que les contributeurs ne participent que marginalement à l'innovation dans le domaine de l'organisation des connaissances régissant l'activité de transcription — puisque les catégories nouvelles qu'ils créent restent peu nombreuses et proches des concepts déjà impliqués par la production de données standardisées. Les formes de participation qui rencontrent le plus de succès sont celles qui sont encadrées par des normes déjà bien stabilisées garantissant l'efficacité documentaire : la contribution s'inscrit dans le registre de participation propre à "l'intelligence distribuée" (Haklay, 2015), puisqu'elle repose sur l'interprétation des documents, à la différence des logiques de contribution automatisée passant par l'utilisation de capteurs de surveillance environnementale. Il n'y a pas en revanche de participation aux hypothèses, ou à la fixation d'objectifs de recherche, qui pourrait passer par des règles de tagging élaborées en commun, comme ce serait le cas dans une démarche de "sciences participatives" au plein sens du terme.

Conclusion

Des limitations de l'appropriation qui est faite des outils de catégorisation libre ressort un constat pour la démarche de recherche-conception et le rôle qu'y prend le chercheur en communication : l'implication dans le développement de médiations instrumentales pour l'activité de communautés en ligne gagnerait à se prolonger par une participation à l'animation de la plateforme et en particulier au moment de la mise en production des nouveaux outils de communication qu'il a participé à concevoir. En l'occurrence, ce sont uniquement les limitations du temps disponible pour suivre l'animation de la plateforme à ce moment critique qui ont conduit à limiter notre participation à l'étude des traces et des usages de la plateforme et à la conception. Le travail de conception s'est d'ailleurs prolongé suite à l'étude des données issues de la version de la plateforme.

La complexité accrue du dispositif conduit à un recentrage sur l'utilisation des fonctions élémentaires. Les nouvelles possibilités de catégorisation et de mise en visibilité des discussions ne transforment que marginalement les interactions sur la plateforme, la recherche de stabilité des pratiques communautaires induisant une certaine imperméabilité à l'innovation, laquelle suppose d'être accompagnée pour être adoptée collectivement. Les animateurs s'empareront toutefois après quelques mois de fonctionnement des nouvelles possibilités de paramétrage, qui rencontrent la volonté d'ouvrir la plateforme à de plus nombreux scientifiques par un système d'appel à projets, des phénomènes de réadaptation de la communauté à chaque mission spécifique transparaissant alors dans les échanges.

Bibliographie

Crowston, Kevin (2011). « From Conservation to Crowdsourcing : A Typology of Citizen Science ». In : Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Science (HICSS-44).

Després-Lonnet, Marie (2000). « Contribution à la conception d'interfaces de consultation de bases de données iconographiques ». Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication. Université Charles de Gaulle – Lille 3. url : https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01155546v2

Haklay, Miku (2013). « Citizen Science and Volunteered Geographic Information : Overview and Typology of Participation ». In : Crowdsourcing Geographic Knowledge. Sous la dir. de Daniel Z. Sui, Sarah Elwood et Michael Goodchild. Dordrecht : Springer.

Latzko-Toth, Guillaume (2014). « La contribution des usagers au développement des médias numériques ». In : La contribution en ligne. Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel. Sous la dir. de Serge Proulx ; José Luis Garcia et Lorna Heaton. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Lebraty, Jean-Fabrice et Lobre, Katia (2014). Crowdsourcing: One Step Beyond. Londres : ISTE-Wiley.

Le Deuff, Olivier (2010). « Quelles mnémotechniques pour l'Internet ? » In : Médiation et information 32, p. 41–51.

Renault, Sophie (2014). Comment orchestrer la participation de la foule à une activité de crowdsourcing ? La taxonomie des 4 C. Systèmes d'information & management, volume 19, n°1, pp.77-105. doi:10.3917/sim.141.0077.

Schiele, Bernard (1997). « Les musées scientifiques », Revue internationale d'éducation de Sèvres, volume 14. doi:10.4000/ries.3368

Ridge, Mia (2013). « From tagging to theorizing : deepening engagement with cultural heritage through crowdsourcing. » In : Curator : The Museum Journal
56.4, p. 435–450.

Rojas, Estrella et Vidal, Geneviève (2008). « Le Web 2.0 et les Musées des Sciences: Quel Accès à la Culture Scientifique? ». In : Proceedings of the Conference Knowledge Construction in E-learning Context: CSCL, ODL, ICT and SNA in education, Cesena, Italy.

Wiggins, Andrea et Crowston, Kevin (2011). « From Conservation to Crowdsourcing : A Typology of Citizen Science ». In : Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Science (HICSS-44).

needle, une innovation issue des sciences de l'information et de la communication face à la crise de l'inspiration

needle, information and communication sciences innovate to face the inspiration crisis

FALGAS Julien, chercheur associé

Université de Lorraine, CREM, F-57000 Metz, France

julien.falgas@gmail.com

Mots-clés : inspiration, empreinte numérique, infomédiation, intelligence collective

Nous proposons d'interpréter le numérique comme un environnement écologique en lui appliquant la notion d'empreinte. Pour le monde universitaire cela implique d'assumer une responsabilité dans les pratiques qu'il déploie et prescrit dans l'environnement numérique. Or, selon son propre inventeur, le Web favorise de moins en moins l'imagination, tandis que celle-ci lui fait défaut pour se réinventer et faire preuve de résilience. L'essor de géants du numérique tels que Google ou Facebook incarne pourtant le tournant créatif qui prétend faire de tout un chacun un créateur de contenus. En réalité, cet essor s'accompagne d'une paupérisation et d'une précarisation des acteurs les plus fragiles de l'environnement numérique : les créateurs eux-mêmes. Pour échapper au cycle aliénant de la stabilisation dynamique (croissance économique, accélération technologique et innovation socioculturelle), Hartmut Rosa nous incite à rechercher la résonance et à nous confronter à ce qui nous est étranger, mais qui offre la possibilité d'une appropriation. Il s'agit en somme de rétablir l'inspiration comme la visée première de toute authentique activité créative.

Devant la crise de l'inspiration, le service d'infomédiation *needle* – en cours d'expérimentation à l'Université de Lorraine – favorise la contribution collective à un index constitué des pages web référencées par les utilisateurs eux-mêmes au cours de leur navigation, auxquels *needle* apporte en retour des recommandations. Il s'agit de mettre à l'épreuve du réel la double hypothèse selon laquelle (1) la résilience du web au sein de l'environnement numérique ne peut découler de la prééminence d'un modèle tel que le modèle publicitaire et (2) elle repose sur une conception éditoriale et pluraliste des dispositifs d'infomédiation.

Nous nous appuyons sur la mise en œuvre de *needle* pour conduire une expérience de rupture dans le cadre d'une approche ethnométhodologique. Selon les termes de la sociologie de la traduction, notre expérience vise à réunir des données qualitatives et quantitatives autour de la mise en boîte noire de *needle*, mais aussi quant aux pratiques informationnelles et créatives qui se sont stabilisées sous l'égide des grands infomédiaires et que *needle* peut contribuer à révéler en rompant avec ces dernières. *needle* lui-même est un moyen de collecter des données de recherche d'autant plus précieux que nous ne dépendons pas du bon vouloir d'un tiers pour les définir, y accéder et les traiter.

Le fonctionnement de *needle* ne nécessite la collecte d'aucune donnée sensible ou personnelle. Le service est destiné à une diffusion *open source* au sein d'une architecture distribuée. Enfin, les données produites ont vocation à être ouvertes à la recherche publique. La dimension utopique d'une telle proposition fait partie intégrante de l'expérience. Face à l'illusion de neutralité qu'entretiennent les grandes plateformes numériques, la poursuite d'une telle recherche-action invite le monde universitaire, et les sciences de l'information et de la communication en particulier, à opposer une neutralité engagée de la recherche publique.

Keywords : inspiration, digital footprint, infomediation, collective intelligence

We suggest to consider the digital environment as an ecological environment by applying the concept of digital footprint. For the academic world it means that we should assume our responsibilities in the digital practices we are showing or encouraging in the digital environment. According to its own inventor, the World Wide Web favors less imagination that before, while imagination lacks him to reinvent itself and to be resilient. The rising of digital giants such as Google or Facebook embodies the creative turn that claims to make everyone a creator of content. But this rising is followed by the impoverishment and precariousness for the most fragile actors in the digital environment: the creators themselves. To escape the aliening cycle of dynamic stabilization (economic growth, technological acceleration and socio-cultural innovation), Hartmut Rosa encourages us to seek for resonance, which means to seek the "difference that allows for the possibility of appropriation". It's all about restoring the inspiration as the primary aim of any authentic creative activity.

Facing the inspiration crisis, the infomediation service *needle* is currently experimented at the Université de Lorraine. It promotes the collective contribution to an index consisting of the web pages referenced by the users themselves during their own browsing. *needle* is giving them recommendations in return. We are testing a double hypothesis : (1) the resilience of the Web can't proceed from the domination of the advertising business model and (2) it requires an editorial and pluralistic conception of infomediation services.

We rely on the implementation of *needle* to conduct a disruptive experience following an ethnomethodological approach. According to the terms of the Actor-Network Theory, we aim to gather qualitative and quantitative data about needle blackboxing, but also about informational and creative practices that have stabilized and that *needle* reveals as it is challenging them. *needle* itself is a tool to collect research data as valuable as we do not rely on a third party to define, access and proceed with this data.

needle's working doesn't require the collection of any sensitive or personal data. The service is intended to be open source and to work within a distributed architecture. Finally, the data produced are intended to be open to public research. The utopian dimension of this project is part of the experience. *needle* aims to invite the academic world to oppose the committed neutrality of the public research to the illusion of neutrality maintained by big digital platforms.

needle, une innovation issue des sciences de l'information et de la communication face à la crise de l'inspiration

FALGAS Julien

La crise de l'inspiration

La responsabilité du monde universitaire au prisme de la notion d'empreinte numérique

Les établissements d'enseignement supérieur et de recherche affichent depuis quelques années une prise de conscience de leurs responsabilités sociétales comme en témoigne la création de l'Observatoire de la Responsabilité Sociétale des Universités par l'Association de la Fondation Etudiante pour la Ville (AFEV) et l'UNICEF en mars 2012. Parallèlement, dans le sillage des préconisations de la charte européenne du chercheur, les universitaires répondent de plus en plus à l'injonction collective à « porter leurs activités de recherche à la connaissance de la société » (Commission européenne, 2005). Dans une perspective de développement durable au sens large et selon l'imposition d'un principe écologique (Guattari, 1989 et 1992 ; Beacker, 2007 ; Hörl, 2012), la notion d'empreinte nous est apparue pertinente pour traduire l'exigence de réflexivité (Durampart, 2016) faite à nos organisations universitaires vis-à-vis des acteurs évoluant dans l'environnement numérique (Appel et Falgas, 2018). Avec l'empreinte, il ne s'agit pas de rendre possible une lecture par les uns de ce que font les autres, mais d'accéder à une lecture par soi-même de ce que l'on a fait. Ainsi, l'empreinte englobe-t-elle le triptyque indice – inscription – trace (Jeanneret, 2010) dans une objectivation réflexive.

Si nous appliquons cette notion à l'environnement numérique, au-delà du nombre de nos publications disponibles ou non en Open Access, au-delà du nombre d'abonnés aux comptes Twitter de nos établissements, l'empreinte numérique du monde universitaire englobe également Facebook – dont la première version en 2004 s'adressait aux étudiants d'Harvard – ou encore Google – fruit de la rencontre en 1995 de deux étudiants de Stanford. Nous avons collectivement une responsabilité dans l'incubation et dans la prescription de nouveaux dispositifs sociotechniques. On peut citer la tentation de substituer les services de Google aux services numériques des établissements comme cela a pu être observé à Paris 3 Sorbonne-Nouvelle où le conseil d'administration a pris une décision en ce sens le 18 décembre 2015. Deux chercheurs en sciences de l'information et de la communication de l'établissement ont

alerté le conseil d'administration sur les risques qu'entraîne d'une telle décision (Rebillard et Rochelandet, 2016), c'est pourtant l'application d'une note ministérielle destinée à répondre aux interrogations émergentes dans les collectivités territoriales qui a mis un terme à sa mise en œuvre à l'université (Ministère de la culture, 2016). Plus récemment, des universités ont accueilli dans leurs locaux et promu sur leurs canaux de communication des formations délivrées par des employés de Google recrutés parmi leurs étudiants. Nous l'avons constaté à l'Université de Lorraine en mars 2018. Cette pratique a fait réagir un autre chercheur en sciences de l'information et de la communication (Ertzscheid, 2018) tandis que l'édition Campus du journal *Le Monde* a fait état de l'aveu d'impuissance de certains porteurs du dispositif dans les établissements, tandis que d'autres n'y verraient aucune ambiguïté (Stromboni, 2018).

Dans ces deux exemples, la gratuité sur le plan financier justifie à lui seul une décision qui fait fi de l'adage « si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit ». A l'opposé, interpréter le numérique comme un environnement écologique en lui appliquant la notion d'empreinte, c'est assumer une responsabilité dans les pratiques que nous y déployons ou que nous y prescrivons en tant qu'acteurs individuels ou organisationnels.

Approche critique du pouvoir des infomédiaires à l'ère numérique

Pour tout un courant critique en sciences de l'information et de la communication, la tendance des GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft) à dominer nos pratiques d'accès aux contenus numériques semble aujourd'hui établie (Miège, 2017 ; Smyrnaios, 2017 ; Ertzscheid, 2017). Ce pouvoir procède de l'impensé qui consiste à marginaliser les questionnements autour des enjeux de sociétés que soulève le numérique (Robert, 2016). L'impensé s'abrite derrière une illusion de choix : nous serions libres d'utiliser ou non les services des GAFAM. Pourtant, à mesure qu'amis, familles et collaborateurs adoptent ces services, ne pas les imiter tend à apparaître comme du militantisme. C'est ainsi que les services publics ont emboîté le pas aux commerces, associations ou entreprises en allant souvent bien au-delà de la présence ou de l'affichage dans ces espaces de circulation médiatique, à l'image des pages Facebook et autres chaînes Youtube auxquelles nos étudiants sont abondamment invités à s'abonner pour suivre l'actualité de nos établissements. Nos chartes mettent en avant des valeurs telles que l'universalité, la créativité, la réflexivité, la solidarité ou la responsabilité (pour ne citer que la charte de l'Université de Lorraine).

Pourtant, sous couvert de proximité avec nos publics, nous légitimons des acteurs dont les valeurs se révèlent bien éloignées de celles que nous prétendons défendre.

En qualité d'infomédiaires (Rebillard et Smyrnaios, 2010), les GAFAM masquent leurs orientations éditoriales (Simonnot, 2016) derrière une illusion de neutralité technologique. Dans le choix de ce qui est publié ou non, leurs algorithmes opaques (Cardon, 2015) ont pris le pas sur les chartes éditoriales publiques des médias. De fait, tous secteurs éditoriaux confondus, nous constatons que cela s'accompagne d'une paupérisation et d'une précarisation des auteurs et journalistes (Charon, 2015 ; Martel, 2015 ; Paris *et al*. 2016). Autrement dit, les changements imposés à notre environnement par les géants du numérique ont déjà un impact avéré sur les acteurs les plus fragiles de cet environnement.

Dans ces conditions, l'individu porteur d'une information, d'une idée, d'une création, peut de moins en moins les offrir à la connaissance de la société hors des écosystèmes imposés par les GAFAM. Quand bien même s'inscrirait-il dans un régime exclusivement vocationnel, sans se projeter dans une perspective professionnelle de rémunération (Heinich, 2008), un individu pourra difficilement publier sa création intellectuelle ou artistique sans disposer des moyens nécessaires à adapter sa diffusion aux multiples écrans et interfaces que se partagent les infomédiaires. Le document numérique se voit atteint dans sa fonction de *medium* qui permet de le considérer « comme un *phénomène* social, un élément tangible d'une communication entre des personnes humaines » (Pédauque, 2003 : 18).

C'était pourtant une promesse du service Internet le plus répandu, le *World Wide Web*, que de démocratiser le pouvoir de publication. C'est pourquoi, à l'appel de son propre inventeur – Tim Berners-Lee – on peut se poser la question de sa ré-invention (Stiegler, 2017). Alors que le Web fête cette année ses 29 ans, Tim Berners-Lee juge qu'il sera menacé tant que nous n'aurons pas dépassé « le mythe que la publicité est le seul modèle commercial possible pour les entreprises en ligne, et le mythe selon lequel il est trop tard pour changer le mode de fonctionnement des plates-formes » (Berners-Lee, 2018). Sur ce deuxième point, comme le souligne le vice-président de la fondation Mozilla, éditrice du navigateur web Firefox, « the tragedy of the web is that it's hard to find the answers to the questions you haven't imagined, and expanding your imagination has only gotten harder now that both search and social networks strive to give you a heavily filtered version of the web »[1] (Guyen, 2017). Pour ses

[1] Traduction personnelle : « La tragédie du web c'est qu'il est difficile de trouver des réponses à des questions que l'on n'a pas imaginées, tandis que faire preuve d'imagination est devenu de plus en plus difficile à mesure que moteurs de recherche et réseaux sociaux nous offrent une version lourdement filtrée du web. »

acteurs critiques, l'environnement numérique favorise donc de moins en moins l'imagination alors qu'il en manque cruellement pour se réinventer et faire preuve de résilience.

Les conséquences du pouvoir des plateformes sur la créativité et l'inspiration

Le Web 2.0 s'est popularisé avec la promesse d'offrir à chacun le pouvoir de produire et de publier ses propres contenus, d'abord dans des blogs, puis sur les murs des réseaux sociaux. Derrière les injonctions à la créativité et à l'innovation dont les GAFAM sont l'une des expressions les plus puissantes et qui caractérisent le tournant créatif, c'est bien à une crise de l'inspiration que nous faisons face aujourd'hui du fait de leur action, si l'on entend l'inspiration au sens d'une « affluence d'idées stimulant l'imagination et la créativité » (Wikipedia, consulté le 4 janvier 2018).

En matière de formes narratives, il semble que la réussite d'une innovation « repose sur la reconnaissance puis l'adoption par les publics des cadres de référence choisis et assemblés par les auteurs (…) avec spontanéité, guidés par leur ambition narrative » (Falgas, 2016). Afin d'explorer la montée en généralité de ces conclusions défendues par une thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication (Falgas, 2014), nous posons l'hypothèse que l'innovation procède de l'assemblage original, par son initiateur, de cadres de référence qu'il détient au même titre que d'autres acteurs, de sorte que ces derniers reconnaissent et adoptent son invention. Ainsi, et en accord avec les mécanismes de normalisation de la créativité relevés par Andreas Reckwitz (2014), la créativité consisterait dans la faculté à réaliser de tels assemblages à la fois originaux et assimilables

Avant de mettre en œuvre sa faculté de créativité, le créateur doit trouver l'inspiration, c'est-à-dire pouvoir explorer des cadres de référence qui lui soient à la fois suffisamment familiers pour qu'il puisse en imaginer l'assemblage, et suffisamment variés pour lui inspirer des assemblages originaux. Cette définition de l'inspiration rejoint celle du concept de résonance développé par le sociologue Hartmut Rosa. Pour ce dernier, la sortie du cycle aliénant de la croissance économique, de l'accélération technologique et de l'innovation socioculturelle passe par la quête de la résonance, c'est-à-dire la confrontation avec la « difference that allows for the possibility of appropriation »[2] (Rosa, 2017). Voilà pourquoi, il conviendrait de rétablir l'inspiration telle que nous venons de la définir comme la visée première de toute authentique activité créative. A l'opposé, l'activité créative lorsqu'elle est motivée par une

[2] Traduction personnelle : « la différence qui offre la possibilité d'une appropriation ».

visée pécuniaire, en direction de laquelle l'inspiration est instrumentalisée, semble s'inscrire dans le cycle aliénant de la « stabilisation dynamique » (*Ibid*.).

needle, un infomédiaire alternatif issu de la recherche info-communicationnelle

Cette réflexion nous a inspiré la conception du service de navigation web contributive *needle* (Fig 1.) dont l'expérimentation à l'échelle de l'Université de Lorraine a débuté en mars 2018 après un développement débuté un an plus tôt grâce à un financement au titre de la valorisation non-économique.

Fig. 1 – Descriptif fonctionnel de la navigation contributive proposée par needle

needle se présente comme une extension de navigateur. Elle sera disponible à l'adresse http://needle.univ-lorraine.fr à l'issue de la phase d'expérimentation actuellement en cours.

Suite à l'installation de l'extension, l'utilisateur de *needle* dispose d'un bouton en forme d'aiguille sur lequel il peut cliquer – au cours de sa navigation – lorsqu'il souhaite indexer une page web le long de son « fil ». Tout en enrichissant son propre « fil », cette indexation ouvre à l'utilisateur l'accès immédiat aux « fils » des autres utilisateurs qui ont choisi d'indexer la même page que lui auparavant. L'utilisateur peut ainsi découvrir de nouvelles ressources qui ont pour double caractéristique d'avoir été successivement indexées par quelqu'un d'autre, et de l'avoir été pour des raisons similaires : à savoir pour s'en servir comme sources de sérendipité. Ainsi l'utilisateur est-il invité à indexer des pages qui l'inspirent, dans la mesure où il souhaite qu'elles le conduisent à de nouvelles sources d'inspiration.

Outre l'accès immédiat au réseau offert par l'indexation d'une page web, l'utilisateur peut à tout moment y accéder depuis chacune des pages qu'il a indexées par le passé. Dans l'interface de gestion de son « fil », il peut en effet visualiser rapidement si de nouveaux « fils » ont croisé le sien au cours d'une période de son choix (par exemple au cours de la semaine qui vient de s'écouler). Enfin, en rejoignant des groupes, l'utilisateur est en mesure de partager son cheminement avec un collectif identifié (par exemple les membres d'une unité de recherche ou d'un établissement) mais aussi d'en distinguer les autres membres par rapport à l'activité de l'ensemble des autres utilisateurs (par exemple pour s'assurer de ne pas suivre que les fils de ses plus proches connaissances ou collaborateurs). Enfin, l'utilisateur est invité à fournir une adresse électronique pour autoriser les autres à entrer en contact avec lui si son fil leur inspire de possibles synergies, collaborations ou échanges enrichissants.

Comme on le voit, *needle* repose sur la contribution collective à un index. Cet index référence un réseau de pages web connectées entre elles par les utilisateurs de *needle* et non par des liens hypertextes saisis par leurs concepteurs. Chaque page référencée par un même utilisateur est reliée à la précédente et à la suivante le long de son « fil ». Les nœuds du réseau correspondent aux pages que plusieurs utilisateurs différents ont référencées et sur lesquels se croisent leurs « fils ». Ainsi, les suggestions offertes par *needle* au cours de la navigation de ses

utilisateurs reposent sur une logique de partage et de co-construction. C'est ce que nous avons nommé la navigation web contributive.

La principale particularité de *needle* réside dans la place accordée à l'intelligence humaine dans le dispositif de recommandation de contenus, par opposition à l'intelligence artificielle des algorithmes. L'interface favorise la contribution collective à un index constitué des pages web référencées par les utilisateurs de *needle* eux-mêmes au cours de leur navigation, auxquels *needle* apporte en retour des recommandations.

Au regard des premières réactions recueillies suite à des démonstrations devant des utilisateurs pressentis (chercheurs, entrepreneurs, acteurs du secteur de l'innovation ou des collectivités territoriales), il semble que *needle* constitue un outil à même de favoriser le décloisonnement, l'identification de synergies et de renforcer les collaborations. Il répond ainsi à la définition de l'intelligence collective avancée par Samuel Szoniecky et Nasreddine Bouhaï (2017), à savoir « la mise en commun de la réflexivité afin de finaliser une action qui ne pourrait pas l'être par une seule personne » (*Ibid*., p. 14), en l'occurrence l'action de s'inspirer les uns les autres. Les deux auteurs illustrent leur propos par l'exemple du Wiki. Or, tandis que le Wiki rend possible l'exercice de l'intelligence collective autour de la composition de contenus tout en permettant leur mise en relation hypertextuelle, *needle* se concentre sur l'élaboration d'un réseau hypertextuel entre des contenus dont les modalités de composition et de publication en ligne restent libres.

Avec *needle*, nous mettons à l'épreuve du réel l'hypothèse selon laquelle l'inspiration nait de l'exposition à des influences à la fois nouvelles et assimilables par les acteurs grâce à l'existence d'un lien faible mais avéré qui leur permettent de relier leur expérience avec celle d'autrui. En l'occurrence, le lien consiste dans le fait de référencer une source d'inspiration identique à des moments particuliers de ses parcours intellectuels et créatifs respectifs. Le fait que les acteurs se connaissent voire qu'ils évoluent ou non dans les mêmes mondes sociaux méritera d'être interrogé lorsque la dissémination de *needle* le permettra. Si cette dissémination se réalise comme nous l'escomptons, elle contribuera à valider la double hypothèse selon laquelle (1) la résilience du web au sein de l'environnement numérique ne peut découler de la prééminence d'un modèle tel que le modèle publicitaire et (2) elle repose sur une conception éditoriale et pluraliste des dispositifs d'infomédiation. Les données recueillies contribueront quoiqu'il en soit à éclairer l'ampleur et les enjeux de ce que nous avons qualifié de crise de l'inspiration.

La recherche-action autour d'une innovation issue des SIC

Une approche ethnométhodologique nourrie par la sociologie de la traduction

Dans une perspective heuristique, nous nous appuyons sur la mise en œuvre de *needle* pour conduire une expérience de rupture dans le cadre d'une approche ethnométhodologique qui « s'efforce d'analyser les descriptions des structures formelles faites par les membres, quels qu'en soient les circonstances ou les auteurs, sans s'occuper de leur exactitude, de leur valeur, de leur importance, de leur nécessité, de leur nature pratique, de leur succès ou de leurs conséquences » (Garfinkel, 1967 : introduction de l'édition française de 2007).

Comme le suggèrent Shirley Strum et Bruno Latour, « si les acteurs n'avaient qu'eux-mêmes, que leur corps comme ressource, la tâche qui consiste à construire des sociétés stables serait très difficile » (Strum & Latour, 1987). C'est pourquoi la sociologie de la traduction avance que les ressources matérielles et les symboles sont des acteurs non humains qui agissent au même titre que les acteurs humains (Latour, 1988) : « une connaissance, un fait, une nouveauté technique se stabilise et se développe au travers de l'association et de l'assemblage par son initiateur d'acteurs humains et non-humains au sein de réseaux dits "sociotechniques" » (Latour, 1989). Or, Madeleine Akrich observe que la description des objets techniques se heurte à leur « mise en boîte noire » dès lors que leurs contenus techniques tout comme leurs usages sont stabilisés (Akrich, 1992). C'est pourquoi Michel Callon considère que c'est avant la mise en boîte noire, « durant la conception, le développement et la diffusion de nouveaux artefacts techniques », qu'il convient d'observer les « négociations et ajustements entre actants humains et non-humains » (Callon, 2001).

Notre expérience vise à réunir des données autour de la mise en boîte noire de *needle*, mais aussi quant aux pratiques informationnelles et créatives qui se sont stabilisées sous l'égide des GAFAM et que *needle* peut contribuer à révéler en rompant avec ces dernières. *needle* lui-même est un moyen de collecter des données de recherche d'autant plus précieux que nous ne dépendons pas du bon vouloir d'un tiers pour les définir, y accéder et les traiter. Au moyen de *needle*, nous recueillons en premier lieu les références des sources indexées par les utilisateurs dont nous supposons qu'ils le font parce qu'ils les jugent inspirantes. Ces données doivent permettre d'observer la circulation des utilisateurs, le périmètre de leurs centres d'intérêt et l'existence hypothétique de carrefours à même de favoriser la découverte de sources différentes mais appropriables. Afin de mieux qualifier nos observations, nous dénombrons également les références qui suscitent (ou non) un intérêt de la part de ceux qui y sont exposés

dans la mesure où ces derniers s'engagent (ou non) le long des fils de leurs contributeurs après les avoir croisées. Parallèlement, nous réunissons des données qualitatives de formes diverses (captation audio ou vidéo, notes, comptes rendus, échanges électroniques…) afin de documenter l'évolution de nos propres choix de conception, des usages du service et de son appropriation dans des cadres aussi divers que la recherche universitaire, l'enseignement supérieur ou scolaire, la veille documentaire ou créative, ou encore les pratiques informationnelles courantes.

Quand l'utopie en appelle à la responsabilité du monde universitaire et des SIC

Soulignons que le fonctionnement de *needle* ne nécessite la collecte d'aucune donnée sensible ou personnelle. Le service est destiné à une diffusion *open source* au sein d'une architecture distribuée (c'est-à-dire non dépendante d'un acteur central et dominant). Les données produites ont vocation à être ouvertes à la recherche publique. La dimension utopique d'une telle proposition fait partie intégrante de l'expérience, fut-elle limitée au fait d'apporter des changements à portée immédiate (Proulx *et al*., 2005).

Pour Patrice Flichy (2001), l'utopie qui n'affronte pas la réalité technique relève de la fantasmagorie. S'appuyant sur Paul Ricoeur (1997) il définit l'utopie comme « une alternative au pouvoir en place » (*Ibid*., p. 14). *needle* est la déclinaison en projet d'une proposition de rupture : rupture avec le modèle économique publicitaire et rupture avec les orientations fonctionnelles et les affordances des grandes plateformes d'infomédiation contemporaines. Dans cette perspective, *needle* ne vise ni à occulter (idéologie-masque) ni à évincer (idéologie-légitimante) les formes actuelles d'accès aux contenus numériques en ligne mais à mobiliser (idéologie-mobilisation) autour d'une forme alternative qui renoue avec l'ambition que portait l'invention de Google avant que ses inventeurs ne s'en détournent : « we believe the issue of advertising causes enough mixed incentives that it is crucial to have a competitive search engine that is transparent and in the academic realm[3] » (Brin & Page, 2000, p. 3832).

Notre proposition fait écho à l'invitation du sociologue Dominique Cardon :

> « Les usages actuels du web sont très en deçà des potentialités qu'il nous offre. Nos imaginations et nos initiatives ne sont pas à la hauteur de ses possibles. Il ne fait pas de doute que les moyens financiers, l'attention des internautes et leur créativité sont

[3] Traduction personnelle : « nous croyons que le modèle publicitaire est à l'origine d'un nombre suffisant d'incitations biaisées pour qu'il soit crucial de disposer d'un moteur de recherche compétitif à la fois transparent et relevant du monde académique ».

> aujourd'hui aspirés par une économie numérique qui se préoccupe avant tout d'élargir son empire et de se monétiser. Mais il serait aussi maladroit de considérer que le développement du marché des grandes plateformes interdit ou empêche de faire autre chose, autrement et selon d'autres principes. Le web se ferme par le haut, mais toute son histoire montre qu'il s'imagine par le bas. Sa trajectoire est émaillée de ces initiatives audacieuses, originales, curieuses et en rupture. Il n'y a aucune raison de penser que cette dynamique doive s'arrêter ou qu'elle soit complètement entravée par la domination des GAFA. Cependant, plus que jamais, il appartient aux chercheurs, aux communautés, aux usagers, aux pouvoirs publics aussi, d'encourager les initiatives qui préservent cette dynamique réflexive, polyphonique et peu contrôlable que les pionniers du web nous ont confiée » (Cardon, 2017).

Il appartient au monde universitaire dans son ensemble, et aux sciences de l'information et de la communication en particulier, d'assumer la responsabilité sociétale qui leur incombe au titre de leur empreinte numérique. À l'illusion de neutralité derrière laquelle s'abritent les grandes plateformes numériques, il nous revient d'opposer la neutralité engagée de la recherche publique (Heinich, 2002) jusque dans les outils dont nous nous dotons pour travailler, pour enquêter et dont nous pouvons doter nos étudiants et la société dont nous sommes acteurs pour penser et se penser.

Bibliographie

Akrich, M. (1992). La description des objets techniques. In : Akrich, M., Callon, M. et Latour, B. (2006). *Sociologie de la traduction : textes fondateurs*. Paris, Mines Paris, Les Presses. p. 159-178

Appel, V. et Falgas, J. (2018). Responsabilité sociétale des universités et environnement numérique : la notion d'empreinte, un enjeu de réflexivité. *Communication*. vol. 35/2 | 2018. (à paraître)

Beacker, D. (2007). *Studien zur nächsten Gesellschaft*. Francfort/Main.

Berners-Lee, T. (2018). *The web is under threat. Join us and fight for it*. [En ligne] https://webfoundation.org/2018/03/web-birthday-29/

Brin, S. et Page, L. (2000/2012). Reprint of: The anatomy of a large-scale hypertextual web search engine. *Computer networks* 56.18. (2012). p. 3825-3833.

Callon, M. (2001). Sociologie de l'acteur réseau, trad. de l'anglais par Callon, G. In : Akrich, M., Callon, M. et Latour, B. (2006). *Sociologie de la traduction : textes fondateurs*. Paris, Mines Paris, Les Presses. p. 267-276

Cardon, D. (2015). *A Quoi Rêvent Les Algorithmes: Nos Vies À L'heure Des Big Data*. Paris, La République des idées, Seuil.

Cardon, D. (2017). Le web que nous voulons en 8 propositions. In : Stiegler, B. (dir.). (2017). *La toile que nous voulons: le web néguentropique*. Paris, FYP.

Charon, J.-M. (2015). *Presse et Numérique - L'invention D'un Nouvel Écosystème*. Rapport remis le 2 juin 2015 à Madame la Ministre de la culture et de la communication. [En ligne] http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ressources/Rapports/Rapport-Charon-Presse-et-numerique-L-invention-d-un-nouvel-ecosysteme

Commission Européenne. (2005). *Charte européenne du chercheur. Code de conduite pour le recrutement des chercheurs*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, EUR 21620, 64 pages. [En ligne] https://www.u-psud.fr/_resources/Recherche/ED/textes%2520et%2520documents%2520de%2520r%25C3%25A9f%25C3%25A9rence/charte_europ_chercheur_2005.pdf

Durampart, M. (2016). Le passage d'un enjeu cognitif à un "hors-jeu" stratégique pour des organisations. In : Bonfils, P., Dumas, P. et Massou, L. (dirs). (2016). *Dispositifs, jeux, enjeux, hors-jeux*. Nancy. PUN - Éditions universitaires de Lorraine.

Ertzscheid, O. (2017). *L'appétit des géants, Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*. Paris. C&F Editions.

Ertzscheid, O. (2018). Facebook forme les chômeurs, Google forme les étudiants. Et les universités vous emmerdent. [En ligne] http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2018/02/facebook-google-universite-formation-et-merde.html

Falgas, J. (2014). Raconter à l'ère numérique : auteurs et lecteurs héritiers de la bande dessinée face aux nouveaux dispositifs de publication. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication. Université de Lorraine. 2014. [En ligne] http://docnum.univ-lorraine.fr/public/DDOC_T_2014_0112_FALGAS.pdf.

Falgas, J. (2016). Pour Une Sociologie Des Usages et de L'innovation Appliquée Aux Récits Innovants. In : Robert, P. (2016). *Bande Dessinée et Numérique*. CNRS Editions, Les Essentiels d'Hermès, Paris. p. 135-53.

Faucilhon, J. (2010). *Rêveurs, Marchands et Pirates Que Reste-T-Il Du Rêve de l'Internet ?* Le Pré Saint-Gervais: Ed. le passager clandestin.

Flichy, P. (2001). *L'imaginaire d'Internet*. Sciences et Société, Paris, Découverte.

Garfinkel, H. (1967). *Recherches en ethnométhodologie*, trad. de l'anglais par Michel Barthélémy, Baudouin Dupret, Jean-Manuel de Queiroz et Louis Quéré. Paris, Presses universitaires de France. 2007.

Guattari, F. (1989/2008). *Les Trois Écologies*. Paris, éditions Galilée.

Guattari, F. (1992). Le nouveau paradigme esthétique. In : Guattari, F. (1992). *Chaosmose*. Paris, Editions Galilée, coll. L'Espace critique.

Guyen, N. (2017). *Your phone is not a television*. [En ligne] https://medium.com/firefox-context-graph/your-phone-is-not-a-television-2aaae67c645

Heinich, N. (2002). Pour une neutralité engagée. *Questions de communication*, nº 2 (1 décembre 2002): p. 117‑27.

Heinich, N. (2008). Régime vocationnel et pluriactivité chez les écrivains : une perspective compréhensive et ses incompréhensions. *Socio-logos,* 3 | 2008. [En ligne] http://socio-logos.revues.org/1793

Hörl, E. (2012). Le nouveau paradigme écologique: Pour une écologie générale des médias et des techniques, trad. de l'allemand par Plas, G. *Multitudes*, 2012/4. (n° 51). p. 74-85. [En ligne]. http://www.cairn.info/revue-multitudes-2012-4-page-74.htm.

Jeanneret, Y. (2010). Les harmoniques du Web : espaces d'inscription et mémoire des pratiques. In : Pignier, N. et Lavigne M. (dirs.). *Mémoires et internet*, Paris, Harmattan.

Latour, B. (1988). Le prince : machines et machinations. In : Akrich, M., Callon, M. et Latour, B. (2006). *Sociologie de la traduction : textes fondateurs*. Paris, Mines Paris, Les Presses. p. 87-107

Latour, B. (1989). *La science en action*. Paris, La Découverte.

Martel, F. (2015). *L'écrivain 'social' : La Condition de L'écrivain À L'âge Numérique*. Rapport au CNL. [En ligne] http://centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/7429/ressource_fichier_fr_condition.a.crivain.monde.numa.rique.rapport.2015.11.09.ok.pdf

Miège, B. (2017). *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication. Nouvelle édition entièrement refondue et augmentée*. Collection communication en plus, Fontaine: Presses universitaires de Grenoble.

Ministère de la culture. (2016). *Note d'information du 5 avril 2016 relative à l'informatique en nuage (coud computing)*. [En ligne] http://securibase.com/securibase/public/fiche/19224/21193

Pédauque, R. T.. (2003). « Document : forme, signe et médium, les re-formulations du numérique ». [En ligne] https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000511

Paris, T., Deloche, P. et Simon, M. (2016). *Etats Généraux de La Bande Dessinée, Enquête Auteurs 2016, Résultats Statistiques*. EGBD. [En ligne] http://www.etatsgenerauxbd.org/2016/01/29/lenquete-auteurs-les-resultats-statistiques/

Proulx, S., Massit-Follea F., Conein, B. (2005). *Internet, une utopie limitée: nouvelles régulations, nouvelles solidarités*. Québec: Presses de l'Université Laval.

Rebillard, F. et Rochelandet, F. (2016). *Lettre ouverte aux membres du Conseil d'Administration de l'Université Sorbonne Nouvelle Paris 3*. Google à Paris 3 ? Non, merci. [En ligne] https://googlep3.wordpress.com/2016/06/03/lettre-ouverte-aux-membres-du-conseil-dadministration-de-luniversite-sorbonne-nouvelle-paris-3/

Rebillard, F. et Smyrnaios, N. (2010). Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne: Les cas de google, wikio et paperblog. *Réseaux*, 160-161,(2). p. 163-194. [En ligne] https://www.cairn.info/revue-reseaux-2010-2-page-163.htm

Reckwitz, A. (2014). Du mythe de l'artiste à la normalisation des processus créatifs : contribution du champ artistique à la genèse du sujet créatif. Trivium, 18 | 2014. [En ligne] http://trivium.revues.org/5020

Ricoeur, P. (1997). *L'idéologie et l'utopie*. Paris, éditions du Seuil.

Robert, P. (2016). *L'impensé numérique - Tome 1, Des années 1980 aux réseaux sociaux*. Paris, Éditions des Archives contemporaines.

Rosa, H. (2017). Dynamic Stabilization, the Triple A. Approach to the Good Life, and the Resonance Conception. *Questions de communication*, 31,(1). p. 437-456. [En Ligne] https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2017-1-page-437.htm.

Simonnot, B. (2016). Place des moteurs de recherche dans l'éditorialisation du web. *Communication & langages*. Nec Plus, 2016, 188. pp.45-59. [En ligne] https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01286514

Smyrnaios, N. (2017). *Les GAFAM contre l'internet*. Paris, Ina éditions.

Stiegler, B. (dir.). (2017). *La toile que nous voulons: le web néguentropique*. Paris, FYP.

Stromboni, C. (2018). *Des formations au numérique dispensées par Google à l'université font débat*. Le Monde, Campus. [En ligne] http://www.lemonde.fr/campus/article/2018/03/05/des-formations-au-numerique-dispensees-par-google-a-l-universite-font-debat_5265898_4401467.html

Strum, S., Latour, B. (1987). Redéfinir le lien social : des babouins aux humains, trad. de l'anglais par Rémy, C. In : Akrich, M., Callon, M. et Latour, B. (2006). *Sociologie de la traduction : textes fondateurs*. Paris, Mines Paris, Les Presses. p. 71-107

Szoniecky, S. et Bouhaï, N. (2017). *Intelligence collective et archives numériques: vers des écosystèmes de connaissances*. iSTE editions, London.

La médiation socionumérique du street artivisme en Egypte : pérégrinations et reconfiguration des modalités d'action.

The sociodigital mediation of street artivism in Egypt: peregrinations and reconfiguration of the modalities of action.

Mohammad Abdel Hamid – docteur en sciences de l'information et de la communication
CIM-ERCOMES, Paris 3 Sorbonne nouvelle
mohammad.abdelhamid85@yahoo.fr

Mots-clés : Street artivisme, Espace public, Médiation, Réseaux socionumériques
Keywords: Street artivism, Public sphere, Mediation, Sociodigital networks

Résumé : L'étude traite de la médiation socionumérique du street artivisme en Egypte au cours de la période révolutionnaire. La question principale porte sur la pratique et les usages reconfigurés par les pérégrinations entre murs urbains et murs socionumériques. La créativité inhérente à cet art est remise en question par la médiation technique. Le dispositif favorise la standardisation mais permet de mettre en place de nouvelles modalités d'action à disposition des révolutionnaires.

Abstract: The study deals with the sociodigital mediation of street artivism in Egypt during the revolutionary period. The main question concerns the practice and the uses reconfigured by the peregrinations between urban and sociodigital walls. The inherent creativity of this art is challenged by technical mediation. The device promotes standardization but allows to set up new modalities of action available to revolutionaries.

La médiation socionumérique du street artivisme en Egypte : pérégrinations et reconfiguration des modalités d'action.

Mohammad Abdel Hamid

En 2010-2011, le *street art(ivisme)* a émergé en Egypte lors d'une période particulièrement animée et les réseaux socionumériques (RSN) ont joué un rôle prépondérant dans les procédés de visibilisation de cette pratique artistique qui n'est jamais passée outre la barrière du *gate-keeping* des médias traditionnels. En cela, il serait fortement intéressant d'observer dans quelle mesure le *street art*, notamment son courant activiste le *street artivisme*, a pu trouver une expressivité[1] (BLONDEAU, ALLARD, 2007 : 19) et des agir par le truchement de ses apparitions en ligne.

Depuis le début des années 2000, l'Internet a proposé de nouvelles modalités d'action, d'apparition, de circulation au *street art*, lui permettant de ne plus être soumis aux épreuves du temps, des autorités, des propriétaires privés, etc. Non seulement, le *street art* s'inscrit dans la durée mais il devient un nouvel objet photographié dynamique et erratique qui circule et atteint de nouveaux publics à une vitesse remarquable. Ainsi le street artivisme expérimente de nouvelles spatialités, temporalités, actions et atteint des publics variés et dispersés.

L'accessibilité grandissante de ce mode artistique en Egypte est corrélée à une visibilité[2] (CARDON, 2010 : 42) accrue car elle est médiée par des communautés socionumériques activistes qui sont séduites par la concordance des opinions politiques ainsi que par l'ironie visuelle du *street art* qui met en exergue le récit révolutionnaire – en pourvoyant un support iconographique et en fournissant des mythographies (LAMBERT, 1986) victimaires et martyrologiques à la cause révolutionnaire, ainsi sanctifiée.

Une interaction enrichissante pour les artistes et les activistes : les uns procurent une mise en visuel et un apport esthétique pendant que les autres leur confèrent une visibilité publique et militante. C'est de cette dialectique, entre médiation socionumérique et expérience esthétique, dont il sera question au cœur de cette étude. En effet, des collectifs artistiques tels que MadGraffitiWeek ou encore GraffitiInEgypt se fondent en vertu d'un militantisme visant à mettre un terme à l'autoritarisme militaire, et pour ce faire leur première modalité d'action

[1] En suivant le verbatim d'Olivier Blondeau, « l'expressivisme ne doit pas être compris comme une simple expression de soi, de ses envies, de ses valeurs, mais comme la production d'une forme (technique, politique, sociale, artistique, etc.) constituant la réalité sociale des sujets et leur rapport au monde. »

[2] Il est nécessaire de distinguer l'accessibilité de la visibilité selon Dominique Cardon et cela s'observe particulièrement dans la pratique du *street art* qui, dans certaines situations, souscrit à l'oxymore de l'« invisibilité publique ».

consiste à proposer une médiation de leurs œuvres, ou encore les œuvres collectives créées par les membres « profanes » du groupe Facebook, sous forme de pochoirs mis à disposition de tout à chacun afin d'inciter les membres de la communauté à agir au sein de l'espace public.

La présence comminatoire des RSN au cœur de la Révolution permet aux communautés de parier sur une duplication des espaces publics urbain et socionumérique en faisant circuler leurs œuvres. En proposant aux citoyens égyptiens, à travers un mode d'emploi très précis, d'imprimer, de découper et de bomber dans la rue, afin de reposter à terme leur production urbaine sur les RSN, il s'agit de créer une boucle quant au parcours d'un objet médiatique militant. Le dispositif permet donc la circulation et l'accessibilité de contenus sur les plans socionumérique et urbain. Les deux espaces s'alimentent mutuellement.

De surcroît, en 2013, suite au retour de l'Armée au pouvoir et la répression de plus en plus violente, les militants voient le monopole exercé par le pouvoir sur l'espace public urbain de nouveau appliqué. A partir de ce tournant, l'exil s'impose et des spatialités nouvelles entrent en vigueur dans leur répertoire d'actions collectives. Des murs en Europe ainsi qu'en Amérique du nord se substituent aux murs des grandes villes égyptiennes. Ceci dit, les pérégrinations en ligne/hors ligne agissent toujours de la même manière. La boucle fermée (RSN/murs urbains/RSN) demeure d'actualité. L'espace public égyptien s'étend et les mouvements de va-et-vient intègrent une émigration-immigration interactive enrichissante pour la lutte révolutionnaire et street artiviste.

Ainsi, nous observons le croisement d'un dispositif relativement nouveau (Facebook n'existe « que » depuis 2004) et doté d'un présupposé positiviste – (valorisation de la création, du partage, de l'échange, de la participation, de l'organisation et de la stimulation collective supposément sans leader attitré, tout comme la Révolution) –, avec un mode opératoire de résistance plus ancien. Le pochoir pour faire part anonymement d'un message subversif et rebelle, l'exil pour pérenniser l'action de résistance, la mise à contribution de non-initiés à la pratique artistique, artiviste ou encore activiste, sont des procédés de guérilla urbaine classique. Seulement, cette guérilla urbaine intègre une nouvelle médiation, socionumérique, qui procure de nouveaux usages, de nouvelles trajectoires aux œuvres ainsi que des nouvelles actions pour la modalité d'expression street artiviste.

A l'aune d'une sémiotique des pratiques et des usages, qui se concentre sur la circulation, la remotivation et l'action des signes, il serait intéressant d'observer comment ces derniers performent et agissent *dans* et *sur* l'espace public égyptien, combinant l'urbain et le socionumérique. En nous concentrant sur les deux pages Facebook (association images/textes

et réactions de la communauté) évoquées ci-dessus – le MadGraffitiWeek et GraffitiInEgypt – il s'agira de suivre la trace des œuvres par l'intermédiaire d'une balistique rendant compte des circulations entre les murs urbain et socionumérique, afin de répondre à l'hypothèse de départ à savoir la duplication des espaces publics grâce au dispositif technique que sont les RSN. La relation artiste/artiviste-amateur/profane sera également passée au crible de l'analyse car celle-ci sous-tend une problématique probablement féconde au cœur de l'axe III du congrès à savoir le rapport entre création et standardisation d'œuvres à travers la médiation socionumérique et la répétition, malgré la part de spécificité relative à chaque auteur, au lieu et à la date choisis et à la transgression qu'il opère de la sorte, etc., d'un geste artistique et militant grâce à l'usage du pochoir.

Travail définitoire, la terminologie employée

En premier lieu, il nous semble nécessaire de définir l'acception de la « médiation » que nous solliciterons dans notre développement. Pour ce faire, nous conjuguerons diverses approches de la « médiation ». Premièrement, nous nous appuierons sur la définition de la « médiation culturelle » proposée par Bruno-Nassim Aboudrar et François Mairesse, dans le cadre d'un ouvrage paru en 2016, ayant pour titre *La médiation culturelle* (ABOUDRAR, MAIRESSE, 2016). Ils la résument ainsi :

> « On appelle « médiation culturelle » l'ensemble des actions qui visent, grâce à un intermédiaire – le médiateur –, à mettre en relation un individu ou un groupe avec une proposition culturelle ou artistique (œuvre d'art, exposition, concert, spectacle, etc.), afin d'en favoriser la connaissance et l'appréciation. La médiation culturelle apparaît le plus souvent comme une pratique spontanée, informelle, par laquelle un amateur, familier d'une expression artistique, en facilite l'accès à des proches : parents, amis, voire élèves dans un cadre scolaire. » (*Ibid*.)

Pour ce qui est de notre cas d'étude, la médiation que nous aborderons ne se limitera pas uniquement à l'aspect culturel. Il ne s'agit pas seulement pour les médiateurs de promouvoir

une pratique artistique. De plus, même s'ils le font en partie, celle-ci ne se limite pas à un cercle réduit de connaissances mais se fait dans un cadre de relations à distance. En effet, ces acteurs sociaux s'imprègnent du *street art* afin d'ajouter une dimension esthétique à leur discours, d'étayer leurs propos en les embellissant, et faire du *street* art(ivisme) un moyen d'expressivité permettant de générer des récits communs.

A cet effet, nous ajouterons une dimension médiatique à la définition culturelle, que nous préservons précieusement, de la médiation. L'apport de Laurence Kaufmann est à cet égard particulièrement enrichissant puisqu'elle assigne aux médias, en tant que lieu de « médiations sociales », le rôle suivant :

> « le *travail anthropologique* qui consiste à *lier* les individus entre eux dans une culture et des significations transversales qui font office de dénominateur commun ». (KAUFMANN, 2008 : 82)

C'est donc le paramètre « liant » de la médiation qui nous intéressera en premier lieu. Transmettre une information de nature promotionnelle au sujet d'un objet culturel et/ou artistique n'a pas pour seul objectif de lui donner de la visibilité mais de créer une idée communément admise permettant à un public de se fédérer autour d'un discours.

La médiation socionumérique à laquelle nous nous intéressons sera donc soumise à cette logique de la médiation culturelle comme outil fédérateur créant un « dénominateur commun » entre des individus s'instituant ainsi en public médiatique, pouvant prétendre agir par la suite comme un public politique.

Ajoutons à cela que la médiation socionumérique, en sa qualité de dispositif discursif, est bien souvent entourée d'une rhétorique valorisante qui consiste à en faire le lieu supposément idéal pour la désintermédiation, permise par le numérique. Or, nous privilégierons plutôt une lecture faisant des RSN le terrain le plus propice aux remédiations et aux intermédiations en tous genres (BOUSTANY, 2013).

Par ailleurs, par manque de travaux en SIC, malgré quelques propositions fort intéressantes mais qui se résument bien souvent à un article portant sur un objet circonscrit, sur l'objet street artistique, nous nous permettons de proposer notre propre acception du terme « street artivisme » :

Inscription scripturaire ou iconographique, exposition, manifestation ou installation intentionnelle de nature visuelle, matérielle, humaine, par essence éphémère et/ou volatile,

prenant place dans un **lieu public** potentiellement **accessible** à tout un chacun. Contraction de street art et d'activisme, cette pratique antidiscplinaire, qui remet en cause le monopole de l'État exercé sur l'espace public physique, renverse les contraintes – les murs vécus comme des barrières sont utilisées comme un médium afin de transformer un inconvénient en un avantage. S'y ajoute l'expression d'une volonté **esthétique et artistique** qui se met au service du **politique**.

Innovation et standardisation des procédés de création

Au cours d'un travail de thèse de doctorat mené de 2011 à 2016, un corpus de quatre communautés Facebook (MadGraffitiWeek, GraffitiInEgypt, Keizer et Nous sommes tous Khaled Saïd) a constitué le fondement d'un riche matériau recueilli, composé de 1 775 photographies d'œuvres et plus de 100 000 commentaires, qui a permis d'analyser les circulations et pérégrinations de ces signes de nature artiviste.

En se focalisant uniquement sur les pages Facebook des deux collectifs artistiques, voire artivistes, MadGraffitiWeek[3] (MGW) et GraffitiInEgypt[4] (GIE), nous tenterons d'analyser empiriquement une partie de ces *corpora* afin d'observer en trois temps comment la médiation socionumérique du street artivisme a fait évoluer les modalités d'action au sein de l'espace public en Egypte au cours de cette période récente.

1. Créativité comminatoire, ou l'injonction positiviste

Il paraît intéressant de démarrer le propos par la politique éditoriale de chacune de ces pages Facebook que l'on peut appréhender à travers le « A propos » du collectif. En ce qui concerne GIE, l'administrateur du collectif détermine les centres d'intérêts suivants « HipHop,Ultras,REV and other graffiti in Egypt ». Ainsi, le collectif milite en faisant circuler ses œuvres ainsi que celles d'autres artistes et en s'inscrivant dans le processus révolutionnaire de manière (pro)active. Provenant des milieux des Ultras qui ont été les pionniers du street art en Egypte, inscrit dans la mouvance hip hop, les artistes qui composent ce collectif ont initié leur pratique dans le cadre de leur soutien à leur club de football de cœur. Souvent engagés politiquement et anti-autoritariste, les Ultras ont joué un rôle

[3] https://www.facebook.com/MAD.GRAFFiTi.WEEK/, dernière consultation le 8 mai 2018.
[4] https://www.facebook.com/Graffiti.in.Egypt/, dernière consultation le 8 mai 2018.

prépondérant pendant les 18 jours du soulèvement révolutionnaire de janvier-février 2011 en se situant en première ligne des affrontements avec les forces du régime.

Alors que MGW se fonde début 2012 en ayant pour motivation le renversement du régime militaire. Pour ce faire, son rôle premier se traduit sur leur « A propos » par la formule suivante : « Médite, crée, dessine, milite… ». Le collectif souhaite donc intégrer tout un chacun et croiser les pratiques politique et artistique dans une seule et même activité. Ce qui est réellement intéressant dans cette profession de foi, c'est la dimension comminatoire de l'impératif verbal ainsi que l'insistance sur la création qui semblerait mener vers la militance. Néanmoins la créativité n'est pas évoquée, le fondement du collectif consistant à transmettre des pochoirs aux usagers de la page afin de les reproduire sur les murs urbains. Il est vivement encouragé de proposer des créations authentiques et originales mais le collectif sait pertinemment que le mode de fonctionnement de la page tournera essentiellement autour de la création des artistes qui composent le collectif. Ainsi la créativité est réservée au collectif tandis que la création, voire la production, est volontiers déléguée aux profanes accédant ainsi au statut d'amateur.

2. Le dispositif et la standardisation de la création

Dans le cadre de ce dispositif de discussion, de partage (bottom-up et top-down, double-sens de transmission), d'échange (le profane devenant amateur et à de très rares exceptions acquiert une expertise), la création prend le pas sur la créativité. La prolifération des contenus mène vers une standardisation des formats. Une normativité des process de création, de transmission, de partage et de prise de décision se met en place. Les pochoirs sont authentiques mais leur fabrication connaît de fortes similitudes et leur application s'effectue selon un mode opératoire remarquablement rodé. Un document de consignes au format PDF est communiqué très régulièrement en vue d'expliquer comment imprimer, découper et appliquer le pochoir dans l'espace public physique ainsi que de la prévention c'est-à-dire des précautions à prendre au moment du geste illégal de l'application, et enfin des préconisations de sécurité quant au comportement à adopter en cas d'une éventuelle interpellation.

Un cas de figure[5] peut, à titre indicatif, apporter quelques précisions quant au fonctionnement de la page. Le 28 mars 2012, lors de la campagne du MadGraffitiWeek dans les universités, une multitude de pochoirs seront mis à disposition et des dizaines de photographies d'œuvres

[5] https://www.facebook.com/MAD.GRAFFiTi.WEEK/photos/pb.301950176506997.-2207520000.1454326428./346269452075069/?type=3&theater, dernière consultation le 8 mai 2018.

appliquées dans les enceintes universitaires seront relayées sur le mur de la page. Dans ce cas précis, le cliché est accompagné de la légende « Université du Caire, avec Mohamed Atef ». Deux commentaires apportent un éclairage à cette publication. Le premier est celui d'Ahmed Naguib qui réclame son dû en quelque sorte puisqu'il annonce « Ce graffiti est le mien ». Mohamed Atef ajoute, pour sa part, que « le graff du dessus est celui du Mouvement des jeunes du 6 avril avec des socialistes révolutionnaires…Tous unis, main dans la main. »

Lorsque l'on y regarde de plus près en visitant les comptes personnels[6] de chacun de ces membres de la communauté Facebook MGW, l'on constate qu'il s'agit de deux profils de jeunes engagés, révolutionnaires et surtout initiés au street art. Tous deux postent régulièrement des œuvres de street art sur leur mur personnel. L'ouverture au profane, sur laquelle communique MGW, et sa volonté d'acquérir le soutien du plus grand nombre s'avère une expérience peu concluante. La « loi de puissance (loi des 1/10/100) » (CARDON, 2010 ; 19) s'exécute dans le cadre du fonctionnement de la page, en définitive relativement communautariste. Elle compte principalement des membres ayant de fortes accointances avec la pratique artistique, les profils sociaux sont assez monolithiques. L'évolution effective ne se joue donc pas sur le terrain de l'ouverture à tout un chacun mais bien plus sur les modalités d'action et les pérégrinations entre murs urbains et murs socionumériques.

3. Pérégrinations au sein des espaces publics urbain et socionumérique

Ce mouvement de va-et-vient permanent, entre ce qui advient sur les RSN, transite par les murs urbains avant de revenir sur les RSN en vue de démontrer que l'action des collectifs est productive, génère une nouvelle dynamique d'actions. La boucle circulatoire – fermée ou ouverte, muée par une dynamique erratique et constamment remodelée – et réticulaire permet aux deux espaces publics de s'alimenter mutuellement *ad vitam aeternam*. Une complémentarité enrichissante naît de ces pérégrinations incessantes puisque chaque espace public comble les lacunes et carences de l'autre. Les murs urbains permettent à ces collectifs d'adopter une posture de monstration de la transgression des lois mais surtout de défiance des autorités au plus près de celles-ci. Par exemple, les lieux proches des ministères sont très prisés par les street artivistes. Alors que les RSN se distinguent par leur propension à la sauvegarde de nombreuses données ce qui offre la possibilité de créer des palimpsestes mettant en exergue et en évidence les œuvres supprimées par les autorités. Les palimpsestes ne constituent qu'un exemple parmi tant d'autres mais de nombreuses actions démontrent la

[6] Cette expérience n'a pas été systématique dans le cadre de l'empirie du travail de thèse mais a été renouvelée suffisamment de fois lorsque l'intervenant présentait une action et non seulement une réaction à teneur esthétique *stricto sensu*.

capacité des RSN à proposer aux collectifs street artivistes un répertoire innovant. Les tutoriels, déjà évoqués, pour expliquer comment reproduire les œuvres sur les murs urbains représentent un aperçu concret de cette nouveauté. Mais les passages des murs publics à des murs privés, à des murs semi-privés, au sein des RSN, vers des murs urbains et le retour vers les RSN confèrent au street artivisme une productivité inespérée avant 2010 en Egypte. Non seulement, ces migration situationnelles permettent une visibilité accrue de cette pratique et de cette forme de militance mais elles induisent des modalités d'actions et d'expressivisme efficaces dans leur aptitude à se répandre, à limiter les risques et à fuir la répression. De toute évidence, la médiation socionumérique du street artivisme présente les attributs d'une TAZ (BEY, 2004). Elle est volatile, fuyante, éphémère mais parvient à agir sur le long terme.

Conclusion

Les RSN, dispositifs de discussion, d'échange, de circulation, de monstration, de visibilisation, de prise de décision et d'action confère au street artivisme une part non-négligeable dans le processus révolutionnaire égyptien. Au-delà de l'éclosion de la pratique et de sa médiatisation, la médiation socionumérique permet de reconfigurer les modalités d'action préexistantes. De nouveaux usages apparaissent essentiellement pour acquérir le sentiment d'appartenance du plus grand nombre, or la créativité est laissée aux artistes/artivistes tandis que la reproduction de formes préétablies sont déléguées aux amateurs. Ceci produit du chiffre, étend l'action et répartit les risques. L'action se fait de concert mais aucune révolution à l'ordre du jour quant aux modes de prises de décision, le top-down prime toujours. Les réelles évolutions se situent sur le terrain de la pratique quotidienne et de l'expansion de la parole subversive.

En observant l'idéologie qui sous-tend la pratique et sa médiation socionumérique, l'on s'aperçoit qu'une injonction à la création et à la créativité est publicisée mais n'est pas nécessairement efficiente sur le terrain. De surcroît la standardisation des formats et de la circulation des œuvres ne laisse pas libre cours à la créativité des amateurs. Très rares sont les incursions d'amateurs dans les procédés de créativité artistique ou activiste de ces collectifs. Les pérégrinations et la duplication entre les espaces publics urbain et socionumérique favorise cette standardisation mais octroie une reconfiguration de l'action révolutionnaire et une remodélisation des schèmes de production, de circulation et d'action des signes.

En outre, ce qui nous semble captivant dans la remodélisation balistique de ce type de contenu par l'intermédiaire de la médiation socionumérique, c'est la transnationalisation de cette reconfiguration opérante quant à l'interaction et à la duplication des espaces publics urbain et socionumérique, au-delà de la distinction des contextes politiques. En effet, les Indignés, le mouvement Nuit Debout notamment, se sont imprégnés de cette modalité d'action. Il est possible de noter un parallèle également productif dans des périodes de troubles collectifs politique, émotionnel et affectif comme après les attentats. A titre indicatif, C215 avait proposé à tout un chacun sur ses RSN ainsi que dans les rues pendant les manifestations et lors de réunions de réflexion et de débat, des pochoirs « Je suis Charlie » en janvier 2015, qui souvent étaient bombés dans les rues des villes françaises, étaient pris en photographie et se trouvaient de nouveau sur les RSN après avoir pris vie dans l'espace public urbain.

Bibliographie :

- ABOUDRAR Bruno-Nassim et MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, PUF, coll. « Que sais-je ? », Paris, 2016.
- BEY Hakim, *TAZ, Zone autonome temporaire*, Editions de l'éclat, Paris, 2004 (1ère éd. En anglais 1991).
- BLONDEAU Olivier et ALLARD Laurence, *Devenir média. L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*, Ed. Amsterdam, Paris, 2007.
- BOUSTANY Joumana *et al*., « Introduction. Diversification des médiations informationnelles », *in* BOUSTANY Joumana *et al*., *La médiation numérique : renouvellement et diversification des pratiques*, De Boeck Supérieur « Information et stratégie », 2013
- CARDON Dominique, *La démocratie Internet, Promesses et limites*, Seuil, coll. « La République des idées, Paris, 2010.
- KAUFMANN Laurence, « La société de déférence. Médias, médiations et communication », *Réseaux* 2008/2 (n° 148-149).
- LAMBERT Frédéric, *Mythographies, La photo de presse et ses légendes*, Médiathèque Edilig, Paris, 1986.

Écrire avec les API : une créativité en briques ?
Writing with APIs, or « how to be creative with bricks » ?

Samuel Goyet, post-doctorant
GRIPIC Sorbonne-Université
Samuel.goyet@gmail.com

Mots-clés : écrits d'écran, programmation, industrialisation, sémiotique
Keywords : digital writing, programming, industrialization, semiotics

Résumé : Nous étudions dans cet article les interfaces de programmation (API) de Twitter et Facebook du point de vue de l'industrialisation contemporaine de l'écriture. Les API sont des outils de programmation et d'édition pris dans une tension entre personnalisation et standardisation des formes du texte. Nous montrons que cette tension est un héritage du développement du marché de la programmation, puis comment les API de Facebook et Twitter participent à standardiser formellement les pages web, et quelles sont les marges de manœuvre aménagées pour la créativité des développeurs.

Abstract : In this paper, we study application programming interface (API) of Twitter and Facebook and their role in the industrialization of writing. APIs are programming and publishing tools caught in a tension between personalization and standardization. We first show that this stems in the development of programming as an industry. We then show how Facebook and Twitter APIs plays a role in the visual standardization of web pages, and what room for maneuver is made for the creativity of developers.

Écrire avec les API : une créativité en briques ?

Samuel Goyet

Introduction

Il existe aujourd'hui sur Internet une foule d'objets, de "petites formes" (Candel, Jeanne-Perrier, Souchier, 2012 : 165-201) récurrentes qu'on voit fleurir un peu partout : boutons "J'aime", "Partager", cartes Google ancrées dans une page, tweet insérés dans article de journal... Tous ces objets ont pour point commun de dépendre d'une interface de programmation, ou API. Une interface de programmation est un outil de programmation qui autorise et structure l'accès à des jeux de données ou à des blocs de code informatique pré-écrits qui permettent d'écrire facilement un site web ou une application. Si l'on veut par exemple insérer une *timeline* Twitter sur son site personnel, il suffit de se rendre sur le site dédié – dev.twitter.com – afin de consulter la documentation de l'API et de savoir quelles lignes de code écrire pour produire la dite *timeline*.

Les API sont donc une des médiations techniques contemporaines de l'écriture sur Internet, portant un fort potentiel de standardisation, mais aussi de personnalisation[1] des formes du texte. Et ce sont des outils hybrides. Ce sont à la fois des outils de programmation – demandant des savoirs spécialisés, tenant d'une histoire de l'informatique – et des outils de publication : les API permettent de produire des formes sémiotiques particulières – les *widgets* – et tiennent donc également d'une histoire du texte et de l'édition. C'est ce statut hybride qui nous intéresse ici, en mettant en regard ces deux dimensions (technique et sémiotique) afin de comprendre comment la technique informatique travaille l'écriture du Web contemporain et comment, dans ce point de rencontre, on peut comprendre la notion de créativité.

Nous considèrerons plus particulièrement les API comme des « architextes » (Jeanneret, Souchier, 1999 : 97-107) : des « outils d'écriture écrits » (Souchier, 2013 : 176-183) qui participent à un mouvement plus global d'industrialisation de l'écriture (Davallon, 2012) renforcé par les technologies numériques. En tant qu'architextes, les API rendent possible tout autant que cadrent l'écriture : ce sont à la fois des contraintes créatives et des conditions de possibilité techniques et éditoriales des pages web contemporaines qui encapsulent une certaine conception de l'écriture. C'est dans ce jeu entre cadrage et

[1] En ce sens, l'API permet la plasticité inhérente à certaines formes du texte numérique : les « plastigrammes ». Voir Tardy, Jeanneret, 2007 : 212.

contrainte, dans la marge de manœuvre laissée par ces dispositifs, que l'on peut essayer de penser une forme de créativité.

Dans le cas des API de Facebook et de Twitter, celles qui font l'objet de la présente communication, ce sont des dispositifs qui permettent l'utilisation de données selon les visées personnelles du développeur, tout en exercant un fort lot de contraintes sur son écriture. D'où une problématique autour de cette tension entre standardisation – propre au phénomène d'industrialisation (Mœglin, 2005 : 251-265) – et créativité : quelle est la marge de manœuvre laissée par ces dispositifs ? Comment cette marge de manœuvre est-elle présentée, qualifiée, voire valorisée ? Quelle est la part de créativité – au sens d'un acte original d'écriture – lorsque l'on programme avec des briques de code pré-écrites ?

Pour répondre à ces questions, nous avons étudié la documentation[2] des API de Facebook et Twitter, deux acteurs majeurs de l'industrie numérique. Il s'agit de voir, dans ce mode d'emploi qu'est la documentation, la façon dont Facebook et Twitter aménagent du jeu dans l'écriture des pages web. Nous avons croisé cette documentation avec les petites formes produites par les API en contexte (dans leur page respective) et le code source qui correspond à ces formes[3]. Nous mènerons notre démonstration en deux temps. Le premier sera d'ordre historique. Il a comme enjeu de montrer comment l'idée d'écrire avec des briques standards de code ne tient pas aux API, mais au développement industriel de l'informatique et de la programmation. Le second sera d'ordre sémiotique, en montrant le contrôle éditorial qu'opère Facebook et Twitter grâce à leurs API, et donc les effets de standardisation qu'ont ces objets sur l'écriture des pages Web. Une fois cela montré, nous ferons pour terminer un détour vers les pratiques artistiques pour montrer comment, quand on parle d'écriture numérique donc en prise avec des architextes, on peut certes placer la créativité du côté des marges de manœuvre que nous laisse le logiciel, mais également en trouver dans la relation que l'on institue avec le dispositif qui permet l'écriture.

I. Les API dans l'histoire de l'informatique et de la programmation : le dernier avatar d'une science-industrie

[2] Une API est composée de deux éléments. D'une part, le dispositif technique qui permet l'échange et la récupération de données ; d'autre part la documentation, soit l'ensemble des textes qui expliquent comment utiliser le dispositif technique, comment sont structurées les données, etc.

[3] Nous avons rassemblé pendant l'été 2015 vingt-quatre petites formes, issues de trente-sept sites différents, accompagnées du code source qui en permet l'affichage.

Le premier temps de notre démonstration sera donc un mouvement historique, en essayant de comprendre l'influence de l'industrialisation de l'informatique sur la programmation. C'est aujourd'hui un quasi lieu commun de considérer l'informatique comme une industrie (A.), que l'on entende par là les fabriquants de logiciel, de matériel, les grands groupes de l'économie numérique (Google, Facebook, etc.) ou les opérateurs de télécommunication (Bouquillion, Miège, Mœglin, 2103 : 124-125). C'est le cas lorsqu'on parle du Web, mais l'idée d'écrire avec des blocs de codes standards pré-écrits (dont l'accès est assuré par les API) relève d'une dynamique plus ancienne que l'avènement du Web . Cette idée tient, d'une part, au développement du marché des langages de programmation (Bucher, 2013), mais également à une certaine façon d'optimiser l'écriture pour un ordinateur qu'on voit émerger dès les débuts de l'informatique autour du concept de *subroutine* (B.).

A. L'informatique : entre science, ingénierie et industrie.

L'informatique a comme particularité d'être à son commencement à la fin des années 1930 une branche de la logique qui traite de la mécanisation de ce qui peut être calculable. C'est donc une discipline entre deux eaux : elle est dans ses fondations théoriques issue de la logique formelle ; elle est en tant qu'industrie et dans ses réalisations effectives – la mise au point de calculateurs automatiques – une branche de l'ingénierie (Tedre, 2015). L'informatique est donc indissociable tout d'abord d'une industrie existante des machines à calculer et de l'outillage, ensuite de l'optimisation des méthodes de calcul formel pour qu'un ordinateur puisse servir dans des domaines divers, des sciences appliquées jusqu'à la comptabilité d'entreprise (Tedre, 2015 : 145). Comment ces logiques industrielles d'optimisation impactent-elles la programmation, entendue comme art d'écrire des programmes pour des ordinateurs ?

B. Programmation et industrie

Elles l'impactent sous deux aspects. Le premier, c'est le concept de *subroutine*, terme apparu dans un rapport technique de 1947 (*Planning and Coding of Problems for an Electronic Computing Instrument*), écrit par Hermann Goldstine et John Von Neumann alors qu'ils travaillaient à l'Institute for Advanced Studies de Princeton sur un calculateur électronique. L'idée est la suivante : un programme est une suite d'opérations de calcul (une "*routine*") qui a pour vocation de répondre à un problème bien précis, par exemple calculer la

trajectoire d'un missile. Parmi ces calculs, Goldstine et Von Neumann remarquent que certaines séquences sont réutilisées dans d'autres calculs, dans d'autres "contextes". Plutôt que de tout réécrire à chaque nouveau problème, ils proposent d'isoler ces séquences, de les abstraire de la *routine* et de les réécrire afin qu'elles soient remobilisables dans d'autres problèmes[4]. C'est ce qu'ils appellent des *subroutines* : des sous-séquences routinières de calcul remobilisables selon les besoins. Cette idée trouvera un grand succès et sera largement repris dans d'autres rapports techniques, dans des manuels de programmation (Hopper, 1954 ; Wilkes, Gill, Wheeler, 1951) ou encore dans des actes de colloques (Wheeler, 1952). Elle constitue dès lors un mode opératoire qui intègre très vite les façons de programmer des premiers dévelopeurs.

On trouve donc dès la "naissance de la programmation" (Campbell-Kelly, 2011 : 23-37) l'idée de disposer de modules flexibles pour faciliter l'écriture des programmes. Ce sont les subroutines, ces blocs de code à la fois standards et personnalisables selon le contexte où il sont utilisés.

Mais plus intéressant encore : la question de trouver un étalon de flexibilité a nourri le développement de l'industrie du logiciel des années 60 jusqu'aux années 80 et au-delà. Comme le soutient l'historien du logiciel Edward Steinmueller, le marché du logiciel est traversé par « […] une tension établie de longue date entre la standardisation et la personnalisation des applications logicielles[5] » (Steinmueller, 1996 : 44). Les premiers éditeurs de logiciel fonctionnaient en effet majoritairement en suivant les pratiques d'appels d'offres héritées des contrats d'ingénieurs (Campbell-Kelly, 2002 : 193). Une organisation cherche un logiciel pour résoudre un problème interne, elle publie un appel d'offre auquel des éditeurs répondent avec budget et livrable. Disposer d'une solution logicielle à la fois suffisament standard pour répondre rapidement à la demande – sans devoir réécrire le programme en entier – et suffisament souple pour pouvoir s'adapter à cette demande devient alors un enjeu économique, non plus seulement un moyen commode d'économiser du temps comme c'était le cas pour la machine de Goldstine et Von Neumann.

L'idée de disposer de blocs modulables pour adapter les logiciels selon les contextes se retrouve ensuite, dans les années 1970 et 1980, dans les grands modèles de programmation

[4] « Nous souhaitons [dans ce chapitre] développer des méthodes qui nous permettront, quand un problème se présente comme la partie d'un problème plus complexe, d'utiliser la séquence codée de ce problème simple comme une entité indépendante, comme un tout, et ainsi éviter de devoir recoder ce problème à chaque fois qu'il apparaît comme une partie d'un nouveau contexte, c'est-à-dire d'un nouveau problème. » (Goldstine, Von Neumann, 1947-1948 : III, 2).
[5] « […] *the long-established tension between standardisation and customization in application software* ».

que sont la programmation modulaire[6] (Bucher, 2013) et la programmation orientée objet, où « un étalon de flexibilité est intégré dans le design de chaque objet », permettant d'engendrer « le même type d'externalités[7] qui furent crées par le marché de masse de la micro-informatique, au fur et à mesure que des objets de plus en plus utilisés sont optimisés pour des environnements spécifiques[8] » (Steinmueller, 1996 : 43-44). Les API, parce qu'elles donnent accès à des blocs standards de code que l'on va pouvoir dans une certaine mesure adapter à notre projet d'écriture, sont donc au cœur de cette « tension entre standardisation et personnalisation » qui anime la programmation et son industrialisation depuis les années 1950. Dans ce contexte, la « créativité » est la façon dont chaque développeur va jouer sur cette personnalisation. Reste à comprendre désormais : comment les API de Facebook et Twitter incarnent-elles, dans le contexte du Web contemporain, cette tension et quelles sont les possibilités de personnalisation, de réécriture des formes ?

II. Les API web comme lieu d'une pratique lettrée.

Il s'agit maintenant de porter un regard sémiotique sur nos objets, c'est-à-dire un regard qui s'attache aux formes du texte permises par les API, en posant comme hypothèse que, parce que les API sont les outils d'une industrialisation de l'écriture, elles sont le lieu d'une forte standardisation visuelle du texte, mais que cette standardisation est en tension avec la possibilité de personnalisation de ces formes. Nous montrerons donc la façon dont ces architextes particuliers encadrent la personnalisation des formes (A.) et comment ils peuvent être analysés plus largement comme le lieu d'élaboration d'une "pratique lettrée" (Jacob, 2001 : 11-40) : une pratique de contrôle de l'image du texte malgré ses multiples réécritures (B).

A. API et personnalisation des formes du texte

En tant qu'architextes, les API de Facebook et Twitter cadrent la personnalisation des formes du texte de deux façons.

[6] « *In general, modularity refers to the principle of breaking up a product into subsystems or modules, which can be recombined.* », Bucher, 2013.
[7] En économie, on appelle externalité le fait que l'activité d'un agent crée un effet sur un autre agent, qu'il soit bénéfique ou maléfique, sans que ces agents soient conscients de ces effets.
[8] « *A measure of flexibility is embedded within the design of each object. This approach can generate the same sort of externalities that were created by the mass market for personal computer software, as frequently reused objects are optimized for specific environments and as users improve their skills in the use of such objects* ».

La première, la plus classique, c'est la possibilité de choisir l'aspect du *widget* et le texte qu'il affiche. Facebook tout comme Twitter proposent par exemple d'en adapter la taille, la couleur des liens qui y apparaissent, le « thème graphique » – bien souvent limité à « sombre » (*dark*) ou « clair » (*light*). Les boutons « *like* » ou « partager » peuvent également être légèrement adaptés : on peut choisir de n'afficher que l'icône du bouton, le compte des clics enregistrés sur ce bouton, ou bien encore le texte accompagnant le bouton.

Le deuxième type de manipulations possibles porte sur le contenu du texte affiché. Il est surtout visible dans l'API de Twitter. Au moment où l'on insère par exemple un tweet dans une page Web, on peut choisir de faire apparaître ou non l'image qui peut accompagner le tweet ou encore les réponses à ce tweet. Il en va de même pour les modules qui permettent d'afficher tous les tweets d'un utilisateur : en plus des modifications de l'aspect du texte, on peut ne pas faire apparaître les réponses à d'autres tweets ou décider ne pas faire apparaître automatiquement les photos ou vidéos postées dans certains tweets.

La seconde, plus complexe, est la possibilité constante laissée à l'internaute d'écrire, de réécrire, de commenter les formes permises par l'API. Prenons l'exemple du site "Filmsactu.com" :

Fig. 1 – capture d'écran du site cinema.jeuxsactu.com (détail). Réalisée le 11 août 2015.

Fig. 2 – capture d'écran du site www.facebook.com (Profil personnel, détail). Réalisée le 11 août 2015 à 23h46.

La fenêtre flottante de gauche apparait lorsque l'on clique sur le bouton « J'aime » sur la page cinema.jeuxactu.com. La figure de droite apparaît sur notre profil Facebook quand on

choisit d' « ajouter un commentaire »[9]. On remarque d'emblée que l'action promise par le signe passeur[10] – déclarer « aimer » un site web – se double d'une panoplie d'autres signes passeurs permettant de commenter ce « j'aime ». On peut écrire ce pour quoi on a aimé, d'autres personnes peuvent commenter à leur tour… Nous pourrions même, en vertu de la mise en abîme permise par ces petites formes, aimer que nous aimons filmsactu.com ! Graphiquement, l'action initiale est vite reléguée dans des zones marginales de la page. Le cadre qui apparaît lors du clic sur l'icône du pouce levé occulte cette dernière et, par la fonction indexicale (Beguin-Verbrugge, 2006) du cadre, attire l'attention des internautes vers la zone de texte fraîchement apparue. Il y a donc un véritable « appel à l'écriture » qui passe par la mise en évidence, dans l'architexte, des multiples moyens de transformation, mais aussi de republication des textes sur le Web.

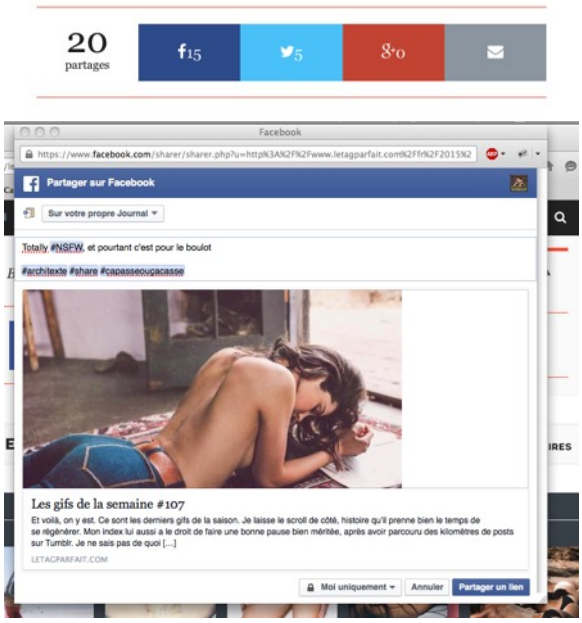


Fig. 3 – captures d'écran du site www.letagparfait.com (détails). Réalisées le 11 août 2015.

Le cas du *sharer* (module de partage) Facebook ci dessus est encore plus intéressant. La capture du haut est la barre de boutons de « partage » de la page letageparfait.com. La capture du bas est la fenêtre qui s'ouvre dans un navigateur quand on clique sur le bouton Facebook, celui le plus à gauche de la barre de partage, visible par l'icône « f » bleu foncé.

[9] Du reste, la mention « x personne aime y page » (sur le même modèle que « Samuel Goyet aime Filmsactu.com ») apparaît également sur le profil quand on clique sur le bouton « J'aime » d'une page web.

[10] Le concept de signe passeur, théorisé dès 1999, désigne un certain type de signe présent dans les écrits d'écran. Les signes passeurs permettent d'afficher un nouveau texte ou de transformer le texte existant. Ce sont donc des signes effectifs, qui possèdent une puissance agissante sur le texte, et qui préfigure leurs effets à travers leur apparence même. Voir Gomez-Mejia, Candel, 2013 ; Jeanneret, Souchier, 1999 : 100.

Le *sharer* permet de publier un lien sur son profil personnel mais pas seulement. Le lien est d'abord l'objet d'une prévisualisation, avec une illustration définie par les développeurs dans le code source de la page. Surtout, le *sharer* permet de régler finement les modalités de partage : on peut assortir le lien d'un texte, on peut publier ce lien dans notre journal, dans le journal d'un ami ou comme message privé (menu déroulant en haut à gauche, « Dans votre propre journal »). On peut enfin régler le degré de publicité du lien. Ici, nous avons décidé que nous seul pourrions voir la publication (rangée de bouton du bas, premier en partant de la gauche, avec l'icône du petit verrou : « Moi seulement »). Tout ces réglages définissent les modalités de re-publication, et donc les éditorialisations possibles du lien hypertexte.

B. Les API comme lieu de pratiques lettrées : la mise en place d'une marche éditoriale

Cette transformation des formes est toutefois très limitée, et surtout très contrôlée par les plateformes proposant une API. Cette dernière sert alors d'outil de régulation éditoriale. Car c'est en effet une véritable "marche éditoriale" qui est imposée par Facebook et Twitter dans la documentation de leurs API. Ainsi Facebook, dans ses règles d'utilisation destinées aux développeurs, précise section 4 (« Encouragez des utilisations correctes », « *Encourage proper use* ») règle 2 : « Respectez l'aspect et les fonctionnalités de Facebook[11] ». Respecter l'aspect de Facebook, c'est notamment utiliser les icônes officielles, ne pas en changer la couleur, l'orientation, ne pas rajouter du texte sur ces icônes[12]… Autant de recommandations qui cadrent d'un point de vue graphique la production des petites formes et plus largement l'utilisation de l'API.

Mais c'est Twitter qui est peut être le plus précis sur ces questions, en fournissant les « règles d'affichage » (*display requirements)* de son « capital de marque » (*brand assets*).

[11] « *Respect the way Facebook looks and functions.* ». developers.facebook.com-policy, capture du 29 juillet 2015.
[12] Pour l'ensemble de ces recommandations, voir https://fr.facebookbrand.com/. [Consulté le 19 décembre 2016].

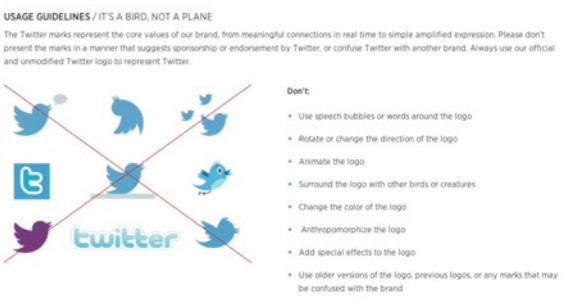


Fig. 4 – Capture d'écran de about.twitter.com/company/brand-assets. Capture réalisée le 14 juillet 2015 (détails)

Fig. 5 – Capture d'écran de about.twitter.com/company/brand-assets. Capture réalisée le 14 juillet 2015 (détails)

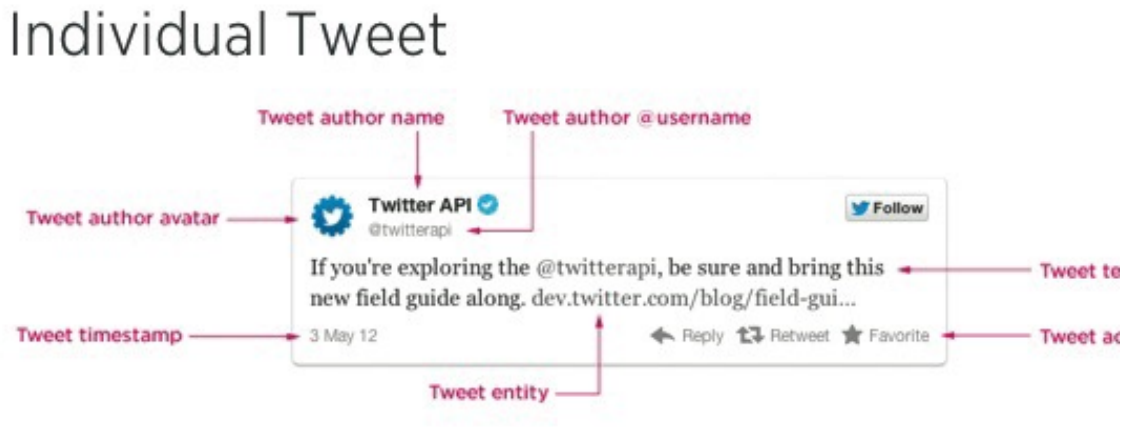


Fig. 6 – Capture d'écran de dev.twitter.com/overview/terms/display-requirements. Capture réalisée le 14 juillet 2015 (détails)

Les illustrations ci-dessus présentent quelques recommandations faites par Twitter. Il est demandé de : « […] toujours, utiliser le logo officiel et non-modifié de Twitter pour représenter Twitter[13] », de respecter la taille du logo, de « […] toujours mettre en capitales les mots "Tweet" et "Retweeet" […][14] ». Il est aussi précisé que « peu importe où elles apparaissent, les signes officiels de la marque Twitter doivent toujours fonctionner de la même façon que dans nos applications[15] ». Ces recommandations portent essentiellement sur la manière dont le texte apparaît et sur la manière dont il est efficace techniquement (les

[13] « *always use our official and unmodified Twitter logo to represent Twitter* […] ». about.twitter.com/company/brand-assets. Capture réalisée le 14 juillet 2015.
[14] « *[Tweet and Retweet] must always be capitalized* […] » about.twitter.com/company/brand-assets. Capture réalisée le 14 juillet 2015.
[15] « *No matter where they appear official Twitter assets should always function the way they do in our apps.* ». about.twitter.com/company/brand-assets. Capture réalisée le 14 juillet 2015.

signes passeurs sur Twitter doivent rester signes passeurs en dehors du site). On parle donc bien de certaines conditions de circulation du texte à respecter Et le mot condition est faible : ce sont plutôt des impératifs à respecter. En effet, si ces règles ne sont pas observées, Twitter se réserve le droit de couper l'accès à l'API au développeur qui ne les respecterait pas.

Pourquoi imposer ces conditions ? Quels en sont les enjeux ? Il s'agit de garantir le maintien de l'image du texte malgré la circulation de ce dernier. Loin d'être un point négligé, la manifestation du texte, son ancrage, est quelque chose de particulièrement contrôlé, précisément parce qu'il y a là un enjeu symbolique et économique que les plateformes intègrent dans leurs API. Ainsi, garantir l'intégrité formelle du texte est un moyen de défendre l'image de marque des industries organisant la circulation de ce texte. Cette image de marque passe par les logos et autres icônes – qui incarnent les « valeurs fondamentales » de Twitter ou « l'expérience » que la plateforme produit. C'est pourquoi il faut que ces logos subissent eux aussi le moins d'altération (Jeanneret, 2014 : 44) possible. Dans ces conditions, on le comprend, la marge de manœuvre des développeurs ou internautes est fortement restreinte pour s'approprier et faire à sa main des formes sémiotiques usinées pour pouvoir se reproduire – idéalement – à l'identique.

Conclusion : Penser la créativité… dans quelles marges ?

Dans la "pratique lettrée" des API web, on retrouve donc deux des trois aspects de l'industrialisation (Mœglin, 2005). Les API sont des outils qui équipent l'écriture sur le Web, en fonction d'une certaine culture modulaire de l'écriture héritée de l'informatique, et qui permettent de multiples jeux de réécriture. Mais ce sont également des outils qui standardisent les formes qu'ils permettent de produire, en essayant de contrôler l'altération propre aux reprises et transformations des textes de réseau.

Dans ce contexte, il est facile de penser la créativité comme tout ce qui relève de la "marge de manœuvre" laissée par les architextes. D'un côté, les recommandations formelles de la plateforme, les possibilités scripuraires de l'outil ; de l'autre, tout ce qui peut être paramétré, modifié, adapté par un développeur ou un internaute qui utilise l'API. On retrouverait alors ici une pensée certalienne de la stratégie et des tactiques (De Certeau, 1990 : 57-63), où l'API serait ce "lieu propre" où une plateforme organise les "ressources"

scripturaires – les blocs de code standards – que des lecteurs-utilisateurs viendraient tantôt utiliser, tantôt braconner voire piller[16].

Sans remettre en cause ce type d'analyse, nous aimerions faire valoir une autre approche, en soulignant un point aveugle de notre propos. Avec les API web de Facebook et de Twitter, nous sommes dans un contexte de très forte industrialisation de l'écriture, où un idéal de reproductibilité à l'identique des formes du texte joue un rôle très puissant, comme nous l'avons montré. On peut toutefois faire l'hypothèse que cette focale sur l'industrialisation masque certains objets, ou que les API dont nous parlons laissent finalement peu de place à d'autres modèles, d'autres façons de programmer ou plus largement d'écrire pour des machines informatisées.

C'est pourquoi il faut désormais décaler le regard, le porter vers des pratiques différentes, plus artisanales, pour comprendre comment peut se jouer la créativité en programmation sans opposer contraintes du logiciel ou de la machine aux tactiques et à l'innovation du côté humain. Nous pensons ici aux expérimentations musicales du compositeur anglais Mark Fell. Ce dernier, dans un article de janvier 2013 traitant du rapport entre outils et création (Fell, 2013), renvoie dos à dos deux conceptions de la création musicale : d'une part l'idée que la création émergerait d'une manipulation hasardeuse de l'objet technique ; d'autre part l'idée que la création soit un pur produit de l'esprit humain que l'instrument ne fait que traduire matériellement. À rebours donc de ces conceptions, Fell propose de considérer la machine avec laquelle il fait de la musique ni comme l'exécutant fidèle de sa volonté, ni comme une altérité qui donnerait presque par hasard l'occasion d'un nouveau morceau, mais plutôt comme un partenaire dans un évènement (une création musicale) qui se joue entre deux entités. Humains et machines deviennent deux agents dans un "mécanisme cognitif intégré", termes explicitement empruntés par Mark Fell à Bruno Latour.

Que nous apprend ce détour ? Qu'on peut comprendre la programmation non pas comme une suite d'instructions que l'on donnerait à un ordinateur, mais comme une interaction avec un complexe matériel et logiciel qui possède sa propre part agissante. Ce qui implique des phénomènes de "déprise" (Bouchardon, 2013) par exemple quand, après avoir écrit un programme, on le compile[17] et que le compilateur adapte le code écrit pour le rendre

[16] Si par exemple une application se sert de l'API de Facebook pour avoir accès une masse de données sur les utilisateurs enregistrés, et réutiliser ces données à des fins autres que celles annoncées en façade.

[17] En programmation, on distingue la compilation de l'exécution. Programmer un logiciel, c'est l'écrire en respectant la syntaxe d'un certain langage de programmation, par exemple C++. En l'état, le logiciel ne peut pas être effectué par une

exécutable par un processeur. Il y a là pas seulement traduction, mais transformation de l'écriture et réécriture par un agent logiciel – le compilateur – dont on ne comprend pas tout les tenants et aboutissants. On peut d'ailleurs tout à fait appliquer le même type de raisonnement au code HTML qui compose une page web : malgré l'idée qu'il existerait un code "source" de ce qu'on lit à l'écran, il y a toujours des différences (plus ou moins grandes) entre ce qui est programmé et ce qui est affiché (Chun, 2008). Il y a toujours des petites variations, des glitchs, des *bugs* : une vidéo qui ne se lit pas, une image tronquée, un accent manquant... Autant de marqueurs d'une forme d'action, ou en tout cas d'adaptation, du complexe logiciel et matériel impliqué dans la production de l'écrit d'écran.

Ce faisant, le modèle de la créativité comme tactiques dans les marges de manœuvre laissées par les architextes industriels que sont les API de Facebook et Twitter se complexifie. Certes, le modèle de la stratégie reste tout à fait opératoire : une API, en tant que lieu d'une pratique lettrée, cherche à contrôler, à enrayer au mieux ces différences d'affichages selon les navigateurs, systèmes d'exploitation, machines utilisées. Dès lors, reléguer ces phénomènes comme des *bugs* – des erreurs à corriger – et réserver la créativité aux humains dans les limites prévues par l'architexte, c'est adopter le regard normatif des plateformes. C'est considérer qu'une variation d'affichage représente une erreur, et non – comme le propose entre autres Mark Fell – la manifestation inédite d'une autre forme d'action au coeur de l'écrit d'écran. Fort de ce point de vue, on pourrait alors revenir à des objets industriels, et formuler le projet d'une sémiotique du *bug*, où ce dernier serait l'occasion d'observer – comme un négatif photographique – ce qui échappe à la standardisation induite par l'industrialisation contemporaine de l'écriture en milieu numérique.

machine. Pour ce faire, il faut utiliser un compilateur, qui transforme le code source écrit en langage de programmation en langage machine (une suite de 0 et de 1), langage machine qui est lui – comme son nom l'indique – exécutable par l'ordinateur.

Références bibliographiques

BEGUIN-VERBRUGGE, A. (2006). *Images en texte, images du texte : dispositifs graphiques et communication écrite*. Villeneuve-d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion.

BOUCHARDON, S. (2013). *La valeur heuristique de la littérature numérique*. Paris : Hermann.

BOUQUILLION, Ph., MIEGE B., MŒEGLIN P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

BUCHER, T. (2013). Objects of Intense Feeling: The Case of the Twitter API. *Computational Culture* [en ligne]. N° 3. [Consulté le 25 septembre 2016]. Disponible à l'adresse : http://computationalculture.net/article/objects-of-intense-feeling-the-case-of-the-twitter-api

CAMPBELL-KELLY, M. (2011). From Theory to Practice: The Invention of Programming, 1947-51. Dans : JONES, C. et LLOYD, J. (dir.), *Dependable and Historic Computing*. Berlin : Springer Berlin Heidelberg, p. 23-37.

CAMPBELL-KELLY, M. (2002). Software as an economic activity. Dans : HASHAGEN, U., KEIL-SLAWIK, R. et NORBERG, A. (dir.), *History of computing: software issues. International Conference on the History of Computing, ICHC 2000, April 5-7, 2000, Heinz Nixdorf MuseumsForum, Paderborn, Germany*. Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg, p. 185-202.

CANDEL, E., JEANNE-PERRIER, V. et SOUCHIER, E. (2012). Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures. Dans : DAVALLON, J. (dir.), *L'économie des écritures sur le Web. Volume 1 : traces d'usage dans un corpus de sites de tourisme*. Cachan : Hermès Sciences - Lavoisier, p. 165-201.

CHUN, W. (2008). On « Sourcery, » or Code as Fetish. *Configurations*. Vol. 16, n° 3, p. 299-324.

DAVALLON, J. (2012). *L'économie des écritures sur le Web. Volume 1. Traces d'usages dans un corpus de sites de tourisme.* Cachan : Hermès Sciences - Lavoisier.

DE CERTEAU, M. (1990). *L'invention du quotidien. 1, Arts de faire*. Paris : Gallimard.

FELL, M. (2013). Collateral Damage. *The Wire* [en ligne]. [Consulté le 13 mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.thewire.co.uk/in-writing/essays/collateral-damage-mark-fell

GOLDSTINE, H. et VON NEUMANN, J. (1947-48). *Planning and Coding of Problems for an Electronic Computing Instrument: report on the mathematical and logical aspects of an electronic computing instrument. Part II*. Princeton : Institute for Advanced Study.

GOMEZ-MEJIA, G. et CANDEL, É. (2013). Signes passeurs et signes du web : le bouton Like, ou les ressorts d'un clic. Dans : BARATS, Ch., *Manuel d'analyse du Web en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin, p. 141-146.

HOPPER, G. (1954). A-2 Compiler and Associated Routines for Use with UNIVAC. Dans : ADAMS, Ch., GILL, S. et COMBELIC, D. (dir.), *Digital Computers. Advanced Coding Techniques*. Cambridge : Massachussets Institute of Technology, p. 30-40.

JACOB, Ch. (2001). La carte des mondes lettrés. Dans : JACOB, Ch. et GIARD, L. (dir.), *Des Alexandries. I, Du livre au texte*. Paris : Bibliothèque Nationale de France, 2001, 2 vol., p. 11-40.

JEANNERET, Y. (2014). *Critique de la trivialité : les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris : Éditions Non Standard.

JEANNERET, Y. et SOUCHIER, E. (1999). Pour une poétique de l'écrit d'écran. *Xoana*. N° 6, p. 97-107.

MŒGLIN, P. (2005). À la recherche de l'industrialisation du tutorat à distance. *Distances et savoirs*. Vol. 3, n° 2, p. 251-265.

SOUCHIER, E. (2013). Le livre au risque de l'écrit d'écran et des écrits de réseaux. Dans : ZALI, A. (dir.), *La grande aventure du livre : de la tablette d'argile à la tablette numérique*. Paris : Bibliothèque Nationale de France, p. 176-183.

STEINMUELLER, E. (1996). The International Software Industry : An Analysis and Interpretive History. Dans : MOWERY, D. (dir.), *The international computer software industry: a comparative study of industry evolution and structure*. Oxford : Oxford University Press, p. 15-52.

TARDY, C. et JEANNERET, Y. (2007) (dir.). *L'écriture des médias informatisés : espaces de pratiques*. Paris : Hermès Sciences - Lavoisier.

TEDRE, M. (2015). *The science of computing: shaping a discipline*. Boca Raton : CRC Press.

WHEELER, D. (1952). The use of sub-routines in programmes. Dans : *Proceedings of the 1952 ACM national meeting*. New York : ACM Press, p. 235-236.

WILKES, M., GILL, S. et WHEELER, D. (1951). *The Preparation of Programs for an Electronic Digital Computer.* Cambridge : Addison-Wesley Press.

Créativité et culture juvénile à l'ère du numérique en Méditerranée

Creativity and youth culture in the digital era in the Mediterranean

Alma BETBOUT, docteure en sciences de l'information et de la communication

Laboratoire communication et sociétés (EA 46 47), université Clermont Auvergne

alma.betbout@gmail.com

Mots-clefs: Réseaux sociaux numériques - Culture juvénile - Écriture numérique - Identité numérique

Keywords: Digital social networks - Youth culture - Digital writing - Numeric identity

Résumé

L'objet de ce texte est de présenter une analyse empirique des usages des réseaux sociaux numériques chez les adolescents âgés de 13 à 19 ans à travers leur téléphone mobile. En effet, les dispositifs sociotechniques favorisent la médiation entre les usagers dans la création de nouvelles modalités d'écriture numériques et les pratiques relationnelles. À travers une recherche doctorale en sciences de l'information et de la communication, basée sur une double étude théorique et empirique centrée sur les pays méditerranéens entre autres la Tunisie, nous avons dressé un panorama des usages sociaux des outils du web social (Millerand; Proulx et Rueff, 2010) par les adolescents. Cette étude contribue à comprendre les dynamiques sociales, culturelles et identitaires de notre public.

Abstract

The aim of this article is to present an ampirical analysis of mobile phones' uses of digital social networks among adolescents aged between 13 to 19 years old. In fact, socio-technical devices are ensuring mediation between users by the creation of new digital writing methods and relational practices. Thanks to a research in information sciences and communication, based on a theoretical and empirical study focusing on Mediterranean countries such as Tunisia, we come to drew up a panorama of teenagers' social uses of social web tools

(Millerand; Proulx and Rueff, 2010). This study aims to contribute to understanding social, cultural as well as identity-related dynamics of our audience.

Créativité et culture juvénile à l'ère du numérique en Méditerranée

Alma BETBOUT

Les interfaces numériques, les écrans tactiles et les objets connectés présentés par les technologies de l'information et de la communication constituent aujourd'hui des « instruments de médiation » pour les usagers (Jouët, Pasquier, 1999). Chaque utilisateur construit son dispositif d'usage en fonction de ses pratiques communicationnelles (Paquienséguy, 2007). La manière dont les jeunes s'approprient les dispositifs sociotechniques se fonde sur des codes spécifiques, requiert des compétences et se réfèrent à des valeurs, partagées par les membres de la communauté adolescente (Lardellier, 2002). Cette pratique commune renforce le sentiment d'appartenance à une culture juvénile et une communauté connectée.

L'objet de ce texte est de présenter une analyse de ce phénomène qui se place sous l'angle spécifique de la communication en privilégiant une approche de la sociologie des usages. D'un point de vue méthodologique, cette recherche s'appuie sur une démarche qualitative complétée par la littérature spécialisée sur le sujet.

I- Cadre théorique et méthodologie de recherche

Notre étude se base sur une analyse empirique étudiée selon des aspects observables de la réalité puis éclairée de manière théorique en s'appuyant sur des réflexions de différents chercheurs scientifiques. Cette recherche en sociologie des usages nous a principalement conduits à travailler avec les acteurs. Notre double étude a été menée dans un lycée de la ville de Sousse en Tunisie. La particularité de notre travail de recherche tient à la multiplicité des modes d'investigations.

Notre problématique aborde les nouvelles pratiques des réseaux sociaux numériques en Méditerranée et la place des dispositifs numériques dans l'émergence des formes de créativité en ligne. En conséquence: Comment intégrons-nous ces dispositifs de création dans la conception des machines à communiquer ? De quelle manière favorisent-ils au quotidien la création ? Voir comment s'inscrit le numérique dans le tournant créatif, ou encore les dispositifs sociotechniques ?

1. **Étude ethnographique**

Cette étude qui a commencé en 2015 et a concerné 20 lycéens d'une classe de troisième qui s'est déroulée sur 3 mois. Cette méthode ethnographique était centrée sur les pratiques d'usages des adolescents tunisiens au lycée. À l'aide de notre journal de bord et notre appareil photo numérique nous avons essayé de cerner l'environnement matériel de la pratique de l'enquêté(e). Nous avons utilisé une grille d'observation qui nous a permis de recentrer les éléments importants de notre enquête.

2. Étude qualitative

175 adolescents ont fait l'objet d'une étude qualitative qui a commencé en 2016 par questionnaire papier. Nous avons présenté l'idée de la recherche à notre échantillon, expliqué pourquoi nous sommes venues les rencontrer et quel est le but de notre étude. Pour finir, nous avons évoqué qu'elles seraient leurs implications dans ce travail de recherche.

Nous avons effectué deux enquêtes en ligne: l'une destinée aux adolescents, la seconde destinée aux parents.

Nous avons employé deux démarches différentes (un questionnaire en ligne et un questionnaire papier). Nous avons agrégé les deux pour avoir le maximum de retour de la part des enquêtés. L'avantage du questionnaire en ligne est que les réponses sont plus libres, en revanche, l'inconvénient est que c'est anonyme. Par conséquent, il élimine le rapport du chercheur avec son public ainsi, nous ne pouvons pas voir les hésitations du public. Cette méthode neutralise aussi les interactions avec les personnes. De plus, tout le monde n'a pas accès en ligne et nous ne pouvons pas vérifier si la personne a envoyé une ou plusieurs fois le questionnaire. En revanche, quand nous confions un questionnaire papier on trouve plus de proximité avec le public.

Nous avons effectué également des entretiens semi-directifs d'une durée d'environ 50 minutes. Cette méthode de l'entretien sociologique que nous avons adoptée offre la possibilité

d'accéder à une dimension socioculturelle dans les significations que notre public attache à ses pratiques, qui ne peuvent se révéler de la même manière *via* l'observation participante.

Et pour finir un *focus group* au sein du même établissement qui concerné une vingtaine de lycéens. Cette méthode est à la fois une pratique et une théorie sociologique, définie comme une « action de la sociologie pour faire apparaitre les rapports sociaux et en faire l'objet principal de son analyse » (Touraine, 1978). Cette interactivité est d'un grand intérêt sur le plan méthodologique et par conséquent constitue la base sur laquelle repose notre recherche.

Notre étude a donc concerné au total 207 personnes. Il est important de mentionner que les conditions environnementales auprès de notre public comptent énormément. Nous allons exposer les principaux résultats qui ont émané de ce travail de recherche.

II- Appropriation des formes d'écriture sur Facebook chez les adolescents tunisiens

Les usages des dispositifs mobiles et des outils numériques se sont intégrés dans l'environnement des adolescents. Ils ont élaboré de nouvelles pratiques de coopération. En effet, les outils de création sont aujourd'hui exploités dans le domaine de la médiation 2.0. Cela a transformé l'accès à la connaissance et aux pratiques culturelles.

1- Appropriation des réseaux sociaux numériques à travers l'écriture mixte chez les adolescents tunisiens

Notre enquête montre que les codes traditionnels sont « piratés pour servir de nouvelles formes d'oralité, produisant un « parlécrit » selon le terme de Pascal Lardellier (2002 : 161), pétri d'interjections, de majuscules, etc. Il existe désormais un détournement des codes orthographiques et typographiques. Dans son article « Jeunes, légitimités et reconnaissances sociales en Tunisie », Badi Melki (2013) parle d'« écriture hybride », il rajoute que le développement d'un nouvel usage du code linguistique est né dans les SMS des mobiles, « divers registres de langues, codes spéciaux, abréviations, liberté avec les règles de syntaxe, sont de plus en plus employés ». D'après le chercheur, ces pratiques mettent en péril le « bagage linguistique » de ces jeunes. Ci-dessous un extrait d'un témoignage d'un adolescent :

M: J'écris très souvent en deux, trois lettres à chaque fois par exemple: « cc cv ? » pour ne pas écrire : coucou, cava ? Ou encore « VDM » pour dire « vie de merde », ou encore « Mdr » pour dire « mort de rire » :

Interviewer: Pourquoi tu écris ainsi ?

M : C'est comme çà. J c p.

I: Et là aussi pour dire « je ne sais pas » ?

M : Oui. Pour aller plus vite.

Mhamed, garçon, 13 ans.

Marie-Claude Vetraino-Soulard (1998), parle de « l'écrit oralisé », elle mentionne qu'un grand nombre d'interlocuteurs prennent des distances avec les règles de syntaxe et de l'écrit: « l'expression ressemble à une transcription du discours oral. Par ailleurs, les jeunes utilisent les moyens de communication offerts par les plateformes numériques qui les aident à s'exprimer de manière facile et rapide sans s'attacher aux pratiques d'écriture traditionnelle. Ci-dessous une publication qui nous permet d'appuyer cette constatation :

Fig.1- *Message codé entre amis sur Facebook*

I : Que signifie « pvqtv » ?

Y : Ça veut dire on parle en privé quand tu veux [Rires].

I : Est-ce que c'est un message codé ?

Y : On a l'habitude d'écrire comme çà, pour nous ce n'est pas vraiment un message codé.

I : Pourquoi tu écris en abrégé ?

Y : Pour écrire plus vite. C'est aussi le Smartphone qui nous facilite la tâche avec ses touches tactiles.

Yosr, fille, 15 ans.

D'après Céline Metton-Gayon, le langage qui se développe dans les SMS et sur le « *chat* » correspond à des modes d'écriture qui fonctionnent avec des « conventions propres, des rythmes spéciaux […] Les abréviations se multiplient dans un total irrespect des règles

orthographiques » (Metton-Gayon, 2009, p : 59). La chercheuse mentionne qu'en communiquant avec leurs pairs, les adolescents mobilisent un « univers de convention linguistique distant de la langue imposée à l'école ».

2- Appropriation de l'écriture à travers une latinisation du dialecte tunisien : Entre des chiffres et des lettres

Un nouvel espace de liberté s'octroie aux jeunes, un nouveau format communicationnel est disponible sur les plateformes virtuelles. Une forme d'écriture spécifique observée chez les adolescents tunisiens de notre enquête. En effet, il existe dans l'alphabet arabe plus des lettres que l'alphabet français. Il existe aussi des sons dans la langue arabe différents ou qui n'existent pas dans la langue latine. De ce fait, les internautes arabes ont créé de nouveaux codes de langage qui seront utilisés dans le dialecte tunisien en y associant des chiffres à chaque lettre de l'alphabet arabe. Voici un tableau qui résume nos propos :

2	3	4	5	6	7	8	9
ا	ع	ث	خ	ط	ح	غ	ق

Tableau 1- *Des lettres de l'alphabet arabe associées chacune à des chiffres*

Ci-dessous une capture d'écran d'une publication sur Facebook d'une adolescente questionnée :

Fig.2- *Capture d'écran d'une publication d'une adolescente questionnée*

Pour traduire cette publication : « Bonjour tout le monde comment allez-vous et que faites-vous de beau ? ». Cette publication réunit des lettres latines et des chiffres avec une lecture en dialecte tunisien.

Notre étude montre que les enquêtés mobilisent un univers singulier du langage. Les témoignages montrent que le fait d'adopter un langage spécifique est loin d'être neutre. Selon

Céline Metton-Gayon, ce langage sert « d'interconnaissance au sein des groupes de pairs; et permets de créer la distance avec les adultes » (Metton-Gayon, 2009, p : 59). L'effet circulaire de l'expression numérique joue un rôle dynamisant chez les adolescents tunisiens dans le sens où elle introduit des références culturelles communes. Les jeunes s'instaurent « des expressions mobiles » en créant des contenus propres à eux comme le cryptage des mots, l'introduction des chiffres et des lettres. L'univers de l'expression mobile numérique apparaît comme un ensemble de références dans lesquelles la culture juvénile numérique organise leurs identités.

D'autres témoignages montrent un désir d'échapper au normatif, au plaisir d'invention, au déchiffrement ce qui renforce le sentiment d'appartenance à une culture juvénile et une communauté connectée grâce à des références communes.

Voici quelques témoignages de notre panel :

« Si j'oublie mon téléphone et que mes parents fouillent dans mes messages ils ne vont rien comprendre et c'est le but » Yosr, fille, 15 ans.

« C'est un langage rapide pour communiquer avec mes amis et quand j'écris avec des chiffres et des lettres mes parents ne pourront pas comprendre mes messages »

Aicha, fille, 15ans.

Ces différentes formes hybrides d'écriture permettent aux jeunes d'inventer un langage qui s'éloigne de l'écriture conventionnelle. D'après les résultats de notre enquête, il existe un code et un groupe d'appartenance pour les adolescents tunisiens. Il existe un cryptage inconscient de la part des jeunes transgressant l'écriture traditionnelle, une écriture phonétique avec des fautes d'orthographe, une latinisation du dialecte tunisien, associé à différentes langues, mélange des chiffres et des lettres.

L'avènement des sites de réseautage social ouvre la voie à une appropriation individuelle et collective des usagers.

L'appropriation réside dans les possibilités qu'ont les usagers d'élaborer leurs propres usages et à l'acquisition de leurs compétences. L'usager développe des compétences ou plutôt «bricoles » (De Certeau, 1990) des usages en fonction des normes et des valeurs sociales socialement construites. La nature publique des interactions et la liberté d'expression, longtemps censurée en Tunisie, imposent une réflexion sur son potentiel social. La facilité et la rapidité avec laquelle les usagers peuvent communiquer ont marqué un point tournant et ont réorganisé certains aspects de la société tunisienne.

Nous constatons que dans le contexte de notre terrain, le besoin d'échange en ligne peut être expliqué par un désir d'indépendance et d'autonomie chez les adolescents en pleine reconnaissance de soi. Les cercles d'amitié peuvent être construits à partir de cercles préexistants dans la vie réelle. Les liens peuvent se tisser ou s'affaiblir. Cependant, les liens faibles ne signifient pas qu'ils sont inefficaces. D'après Monique Dagnaud (2011), Internet est « indéniablement un outil de sociabilité » qui prolonge les liens amicaux et sociaux de la vie « réelle».

III- Sociabilité liée aux identités numériques chez les adolescents tunisiens

Les nouvelles technologies de la communication font partie des pratiques culturelles de sociabilité des adolescents et favorisent l'expression identitaire. Il s'agit des nouveaux territoires où s'affilient les sentiments d'appartenance et de nouveaux espaces où se manifeste la construction identitaire des jeunes. Les nouvelles technologies de la communication font partie des pratiques culturelles de sociabilité des adolescents et favorisent l'expression identitaire. Pour cela nous nous posons les questions suivantes :

Pouvons-nous parler de dynamique de cette identité ? Existe-t-il différentes identités numériques à travers leurs pratiques ?

1 Identité numérique mobile

D'après Nayra Vacaflor (2011) « les jeunes sont mobiles par définition ». Elle associe téléphone et mobilité. Les adolescents questionnés se déplacent avec leur téléphone portable comme un trousseau de clé en main, mais donnent aussi un sens à leurs téléphones mobiles qui dépassent l'appropriation des espaces intimes. Ils rejoignent une mobilité qui exprime leur désir d'être et d'exister :

« Je me déplace toujours avec mon téléphone. D'où son nom : portable ! »

Aicha, fille, 15 ans.

Leur téléphone est un outil d'accompagnement dans leurs usages quotidiens. Cette mobilité « physique » devient une mobilité numérique. D'après les récits de nos enquêtés, le mobile est personnel, corporel et très intime. C'est pourquoi chacun a le sien même en famille, et s'y attache de plus en plus (Amri, 2011). Par son utilité technique, le mobile est approprié par la personne établissant ainsi une « expression harmonieuse entre corps et objet ». Il noue entre

lui et l'usager une convivialité, chacun peut faire de son mobile un monde à son image (Gonord; Menrath, 2005, p : 14).

2- Identité numérique interactive

Les adolescents questionnés emploient des stratégies pour conserver une image positive d'eux-mêmes. La numérisation des pratiques montre l'importance de l'image pour les jeunes. Nous allons nous intéresser dans ce sous-chapitre à l'image saisie, partagée, et publiée en ligne par notre public d'adolescents. Un phénomène qui accompagne leur vie sociale et s'inscrit dans leurs usages numériques quotidiens.

2.1 Images de profils sur les réseaux sociaux numériques

Les internautes peuvent, à l'aide des différentes fonctionnalités proposées par la plateforme, créer leurs portraits numériques. Ci-dessous un témoignage d'une adolescente :

I : Changes-tu souvent ta photo de profil ?

R: Souvent, comme tout le monde, je pense

I : Pourquoi ?

R : Pour être vu et commentée

Rania, fille, 16 ans.

Les adolescents s'adonnent à des actualisations de leur photo de profil. L'image de soi est importante chez eux, mais aussi pour communiquer sur leur identité en construction et l'image de soi. Dans son article « réseaux sociaux amoureux sur Internet », la sociologue Éva Illouz mentionne que dans le processus de présentation du moi « l'apparence physique prend une importance nouvelle […] avec la photo qui est en général placée à côté du profil psychologique. Malgré la tendance d'Internet à nier la réalité corporelle, la beauté et le corps y sont omniprésents, sous la forme d'images fixes qui glacent le corps dans l'éternel présent de la photographie » (Illouz, 2010, p : 248).

2.2 Image de soi publiée sur Facebook

Les nouveaux sentiments que ressentent les adolescents sont désormais exposés et publiés sur les « murs » des plateformes. Ces derniers deviennent des « lieux des transmissions « d'humeur » (Chaulet, 2009, p : 61).

Notre enquêtée *Hind* affiche une photo de son enfance quand elle avait à peine 2 ans avec un commentaire sur son « mur » :

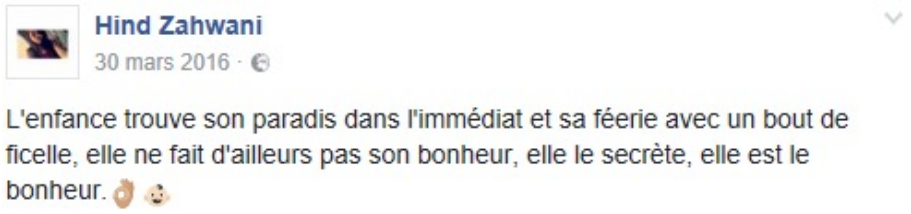


Fig.3- *Capture d'écran d'une publication de Hind s'exprimant sur son mur Facebook*

La publication de *Hind* a eu beaucoup de commentaires : « tu es une poupée », « trop mimi », « une petite princesse ». À travers cet exemple, nous remarquons que c'est l'adolescent lui-même qui a fait le choix de se montrer aux autres. Ces espaces virtuels permettent aux jeunes de développer leur identité numérique et de se lancer dans le récit de soi. En effet, pour Florence Quinche, les images utilisées par les internautes qui montrent des domaines d'intérêts pour refléter l'identité en ligne, offrent des possibilités de « représentation imagée de soi, de manière iconique ou plus symbolique » (Quinche cité par Corroy et al., 2008).

3 Identité numérique imaginée

Les jeux en ligne s'imbriquent dans le quotidien des usagers et forgent leurs personnalités. Les résultats de notre enquête, montrent que ces jeux seraient l'une des raisons qui poussent les adolescents tunisiens à aller sur les réseaux sociaux numériques. Cet univers permet également d'expérimenter des identités fictives chez les internautes. Ci-dessous un extrait de notre entretien :

M : Dans certains jeux, tu es obligé de créer ton propre avatar, celui qui va te représenter.

I : Il est comment le tien ?

M : Il est juste beau et musclé.

Mhamed, garçon, 13 ans.

S'appuyant sur la notion de « rôle » de Goffman (1974), Grayson (1999) soutient que « toute expérience individuelle est en partie cadrée par une série d'attentes normatives relatives à la façon dont la situation d'interaction est définie ». Grayson montre que « le jeu est toujours représenté en lien avec une définition d'une situation ». Pour sa part, Benoît Virole postule qu'« il y a dans ce mélange étonnant de liberté, de puissance et de contraintes, un monde

nouveau, riche d'implications profondes pour le développement des enfants et des adolescents. Par cette interactivité, les jeux vidéo sont en effet plus que de simples divertissements : ils sont les vecteurs d'une nouvelle façon de penser et de transmettre de la connaissance » (Virole, 2003, p : 12).

Conclusion

Notre recherche montre une multitude d'identités possibles sur Internet. Le profil de nos enquêtés montre certaines nuances des sphères distinctes de l'identité présentée par Dominique Cardon (2008) : le clair-obscur où les internautes rendent visibles leur intimité, leur vie sociale et leur quotidien ainsi que le phare où les usagers rendent visibles certains traits de leur identité accessible à tous. Nous pouvons ainsi dire que l'usage des dispositifs mobiles peut intervenir dans le processus de construction de soi, surtout en ce qui concerne les adolescents qui sont plus sujets à une constitution identitaire et à une recherche de repères et d'introjections.

Bibliographie

Amri M. (2011). Téléphone portable et corporéité : une double mobilité technologique et physique dans les interactions numériques des jeunes. *Ludovia* [En ligne]. <http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo11/amri_ludovia_2011.pdf>

Chaulet J. (2009). Les usages des adolescents des TIC, entre autonomie et dépendance. *EMPHAN*. Vol.4, n° 76, p. 57-65.

Cardon D. (2008). Le Design de la visibilité : un essai de typologie du web2.0. *Réseaux*. N° 152, p. 93-137.

Corroy L. (2008). *Les jeunes et les médias, Les raisons du succès*. Paris, Clemi.

Dagnaud M. (2011). *La génération Y : Les jeunes et les RS, de la dérision à la subversion*. Paris, Presse de la fondation nationale des sciences politiques.

De Certeau M. (1990). *L'invention du quotidien.* Paris, Folio- Essai Gallimard.

Goffman E. (1974). Frame Analysis. Boston, Northeastern University Press. In : À quel jeu joues-tu sur Facebook? Rampnoux & De La Ville. V-I. (2011). *Hermès*. Vol.1, n° 59, p. 77-84.

Gonord A. & Menrath J. (2005). *Mobile attitude : Ce que les portables ont changé dans nos vies*. Paris, Hachette Littératures.

Illouz E (2006). Réseaux amoureux sur Internet. *Réseaux*. Vol.4, n° 138, p. 269- 272.

Jouët D. & Pasquier D. (1999). Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans. *Réseaux*, n°92-93, p. 25-102.

Lardellier P. (2002). *Le pouce et la souris*. *Enquête sur la culture numérique des ados*. Paris, Fayard.

Melki B (2013). Jeunes, légitimités et reconnaissances sociales en Tunisie. *Cha'n* [En ligne] <http://jeunesleg.hypotheses.org/equipe/melki-badi>

Metton-Gayon C. (2009). *Les adolescents, leur téléphone et Internet*. *Tu viens sur MSN ?* Paris, L'Harmattan.

Millerand F, Proulx S & Rueff J. (2011). Ces réseaux numériques dits sociaux. *Hermès*, Vol. 1, n° 59.

Millerand F, Serge Proulx & Rueff J (dir.) (2010). Web social. Mutation de la communication. *Communication*, Vol. 30/1.

Paquienseguy F. (2007). Comment réfléchir à la formation des usages liés aux technologies de l'information et de la communication numériques ? *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n°1, Vol. 2007, p. 63-75.

Touraine A**.** (1978). *La voix et le regard*, Paris, Seuil.

Vettraino-Soulard M-C. (1998) *Les enjeux culturels d'Internet*. Hachette Education.

Virole B (2003). *Du bon usage des jeux vidéo et autres aventures virtuelles*. Paris, Hachette Littérature.

XXI^e Congrès de la SFSIC – 2018

Créations, créativité et médiations

Axe III – Objets techniques, dispositifs et contenus

Entre communication et organisation de la créativité : la plateforme *Behance (Adobe CC)*

Véronique Anderlini-Pillet
Docteur en SIC,
Laboratoire SIC.Lab,
Université Côte d'Azur

Claudine Batazzi,
Professeur des universités,
Laboratoire SIC.Lab,
Université Côte d'Azur

Les conditions de production et de diffusion des industries créatives ont été profondément changées par l'emploi généralisé des outils numériques de création**,** et la créativité sous toutes ses formes a connu à une véritable révolution des usages et des métiers liant individualisation et partage, travail collaboratif et éparpillement des structures au cœur de nouveaux espaces dématérialisés d'expression en ligne. L'injonction à la créativité (A. Masure, 2015 : 16) qui domine autant la sphère économique qu'artistique ou culturelle**,** s'exprime dans l'univers digital par la convergence des logiciels et des moyens d'exposer les productions des utilisateurs professionnels ou amateurs. Dans cette veine, Yanita Andonova analyse la façon dont « les projets d'innovation numérique, souvent assimilés à la créativité, répondent aux exigences des organisations marchandes tout en favorisant de nouveaux marchés… » (Y. Andonova, 2015 : 13).

Au XIX^e siècle la créativité esthétique apparaît déjà comme un contre-modèle culturel voire un principe de révolution de la culture, matérialisé par les discours médiateurs d'une « utopie esthétique » et en lien avec l'idée de l'artiste comme avant-garde développée par Saint Simon. Ainsi la créativité comme gage de performance économique et comme nouveau modèle au service de l'innovation**,** est particulièrement mise en avant dans une société pour laquelle Andreas Reckwitz estime que cette « utopie esthétique soumet résolument la figure du sujet créatif à une universalisation » (A. Reckwitz, 2014 : 7). L'entreprise américaine *Adobe*, leader mondial des logiciels de création, a centré son discours marketing et communicationnel sur l'universalisation de la figure du sujet créatif, accédant à la reconnaissance professionnelle grâce à ses produits. La mise en visibilité des travaux des « créatifs » professionnels, amateurs

ou étudiants est assurée par la plateforme de partage *Béhance,* créée en 2005 aux États-Unis et rachetée en 2012 par l'entreprise *Adobe.* Celle-ci tente de réunir ses clients au sein d'une communauté dont la forme s'apparente à celle d'un d'un réseau professionnel. Son dessein est à la fois de promouvoir une notion d'abondance (T. Paris, 2010 : 31) et de stimuler l'inspiration par l'ouverture (T. Paris, 2010 : 33) tout en intégrant outils de création et communication au cœur d'un processus itératif.

Nous analysons ici la dimension communicationnelle, individuelle et collective de la créativité sur la plateforme *Béhance.* L'apparente prééminence du dispositif global de l'*Adobe Creative Cloud* dans les stratégies de communication des utilisateurs professionnels expérimentés ou débutants ainsi que les interactions communicationnelles entre la plateforme et les différentes applications nous conduit à envisager la suite logicielle simultanément comme un objet technique, un dispositif de communication et un créateur de contenus.

Notre hypothèse générale s'articule donc autour de trois propositions. En premier lieu, nous avons analysé le modèle de l'abonnement comme outil d'appropriation de la créativité des clients et donc d'enrichissement de la réputation de la plateforme Béhance (ainsi que de son entreprise-mère par la créativité des contenus déposés par les détenteurs de comptes). En second lieu, nous avons interrogé la capacité de cette plateforme à générer une communauté créative présentant un potentiel collaboratif suffisamment attractif pour fédérer différents univers de création. En troisième lieu nous avons étudié la possibilité de la réciprocité de l'enrichissement des contenus des clients par l'image créative valorisante d'*Adobe.*

Pour réaliser cette étude, nous avons opéré une sélection de comptes sur la plateforme *Béhance* à partir d'une sélection de disciplines créatives à visée communicationnelle qui comprenait l'architecture, le branding, le graphisme, le web design d'interface et d'expérience utilisateur (UI/UX design) ainsi que l'illustration. Nos critères de sélection étant centrés sur la performance de visibilité sur la plateforme, nous avons choisi les projets de créatifs comprenant le plus grand nombre de vues et les comptes comprenant le plus grand nombre d'abonnés.

Ensuite nous avons envoyé une centaine de questionnaires fermés à neuf utilisateurs identifiés de Behance en les interrogeant sur le rôle de la plateforme dans leur visibilité et leur réputation professionnelle, la qualité des contacts qu'ils ont générés avec cette plateforme et le type et la fréquence des interactions réalisées. Nous indiquons en annexe le profil détaillé des utilisateurs interrogés.

Enfin une des auteures utilisatrice de la suite créative Adobe sous ses différentes versions depuis une vingtaine d'années ayant ouvert un compte Behance en 2017, nous avons donc pu effectuer une observation participante presque complète en interagissant sur la plateforme.

Pour préciser le cadre de notre recherche nous rappelons brièvement quelques éléments constitutifs de l'entreprise Adobe. Celle-ci a été créée en 1982, initialement pour diffuser un langage informatique de mise en forme, avant de développer dès 1990 un outil dédié à la correction des images, *Photoshop,* qui a très rapidement généré ses propres visuels ex-nihilo.

Le dispositif d'intégration à *Photoshop,* des productions d'*Illustrator* le logiciel de dessin vectoriel d'Adobe a très rapidement brouillé les frontières entre dessin et prise de vues. Ces deux logiciels, premiers outils numériques de création, ont transformé la structure du dessin devenue une structure de données dans une approche « objet ». Ils sont aujourd'hui associés à vingt autres logiciels complémentaires dans la suite *Adobe CC (Creative Cloud)* complètement dématérialisés par l'abonnement global obligatoire et le stockage (facultatif) dans le *Cloud* depuis 2013. Cette galaxie d'outils de création permet à la fois la mise en page

et la visualisation des prototypes, mais aussi le montage de films, les effets visuels et les animations graphiques, la modélisation des produits, des packagings, des scénographies, etc. Des solutions de travail collaboratif et des dispositifs de partage et de mise en ligne des créations au fur et à mesure de leur production, encouragent aussi la coûteuse fidélité à la tribu *Adobe*. L'une des plus récentes (*XD CC*) permet de faire travailler en temps réel et en interaction simultanée, rédacteurs, graphistes et éditeurs sur des publications en ligne comprenant des textes, des images et des vidéos, il s'agit alors d'un véritable BIM (*Building Information Model*) de la création.

Ces agencements techniques ont non seulement profondément changé les pratiques des professionnels de la création, mais aussi les attentes des autres métiers envers la création en la mettant au cœur de multiples dispositifs communicationnels qui la rendent immédiatement visible y compris pendant sa genèse, avec une fluidification des échanges entre des univers qui ne sont pas exempts de risques de glissements vers une injonction paradoxale à la productivité et simultanément à la créativité(T. Paris, 2010 : 52).

Comme les suites logicielles bureautiques ont fait évoluer la gestion des tâches administratives au fil des versions jusqu'à modeler nos pratiques professionnelles en les rendant plus collaboratives et en déchargeant les utilisateurs des opérations répétitives, les logiciels dédiés à la création ont profondément modifié celle-ci tant dans sa mise en œuvre que dans ses effets communicationnels aussi bien dans les secteurs artistiques ou industriels que dans les médias imprimés ou en ligne. En étudiant les pratiques des métiers créatifs de l'image, du son et du graphisme depuis les années 1990, il semble évident qu'*Adob*e une entreprise moins connue du grand public que les GAFA, a participé tout en l'anticipant à ce changement créatif tout en imposant un nouveau modèle à ses clients pour les fidéliser. L'entreprise a réalisé sept milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2017, les deux tiers proviennent des abonnements, et elle compte plus de dix millions d'abonnés en 2017. Elle emploie dix-sept mille salariés et fait face aux Etats-Unis, à des class actions concernant sa position hégémonique.

Lors d'un colloque sur le thème de l'injonction de la créativité, tenu en avril 2015 à Nantes, Anthony Masure s'était interrogé sur la pression des logiques de pouvoir de l'entreprise *Adobe* sur la créativité des professionnels qui utilisent ses logiciels de création (A. Masure, 2015 : 17) tant son hégémonie est sans partage. Notre travail se place en prolongement de ce colloque en étudiant la restructuration des usages de la communication, les transformations des pratiques créatives, leurs relations avec la production industrielle.

Sans faire l'éloge d'une pratique illégale, on ne peut éviter d'évoquer le piratage massif de ces logiciels, devenu quasiment un passage obligé des passionnés de code informatique offrant leur service aux créatifs et qui a conduit l'entreprise à multiplier les protections. La formule avec abonnement facturé mensuellement qui coûte annuellement environ un dixième du prix d'achat de la *Suite* complète en 2010, s'est avérée un moyen relativement sûr puisqu'elle exige une connexion automatique avec le Cloud d'*Adobe* pour les mises à jour. A la fois générateur de liens sociaux et discriminante car un impayé non seulement bloque l'application mais supprime aussi le profil sur le réseau *Behance*, l'abonnement contribue à sélectionner les utilisateurs ayant accès aux fonctionnalités complètes.

En menant notre enquête nous avons constaté que les comptes émanent majoritairement de photographes, de web designers, ou de graphistes malgré le grand nombre d'autres catégories professionnelles proposées. Les photographes présentent leurs travaux dans des catégories aussi différentes que « architecture » ou « conception paysagère » ou « mode » qui

bizarrement ne semblent pas compter d'architectes ou de paysagistes ou de stylistes de mode au moins dans les cent premiers résultats. Dans la catégorie correspondante, les designers industriels qui exposent leurs prototypes, sont totalement inconnus. Dans ces catégories, nous n'avons également pas recensé de professionnels reconnus (présents dans des salons professionnels, des expositions ou ayant une présence médiatique, même minimale comme un site internet). Certains possédant cependant un profil *Instagram* et la plupart une page *Facebook ;* nous avons donc conclu à une forte présence estudiantine ou à des amateurs. Il faut aussi noter qu'il existe des logiciels pour l'architecture et l'industrie plus adaptés à des usages professionnels intensifs (*Autocad* pour l'architecture et l'industrie, d'autres pour la mode et la création textile). En revanche dans le *branding* et le *webdesign* (UI ou UX) nous avons repéré des professionnels qui comptent plusieurs millions de vues et des dizaines de milliers d'abonnés.

Il apparaît qu'à rebours du discours de l'entreprise qui assure fédérer « la plus grande communauté des professionnels des industries créatives » la communauté *Behance* est surtout composée des utilisateurs les plus intensifs des applications *Adobe* c'est-à-dire les métiers du graphisme et de la conception de sites internet ainsi que des étudiants qui ont accès à travers l'abonnement de leur institution ou une formule à prix réduit liée à leur statut à un compte *Behance*. L'augmentation de la visibilité d'un projet créatif est indispensable pour espérer trouver des débouchés plus ou moins rémunérateurs pour les auteurs. En s'inscrivant sur une plateforme dont l'argument est la mise en visibilité de la créativité à destination des entreprises potentiellement clientes, les créatifs espèrent dégager des opportunités en termes de communication et de commercialisation de leurs produits et services liés.

Nous pointons ainsi les limites du discours emphatique qui tend à réduire la création à l'emploi des logiciels *Adobe* présents dans toutes les entreprises de l'industrie créative ou dans celles qui se situent à la charnière entre la création et la production : architectes, créatifs en agences de communication, en design d'objets ou d'expériences, stylistes et photographes. Ce discours perd sa légitimité dans les métiers dont l'aboutissement est une création matérielle (architecture, design de produits, d'objets, de packaging, d'imprimés textiles). En effet, les professionnels interrogés sur leurs usages de mise en visibilité de leurs projets créatifs, notamment sur des plateformes de partage et de travail collaboratif ainsi que des espaces de co-working, voient simplement dans *Béhance* un effet d'aubaine car cette plateforme de publication est incluse dans l'abonnement. Ces mêmes professionnels sont autant actifs sur *Instagram* et soignent leur site web lié. En effet le réseau social *Instagram* avec ses six cents millions d'utilisateurs suscite l'engouement des entreprises traditionnelles des industries créatives, ainsi que des artistes professionnels et amateurs pour la visibilité de ses images et l'ergonomie de son interface tel que nous l'avons déjà analysé dans une communication (Anderlini-Pillet, 2017).

Par ailleurs, nous avons constaté sur *Béhance* un usage immodéré de l'appropriation illégale de données : de nombreux webdesigners s'emparent de noms connus pour lesquels ils affichent un « projet » de site comme s'il s'agissait de celui d'un client et réalisent des visuels d'interfaces en récupérant des photos en ligne pour augmenter leur visibilité. L'éditeur *Adobe* n'exerce aucune surveillance sur les contenus mis en ligne sur *Béhance.* Nous donnons un seul exemple, celui d'une designer « star », Patricia Urquiola, dont un webdesigner freelance présente des visuels de site comme un projet dont elle serait la commanditaire, alors même que les visuels trahissent une méconnaissance de son univers. Nous avons rencontré le même

cas à de multiples reprises quand nous avons cherché à vérifier la présence d'un professionnel connu sur la plate-forme.
En interrogeant sur leurs pratiques les professionnels des catégories mentionnées, le degré d'intégration des logiciels *Adobe* dans leurs processus créatifs et la manière dont ils se sont approprié les logiciels, nous observons que le mode de mise à disposition de la suite logicielle et l'incompatibilité de ses principales applications avec le reste de l'offre d'outils numériques de création sont le principal facteur de choix de *Béhance*. L'hégémonie revendiquée par l'entreprise *Adobe* dans la mise en réseau des professionnels de la création est donc plutôt la conséquence du mode de diffusion de ses logiciels que d'un libre choix. Cette forme de stratégie marketing liée aux usages communicationnels d'un produit peut être l'objet d'une étude prolongeant notre travail.
La plateforme *Béhance* est utilisée par l'entreprise *Adobe* d'une part comme un outil propre à susciter la créativité tout en la confinant dans son univers tarifé, d'autre part pour faire converger différents processus de création. L'abondance des contributeurs sur une même plateforme conduit paradoxalement à une homogénéisation de la production du fait de l'exposition conjointe des réalisations ; contrairement aux idées reçues, la compétition pour la visibilité ne se traduit pas sauf pour quelques exceptions par des visuels disruptifs mais au contraire par une convergence des offres, chacun mettant en ligne ce qui lui semble correspondre à la tendance de la demande. Par ailleurs, la présentation des vignettes des projets, organisée par un algorithme tend à privilégier l'homogénéité des visuels présentés au fil du *scroll,* donc une forme d'identité de marque globale pour la plateforme. Dans cette perspective, *Béhance* est donc avant tout un dispositif de communication de l'entreprise *Adobe* comme nous l'avons formulé en première proposition. Nous pouvons donc presque vingt ans après l'ouvrage de Richard Caves sur l'économie de la créativité (R. Caves, 2000 : 64), assurer que les propriétés structurantes de la créativité opèrent aussi sur sa version dématérialisée. En ce qui concerne notre deuxième proposition malgré le véritable black-out qu'Adobe maintient sur le nombre de comptes *Béhance* réellement actifs et la référence que les professionnels de la création font à la plateforme, il semble que celle-ci génère une communauté indispensable à la réputation des créatifs comme nous l'avions envisagé et comme certains définissent *Béhance* : le *LinkedIn* des métiers créatifs sans que l'aspect collaboratif soit mis en avant. Enfin notre troisième proposition, la réciprocité de l'enrichissement des contenus des clients par l'image créative valorisante d'*Adobe* semble aléatoire à la fois pour les clients créatifs les plus chevronnés qui n'éprouvent pas le besoin de structurer leurs propositions créatives sous la forme de projets déposés sur *Béhance*, et pour les clients étudiants ou professionnels débutants, car la plateforme ne suscite pas la même visibilité qu'*Instagram*. Paradoxalement les créatifs soumis à la norme *Adobe* pour leurs réalisations surtout quand elles reposent sur des coproductions à distance, diversifient leurs usages communicationnels pour libérer leur image d'un système d'exploitation d'une créativité normée.

Conclusion

Même si *Béhance* se définit comme le réseau social numéro un des métiers de la photographie et de la création graphique, il nous semble que son modèle de partage fonctionne en déséquilibre en étant davantage un outil de communication d'*Adobe* qu'une plateforme mondiale d'échanges collaboratifs.

Malgré leurs multiples compétences et leur polyvalence performante, les créatifs ont besoin d'exprimer un *faire-valoir* qui repose à la fois sur la collaboration et la mise en concurrence en particulier sur les réseaux sociaux. Chaque professionnel devient acteur de sa communication, particulièrement dans le cas de travailleurs indépendants ou de petites structures mais aussi dans des organisations plus importantes où la visibilité en interne de la créativité conditionne la valorisation et induit des usages communicationnels dès la conception. Les conséquences de cette interaction entre création et communication aboutissent à une survalorisation du service rendu en dehors des métiers liés au graphisme et quelquefois délaissé comme nous l'avons vu avec des designers starifiés mais absents de *Béhance.*

Ils contournent ainsi les stratégies de marketing d'*Adobe* qui consistent à entretenir une clientèle captive de sa norme avec des formats non compatibles en dehors de l'écosystème *Adobe*, tout en proposant également un espace de visibilité et de commercialisation exclusif, *Behance*. Ainsi, par exemple, plutôt que cette plateforme de « marché créatif » évoquée par André Masure, des millions de professionnels de la création graphique, de l'image et du design utilisent comme vitrine *Instagram* avec ses six cents millions d'utilisateurs et lient leur compte sur ce réseau social avec leur portfolio en ligne.

Par ailleurs, face à cette structuration des pratiques créatives et à l'aune des besoins de la communication qui tend à uniformiser l'innovation, nous observons les résistances à la banalisation engendrées par l'utilisation massive de l'infographie sans pour autant renier son rôle indispensable. Ces résistances sont multiformes comme par exemple le studio d'animation *Ghibli* du réalisateur de dessins animés Hayao Miyazaki qui, tout en exploitant les ressources numériques fait dessiner les matrices de ses personnages et de tous les éléments des décors au… crayon ; ou les photographes qui minimisent la retouche photo et délaissent *Photoshop* pour *Lightroom* (logiciel moins intrusif du même éditeur).

Cette brève analyse des usages communicationnels liés à la boite à outils la plus connue de la création graphique, interroge plus largement la condition économique des travailleurs créatifs dans le cadre de cette « économie de l'enrichissement » (L. Boltanski & A. Esquerre, 2017 : 459). Le « créateur » au statut informel utilise des outils numériques qui participent directement ou indirectement aux modalités de « mise en valeur de soi » décrite dans *Enrichissement, une critique de la marchandise* (L. Boltanski & A. Esquerre, 2017 : 467) mais aussi à la valorisation de l'éditeur de logiciels dans une économie collaborative où le déséquilibre du rapport de force est évident.

Bibliographie

Andonova Y. (2015). Introduction. « Approche critique des injonctions à la créativité :relations entre secteur culturel et monde du travail industriel. » *Les enjeux de l'information et de la communication*. Supplément16/3B.

Armstrong H. (dir.) (2011). *Le graphisme en textes*. Paris : Pyramid.

Boltanski L. & Esquerre A. (2017). *Enrichissement. Une critique de la marchandise.* Paris : NRF Essais (Gallimard).

Bouquillion P., Miège B. & Moeglin P. (2013). L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles. Grenoble : PUG.

Bouquillion P., Miège B. & Moeglin P. (2013). *Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité*. Grenoble :

PUG. Caves R. (2000) *Creative Industries: Contracts Between Art & Commerce*, Harvard : Harvard University Press.
Flichy P. (2010). *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique.* Paris : Le Seuil.
Goodman N. (1984). *L'art en théorie et en action.* Paris : Folio essais.
Huyghe P.-D. (2014). *À quoi tient le design*. Saint Vincent de Mercuze : De l'Incidence.
Masure A. (2015). L'injonction à la créativité dans le design. Des logiciels de création innovants aux programmes inventifs à sa mise en œuvre dans Actes du colloque « *De l'injonction à la créativité à sa mise en œuvre : quel parallèle entre monde de l'art et monde productif* », 9-10 avril, MSH Ange-Guépin, Nantes.
Menger P.-M. (2002). *Portrait de l'artiste en travailleur.* Paris : La République des Idées & Seuil.
Paris T. (2010). *Manager la créativité,* Paris : Pearson Education France.
Paris T. (2017). La dimension laborieuse de la création in Gilles Amado *et al. La créativité au travail,* ERES « Clinique du travail », p. 319-336.
Pillet-Anderlini V. (2015). Création, industrie et communication : la figure du créateur à l'épreuve du storytelling de la création dans la mode dans Actes du colloque « *De l'injonction à la créativité à sa mise en oeuvre : quel parallèle entre monde de l'art et monde productif ?* », 9-10 avril, MSH Ange-Guépin, Nantes.
Pillet-Anderlini V. (2017). Luxe et Instagram : phénomène communicationnel & expérience esthétique, Colloque ISTEC « *Luxe, enjeux et perspectives* », 8 décembre, Paris.
Reckwitz A. (2014). « *Du mythe de l'artiste à la normalisation des processus créatifs : contribution du champ artistique à la genèse du sujet créatif* », Trivium [En ligne], 18, mis en ligne le 22 décembre 2014, consulté le 05 octobre 2016. URL : http://trivium.revues.org/5020.
Rifkin J. (2000). *L'âge de l'accès*. Paris : La découverte.
Stiegler B. (dir.) (2008). *Le design de nos existences à l'époque de l'innovation ascendante.* Paris : Éditions Mille et une nuits - Centre Pompidou.
Vial S. (2014). Le design, un acte de communication. *Hermès la Revue*. CNRS Éditions. N°3, pp 174-180.

Enquête réalisée en novembre et décembre 2017 sur la plateforme *Behance* et le réseau social *Instagram* auprès des comptes listés ci-dessous.

- *David Milan, Graphisme, Madrid, 280 000 vues, 14 300 abonnés.*
- *Andrew Couldwell, UX/UI design, Winterpark, Florida, USA, 180 792 vues, 8 955 abonnés.*
- *Erik Herrstrom, ux/ui design, New York, Senior Art director (Spotify), 397 044 vues, 21480 abonnés.*
- *Maria Grøland, Danemark, Branding, 2 714 657 vues, 99 000 abonnés.*
- *Martin Hyke, Branding, Corée, 1 039 611 vues, 12 000 abonnés.*
- *Mike, Prague, Illustration, 2 400 000 vues, 99 000 abonnés.*
- *Beeple (Mike Winkelmann), Illustration, Charleston, USA, 1 01 000 vues, 49718 abonnés.*
- *Lilli des Bellons (Laurent Meriaux), Graphisme, Paris, 440 485 vues, 25 405 abonnés.*
- *Sylvie Amar, Packaging, Paris, vues, 4 172 vues, 387 abonnés.*

Vers des dispositifs contributifs d'explicitation des compétences issues de l'expérience

Mots clés : expérience, dispositifs, explicitation, connaissances, compétences

Introduction

Cette texte s'inscrit dans l'**axe 3 du XXIe Congrès de la SFSIC : Objets techniques, dispositifs et contenus** et fait état d'une recherche portant sur l'analyse et la création de dispositifs sociotechniques permettant l'identification et la médiation des apprentissages expérientiels au sein des entreprises et notamment des structures organisées en mode projet.

Problématique : nouveaux environnements de travail et apprentissage expérientiel

Afin de répondre à la complexité croissante de leur environnement et aux évolutions de leurs structures de gouvernance, les entreprises ont mis en place des politiques d'innovation construites sur la base de divers agencements collaboratifs transverses : management par les projets (Garel 2003, 2011) de types "plateaux projets", "incubateurs internes" ou encore espaces dits "d'open innovation" (Chesbrough 2003), réseaux sociaux d'entreprises (RSE), outils participatifs de gestion des connaissances (KM). Ces évolutions amènent à repenser la constitution de nouveaux agencements collectifs (Zacklad 2016) auxquels sont assignés de nouveaux objectifs en termes de méthode, de délais et d'originalité des solutions proposées, pour répondre aux attentes des clients et se mettre au niveau de la concurrence.

Tandis que le développement de la connaissance des collaborateurs est au cœur de ces évolutions, les grandes entreprises doivent repenser leurs dispositifs de formation basés sur des fiches métiers associées à des compétences stabilisées et individuelles. Au contraire, ces agencements collectifs transverses visent à inventer en situation de nouvelles méthodes de travail impactant à la fois les « connaissances et les relations » pour reprendre les termes d'Hatchtuel (1996). Dans la théorie des apprentissages croisés de cet auteur qui étudie les activités de conception en mode projet, (1) les acteurs inscrivent toujours le sens de leurs actions dans des relations, (2) pour agir les acteurs mettent en œuvre des savoirs hétérogènes, (3) la notion d'apprentissage est inhérente à l'action, (4) l'articulation entre la nature des relations et la nature des savoirs est une tension fondamentale de l'action collective.

Ces problématiques pourraient rencontrer assez naturellement celles des nouveaux développements dans le domaine de la formation des adultes autour de la notion d'apprentissage au travail ou « workplace learning » (Bourgeois et Durand 2012). Comme l'explique, par exemple, Lietard (2007), ces développements sont souvent désignés en référence à la notion

d'apprentissage expérientiel dans la prolongation des travaux initiés par Kolb (1984) ainsi que par Argyris et Schön (1978). Au sein de ces courants, l'apprentissage, comme la compétence qui en résulte, sont assimilés non plus à des éléments stabilisés et individuels mais à (1) des processus (2) socialement distribués. Cette approche est également compatible avec la définition des compétences proposée par Zarifian (2009).

Contexte : recherche-intervention sur les dispositifs numériques de création, d'identification et de valorisation des apprentissages expérientiels dans une grande entreprise des télécoms

Face à l'évolution rapide des activités des salariés observée dans le secteur des TIC, on assiste à une généralisation des stratégies managériales de pilotage par les compétences (Dubois, Rothwell. 2004) plutôt que par les métiers. Afin d'identifier plus finement les connaissances correspondant aux activités, il a été choisi d'aborder l'explicitation et la valorisation des apprentissages expérientiels du point de vue de la reconnaissance des compétences. Comme le rappelle Champy-Remoussenard (2015) l'utilisation du terme de compétence tend à concurrencer celle celui de la qualification : « Avec la qualification, c'est le fait d'être qualifié qui vaut d'être reconnu ; pour la compétence, c'est ici le fait d'être reconnu » (Lichtenberger 1999, p. 84).

Notre projet de recherche intervention est portée par une entité chargée de promouvoir des pratiques innovantes dans le domaine de la formation du point de vue des méthodes et des outils. Cette entité cherche simultanément à répondre d'une part, aux besoins des collaborateurs dans leur projet de progression professionnelle et leurs souhaits de s'insérer de manière cohérente dans les agencements collaboratifs et d'autre part, aux gestionnaires de ressources humaines qui tout à la fois interviennent en soutien du management et dans une problématique assez nouvelle de valorisation du portefeuille de compétence des collaborateurs.

Cette tension entre ces deux perspectives est assez structurante de la recherche. Elle se traduit par exemple, par la difficulté potentielle à reconnaître les compétences acquises sur le plan des promotions ou des rémunérations. Elle se manifeste aussi par les tensions existantes autour de la validation des dispositifs ascendants développés par les collectifs. Enfin elle est susceptible de se retrouver dans les différents points de vue utilisés dans la constitution des Systèmes d'Organisation des Connaissance (SOC) utilisés pour décrire les compétences (cf. infra).

Par ailleurs, comme c'est souvent le cas, cette entreprise compte beaucoup sur les différents dispositifs de médiation numérique utilisés par les agencements collaboratifs transverses pour progresser dans l'identification des connaissances mobilisées ce qui explique le rôle central joué par les SOC numériques.

Approche théorique : approche transactionnelle et dispositive de l'explicitation des compétences

Notre optique est de travailler sur l'explicitation des pratiques qui est l'une des conditions de la construction de l'expérience, en mettant l'accent sur l'explicitation des compétences. Nous utiliserons la sémiotique des transactions coopératives (Zacklad, 2013, 2016) une approche sémiotique de l'activité (Durand 2012), qui est un cadre particulièrement adapté à l'analyse des dimensions relationnelles et communicationnelles du travail, très présentes dans les agencements collaboratifs transverses de notre terrain. Par ailleurs, cette théorie permet de rendre compte du rôle des dispositifs de médiation numérique analysés sous l'angle de différents régimes de documentalité (Zacklad 2015).

Dans la sémiotique des transactions coopératives, les stratégies de gestion et d'explicitation des connaissances sont abordées en établissant une distinction entre la notion de connaissant et de connu (Zacklad 2006, 2007) en lien avec la définition de ces notions chez Dewey et Bentley (voir aussi Amin & Cohendet 2004 pour le traitement de ces notions dans une perspective socio-économique). Le connaissant correspond à la phase d'enquête dans laquelle sont réalisées les activités transactionnelles centrées sur l'œuvre et les selfs ; il correspond ici à la notion d'expérience. Le connu correspond au « produit validé d'une activité transactionnelle converti en ressource pour la réalisation de nouvelles transactions, se déclinant soit en une « œuvre » (média externe aux transactants) soit en un « self » ayant gagné en individualisation (compétences cognitives et sociales reconnues). » (Zacklad 2006).

Dans notre cas, nous analyserons l'architecture de l'information en nous intéressant aux Systèmes d'Organisation des Connaissances relatifs aux compétences que nous désignerons par l'acronyme de Système d'Organisation des Compétences (SOCo).

Nous serons particulièrement attentifs à trois aspects qui constituent le cœur des hypothèses de notre recherche :

1. le rôle joué par les collectifs de travail dans l'explicitation des compétences, leur reconnaissance et leur « validation » locale
2. le rôle joué par les SOCo algorithmiques dans le processus de validation des connaissances.
3. la tension entre SOCo selon qu'ils soient produits par les communautés apprenantes, les communautés managériales ou RH

Terrains : présentation de trois agencements collaboratifs transverses et des dispositifs contributifs d'explicitation des compétences

Communauté de pratiques et SOCo local

Le dispositif n°1 s'articule autour d'une communauté de pratique apprenante composée de plusieurs équipes projets et d'un outil contributif (wiki). Le "plateau projet" a été imaginé selon la théorie du workplace learning (espace de travail, espace physique, espace d'apprentissage) et

mis en place par une direction de la formation du groupe télécom. Il accueille des équipes pluridisciplinaires (ingénieurs, designers, marketeurs etc.) travaillant sur des projets identifiés comme stratégiques. Début 2017, ce plateau projet a fait l'objet d'un travail d'enquête dans le cadre d'un projet mené en partenariat avec des étudiants du centre Michel Serres (CMS).

Au-delà de ces enjeux de production liés aux projets opérationnels qu'il accueil, ce lieu a aussi pour but d'expérimenter de nouvelles méthodes de travail (méthode agile) et de nouvelles formes de formation inspirées des théories sur les communautés de pratique (Wenger 2006)

- chaque équipe dispose d'un espace physique (espace projet) au sein du plateau projet
- les projets sont délimités dans le temps (ils sont prévus pour durer 9 mois)
- les équipes sont organisées autour de rôles clefs propres à la méthode agile (Product Owner, Business Owner, Responsable Solution…)
- des coachs accompagnent les équipes en début de projet et leurs apportent une formation aux différentes méthodes, dont l'agilité.

Pour valider sa pertinence, cette structure est amenée à produire des indicateurs (KPI) permettant d'argumenter son efficacité en terme productif mais également d'un point de vue des compétences développées (l'entité est rattachée à une direction de la formation).

A l'issue de l'enquête du CMS, les salariés interrogés (environs 40 personnes) ont déclarés pour trois quarts d'entre eux, que cette expérience de travail avait été source d'apprentissages. Pourtant, faute d'analyse réflexive et de travail d'explicitation sur la nature de ces apprentissages, les salariés ont dû se contenter de qualifier leurs apprentissages selon une typologie basique (savoir, savoir-faire, savoir être).

Ces résultats, tout en souscrivant à l'idée selon laquelle l'expérience (riche, objet de résolution de problèmes) est effectivement source d'apprentissages, ne permettent pas de qualifier la nature de ces apprentissages ni de contribuer à un management par les compétences. Les apprentissages ne sont pas explicités ou rapprochés à des compétences spécifiques.

Parallèlement au plateau projet, un service de type wiki appelé "la boîte" a été développé dans le but de créer un référentiel de techniques et de méthodologies mises en place dans le cadre des projets hébergés sur le plateau.

Ce wiki est alimenté par des "coachs" et par des membres des équipes projets ayant déjà mis en œuvre ces techniques. Ces fiches, qui peuvent être qualifiées de tentatives d'explicitation d'apprentissages expérientiels, peuvent être librement créées ou éditées (titre et contenu) et sont généralement écrites par plusieurs contributeurs.

En plus d'agréger ces fiches, le wiki indique (via une modalité déclarative) les personnes de la communauté qui ont expérimenté ces techniques et méthodes ainsi que celles qui acceptent de les transmettre en les mettant en œuvre sur d'autres projets.

Ce dispositif technique s'approche donc d'une forme d'explicitation des apprentissages expérientiels en phase avec les points présentés en première partie

- Les fiches traduisent des activités professionnelles collectives.

- Elles sont éditables ce qui permet de ré-expliciter les apprentissages à chaque itération (nouvelle expérimentation) mais également de les faire évoluer au gré de l'évolution de l'expérience elle-même (ces techniques vont évoluer au gré des cycles itératifs d'expériences).

Pour autant, les cadres dirigeants du plateau projet auquel est rattachée "la boîte" préfèrent utiliser un référentiel classique de compétences (non contributif, non collectif, non dynamique).

Deux raisons différentes peuvent être avancées pour expliquer ce choix :

- **la maîtrise de la certification des compétences.** La "boîte" produit des indicateurs liés aux compétences mises en œuvre de façon déclarative et par la suite constatées par d'autres salariés. En cela, elle constitue un dispositif de certification communautaire des compétences. Or, malgré certaines déclarations d'intention concernant l'autonomisation des salariés, ce type de certification non encadrée par l'entreprise n'est pas souhaité par les cadres dirigeants : la montée en compétence pouvant prévaloir à des augmentations salariales.

- **l'opposition (concurrence) de deux tentatives de traduction de l'expérience**. Selon Dewey la qualité d'une expérience ne tient pas à son degré de "réalité", mais à sa valeur d'usage. La mobilisation de la subjectivité induite par la "boîte" peut donc représenter une valeur d'usage pour le salarié (construction personnelle, reconnaissance au sein de sa communauté) mais pas du point de vue des cadres dirigeants. Ces derniers lui préfèreront leur propre traduction de l'expérience.

Les critères qui permettent de dissocier ces deux tentatives de traduction doivent être compris. Nous pouvons nous risquer à en avancer certains :

- le manque de praticité de la boîte en tant que référentiel de compétences : fiches trop spécifiques, absence de taxonomie, recouvrement de certaines techniques/compétences

- les communautés qui ont produit ces tentatives de traduction de l'expérience : les cadres au sein de l'entreprise préfèrent utiliser un référentiel de compétences produit par un acteur externe à l'entreprise mais qui appartient à une communauté de pratique proche (ici des consultants en management ou en ressources humaines).

Communauté virtuelle re-territorialisée, un SOCo à composante algorithmique

Le second dispositif observé concerne la constitution d'une communauté Facebook créée sur le modèle des communautés "tu sais que tu travailles chez … quand". Il s'agit d'une communauté fermée, réservée uniquement aux salariés du groupe télécom. Elle est composée de plus de 10000 personnes pour un fil de discussion de plus de 40000 messages (chiffres de mai 2017).

Initialement fondée dans le but de développer les liens de sociabilité entre collègues, cette communauté est également devenue un service d'entraide du fait du nombre important de questions et de réponses liées à des problématiques métiers ("*Est-il possible de m'expliquer la nouvelle offre commerciale ?", "J'ai un client avec un problème sur son mobile de type… avez-vous déjà rencontré le même problème ?"*).

Cette communauté a connu un développement rapide et comptait plus de 1000 membres 4 mois après son lancement en mai 2014. Afin de prévenir certains risques relatifs à la confidentialité des données de l'entreprise, la direction de la sécurité du groupe a demandé aux administrateurs de la communauté d'en restreindre l'accès aux seuls salariés de l'entreprise. Depuis les salariés souhaitant rejoindre cette communauté doivent donc se faire parrainer. Ce parrainage passe par une double vérification : le community manager échange vérifie l'identité du salarié via la boîte mail professionnelle puis sur Facebook, il l'accepte comme "ami" et lui propose de rejoindre la communauté. Ainsi, l'ensemble des membres de la communauté, en plus des liens d'amitiés qui peuvent préexister entre eux, sont "amis" avec au moins l'un des 20 *community managers* de la communauté.

Les *community managers* sont également amenés à aiguiller les demandes d'aide des membres de la communauté. Pour ce faire, dès qu'une demande d'aide est publiée, ils répondent à la demande en "taggant" le ou les noms de personnes identifiées comme étant des experts du sujet. Ces experts peuvent ensuite répondre au problème sur le fil de discussion ou en message privé. Dans ce cas, la résolution du problème est ensuite notifiée sur le fil de discussion.

La valorisation des compétences des experts (qui ne correspondent pas nécessairement à celles reconnues par l'entreprise) est apportée par l'algorithme de curation du fil d'actualités de facebook. Du fait de leur grand nombre d'amis au sein de la communauté, les posts de demande d'aide taggés par les community managers ont de fortes chances d'être "sélectionnés par l'algorithme" et d'apparaître sur le fil d'actualité des autres membres de la communauté. Cette exposition accroît leur visibilité et l'association de ces experts à certaines compétences. La pertinence de ces associations est chaque fois validée par leurs réponses ou par les retours des membres demandant de l'aide.

Ce dispositif, pensé comme un dispositif de convivialité fait émerger des expertises et les fait reconnaître par la communauté. Il relève d'une forme de re-territorialisation des pratiques des salariés et des RH (Carmes et Galibert 2009). Ce cas illustre les composantes organisationnelles et techniques nécessaires à l'édification d'un outil d'explicitation des compétences mais aussi le rôle joué par les community managers dans la capitalisation des connaissances (Chaudet) ainsi que celui des algorithmes dans la médiation des données entre les communautés apprenantes et celles gérant les compétences.

Plateau projet innovation, un SOCo transmédia

Le dispositif n°3 est une communauté de travail et d'apprentissage, accueillant des start-up et des équipes projets internes à l'entreprise hébergeant cette recherche. Cette communauté regroupe une soixantaine de personnes réparties au sein d'une vingtaine d'entreprises ou équipes projets internes. Elle est animée par une équipe dédiée ("*chief happiness officer*"). Différents outils de communication sont utilisés pour animer cette communauté (Slack, réseaux social Linkedin, liste de diffusion etc.). Parallèlement, les membres de cette communauté utilisent individuellement des outils numériques dans le cadre de leurs activités/projets propres (CRM, outil auteur, outil de gestion du temps etc.).

L'analyse de ce dispositif est encore en cours. Elle recouvre différentes formes d'enquête (collect de données, sondages, entretiens et focus group), par ailleurs des enquêtes d'auto-confrontation

croisée (Vygotski, Clot), sur la base des outils utilisés dans le cadre du travail des salariés (captation de l'activité) sont également envisagées.

Premières contributions aux hypothèses de recherches

Bien que les terrains d'études soient encore en cours, plusieurs remarques peuvent être dès maintenant partagées.

La première d'entre elles porte sur la prédominance de certains SOCo que nous appellerons SOCo *globaux* ou *standard de fait*. Il s'agit de services comme Linkedin ou dans une certaine mesure de Facebook. Ces SOCo globaux tendent à marginaliser les autres SOCo qu'ils soient locaux ou pilotés par les directions d'entreprises. Par là même ils marginalisent également les rapports de force qui peuvent s'incarner dans la concurrence entre SOCo internes à l'entreprise. Cette prédominance souligne également la dynamique normalisante des SOCo standard de fait (standard algorithmique, standard d'organisation des relations sociales et des modes de communication etc.) qui impacte les formes d'explicitation des connaissances.

La seconde remarque porte sur le fait que les personnes semblent entretenir des rapports dissociés entre les compétences d'une part et leur explicitation via des SOCo d'autre part. Globalement les SOCo, *a fortiori* lorsqu'ils sont globaux, sont perçus comme des dispositifs objectivés s'inscrivant dans une promotion des individus sur le marché du travail. Le complètement de ces dispositifs apparaît comme contraignant. A l'inverse, les compétences sont perçues d'un point de vue subjectif et leur valeur est rattachée à leur capacité à résoudre des problèmes concrets, ce qui correspond à la vision pragmatiste (Jay 2017). Cette dichotomie ressort notamment lorsque les salariés interrogés pointent l'incapacité des SOCo à rendre compte *correctement* de leur compétences.

Pour terminer il apparaît que pour que des formes d'explicitation collective des connaissances puissent représenter un moyen de contourner l'objectivation normalisante portée par les SOCo globaux, il faut les adosser à des démarches stratégiques individuelles. En effet la reconnaissance des apprentissages personnels, correspondant à la notion de self, tout du moins son explicitation en termes de compétences, n'apparaît pas comme nécessaire aux acteurs. La démarche réflexive demandée aux salariés relève plus à ce jour d'une injonction portée par des membres extérieurs à la communauté ici des cadres rattachés à la gestion des ressources humaines.

Deux tendances semblent toutefois susceptibles de faire évoluer les choses dans la direction d'un intéressement accru des individus à la participation aux dispositifs d'explicitation collectifs débouchant sur la création de SOCo locaux : le désir d'acquérir de nouveaux savoirs tacites ou explicites pour des motifs épistémiques ou pour développer son pouvoir d'agir (promesse du développement du *self*) et le fait de réussir son projet (réalisation de l'*œuvre*). Ces deux objectifs supposent donc d'inscrire les dispositifs d'explicitation collectifs au sein des démarche d'accompagnement et de communication des projets mais également au sein des démarches de formation.

Conclusion

Les dispositifs d'explicitation des apprentissages expérientiels peuvent jouer un rôle structurant au sein des entreprises et notamment vis à vis de leur politique dites d'innovation : mise en place d'organisation sur la bases des compétences, généralisation de l'organisation en mode projet. Toutefois si ces dispositifs ne s'inscrivent pas dans l'intérêt et les pratiques des créateurs de ces connaissances expérientielles, ils ne seront pas susceptibles d'accompagner ces politiques et mutations souhaitées par gestionnaires. Ainsi, si l'explicitation des connaissances issus de l'apprentissage semble être un pré-requis à leur valorisation, la valorisation du travail d'explicitation est un prérequis à sa mise en œuvre.

Bibliographie

Amin, A. & Cohendet, P., 2004. *Architectures of knowledge. Firms, capabilities and communities*. New York: Oxford University Press.

Argyris, C. & Schön, D., 1978. *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective,*. s.l.:Reading, MA, Addison-Wesley.

Bonnet, J. & Galibert, O., 2016. Organisations et savoirs : quelles médiations ?. *Communication et organisation*.

Bourgeois, É. &. D. M., 2012. *Apprendre au travail*. Paris: Presses Universitaires de France.

Carmes, M. e. G. G., 2009. L'enchevêtrement des territoires numériques inter-intranet. *Communication et organisation, 36,* pp. 190-220..

Champy-Remoussenard, P., 2015. Les transformations des relations entre travail, éducation et formation dans l'organisation sociale contemporaine : questions posées par trois dispositifs analyseurs.. *Revue française de pédagogie*.

Chaudet, B., 2017. Le community manager à l'épreuve de la capitalisation des connaissances et des mémoires techniques. *Communiquer, 19,* pp. 79-90.

Chesbrough, H., 2003. *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. s.l.:HBS Press.

Dewey, J., 1938. *Experience and Education*. s.l.:Kappa Delta Pi.

Dubois, D. a. R. W., 2004. *Competency-Based Human Resource Management*.. Boston: MA: Davies-Black.

Garel, G., 2003. *Le management de projet*. Paris: La Découvert.

Hatchuel, A., 1996. Coopération et conception collective – Variété et crises des rapports de prescription. Dans: *Coopération et conception*. Toulouse: Octares Edition.

Jay, E., 2017. Enquêter avec Dewey sur la notion de compétence : et si la compétence éthique ne pouvait s'enseigner ?. *Éthique publique , vol. 19, n° 1* .

Levy, P. & Authier, M., 1999. *Les arbres de connaissances*. Paris: La Découverte.

Lichtenberger, Y., 1999. Compétence, organisation du travail et confrontation sociale. *Formation emploi, no 67,*, pp. 93-107.

Liétard, B., 2007. Apologie critique de la formation expérientielle. *Vie sociale*, p. 1120.

Malloch, M., Caims, L., Evans, K. & O'Connor, B., 2011. *The SAGE Handbook of Workplace Learning*. Londres: Sage Publication,.

Vygotski, L.-S., 1934. *Pensée et langage*. s.l.:La Dispute.

Zacklad, M., 2015. Genre de dispositifs de médiation numérique et régimes de documentalité. Dans: *Les genres de documents dans les organisations, Analyse théorique et pratique*. Quebec: PUQ, pp. 145-183.

Zacklad, M., 2016. Diversité des ontologies de la communication et de l'action collective. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 9.

Zarifian, P., 2009. 10. La compétence et ses soubassements philosophiques. . Dans: *Le travail et la compétence : entre puissance et contrôle*. Paris: Presses Universitaires de France, pp. 157-179.

Create beyond the borders of the company: A case study of Swisscom's Hackathons

Créer et collaborer au-delà des frontières de l'entreprise : une étude de cas des Hackathons de Swisscom

Asdourian Bruno, Maître d'enseignement et de recherche
University of Fribourg (CH), Communication and Media Studies Department
bruno.asdourian@unifr.ch

Mots clés : coopération, hackathon, transparence, participation
Keywords: cooperation, hackathon, transparency, participation

Cet article fournit une perspective communicationnelle aux modes d'engagement civique favorisant la création, l'ouverture, le partage et la collaboration. Le cas des communautés de hackers bienveillants et des compétitions *hackathon* est un contexte approprié pour comprendre ce phénomène. L'étude est basée sur une analyse de contenu de tweets échangés dans un contexte de co-création (Swisscom's Hackathon). Une définition de la communication participative et transparente est proposée.

The purpose of this paper is to provide a communication perspective on recent modes of civic engagement that aim to generalize making, opening, sharing, and collaborating. The case of benevolent hacker communities related to hackathon competitions is a compelling context for understanding this phenomenon. The study is based on a content analysis of tweets exchanged in a context of co-creation (i.e., Swisscom's Hackathon). A definition of participatory and transparent communication is proposed.

Create beyond the borders of the company: A case study of Swisscom's Hackathons

Asdourian Bruno

Recent modes of civic engagement, such as benevolent hacker movements, have highly influenced the balance of power between citizens and organizations (Fieseler & Fleck, 2013) and transformed the conduct of organizations. Benevolent hackers and collaborative communities are might prove to be one of the richest sources of ideas, creativity, and feedback for organizations. It is of theoretical importance to define a participatory and transparent communication that can foster idea generation and digital app creation.

Civic hackathons (Johnson & Robinson, 2014) – understood as time-limited events for addressing an organization's issues – but also maker and co-working spaces are new kinds of third places (Oldenburg, 1999; Suire, 2016). Benevolent hackers, serious amateurs, and digital activists are spawning new relations on the path of learning, co-creating across borders, and sharing. Organizations are starting to interact with communities with participatory cultures (Jenkins, 1992).

This study will focus on the following research questions:

RQ1. How do some organizations communicate through a participatory culture?

The objective of this study is to propose a definition of a participatory and transparent communication.

1. Literature review

1.1. Communication, PR and community engagement

With Kent and Taylor's dialogic communication (2002) and Ledingham and Bruning's two-way symmetrical approaches (2000), a theoretical shift has taken place in the public relations

field. Many organizations follow principles of openness and trust in relation to guidelines and literature (Grunig & Huang, 2000; Hon & Grunig, 1999). The Public Relations Coalition (2003: 2) recommended that organizations articulate a set of ethical principles or create a process of transparency that applies to all areas of their business. Stakeholders must be invited to participate in this process to indicate the information they need to make accurate decisions (Rawlins, 2008). Further, web 2.0 users, communities of practices (CoP), and hackers ask for more information, more ethical behavior, and a collaborative culture inside the organization's management.

1.2. Benevolent hackers and civic hackathon

Benevolent (or civic) hackers are "computer aficionados driven by an inquisitive passion for tinkering and learning technical systems, and frequently committed to an ethical version of information freedom" (Coleman, 2013: 3). They are in favor of decentralized solutions and organizational forms (Delfanti & Iaconesi, 2016). Hackathon challenges promote creation using an organization's open data (Goëta & Mabi, 2014). Johnson and Robinson (2014) described civic hackathons as: "a time-limited (typically hours or days) event, launched at a specific venue, where enthusiasts, government workers, interested citizens, and members of the private sector meet in a collaborative environment to access [an organization's] open data. The goal […] is to leverage [the organization's] open data to develop software applications that address issues of shared civic importance. […] Civic hackathons often present a specific problem or theme (such as transit, or engagement), to which the sponsoring [organization] aims to direct participant efforts toward the development of an app serving some sort of public and/or market need." (Johnson & Robinson, 2014: 350–351)

The number of hackathon events is growing rapidly in a context of corporate contests and open government. Generally heterogeneous groups of participants are composed of citizens, students, engineers, designers, or artists. Hackers and makers are used to manipulating data generated by and flowing through applications, software, platforms, and infrastructure. Civic hackathons could have numerous impacts on organizations:

- (i) the organizations' information could become more "ascertainable and understandable" (Gower, 2006: 95);
- (ii) the organizations could appear to be more transparent;
- (iii) trust in these organizations could potentially increase (Strathern, 2000);

- (iv) and thus, these hackathons could also serve to leverage knowledge about what stakeholders want to know about these organizations (Rawlins, 2008).

1.3. Participation

Many organizations are still employing one-way communication, only posting information and not engaging in dialogue communication (McCorkindale, 2010). Few of them follow Kent and Taylor's dialogic loop of communication (Rybalko & Seltzer, 2010) to engage with their public and follow a corporate-centric PR.

Paradoxically, on the citizen and stakeholders' side, the demand for participation is high and, in the case of hackathons, is mostly based on intrinsic motivations. Understandably, citizens do not want or find it useful to participate *in* pre-decided products/services or media context. Instead, participation *through* the creation process or the media is solicited by citizens (Park et al., 2000).

1.4. Transparency

Rawlins (2008) offered the following definition of transparency: ''the deliberate attempt to make available all legally releasable information – whether positive or negative in nature – in a manner that is accurate, timely, balanced, and unequivocal, for the purpose of enhancing the reasoning ability of publics and holding organizations accountable for their actions, policies, and practices.'' (Rawlins, 2008: 75). Transparency thus refers to a number of PR concepts: sincerity and truth (Libaert, 2003); corporate responsibility and ethics (Gower, 2006); a decision-making process (Ledingham & Bruning, 2000); and relationship building (Jahansoozi, 2006).

This literature review leads to the following hypothesis:

H1. Exchanges on Twitter between an organization and hackathon members indicate the organization is willing to engage in discussion and co-create in a collective decision-making context.

2. Methodology

2.1. Sampling and data collection

Tweets exchanged between a major Swiss organization – *Swisscom* – and benevolent hackers during two hackathons (*Start_Hack*, *IoT Hackathon*) were analyzed to test hypothesis H1. Switzerland's main telecommunication company was selected because of its activities in hackathon events. The content sample comprised *N*=130 unique English, German and French-language tweet and posts regarding hackathons: 65 from Swisscom and 65 from hackers. Tweets are analyzed from Twitter accounts – @Swisscom_Dev, @Swisscom_HR_de, @START_Hack (i.e., Start_Hack's hackathon organizer) –, and Twitter hashtags – #starthack2017, #START_Hack, #IoThack15 (i.e., IoT Swisscom Hackathon). They were collected manually and concentered around Swisscom's 2017 and 2015 hackathon events.

2.2. Measures, code sheet and coding procedure

The content analysis' code sheet follows AIP structure (Carpentier, 2011) and was developed from studies outlined in the review of the literature. Namely, to analyze *access* the concept of openness was coded using Kent and Taylor's dialogic principle (2002) of the usefulness of information, adapted to hackers' need of data. To analyze *interaction* and relationships with third places, Kent and Taylor's dialogic principles (2002), Davies et al.'s enterprise dimension (2004) of innovative and up-to-date organizations and Hon and Grunig's items (1999) of exchange relationship and commitment were selected. Finally, *participation* was coded through different sub-elements. To analyze the do-it-with-other (DIWO) movement a reference to Gerber and Hui's motivation to participate (2013) was done. To analyze sense making and satisfaction, links to Davies et al.'s agreeableness dimension (2004) and Hon and Grunig's measure of satisfaction (1999) were considered. To analyze sense of empowerment a reference to Smith et al. (2015) and Bandura (1997) was done (i.e., the following categories were included: enacting attainment, vicarious experience, sense of autonomy and social connectivity). Finally, Hon and Grunig's items (1999) of control mutuality were selected, such as "This organization and people like me attentive to what each other say". The units of content analysis included the user type (i.e., hacker and Swisscom).

Results

The results reveal that new relationships with communities of practice for hacking data in collaboration with the organization have a significant influence on the latter.

Table 1 *– Descriptive analysis (Swisscom n=65; Hackers n=65)*

Categories	Variables	Swisscom	Hackers	χ^2
Openness	Usefulness of information	17 (29%)	2 (3%)	13.87**
Third place relationship	Dialogic loop	8 (14%)	4 (6%)	1.47
	Conservation & Generation	44 (68%)	25 (38%)	11.15**
	Enterprise	40 (62%)	10 (16%)	29.25**
	Exchange relationship	32 (49%)	3 (5%)	32.88**
	Commitment	48 (74%)	7 (11%)	52.97**
DIWO	Be part of a community	45 (69%)	59 (91%)	9.42*
Sense making and satisfaction	Agreeableness	40 (62%)	35 (55%)	0.78
	Satisfaction	22 (34%)	33 (51%)	3.81
Power negotiation	Sense of empowerment	47 (72%)	45 (69%)	0.15
	Control mutuality	27 (42%)	6 (9%)	17.91**

Note. Degrees of freedom (1).

* *p<.05.*

** *p<.01.*

2.3. RQ1. How do some organizations communicate through a participatory culture?

This study conducted a Chi-Square test to examine actors uses of transformational oriented communication. Table 2 displays the descriptive results for all coding categories examined in this study. Hypothesis H3 proposed that exchanges on Twitter between certain organizations and hackathon members demonstrate the organization's willingness to engage in discussion and co-create in a collective decision-making context. Content analysis results show that messages sent by the organization and hackers give high visibility to the context of being part of a community and sense of empowerment. Swisscom was more likely to provide conservation and generation tweets (χ =11.15, p<.01), enterprise (i.e., innovation and up-to-date organization)(χ =29.25, p<.01), exchange relationship (χ =32.88, p<.01), commitment

(χ =52.97, p<.01), be part of a community (χ =9.42, p<.05), and control mutuality (χ =17.91, p<.01).

3. Discussion and practical implications

3.1. Defining a participatory and transparent communication

Participatory culture inspires organizations to adopt participative and transparent modes of collective decision and action. A definition and assessment of participatory and transparent communication is therefore needed. Five defining principles are proposed:

(1) Openness. Relationships with benevolent hacker communities, known for their ethic and openness values, is a way for organizations to embrace PR theories oriented toward dialogue, participation, trust, and transparency. Openness can mean 'opening' or giving access to data or disclosing information about the organization (L'Etang, 1995). Openness is also related to accepting and responding to criticism (Fish et al., 2011). Furthermore, openness is linked to innovation management through crowdsourcing (Howe, 2009), whereby citizens become involved in collaborative innovation. Thus, more than a decade after Chesbrough and Williams' publication (2003) on open innovation, the initial managerial audience has expanded globally to a number of organizations, most of which have adapted their research methods and communication to those of CoPs.

(2) Third place relationship. Three types of communication can emerge in relation to the third places hosted by hackers and collaborative communities:

- Communication *on* third places. This refers to communication on the general innovation role of the organization and its capacity to understand current social norms surrounding innovation and actions linked to participative and transparent forms of governance. This kind of communication can be associated with minimal forms of participation and self-interested impression management;
- Communication *inside* third places. Sponsoring hacker and maker events can increase an organization's visibility within CoPs and lead to opportunities to be in contact with them and understand their norms and needs. Within this context, the organization may appear to be more fair and open, although its communication is still essentially promotional;
- Communication *with* third places. Communicating about collaborative

experiences or employees in third places with hackers and CoP members corresponds to a maximalist form of participation. Moreover, having corporate hackers is a managerial way of *almost* (Gershenfeld, 2012) becoming a smart participative and transparent organization.

(3) Do-it-with-others (DIWO). The concept of DIWO emphasizes "the collective and collaborative action of the individual and atomistic innovation of self that acts" (Ratto & Boler, 2014: 8). DIWO is observed in various forms linked to altruism (Unger, 1991): DIWO-for-other means doing together with benefits for other persons or groups (for instance for medical research and health problems); DIWO-for-all means doing together with benefits for everybody, including the persons participating in solving the problem (for instance for fighting climate change or developing smart cities). The DIWO concept emerges because the heterogeneity of the crowd is a condition for getting the best results from crowdsourcing. Engineers, artists, students, designers, technicians, and even mere citizens are welcomed and the term "other" can refer to individuals, groups, or organizations (whether commercial or not).

(4) Sense making and satisfaction. Recent socio-technical praxis in relation to creating things and digital services is in coherence with the social norms of expressing ideas freely and sharing knowledge and solutions that include self-creation or self-assembling. Major outcomes are conceptually oriented toward "freedom, decentralization, heterarchy, autonomy, self-determination, collaboration, and mutual aid" (Milberry, 2014: 54). Three types of values and sense making emerge:

- S*ense of fulfillment*. People need satisfaction (Söderberg, 2012). Products/services created by citizens make more sense that those that are merely bought. This is why participatory communication seems to value individual/collective creation. To reinforce this psychological gratification, some organizations recognize citizens' participation and demonstrate gratitude toward them (Fisher & Ackerman, 1998; Yang & Ott, 2016). In this way, individuals can feel that their contributions are appreciated and can be satisfied with the organization's evaluation of their performance.
- *Trust-based communication*. Trust has a positive connotation of morality and ethicality (Banerjeed et al., 2006). When organizations have frequent personal interactions with social norm partners, it leads to the development of trust and mutual understanding (Bowen et al., 2010: 305). In a transformational strategy,

organizations can adopt some of the values of the CoP's to maintain relationships in the long run.

- *Sustainable and responsible*. Corporate values of sustainability and responsibility (L'Etang, 1995) are an integrative part of the business strategy of many companies managing a transition from a minimalist to a maximalist way of participating from a minimalist to a maximalist way of participating. The social norms followed are compatible with market norms of long-term profit maximization (Signitzer & Prexl, 2007).

(5) Power negotiation: Participatory and transparent communication implies a delegation of decision-making power and gives participants a sense of power (Bandura, 1977). Some organizations involve stakeholders and employees in the decision process for selecting new products, upgrades or creating products/services. Power is negotiated and flows between hacker (or maker) networks and the organization. These "capillaries of power" (Foucault, 1982) promote a micro-level, decentralized, and ever-present power model where negotiation between networks and the organization is a day-to-day activity (for instance, where citizens negotiate ways of creating and using parks, spaces or mobility solutions with local mayors). However, this is not the same as an "equalization" of power, as an organization can decide to stop the openness relationship and take a more traditional commercial path.

Conclusion

This study reconsiders the relationship between organizations and civil society. This work portrays the complexity of participation practices and principles inside an organizational transformation through transparent and participative communication. Organizations can seize these opportunities to learn how to respect recent public relations theories oriented toward openness, sharing control over processes, dialogue, participation, trust, and transparency (Men & Tsai, 2015).

Acknowledgements

The author wishes to thank Prof. Dr Dominique Bourgeois, Dr. Harald Kust and Jimena Lazarte for their comments on a previous manuscript.

References

Bandura A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, Vol. 84, n°2, p.191-215.

Banerjeed S., Bowie N.E. & Pavone C. (2006). An ethical analysis of the trust relationship, In Bachmann, R. & Zaheer, A. (Eds.). *Handbook of Research on Trust*. Edward Elgar, Cheltenhan, p.303-317.

Bowen F., Newenham-Kahindi A. & Herremans I. (2010). When Suits Meet Roots: The Antecedents and Consequences of Community Engagement Strategy. *Journal of Business Ethics*, Vol. 95, n°2, p.297-318.

Carpentier N. (2011). The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate? *Communication Management Quarterly*, Vol. 21, p.164-177.

Chesbrough H. & Williams H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston, MA, Harvard Business Press.

Coleman E.G. (2013). *Coding Freedom – The Ethics and Aesthetics of Hacking*. Princeton, Princeton University Press.

Davies G., Chun R., Silva R.V. & Roper S. (2004). A corporate character scale to assess employee and customer views of organization reputation. *Corporate Reputation Review*, Vol. 7, n°2, p.125-146.

Delfanti A. & Iaconesi S. (2016). Open source cancer. Brain scans and the rituality of biodigital data sharing, In Barney D., Coleman G., Ross C., Sterne J. & Tembeck T. (Eds.), *The Participatory Condition in the Digital Age*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

Edelman Public Relations. (2017). *2017 Annual Edelman Trust Barometer*, Chicago.

Fieseler C. & Fleck M. (2013). The pursuit of empowerment through social media: Structural social capital dynamics in CSR-Blogging. *Journal of business ethics*. Vol. 118, n°4, p.759-775.

Fish A., Murillo L.F.R., Nguyen L., Panofsky A. & Kelty C.M. (2011). Birds of the Internet: towards a field guide to the organization and governance of participation. *Journal of Cultural Economy*, Vol. 4, n°2, p.157-187.

Fisher R.J. & Ackerman D. (1998). The effects of recognition and group need on volunteerism: A social norm perspective. *Journal of Consumer Research*, Vol. 25, n°3, p.262-75.

Foucault M. (1982). The subject and power. *Critical Inquiry*, Vol. 8, n°4, p.777-795.

Gerber E.M. & Hui J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, Vol. 20, n°6, p.1-37.

Gershenfeld N. (2012). How to Make Almost Anything. *Foreign Affair*s, Vol. 91.

Goëta S. & Mabi C. (2014). L'open data peut-il (encore) servir les citoyens ? *Mouvements*, n°79, p.81-91.

Gower, KK (2006). Truth and transparency. In Fitzpatrick, K, Bronstein, C (Eds). *Ethics in Public Relations*. Thousand Oaks, CA, Sage, p. 89-105.

Grunig J.E. & Huang Y. (2000). From organization effectiveness to relationship indicators: Antecedents of relationships, public relations strategies, and relationship outcomes. In Ledingham J.A. & Bruning S.D. (Eds.). *Public Relations As Relationship Management*. London, Routledge, p. 23-53.

Hon L.C. & Grunig J.E. (1999). Guidelines For Measuring Relationships in Public Relations, *Institute for Public Relations*, available at: http://www.instituteforpr.org/measuring-relationships/ (accessed 13 June 2017).

Howe J. (2009). *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*. New York, Crown Business.

Jahansoozi J. (2006). Organization-stakeholder relationships: Exploring trust and transparency. *Journal of management development*, Vol. 25, n°10, p.942-955.

Jenkins H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York, Routledge.

Johnson P. & Robinson P. (2014). Civic hackathons: Innovation, procurement, or civic Engagement? *Review of Policy Research*, Vol. 31, n°4, p.349-357.

Kent M. L. & Taylor M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public relations review*. Vol. 28, n°1, p.21-37.

Ledingham J. A. & Bruning S. D. (2000). *Public relations as relationship management*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.

L'Etang J. (1995). Ethical corporate social responsibility: A framework for managers. *Journal of Business Ethics*, Vol. 14, n°2, p.125-132.

Libaert T. (2003). *La transparence en trompe-l'œil*. Paris, Descartes & Cie.

McCorkindale T. (2010). Can you see the writing on my wall? A content analysis of the Fortune 50's Facebook social networking sites. *Public Relations Journal*, Vol. 4, n°3.

Men L.R. & Tsai W.H.S. (2015). Infusing social media with humanity: Corporate character, public engagement, and relational outcomes. *Public Relations Review*, Vol. 41, n°3, p.395–403.

Milberry K. (2014). (Re)making the Internet: Free software and the social factory hack, In Ratto, M. & Boler, M. (Eds.). *DIY Citizenship*. *Critical Making and Social Media*, Cambridge, MA, The MIT Press, p.54-63.

Oldenburg R. (1999). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. New York, CA, Marlowe & Co.

Park C.W., Jun S.Y. & MacInnis D.J. (2000). Choosing what I want versus rejecting what I do not want: An application of decision framing to product option choice decisions. *Journal of Marketing Research*, Vol. 37, n°2, p.187-202.

Public Relations Coalition. (2003). *Restoring Trust in Business: Models for Action*, Upper Saddle River, NS, Prentice Hall.

Ratto M. & Boler M. (2014). *DIY Citizenship*. *Critical Making and Social Media*. Cambridge, MA, The MIT Press.

Rawlins B. (2008). Give the emperor a mirror: Toward developing a stakeholder measurement of organizational transparency, *Journal of Public Relations Research*, Vol. 21, n°1, p.71-99.

Rybalko S. & Seltzer T. (2010). Dialogic communication in 140 characters or less: how Fortune 500 companies engage stakeholders using Twitter. *Public relations review*, Vol. 36, n°4, p.336-341.

Signitzer B. & Prexl A. (2007). Corporate sustainability communications: Aspects of theory and Professionalization. *Journal of Public Relations Research*, Vol. 20, n°1, p.1-19.

Smith B.G., Men R.L. & Al-Sinan R. (2015). Tweeting taksim communication power and social media advocacy in the taksim square protests. *Computer in Human Behavior*, Vol. 50, p.499-507.

Söderberg J. (2012). *Hacking Capitalism: The Free and Open Source Software Movement*, New York, Routledge.

Strathern M. (2000). The Tyranny of Transparency. *British Educational Research Journal*, Vol. 26, n°3, p.309-321.

Suire R. (2016). La performance des lieux de cocréation de connaissances. *Réseaux*, n°196, p.81-109.

Unger L.S. (1991). Altruism as a motivation to volunteer. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 12, n°1, p.71-100.

Yang F. & Ott H.K. (2016). What motivates the public? The power of social norms in driving public participation with organizations. *Public Relations Review*, Vol. 42, n°5, p. 832-842.

Titre : Au centre du processus de création du monteur son
Title: At the center of the sound editor's creation process

Rémi Adjiman, Maître de conférences en SIC
Jean-Michel Denizart, Docteur en études cinématographiques

Laboratoire Perception, Représentations, Image, Son, Musique (PRISM)
FRE n°2006 – Aix-Marseille Université/CNRS

Jeanmichel.denizart@hotmail.fr
Remi.adjiman@univ-amu.fr

Mots-clefs : monteur son, cinéma, création, sonothèque ;

Keywords: sound editor, cinema, creation, sound library;

Résumé : Depuis l'origine du cinéma parlant et l'avènement du sonore, une question récurrente s'intéresse aux rapports qu'entretiennent les images et les sons. Différents théoriciens et/ou praticiens posent qu'une des principales perspectives permettant un usage créatif du son est que ce dernier ne soit pas redondant vis-à-vis de la bande-image. Aujourd'hui, c'est principalement le monteur son qui, au sein de la chaîne de création cinématographique, travaille ce rapport image-son. Or, on constate que malgré les multiples possibilités offertes par l'environnement de travail actuel du monteur, « la question de l'invention artistique et, plus particulièrement, celle des nouveaux rapports image-son » (Bailblé, 2010), semble demeurer intacte. En effet, rares sont les productions cinématographiques où le son parvient à pleinement s'affranchir des contingences de l'image. C'est pourquoi, afin de mieux comprendre un tel phénomène, cet article propose d'approcher au centre du processus de création du monteur son.

Abstract: Since the beginning of talking movies and the first arrival of sound, the interaction between images and sound has become a recurring issue. Various theorists and / or practitioners present a main perspective allowing a creative use of the sound where the latter is not redundant regarding the image. These days, within the cinematographic creation line, it is especially the sound editor who works on this image-sound connection. Yet, despite the many possibilities offered by the current work environment of the editor, "the question of artistic invention, and particularly, of new image-sound interaction" (Bailblé, 2010), seems to remain intact. Indeed, cinematographic productions where sound manages to free itself from the contingencies of the image are still scarce. Therefore, to better understand such a phenomenon, this article offers an approach at the center of the sound editor's creation process.

Au centre du processus de création du monteur son

Rémi Adjiman et Jean-Michel Denizart

Introduction

Depuis l'origine du cinéma parlant et l'avènement du sonore, une question récurrente s'intéresse aux rapports qu'entretiennent les images et les sons. Différents théoriciens et/ou praticiens posent qu'une des principales perspectives permettant un usage créatif du son est que ce dernier ne soit pas redondant vis-à-vis de la bande-image. Depuis l'apparition du son jusqu'à aujourd'hui, différents courants de pensée expriment la nécessité d'éviter un total parallélisme entre ce qui est vu et entendu. Pour y parvenir, il est dès l'origine question de limiter la part des dialogues qui ancrent le son dans une logique mimétique avec l'image et pourrait apparenter le cinéma à du théâtre filmé[1]. Une autre approche consiste à faire jouer au son sa propre ligne mélodique dans une logique de contrepoint[2]. Une autre idée encore, déjà incluse dans les précédents points de vue, consiste à limiter le synchronisme audio-visuel pour permettre au son de disposer de sa propre autonomie vis-à-vis de l'image, tout en travaillant avec elle[3].

Aujourd'hui, c'est principalement le monteur son qui, au sein de la chaîne de création cinématographique, travaille ce rapport image-son. À la fois peu étudié et relativement méconnu du grand public, son action consiste à « proposer et ajuster les éléments sonores qui contribueront au récit et à l'émotion des spectateurs ». En clair, il concourt à ce que l'on pourrait appeler de façon réductrice « l'habillage sonore » du film. Pour ce faire, le monteur dispose d'une large palette d'outils qui depuis l'apparition du métier n'ont cessé d'évoluer. En effet, d'une petite salle de montage avec des écoutes standard, celui-ci a progressivement migré vers une grosse cabine équipée en multicanal et dotée de stations audionumériques toujours plus puissantes et sophistiquées ainsi que de vastes bases de données sonores

[1] De nombreux réalisateurs comme Charlie Chaplin, Jean Renoir ou René Clair soutenaient même l'idée que le parlant contribue à la régression du cinéma (Boilat, 2014 : 85-107).
[2] Cette idée est développée dès juillet 1928 par S.M. Eisenstein, V. Pudovkine et G. Alexandrov dans le fameux Manifeste du contre point orchestral.
[3] C'est une idée développée en particulier par Daniel Deshays (2012 : 85).

(également appelées « sonothèques ») à l'intérieur desquelles il est amené en permanence à chercher puis à choisir des sons.

Or, on constate que malgré les multiples possibilités offertes par l'environnement de travail actuel du monteur son, « la question de l'invention artistique et, plus particulièrement, celle des nouveaux rapports image-son » (Bailblé, 2010), semble demeurer intacte. En effet, rares sont les productions cinématographiques où le son parvient à pleinement s'affranchir des contingences de l'image. C'est pourquoi, afin de mieux comprendre un tel phénomène, cet article propose d'approcher au centre du processus de création du monteur, en particulier dans la relation qu'il entretient avec les grands principes de disjonctions audiovisuelles précédemment exposés.

Ainsi, nous commencerons par décrire la phase de travail où le monteur son projette ses intentions sur la matière sonore puis sélectionne les sons en vertu d'un certain nombre de « qualités » retenues comme pertinentes. Cette étape représentant l'origine même de toute démarche – potentiellement – créative.

Nous analyserons ensuite comment l'action du monteur s'inscrit à l'intérieur d'un système de contraintes dont certains éléments constitutifs l'empêchent parfois de s'extraire de cette forme de « parallélisme audio-visuel » décrit plus haut, lequel « présuppose un son pour chaque chose et une cause (visible) pour chaque son » (Jullier, 2003 : § 9).

Enfin, parmi les différentes contraintes identifiées, nous nous intéresserons plus spécifiquement aux sonothèques et à la façon d'en extraire les sons en fonction des méthodes d'indexation utilisées. Le laboratoire de recherche PRISM s'intéresse depuis plusieurs années au développement d'un protocole de classification des sons qui permette de favoriser un usage créatif du son tout en s'adaptant aux différentes visées d'usage des professionnels du son au cinéma.

1. Les sons, la création et le choix des sons

Depuis l'avènement du cinéma il existe une interaction forte entre l'évolution des techniques, des outils, l'organisation et la répartition des tâches, la définition même des métiers et bien-sûr l'expressivité et le langage filmique (Adjiman, 2014). Ce mouvement implique également les acteurs de la fabrication de la bande-sonore d'un film qui mettent en exergue l'expressivité singulière de cette matière. En effet, la particularité du son réside dans son incroyable pouvoir à exprimer une multitude de qualités (au sens peircien du terme) et de significations possibles. Contrairement à l'image fondamentalement iconique qui atteint un

degré élevé d'analogie avec l'original, le son ne délivre que des indices que l'interprète cherche à connecter à ce qu'il a déjà entendu et identifié.

Par ailleurs, le potentiel de signification du son est étroitement corrélé aux intentions d'écoute portées sur lui. Une des premières démarches spontanées consiste à essayer de raccorder la trace sonore à la source qui l'a produite ; ce que l'on appelle l'écoute causale. Dans ce cas, c'est un travail de connexion à la mémoire qui est réalisé. Le son décrit alors un objet et au-delà une scène tout entière ou un décor. Mais d'autres écoutes conduisent à révéler de nombreuses autres qualités présentes dans le son. Les écoutes portées sur le son viennent en sélectionner certaines pour en délaisser d'autres. On peut s'intéresser à sa forme, sa stridence, sa rondeur, sa saillance, son rythme, ses variations, sa musicalité, aux émotions qu'il véhicule, au point d'écoute[4]… Ainsi, le son offre une infinité de caractéristiques sur lesquelles l'esprit peut se focaliser, c'est là toute sa richesse d'expression et par extension tout le potentiel qui s'offre au monteur son.

Mais, il n'est jusqu'ici question que du son, considéré isolément. Or, le travail du monteur, s'il consiste à écouter le potentiel intrinsèque du son, réside surtout dans l'acte de penser son interaction avec l'image. Dans une logique naturaliste, des critères de correspondance sémantique entre le vu et l'entendu sont mobilisés, comme la concordance entre l'espace visible et l'espace audible, la congruence entre la rapidité des mouvements dans l'image et celle dans le son, l'adéquation entre la distance de la scène visualisée et la valeur de plan sonore, l'équivalence entre les densités visuelles et sonores (Adjiman & Denizart, 2018) …

Cette énumération systématique explicite indirectement le rôle du monteur son et également la façon dont il peut agir sur la création. L'acte fondateur de toute démarche est de savoir ce qu'il souhaite exprimer. Pour un plan visuel de circulation automobile dans une rue de grande ville, veut-il simplement rendre compte le plus scrupuleusement possible de l'espace sonore dans lequel l'action se déroule en choisissant des sons cohérents qui témoignent de la densité du trafic, de la vitesse des véhicules, de la largeur de la rue ? Ou alors veut-il seulement suggérer cet espace et décrire un décor de manière plus métaphorique en signifiant, par exemple le tumulte de la ville par un empilement cacophonique de sons mécaniques industriels ? Veut-il au contraire simplement désigner un seul élément pertinent et symbolique de la ville en ne sélectionnant que l'unique trajectoire d'un scooter pétaradant ? Veut-il par opposition créer un interstice entre l'image et le son et apposer sur cette rue

[4] C'est François Jost qui, le premier, crée un parallèle avec l'ocularisation et introduit la question essentielle du point d'écoute (auricularisation) (1983 : 192-212).

visuellement grouillante l'ambiance d'une basse-cour virevoltante à l'heure de la distribution des graines ou, à l'inverse, la rumeur champêtre et calme d'un clocher que l'on perçoit dans le lointain ? C'est dans cet imaginaire et ces choix de sons que se jouent les espaces de la création[5].

Mais, ces choix ne sont pas seulement subordonnés à la seule imagination du monteur son, ce dernier est soumis à un cadre opérationnel et fonctionnel. Et c'est dans ce cadre délimité par un faisceau de contraintes que le monteur son doit parvenir à exercer sa créativité.

2. Le monteur son, au centre d'une création contrainte

Lors d'une précédente étude (Denizart, 2017), nous avons été en mesure de mettre en évidence l'impact de certains éléments contextuels susceptibles d'orienter les intentions d'écoute du moteur son, de révéler telles ou telles qualités contenues dans les sonorités et donc d'influencer ses actions ainsi que son processus de création. On distingue ainsi la cohérence entre le nouveau son sélectionné et à la fois l'image mais également les autres composants de la bande-sonore (les voix, la musique, les bruitages, les effets et les ambiances), les différentes normes ou habitudes professionnelles relevant de contraintes d'ordre *institutionnel* et enfin la propre compréhension et représentation par le monteur son des *enjeux narratifs du film* ainsi que *des intentions de réalisation*. Précisons que les éléments qui composent ces catégories n'exercent pas leur influence de la même façon sur les prises de décision du monteur son et qu'à l'intérieur de cet ensemble de déterminants, il est donc certaines contraintes qui agissent plus spécifiquement sur sa créativité, voire – comme nous l'introduisions – qui favorisent une démarche consistant à inscrire la bande-son dans une logique de mimétisme avec l'image.

Ainsi l'émergence du métier de monteur son au cours des toutes dernières décennies et son intitulé même – celui de monteur son – contribuent déjà à orienter le champ des possibles de son travail. Si la création sonore passe notamment par la possibilité de faire exister des ambiances douces et feutrées – ne serait-ce que pour mieux faire ressentir des surgissements sonores soudains – il n'est pas facile pour le monteur son de les justifier. Car, ces besoins de silences subtils, pourtant savamment composés, apparaissent souvent pour les autres acteurs comme un travail facile du monteur son, voire un non travail, comme s'il ne faisait pas ce

[5] Et, nous ne nous intéressons ici - pour ne pas charger le texte - qu'au cas des ambiances. Mais le travail du monteur s'applique aussi aux choix des sons nécessaires à l'élaboration des effets sonores.

pour quoi il est payé, c'est-à-dire monter des sons, des sons qui s'entendent. De plus, dans un contexte où la possibilité de prendre son temps est aujourd'hui un luxe qui n'existe qu'à la marge (Alemanno et al., 2017), le monteur son a dû apprendre à hiérarchiser ses interventions. Ainsi, il devient de plus en plus délicat dans la profession de passer son temps à assembler des « fonds d'air » presque inaudibles ou à chercher (ou le cas échéant, à concevoir) pendant des heures la sonorité qui semblera la plus adaptée à une séquence donnée. Subsiste en effet une forme de dictat de l'efficacité qui enjoint le monteur à prioriser les sons qui s'entendent le mieux ou plus largement les aspects de sa démarche qui sont reconnus comme un travail avéré.

Par ailleurs, au sein de l'organisation de la chaîne de fabrication, le *workflow*, les phases opérationnelles s'enchaînent selon une séquence standardisée. Ainsi, le montage son succède systématiquement au montage du film. Ce dernier consiste – pour une fiction – à choisir et agencer les plans des images et des sons issus du tournage pour construire un récit, c'est-à-dire exposer une situation initiale, poser l'intrigue, développer les péripéties et conduire au dénouement. Lorsque le monteur son récupère le travail du monteur, le scénario du film a été écrit, les séquences ont été découpées et tournées, les plans ont été agencés, l'essentiel du film est là, déjà construit. La proposition ainsi structurée n'autorise donc pas facilement à s'extraire de la logique prescrite. Si la création sonore n'a pas été envisagée en amont, au moment de l'écriture, le travail du monteur son risque de se limiter à de l'illustration sonore qui mime l'image et ne va faire que la plagier. La création s'en trouve alors réduite.

Ajoutez à cela que certains metteurs en scène méconnaissent les rudiments de même que les apports de l'étape de montage son, qu'ils ne disposent pas nécessairement des outils langagiers pour communiquer efficacement leurs volontés ou qu'enfin ils sont convaincus – notamment en raison d'anciennes habitudes de travail – que la bande-son d'un film se résume (ou doit se résumer) essentiellement aux sons issus du tournage. Autant de paramètres qui rendent parfois difficile l'opérationnalisation des intentions sonores du réalisateur ainsi qu'une véritable réflexion conjointe sur les apports potentiels de la bande-son. D'autant plus que le travail du monteur son prépare et précède celui du mixeur qui focalise davantage l'attention, puisqu'il constitue le dernier maillon de la chaîne, celui qui pour le réalisateur et le producteur va donner au film sa dernière chance d'être à la hauteur de tous les espoirs qu'il a fondés. C'est principalement lors de cette dernière phase, à un moment où son travail est

majoritairement achevé[6], que l'intervention du monteur son est rétrospectivement pleinement considéré par tous les principaux acteurs de la réalisation du film.

De plus, il faut également souligner que le monteur son est un technicien de la production audiovisuelle. Son travail s'appuie en effet sur une organisation technique minutieuse réglée à la fois par l'articulation entre les étapes de la postproduction, mais aussi par le cadre opérationnel que définit son logiciel de montage son. Ainsi les différentes applications dédiées à cet usage[7] permettent de répondre à l'essentiel des besoins techniques et créatifs. Les interfaces utilisateurs sont présentées et organisées de façon assez analogue et offrent des fonctionnalités multiples qui permettent de répondre aux besoins des professionnels. S'ils sont pensés pour que l'expérience utilisateur soit optimale, ces logiciels organisent le travail et font des propositions implicites qui influencent la création, comme la possibilité de créer une quasi-infinité de pistes audio ou – par le biais de l'accroissement de la puissance des processeurs – de permettre l'utilisation de très nombreux traitements. C'est là, face à la profusion des fonctionnalités cachée dans ces menus déroulants, que l'expérience du praticien permet d'éviter la perpétuelle tentation d'un usage immodéré de toutes les potentialités offertes. Ainsi, précisément parce que la multiplicité du nombre de pistes est rendue possible par les outils, cela incite le monteur son à discriminer chaque sous-élément constitutif d'une ambiance en autant de pistes ou « couches » séparées dans son logiciel de montage. Ceci offre ensuite la possibilité de procéder à un traitement de manière isolée sur chaque « couche de sons », de les disposer différemment les unes des autres dans l'espace multicanal ou, surtout, de retravailler l'équilibre précis des sons individuellement et même de n'en retenir que certaines pendant l'étape finale de mixage.

Enfin, la liberté d'expression du monteur son est limitée par les conventions du son à l'image, par les contraintes imposées par les genres filmiques et par les réemplois quasi obligatoires, dans l'ère du recyclage généralisé. Il existe par exemple dans le cinéma des univers récurrents que les monteurs ont donc pris l'habitude d'habiller d'une certaine façon, en puisant directement à l'intérieur de représentations préexistantes relativement figées que le septième art lui-même tout comme la culture de masse ont contribué à répandre. Autant de « conceptions stéréotypées » (Amossy R. & Herschberg-Pierrot A, 2011) qui facilitent par conséquent le travail interprétatif du spectateur et dont il est réciproquement devenu difficile pour les professionnels du son à l'image de s'extraire, notamment par l'intermédiaire de

[6] Avec les tous derniers outils, il devient de plus en plus possible de revenir sur le travail du monteur son au moment du mixage. Ainsi, une séquence peut lors de cette dernière phase être partiellement retravaillée à la demande du réalisateur.
[7] Nous pensons en particulier aux éditeurs de son à l'image comme *Pro Tools*, *Nuendo* et *Logic*.

propositions alternatives[8]. Il en va ainsi de l'utilisation des « annonces » dans les décors de gare ou d'aéroport, de l'emploi des champs d'hirondelle ou autres cris d'oiseaux pour signifier le retour du printemps, du recours aux cigales pour suggérer la Provence ou parfois – lorsque l'histoire du film n'est pas censée se dérouler dans le sud de la France – la simple sensation de chaleur, etc.

3. Les sonothèques comme outil de médiation de la création

Après avoir abordé quelques-unes des contraintes les plus susceptibles d'influencer le processus de création du monteur son, intéressons-nous maintenant à la manière dont celui-ci extrait les sons des sonothèques qu'il parcourt en fonction des méthodes d'indexation employées.

Dans le processus de travail actuel, le monteur son s'imprègne des images montées – qui représentent une proposition forte dont il a souvent du mal à se défaire – puis consulte les différentes bases de données à sa disposition : qu'ils s'agissent de sonothèques personnelles constituées de sons qu'il aura lui-même pu glaner, échanger, ou enregistrer au cours de précédents montages[9] ou de sonothèques commerciales, comme les très répandues *Sound Ideas* et *Hollywood Edge*[10], mais également la récente évolution de la sonothèque de la BBC. Ainsi lorsque le monteur recherche un son dans une base de données, les mots clés utilisés sont, majoritairement, ceux qui décrivent les sources sonores identifiées ou possiblement existantes dans l'image ou bien encore des mots qui, plus globalement, définissent un décor visuel. L'approche la plus naturaliste et la moins mise en scène du travail de la bande sonore consiste à établir la relation la plus précise possible entre la scène sonore et la scène visuelle telle qu'elle se constitue à travers la succession des plans dans le film. En outre, on observe parallèlement que les logiques d'indexation actuellement mises en œuvre par la plupart des sonothèques commerciales sont également étroitement liées à l'identification de la cause de la production du son (Denizart, 2013) et confortent – voire plébiscitent – par conséquent une approche centrée sur les origines acoustiques de la matière sonore, dans le sens où toute base de données agissant comme un « artefact cognitif » (Norman, 1993 : 18), ces dernières favorisent certaines tâches intellectuelles de l'utilisateur tout en amplifiant certaines de ses capacités (Mucchielli, 2005 : 168).

[8] « Tout ce qui est transport, gares, aéroports, tu as toujours l'annonce. [...] Il y a des choses comme ça qui sont très conventionnelles [...] Je suis le premier à vouloir changer tout ça […] Mais tu ne peux pas faire autrement parce que ça fonctionne ! [...] » (Extrait d'un entretien semi-directif réalisé avec le monteur son Samy Bardet le 09.07.15 à Paris).

[9] Autant de sonorités qui, par conséquent, sont le plus souvent classées par film, parfois même à l'aide d'un vocabulaire très personnel dont le but est de permettre à son auteur de retrouver facilement les sons qu'il a lui-même indexés.

[10] https://www.sound-ideas.com ; https://www.hollywoodedge.com

Dans une perspective plus créative, et pour reprendre les grands principes fondateurs des possibles disjonctions du rapport image-son exposés en introduction, il existe plusieurs façons d'opérer une forme de découplage audio-visuel. La première solution opère une sorte de distorsion qui passe par une sélection des sources présentes dans l'image et permet par un effet de réduction, de grossissement, de symbolisation, de mettre en évidence certains éléments parmi d'autres dans le décor. Dans ce premier cas, la recherche du son par une logique causale reste parfaitement valide puisqu'il est question – prenons cette fois le cas d'une ambiance de forêt – de ne sélectionner par exemple que le sifflement du vent dans les cimes alors que pour achever cette impression d'ensemble on pourrait également y associer le craquement des branches, le bruissement des feuilles, la stridulation des insectes et le chant des oiseaux. Mais, d'autres solutions de traitement de cette scène audiovisuelle passent par l'usage de sons qui ne sont pas nécessairement définis par leur source acoustique, mais plutôt par d'autres critères comme leur potentiel narratif ou les possibles sensations qu'ils véhiculent (de silence, de multitude, d'isolément, de quiétude ou d'inquiétude, d'immensité…) ou par la description de la forme du son ou de sa matière. Ainsi il devient possible de chercher un son autrement et potentiellement de trouver des sons dont l'identité n'est pas obligatoirement de s'approcher de la représentation du réel présent dans l'image, mais plutôt d'établir un lien moins habituel, plus ténu, peut-être plus subtil et en tout cas un lien qui n'est pas de prime abord lié à l'origine causale du son, mais préférentiellement à d'autres de ses qualités. Cette approche favorise des attentes qui dépassent la réponse habituelle où il est question avant tout de créer un décor sonore conforme à celui qui est visible à l'image. Elle ouvre vers de possibles perspectives de création d'un véritable interstice avec l'image par l'usage de sons décalés, de silences, de matières en mouvement[11]…

Après observation et analyse des processus de travail, nous formulons ainsi l'hypothèse qu'en proposant aux monteurs son une base de données dont les fichiers auraient été indexés au moyen d'un protocole qui dépasse la seule écoute causale, nous pourrions élaborer un objet de médiation permettant d'encourager les professionnels du son à élargir le champ des possibles de leur activité.

*

[11] Dans la mesure où le réalisateur n'est pas toujours présent lors du montage son, cette proposition moins conventionnelle ne pourra généralement pas être la seule proposée, le monteur son devra alors également prévoir un plan B, c'est-à-dire une situation plus conventionnelle de façon à pouvoir répondre à toutes les attentes du réalisateur.

Conclusion : la création, au cœur des médiations techniques et relationnelles, mais aussi une volonté individuelle

Le métier de monteur son a émergé au cours de ces 30 dernières années pour prendre une place qui s'est peu à peu affirmée dans la chaîne de fabrication du film. Cette évolution s'est en parallèle accompagnée de profondes mutations technologiques (Adjiman, 2002). Le monteur son s'est arrogé une place au moment où les processus de travail dans les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel se sont formalisés, normalisés et que les contraintes financières de la production se sont durcies.

Mais, si le cinéma oscille entre septième art et industrie, le travail des acteurs techniques reste profondément ancré au cœur de l'acte de création. Le son est une matière infiniment multiple qui révèle sa complexité à travers les diverses intentions d'écoute mobilisées par les acteurs de la production. La création est insérée au sein d'un processus sémiotique pris dans le cours d'action de la fabrication et placé au centre d'un espace de communication animé par des co-acteurs. Le monteur son lui-même est soumis aux directives (plus ou moins explicites) du réalisateur. Il dépend du matériau filmique transmis par le monteur du film. Son travail est ensuite confié au mixeur pour être diffusé dans un auditorium, en présence de tous les décisionnaires du film, lors de l'étape ultime de la réalisation. Le monteur son doit sans cesse s'adapter à un ensemble de contraintes de natures diverses qui orientent son action. Les outils, les processus techniques de travail, les modèles de coopération et le temps de travail agissent sur la création comme des éléments d'un contexte inhibant ou stimulant.

Il est possible de favoriser la création par l'apport de dispositifs techniques adaptés. Il est possible de développer des logiciels, sans cesse plus performants et permettant de pousser plus loin et de façon plus ergonomique le travail de la matière sonore. Il est possible d'innover dans le domaine des sonothèques qui doivent permettre d'extraire les sons par différentes modalités plus créatives que la seule description causale. Mais, nous souhaitons également exprimer l'idée selon laquelle la création reste aussi fondamentalement liée à une intention et une exigence personnelle du monteur son (et du réalisateur). Bien que son travail artistique et l'espace de création dont il dispose constituent probablement pour lui le principal moteur de son activité ainsi que le moyen de renouveler son désir d'exercer le métier, le développement d'un univers technologique en constante mutation permettant de stimuler l'imagination n'a de validité que si le monteur son souhaite délibérément s'investir, dépasser ses habitudes de travail et élargir son champ de connaissance et de recherche.

Bibliographie

Adjiman R. (2002). L'intégration des techniques numériques dans les systèmes de la production image et son. *Pragmatique des communications instrumentées*. Paris, L'Harmattan

Adjiman R. (2014). Évolution des métiers et création : une évolution de la bande sonore au cinéma. *Techniques et pratiques du studio audio*, n°4.

Adjiman R. & Denizart J.-M. (2018). Pour une sémiotique située. Variations sur le thème des intentions d'écoute portées sur les ambiances sonores. *Sémiotique appliquée, sémiotique applicable : nouvelles méthodes*, n° 26, p. 274-289

Alemanno S., Le Moënne C. & Lépine V. (2017). *Communications & organisations : accélérations temporelles*. Paris, L'harmattan.

Amossy R. & Herschberg-Pierrot A. (2011). *Stéréotypes et clichés : langue, discours*, société. Paris, A. Colin.

Bailblé C. (2010). L'histoire du cinéma sonore est-elle seulement technique ? http://www.cinematheque.fr/video/67.html.

Boillat A. (2014). René Clair et la résistance à la voix synchrone parlée. Ce que nous disent les « machines parlantes » d'À nous la liberté ! ». *1895*, n° 72, p.85-107.

Denizart J.-M. (2013). Analysis of ambient sound indexing methods in sound libraries. *Proceedings of the 10th International Symposium on Computer Music Multidisciplinary Research*, p.855-869.

Denizart J.-M. (2017). *L'émergence des significations chez le monteur son au cours de la recherche et de la sélection des sons : une approche communicationnelle et cognitive*. Thèse de doctorat dirigée par Jacques Sapiega et Rémi Adjiman, Aix-Marseille Université.

Deshays, D. (2012). Face à l'idée de synchronisme. Notes d'un preneur de son sur le théâtre et le cinéma. *Intermédialités : Histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*, n° 19, p.85-101.

Gibson J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. New York, Psychology Press.

Jost F. (1983). Narration(s) : en deçà et au-delà. *Communications* 38, n°1, p.192-212.

Jullier L. (2003). Chico, Groucho, Harpo, du classicisme à la postmodernité. Université d'automne - Musique(s) et cinéma(s).

Norman D. (1993). Les artefacts cognitifs. *Raisons Pratiques*, n°4, p.15-34.

Mucchielli A. (2005). *Approche par la contextualisation : Études des communications*. Paris, Armand Colin.

La créativité au cœur de l'acte culinaire quotidien

Sarah Bastien, Doctorante (CIMEOS)

Clémentine Hugol-Gential, Maître de conférences (CIMEOS)

Jean-Jacques Boutaud, Professeur des Universités (CIMEOS)

Mots clés :

Acte culinaire, Quotidien, Créativité, Dispositif communicationnel, Mésosphère culinaire

Résumé en français :

Dans le cadre d'une thèse financée (2016-2019), nous nous interrogeons sur la place de la créativité dans les discours et les pratiques culinaires quotidiennes. Comment le discours sur la créativité culinaire se caractérise-t-il ? Parmi les discours circulant sur la cuisine du quotidien, quelles sont les formes de discours sur la créativité ? Quelles sont les modalités, au sens sociologique (manières de dire, manières de faire, (Verdier, 1979 ; Macé, 2016)) qui agissent sur la réception de ces discours ? Prenant appui sur une veille prospective (90 articles) et un corpus d'entretiens semi-directifs (25 foyers), notre recherche fait ressortir que le discours sur la créativité culinaire s'articule entre imaginaire et réalité. Deux modalités se détachent pour étudier la réception et la circulation des discours par les *cuisiniers du quotidien* : l'organisation de la décision culinaire et le niveau de compétence culinaire. Il s'agit alors de caractériser les modalités de réception du discours sur la créativité culinaire, chez les *cuisiniers du quotidien*.

Résumé en anglais :

As part of a funded PhD (2016-2019), we query the place of creativity in daily culinary discourses and practices. How the discourse on culinary creativity is characterized? Among the discourses going around every day cooking, what are the forms of discourses on creativity? What are the modalities, in the sociological sense (ways of saying, ways of doing things, (Verdier, 1979; Macé, 2016)) that operate on the reception of these discourses? Based on a prospective watch (90 articles) and a semi-structured interviews' corpus (25 households), we highlight that the discourse on culinary creativity is articulated between imaginary and reality. Two modalities stand out to study the reception and the circulation of discourses by *everyday cooks*: organization of culinary decision and level of culinary competence. The purpose then is to characterize the reception modalities' of the culinary creativity discourse by *everyday cooks*

Introduction

À voir l'intérêt des journaux et des réseaux sociaux, communiquant et mettant en scène l'information, l'alimentation, considérée tout particulièrement à travers la cuisine, est un domaine mobilisateur : « *Au plan du contenu, les motivations ne manquent pas, pour donner au culinaire une place de choix dans les médias. Ces motivations forment, à elles seules, un système de base pour expliquer le succès du culinaire, en termes de médiatisation : entre le pratique et le ludique ; entre l'économique et le symbolique* » (Boutaud, 2010). Ainsi, les discours (Benveniste, 1966), entendus comme un ensemble de manifestations discursives autour de la cuisine (télévision, magazine, presse régionale, nationale, etc.), se multiplient, déployant et confrontant divers angles pour discuter le culinaire.

Dans ces discours, le terme « créativité » est mobilisé et est entendue comme le pouvoir de création, d'invention, d'imaginaire. Comment s'adressent-ils à la sphère domestique ?

Au cœur de l'activité culinaire, la réponse du cuisinier du quotidien à « qu'est-ce qu'on mange ? » est en interposition entre l'acte de faire la cuisine, l'individu et son environnement, dans la multiplicité des temps culinaires (De Certeau, 1994). Ainsi, l'*invention du quotidien* ne suit pas systématiquement ou servilement les jalons d'une recette.

C'est dans cette interaction et interdépendance que prend place la créativité. Cette dernière, partie intégrante de l'acte culinaire, dépend d'un ensemble de « *contextes objectifs et subjectifs de création, de translation et transmutation du savoir* » qui entraîne des formes de créativité culinaire quotidienne diverses (Berten, 1999).

Il sera question ici d'interroger la place de la créativité dans les discours et dans le quotidien culinaire : comment le discours sur la créativité culinaire se caractérise-t-il ? Quelles sont les formes de discours de la mésosphère culinaire (discours circulants sur la cuisine du quotidien) sur la créativité ? Quelles sont les modalités, au sens sociologique (manières de dire, manières de faire) qui agissent sur la réception de ces discours ?

Le travail proposé, issu des travaux d'une thèse financée en cours (2016-2019), repose sur l'analyse de deux corpus. Le premier correspond à la constitution et l'étude d'une veille prospective des discours culinaires tirés de 90 textes, images et visuels de différents médias (presse, Internet, livres, applications numériques, émissions). Le deuxième se compose d'un corpus d'entretiens semi-directifs sur le quotidien culinaire de 25 foyers. Par une analyse lexicale et de contenu, l'objectif est de caractériser les formes de discours sur la créativité culinaire du quotidien, leur circulation et leur appropriation dans les pratiques. Il sera proposé un triptyque. Tout d'abord, un essai de définition sur l'acte culinaire quotidien, construit comme un dispositif communicationnel. Puis, la présentation de l'étude de la mésosphère culinaire pour identifier la place de la créativité culinaire quotidienne dans les discours. Enfin, l'étude de la réception des discours par l'analyse des pratiques pour caractériser la circulation entre les formes de discours sur la créativité culinaire de tous les jours et les modalités d'application de la créativité par les *inventeurs du quotidien*.

1) L'acte culinaire quotidien : un dispositif communicationnel

L'acte culinaire quotidien pourrait se définir, en première approche, comme un ensemble linéaire d'opérations (approvisionnement, préparation, consommation). Or, cette vision, mécaniste dans sa séquence, est trop réductrice. La compréhension pratique de l'acte culinaire quotidien permet d'analyser plus précisément la réception et la circulation des discours sur la créativité.

L'acte culinaire (faire la cuisine) se distingue de l'acte alimentaire (consommer). En effet, il est possible de s'alimenter sans avoir recours à la cuisine. Dans les moments occasionnels (week-end ou moments festifs), les contraintes sont différentes de la cuisine de tous les jours : plus de temps, moins de pression, etc. Dans le quotidien, le *cuisinier* a le choix et son organisation culinaire s'inscrit au milieu d'un ensemble d'autres tâches (s'occuper des enfants, faire le ménage, activités extra-professionnelles, etc.).

La cuisine du quotidien peut s'entendre comme un dispositif au sens foucaldien qui comprend le dit et le non-dit. Selon Giorgio Agamben qui a repris et précisé cette notion, le « *dispositif [est] tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants* » (Agamben, 2007, p.31).

Ce dispositif se compose de trois éléments : la séquence expérientielle « au gré d'un continuum sensible » (Boutaud, 2018), le sujet et son environnement (figure 1). Le schéma de la séquence expérientielle de l'acte culinaire quotidien est utilisé à valeur heuristique de manière à tenir compte de l'ensemble des déterminants qui agissent sur l'acte culinaire. Bien que linéaire, l'acte culinaire quotidien évolue au cours du temps et selon les situations rencontrées.

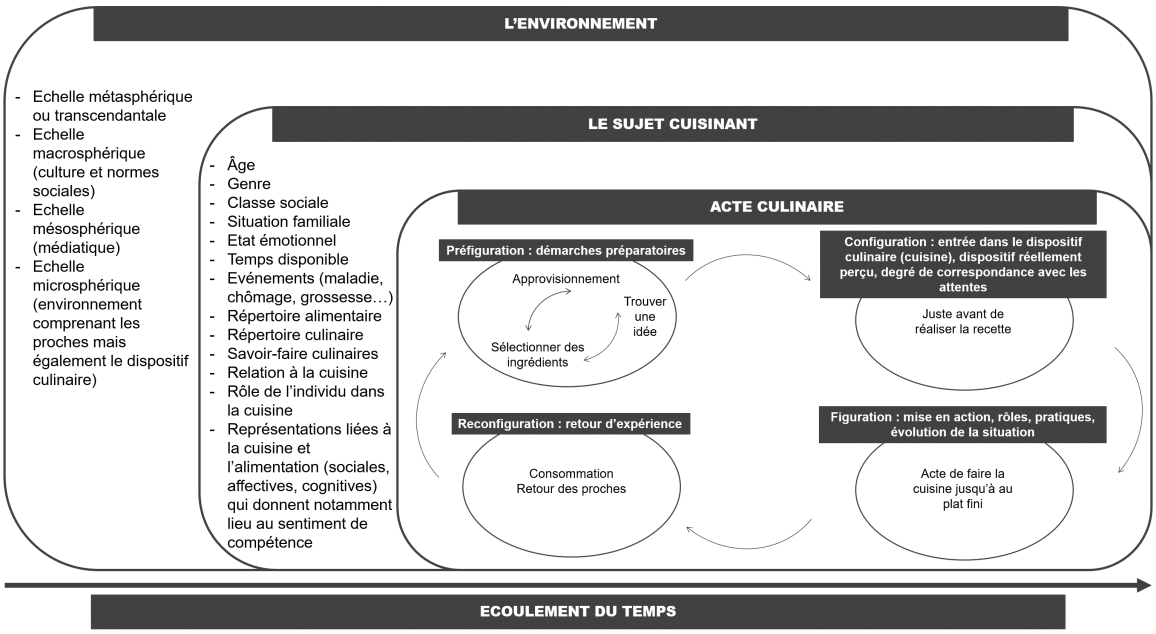


Figure 1 : schéma de la séquence expérientielle de l'acte culinaire quotidien

C'est dans un espace-temps discontinu et dans le dispositif culinaire du *cuisinier du quotidien* que prend forme la séquence expérientielle de l'acte culinaire (figure 1, acte culinaire), modèle proposé par Jean-Jacques Boutaud.

Lors de la première phase, nommée *préfiguration*, un ensemble de démarches préparatoires sont entreprises telles que la consultation de contenus culinaires (livres de cuisine, applications numériques, visualisation d'une émission culinaire) et la sélection d'ingrédients, d'aliments lors de l'approvisionnement. Le tout au gré d'une sérendipité liée au quotidien, entendue comme l'émergence de projections culinaires à des moments inattendus, par exemple lors d'une discussion entre amis ou lors de la lecture d'un livre. La préfiguration du moment de cuisine est une étape de préparation, mais aussi une situation dans laquelle le cuisinier va réaliser l'acte culinaire avec un ensemble de contraintes et de motivations qui influencent la projection culinaire.

La préfiguration laisse place à la *configuration*, il s'agit de l'entrée dans le dispositif matériel, ici la cuisine. C'est la découverte du cadre réel dans lequel va se dérouler l'action. C'est à ce moment que le sujet évalue le degré de correspondance avec les attentes et envies précédemment projetées (Boutaud, 2007, 2015).

La *figuration* succède à la configuration, moment où le sujet et met en pratique ses savoir-faire. Le plat ainsi conçu donnera lieu à une expérience sensible de consommation (Boutaud, 2005) puis de communication, souvent ordinaire, par son inscription dans le quotidien, qui peut donner lieu au retour des proches, mais aussi du sujet qui a cuisiné et qui fera évoluer sa prochaine réalisation.

La multiplicité des étapes qui mènent à l'acte culinaire et « *les contextes objectifs et subjectifs de création* » (Berten, 1999) dynamisent l'acte culinaire quotidien. Sur une même semaine, les situations auxquelles le *cuisinier du quotidien* est confronté changent et l'organisation de la décision culinaire peut différer d'un jour à l'autre. Ainsi, la créativité peut être présente à chaque étape de l'acte culinaire, de la *préfiguration* à la *reconfiguration*.

Le cadre de l'étude est donc « *un dispositif de communication (une table, une salle de réunion, un espace de vente, un plateau télé, etc.) [conçu] comme l'interaction entre un sujet et un environnement, dans un cadre d'expérience particulier* » (Boutaud, 2015), ici celui de la cuisine de tous les jours. C'est dans ce quotidien que diverses formes de créativité interviennent.

Ce dispositif culinaire donne lieu à une situation de communication qui *prend* ou ne prend pas forme (Boutaud, 2004) en fonction de l'ensemble des interactions qui ont lieu par l'entrée dans le cadre de l'acteur, sa figuration, et lors de l'expérience qui en résulte. Ainsi dans le dispositif culinaire, il apparaît que les discours des médias circulants traitent de la créativité dans les pratiques de tous les jours.

2) La mésosphère du culinaire : place de la créativité quotidienne dans les discours

En étudiant l'échelle mésosphérique du culinaire, représentée par les productions discursives qui circulent dans la société (Hugol-Gential, 2018), nous chercherons à saisir la place de la créativité culinaire quotidienne dans les discours.

Pour centrer l'analyse des discours sur la créativité culinaire, un corpus de 90 articles a été constitué à partir du moteur de recherche Google actualités portant sur le terme « cuisine du quotidien », sur une période de 3 mois, allant de janvier 2018 à mars 2018. L'enjeu méthodologique est d'assurer la représentativité de la créativité dans les médias malgré une limitation sur la saisonnalité (hiver). En limitant l'espace médiatique, l'« agrégateur » Google actualités (Rebillard, 2006) permet l'accès à une diversité de sources d'informations indistinctement mises en circulation par le biais d'internet. Ainsi, les agrégateurs d'informations « contribuent, par leurs choix de mettre certains articles ou sujets et pas d'autres en avant, à la « circulation circulaire de l'information » (Bourdieu, 1996) : Google News et son pendant français Google Actualités expliquent ainsi que les titres mis à la une sont sélectionnés selon un algorithme prenant en compte plusieurs facteurs, dont la fréquence de diffusion sur d'autres sites web et l'occurrence des informations reprises et commentées sur les réseaux sociaux comme Twitter ou Facebook » (Burzala-Ory *et al.,* 2017). Bien que l'influence du discours gastronomique soit très présente dans le corpus et qu'elle a une propension à faire rêver en se détachant des référents réels, à laisser parler l'imagination du *cuisinier* selon ses propres expériences, l'étude se focalise sur la créativité culinaire quotidienne.

Notre analyse porte plus particulièrement sur les discours concernant la créativité culinaire quotidienne orientés vers l'idée de *faire faire* la cuisine avec des propositions d'ordre pratique suivant une logique fonctionnelle, opérationnelle. Cependant, dans le soubassement de ces discours pratiques deux tons prédominent. L'un est moraliste et caractérisé par un discours de type prescriptif tandis que l'autre se situe sur le paradigme de l'hédonisme avec un discours didactique accompagnant le cuisinier au plus près.

Le ton moraliste réalise une entrée culpabilisante avec des questions du type : "Vous voulez vraiment faire simple ? Faites cuire des pâtes et nappez-les d'une sauce bolognaise toute prête […]. C'est facile, mais cette solution n'a ni le goût ni le charme du fait maison » (*Régal, Hors-série n°14)*. Tandis que le ton hédonique épouse un type de discours plus didactique posant de véritables questions en prise avec la réalité du quotidien telle que : « comment, avec peu d'ingrédients et aussi peu d'étapes, proposer des recettes variées et originales » (*Livre Super Facile, salades repas, Virginie Robichon*).

Le discours moraliste ouvre sur des idées associées à un discours nourri d'imaginaire pour réinventer le quotidien : « On réinvente les desserts aux fruits d'été ! » ou encore « On s'évade avec toutes les saveurs de la cuisine grecque » (*750g le mag, n°20*). Pour autant, la forme engageante du pronom d'appel, « on », recouvre à la fois une forme implicative et prescriptive, voire injonctive.

Bien que le discours didactique propose également des recettes, celles-ci s'articulent en diverses catégories répondant aux situations rencontrées dans le quotidien : « recettes longue conservation pour dépannage express » ; « plats préparés en grande quantité et à congeler » ou encore « plats à préparer en avance pour être tranquille en rentrant du travail » (*Livre Plats préparés à l'avance, Eva Harlé*). Même si ce discours efface le champ lexical de la créativité

au profit de la réalité quotidienne, la proposition de déclinaisons de plats redonne la place au plaisir de cuisiner tout en laissant la liberté de la décision culinaire au cuisinier.

Un carré sémiotique (figure 2) tel que l'entendait Greimas permet de structurer les différents discours sur la créativité culinaire quotidienne. Les discours sur les contraintes à cuisiner s'opposent aux discours sur les motivations (monde possible), l'un porté par un principe de réalité plus prescriptif et injonctif et l'autre, plus ludique et créatif, s'articulant autour de l'imaginaire alimentaire.

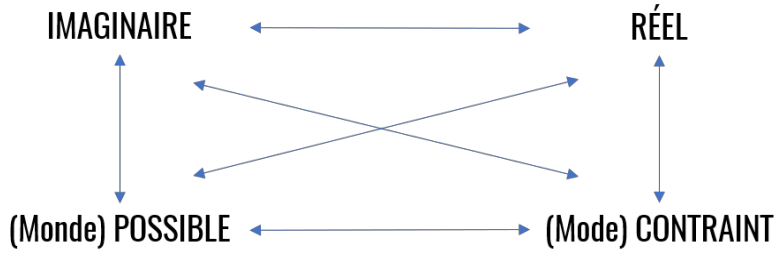


Figure 2 : Carré sémiotique des discours sur la créativité culinaire quotidienne

Ainsi, deux types de discours pratiques cohabitent pour *faire faire* la cuisine, l'un plus prescriptif, voire injonctif, mettant en évidence un manque de créativité dans le quotidien ; l'autre didactique qui promeut le plaisir pour accompagner le cuisinier dans son quotidien en valorisant la créativité par l'autonomisation.

3) Les modalités de la créativité culinaire quotidienne : des discours aux pratiques

Ces deux formes de discours coexistent et n'ont pas la même fonction dans les pratiques. Les modalités, au sens sociologique (Verdier, 1979 ; Macé, 2016) comprises comme les manières de dire et de faire la cuisine du quotidien influencent la réception et la circulation du discours sur la créativité culinaire chez les cuisiniers du quotidien. Deux modalités se détachent quant à la réception et à la circulation des discours : l'organisation de la décision culinaire et le niveau de compétence culinaire.

a. L'organisation de la décision culinaire et moments de créativité

Selon Corbeau et Poulain, manger revient à prendre des décisions, à « penser son alimentation » : « Que manger, quand manger, comment manger… ? ». Or, « ces questions sur le comment, sur le quoi, sont des questions qui ne se posent pas, les décisions alimentaires vont de soi, car elles sont prises par une série d'acteurs sociaux en interaction » (Corbeau et Poulain, 2008).

Une des modalités de la créativité culinaire quotidienne est la manière habituelle d'organiser la décision culinaire. Une précédente étude avait permis de mettre en évidence l'existence de trois types d'organisation de la décision culinaire de tous les jours (Auteur, 2017). Si la préparation et la consommation se suivent dans le temps, quel que soit le fonctionnement de l'individu, ce n'est pas le cas du choix culinaire et de l'approvisionnement. Certains individus anticipent leur décision avant l'approvisionnement. D'autres, en revanche, réalisent l'approvisionnement sans projection culinaire. Dans ce cas, à la suite de l'approvisionnement, deux autres fonctionnements se distinguent : soit l'individu planifie ses choix, soit il

improvise et c'est devant le frigidaire que la décision culinaire aura lieu. Quel que soit le type d'organisation, par anticipation ou improvisation, la confection du plat est différente en fonction des situations que l'individu rencontre (figure 3). À noter qu'une même personne peut se référer à divers fonctionnements dans des situations contrastées.

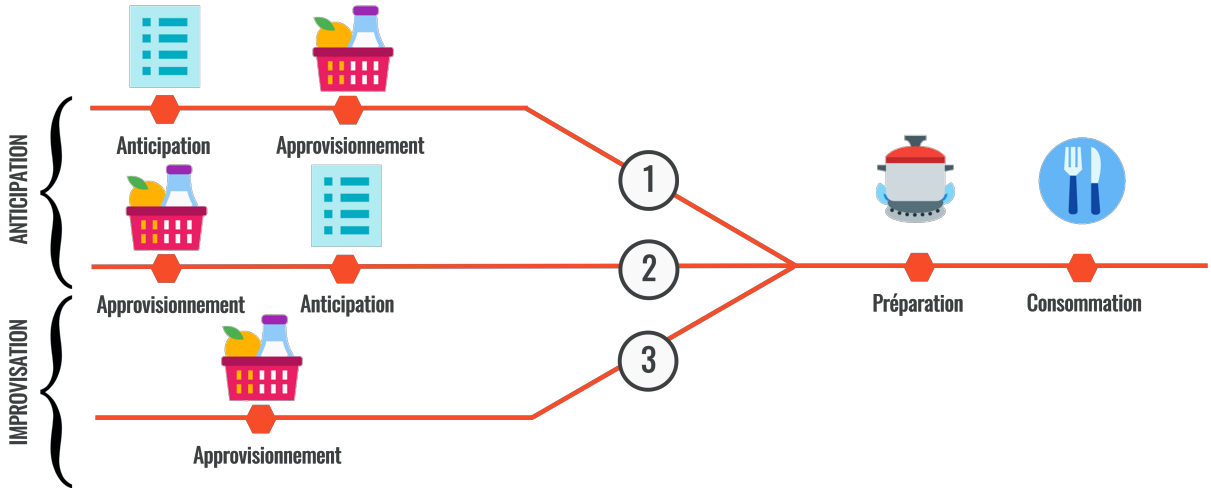


Figure 3 : Types d'organisation de la prise de décision culinaire habituelle et quotidienne

Ainsi, la manière d'organiser la décision culinaire (par anticipation ou improvisation) détermine le moment où la créativité peut avoir lieu. De ce fait, le discours sur la créativité culinaire pourrait être adressé à trois moments distincts dépendants de l'organisation du *cuisinier du quotidien* : soit avant la préparation, lors des démarches préparatoires (pré*figuration*), soit juste avant de cuisiner (*configuration)* ou lors de la préparation culinaire elle-même (*figuration)*.

b. Compétences culinaires et pratique créative

La pratique culinaire créative est le fruit d'un apprentissage conscient qui amène à l'acquisition de compétences culinaires. Ces compétences culinaires permettent une autonomisation et une spontanéité qui générée la créativité aux différents moments présentés ci-dessus (Csikszentmihalyi, 1997 ; McCabe & Malefyt, 2013).

Chaque individu constitue son propre répertoire alimentaire qui correspond à l'ensemble des aliments qu'il connaît et consomme (Etievant, 2010). À cela s'ajoute un répertoire culinaire qui comprend l'ensemble des aliments que le cuisinier du quotidien sait transformer. Tel que le répertoire alimentaire, le répertoire culinaire se constitue au cours du temps et dépend de nombreux facteurs culturels, sociaux, économiques et individuels. Chaque individu développe un répertoire alimentaire et culinaire qui lui est propre. Pour mettre en œuvre son répertoire culinaire, le cuisinier apprend et développe des compétences.

Les compétences culinaires sont composées des connaissances conceptuelles, perceptuelles et techniques nécessaires pour cuisiner le plat souhaité. Trois types de compétences culinaires se distinguent (Short, 2006), les compétences physiques et mécaniques comprenant les méthodes de cuissons (ex : faire bouillir) et les techniques de préparation des aliments (ex : couper un légume). A ces deux compétences, s'ajoutent les compétences conceptuelles utiles pour savoir associer des aliments et perceptuelles usant des sens pour connaître les propriétés des aliments cuisinés et connaître par exemple le moment adéquat pour arrêter la cuisson d'une crème

anglaise. Les compétences culinaires peuvent être un frein qui restreint les choix s'offrant au cuisinier du quotidien de manière générale pour passer à l'acte culinaire, mais aussi pour avoir une pratique créative.

La créativité culinaire est ici définie en considérant les pratiques quotidiennes déclarées par les cuisiniers de notre corpus d'entretiens semi-directifs. En effet, au sein de la sphère domestique, plusieurs techniques sont perçues comme créatives telles que combiner diverses sources de recettes pour réaliser un plat ; reproduire avec réussite la recette d'un grand chef ; trouver une recette par sérendipité ou utiliser une recette comme point de départ pour laisser libre cours à l'imagination (Short, 2006 ; Kaufman et Beghetto, 2009). Des logiques modales parfois converties en styles culinaires et pas seulement en pratiques ordinaires (Boutaud, 2018).

Suite à la revue de la littérature, une typologie de cuisiniers à valeur heuristique, originale et inspirée de lectures croisées (De Certeau, 1994 ; Short, 2006) a été élaborée : les passionnés de cuisine qui consacrent une grande partie de leur temps à la pratique culinaire, ils sont à la pointe de l'expertise culinaire pour la sphère domestique; les « routiniers » c'est-à-dire ceux pour qui cuisiner au quotidien n'est pas toujours un plaisir, mais qui préfèrent cuisiner que d'acheter des plats tout prêts ; et les « inhibés » c'est-à-dire ceux qui aimeraient cuisiner, mais qui ne peuvent pas pour des raisons diverses comme le fait de ne pas avoir appris à cuisiner.

Plus le cuisinier a de compétences culinaires plus sa maîtrise des techniques créatives (figure 4).

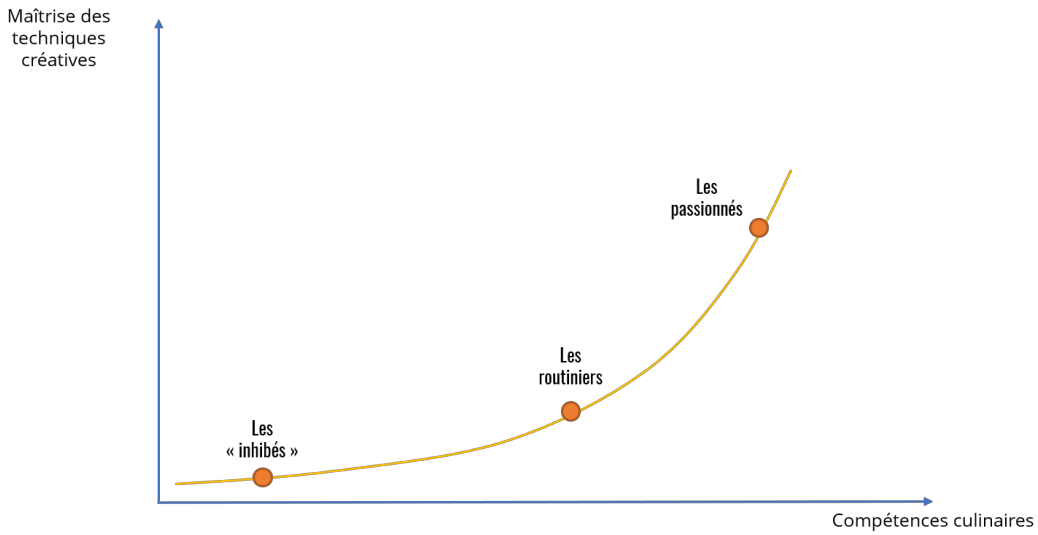


Figure 4 : Schéma tensif des typologies de cuisiniers, des compétences culinaires en fonction de la créativité

Ainsi, les discours circulant dans la mésosphère culinaire sur la créativité peuvent ne pas être reçus de la même manière selon la pratique et les connaissances du *cuisinier du quotidien.* Le discours imaginaire sera plus adapté aux passionnés de cuisine qui ont acquis de nombreuses compétences culinaires et qui s'affranchissent plus facilement des contraintes du quotidien (petit-c). À l'inverse, le discours prenant en compte les différents freins du quotidien est plus en accord avec la pratique des routiniers qui ont une créativité culinaire plutôt involontaire (mini-c).

Conclusion

Les discours sur la créativité culinaire quotidienne ne servent donc pas seulement à réenchanter la vie des individus en faisant rêver autour de la figure de l'expert issu du discours gastronomique (Brégeon, 2017). Même si ces discours agissent toujours sur la symbolique et l'imaginaire social, un discours didactique hédonique en prise avec la réalité quotidienne apparaît afin de prendre en compte l'acte culinaire et la créativité comme une dynamique pour animer les pratiques de notre vie de tous les jours. Ainsi, les discours sur la créativité en cuisine permettent d'apporter une réponse à la lassitude de la routine. Elle permet aux *inventeurs du quotidien* de se renouveler tout en tenant compte des contraintes telles que les préférences alimentaires, le temps ou encore le budget.

Notre hypothèse repose sur la fait que la réception de ces discours dépend de deux modalités : l'organisation de la décision culinaire et les compétences culinaires du *cuisinier du quotidien*. Selon l'organisation, par anticipation ou improvisation, le moment de créativité culinaire ne sera pas le même et la réception du discours pourra avoir lieu à trois temps distincts : *préfiguration* (démarches préparatoires), *configuration* (évaluation de la correspondance entre les attentes projetées et la réalité du dispositif culinaire, juste avant la préparation) et *figuration* (préparation culinaire).

Les compétences culinaires (perceptuelles, conceptuelles et techniques) agissent également sur la capacité à recevoir le discours sur la créativité culinaire qui circule dans la mésosphère. Plus le cuisinier développe ses compétences culinaires plus sa pratique pourra être créative, notamment au quotidien.

Cependant, une personne ayant de nombreuses compétences culinaires peut développer un faible sentiment de ses compétences propres qui pourra freiner sa créativité. Ainsi, est-ce au travers de ces différentes modalités, mais aussi de la pluralisation des modes d'êtres au quotidien, que le discours sur la créativité culinaire prend forme et *prend*, tout court, pour les cuisiniers du quotidien.

Références

Agamben, G. (2007). *Qu'est-ce qu'un dispositif ?* Rivages Poche.

[Auteur. (2017)].

Benveniste, E. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. Gallimard.

Berten, A. (1999). Dispositif, médiation, créativité : petite généalogie. *Hermès*, n°25, pp 33-47.

Boutaud, J-J. (2004). *L'imaginaire de la table. Convivialité, commensalité et communication.* L'Harmattan. Paris.

Boutaud, J-J. (2005). *Le sens gourmand, de la commensalité — du goût — des aliments*. J-P. Rocher. Paris.

Boutaud, J-J. (2007). Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible, *Semen*, 23.

Boutaud, J-J. et Madelon V. (2010). La médiatisation du culinaire. *Communication & Langage*, pp 33-40.

Boutaud, J-J. (2015). *Sensible et communication. Du cognitif au symbolique*. ISTE Editions. Collection Sciences cognitives.

Boutaud, J-J. (2018). Sémiotique, marketing et communication sur une trajectoire modale, *La sémiotique et son autre*, sous la direction d'Amir Biglari et Nathalie Roelens, Paris, Kimé, à paraître.

Brégeon Lalanne de Saint-Quentin, V. (2017). Un mix design expérientiel – culinarité au service du ravissement du consommateur. *Thèse soutenue à Rennes en Sciences de Gestion.*

Burzala-Ory, H., Hugol-Gential, C., & Boutaud, J-J. (2017). L'image des légumes. *Anthropology of food.*

Corbeau, J-P., et Poulain J-P. (2008). *Penser l'alimentation, entre imaginaire et rationalité.* Editions Privat.

Csikszentmihalyi, M. (1997). *Creativity. The psychology of discovery and invention*. Harper Perennial Modern Classics Editions.

De Certeau, M., Giard L. et Mayol P. (1994). *L'invention du quotidien, tome 2 : Habiter, cuisiner.* Gallimard.

Etievant, P., Bellisle, F., Dallongeville, J., Etilé, F., Guichard, E., Padilla, M., Romon-Rousseaux, M., Donnards, C., Sabbagh C. & Tibi, A. (2010). Les comportements alimentaires. Quels en sont les déterminants ? Quelles actions, pour quels effets ? *Synthèse de l'expertise scientifique collective réalisée par l'INRA*.

Hugol-Gential, C. (à paraître 2018). Les informations autour de l'alimentation cancer : la responsabilisation et l'expertise au cœur des discours. *Questions de communication.*

Juan, S. (2015). Le concept de routine dans la socio-anthropologie de la vie quotidienne. *Espace populations sociétés.* 2015/1-2.

Kaufmann, J. et Beghetto R. (2009). Beyond Big and little : The four C Model Creativity. *Review of general psychology*. Vol. 13, n°1, pp 1-12.

Macé, M. (2016). *Styles : Critique de nos formes de vie.* Editions Gallimard.

McCabe, M. et Malefyt T. (2013). Creativity and cooking: motherhood, agency and social change in everyday life. *Journal of Consumer Culture.*

Short, F. (2006). *Kitchen Secrets: The Meaning of Cooking in Everyday Life.* Oxford: Berg.

Verdier, Y. (1979). *Façons de dire, façons de faire : la laveuse, la couturière, la cuisinière.* Editions Gallimard.

Wathelet, O. 2016. Créativité et cuisine. *Rapport d'expertise interne du groupe SEB.*

Transmettre la danse par un dispositif de médiation numérique : vers un renouvellement du processus de création chorégraphique ?

Transmitting dance by a digital mediation device: toward a renewal of the choreographic creation process?

Lucie Alexis, docteure en Sciences de l'information et de la communication
CARISM, Institut Français de Presse, Université Paris 2 Panthéon-Assas
alexislucie@hotmail.fr

Elsa Tadier, docteure en Sciences de l'information et de la communication
GRIPIC, CELSA, Université Paris-Sorbonne
elsa.tadier@sfr.fr

Mots-clés : médiation numérique ; transmission chorégraphique ; écriture de la danse ; pratiques collaboratives.
Keywords: digital mediation; choreographic transmission; dance writing; collaborative practices.

Résumé :
Nous interrogeons le rôle du dispositif de médiation numérique *DanceNote* dans la transformation des pratiques chorégraphiques. Dans la tradition de la "notation du mouvement", il permet à un créateur de centraliser et partager les documents relatifs à une chorégraphie avec les acteurs du spectacle. En tant que médiateur des pratiques de transmission, *DanceNote* invite à questionner le rôle de ses modalités sémiotiques et son éditorialisation, ainsi que la reconfiguration des modalités de collaboration au cœur du processus créatif.

Abstract:
We question the role of the digital mediation device *DanceNote* in the transformations of choreographic practices. In the tradition of "movement notations", it helps a creator to centralize and share the documents related to a choreography with the actors of the show. As a mediator of transmission practices, *DanceNote* invites to question the role of its semiotic modalities and its editorialization, as well as the reconfiguration of the ways to collaborate at the heart of the creative process.

Transmettre la danse par un dispositif de médiation numérique : vers un renouvellement du processus de création chorégraphique ?

Lucie Alexis, Elsa Tadier

Nous souhaitons questionner le processus de création chorégraphique au regard d'enjeux reposés par un dispositif de médiation numérique en lien avec la question de l'absence et de la présence de ses acteurs : la mémorisation et l'archivage, les pratiques dites "collaboratives", l'opposition lieu physique/dit "virtuel". Ce texte constitue la première version d'une recherche exploratoire sur un objet de corpus, pour sa première étape : le dispositif *DanceNote*. L'analyse, principalement sémiologique, permet de poser une série de questions par lesquelles nous saisirons d'autres objets dans nos recherches à venir (autour de dispositifs aux enjeux proches, tels que *Motion Bank*[1]).

DanceNote, outil dit "collaboratif", dédié à la création chorégraphique et destiné aux professionnels et amateurs, est développé par *La Fabrique de la Danse (LFDLD)* qui ambitionne d'"innover pour la danse" et se donne pour mission de répondre "aux problématiques actuelles du milieu chorégraphique, en particulier autour de la création artistique, de la démocratisation de la danse, de la transmission du patrimoine chorégraphique". Il s'agit d'un instrument destiné à l'utisage par les chorégraphes au cours du processus de création et pour (re)monter une pièce. Il permet d'enregistrer en ligne les différentes étapes de la création chorégraphique, de documenter les œuvres et de les rendre accessibles pour les danseurs et les équipes techniques. C'est donc aussi un dispositif de communication entre les partenaires du processus de création.

Outil numérique d'aide à la mise en œuvre chorégraphique, *DanceNote* est intéressant pour les questionnements qui nous occupent. Nous chercherons ici à savoir dans quelle mesure et quelles limites ce dispositif de médiation numérique renouvelle la pratique de création chorégraphique. Comment *DanceNote* réenvisage-t-il l'étape dite de "transmission" du geste chorégraphique, et avec elle un certain nombre de facteurs propres au processus créatif ? Nous questionnons "la place" et le rôle du dispositif numérique dans le processus de création pour comprendre comment il agit sur l'organisation des pratiques créatives.

[1] http://motionbank.org/en.html

Nous formulons les hypothèses suivantes : du fait de son inscription dans la tradition des systèmes d'écriture du mouvement, *DanceNote* engagerait un principe d'éditorialisation permettant d'interroger la construction de la collaboration comme facteur structurant d'une économie de la créativité. L'œuvre finale serait le produit d'une négociation exprimée dans les échanges des acteurs où chacun redéfinit son statut à chaque instant de la pratique de création.

En tant que dispositif de médiation, *DanceNote* touche donc aux jeux d'acteurs, aux pratiques et à la matérialité sur lesquels repose le processus créatif. Ainsi, pour apporter des éléments de réponse à la problématique, notre étude mobilise plusieurs méthodologies afin d'envisager la pluralité de ces aspects :

- Une étude de terrain s'appuyant sur des entretiens semi-directifs avec 1/ Lucie Mariotto, cofondatrice et Directrice du Développement de *LFDLD* abordant le contexte de naissance du dispositif et les imaginaires liés à la création qu'il porte ; 2/ Christine Bastin, chorégraphe, directrice artistique de *LFDLD*, utilisatrice de *DanceNote*, pour comprendre le renouvellement de sa pratique de création par la médiation du dispositif. Notre interrogeons ainsi deux versants de façon qualitative : celui des concepteurs et celui des utilisateurs afin de saisir comment se rencontrent des imaginaires, des objectifs pragmatiques et des usages.
- Une analyse sémiologique du dispositif, tel qu'il se donne à comprendre et à utiliser, s'accompagnant ponctuellement d'une mobilisation du discours d'escorte conçu comme une "promesse".

Si la "créativité" se rapporte à un processus de création, nous le définirons comme *complexe* (au sens où il est constitué d'un ensemble de pratiques plurielles participant ensemble de la fabrique de l'œuvre dans son unicité). Nous verrons que c'est cette dimension complexe du processus de création que *DanceNote* met en évidence. Le numérique permettant que s'expriment au sein de ce seul dispositif des pratiques multiples, il s'agira de comprendre comment il reconfigure les processus et pratiques d'échange, de transmission et de collaboration. L'analyse montrera que la créativité, souvent envisagée comme une qualité abstraite, s'appuie d'abord sur une matérialité et que la médiation numérique tend à reconfigurer et affecter les processus de création.

L'analyse opère en 3 temps étroitement liés. Nous nous intéresserons 1/ à la nature de la médiation engagée par le dispositif numérique dans l'impératif de transmission de la danse, pour comprendre 2/ quelles modalités d'écriture la régissent et régulent une dynamique

d'archivage, et 3/ comment l'ensemble du dispositif reconfigure la dimension organisationnelle du processus créatif.

1. "Transmettre" en régime numérique : un dispositif de médiation pour la création

La pratique chorégraphique pose la question de la transmission (enjeux d'apprentissage et mémoriels) comme condition essentielle de l'existence, la pérennité et donc la performativité du processus de création. Au cœur de cette problématique se situe *DanceNote*, qui permet aux acteurs de confier à un dispositif numérique une part de cette fonction. Lorsque la fonction de transmission est déléguée au numérique, que devient le processus créatif et dans quelle mesure le numérique le reconfigure-t-il ?

À l'origine du projet de *DanceNote*, les co-fondatrices, danseuses-amateures, de *LFDLD*, ont constaté un sentiment de "frustration" (LM, 2018) lié à l'absence d'outils pour l'apprentissage d'un rôle ou sa reprise. Mariotto explique : "On s'échangeait énormément de données *via* des [...] chaînes de mails interminables, [...] WhatsApp, We transfer, puisque [ce ne sont] pas des choses [...] publiques [...]. Et surtout dans des créations où [...] on a quinze danseurs à gérer et que du coup le flot de données devient très important [...]." (LM, 2018) En réponse à l'appel à projets *Réinventer Paris,* elles avaient alors, selon leurs mots, "imaginé une scène connectée".

À partir de l'idée initiale du lieu physique, c'est vers un outil numérique que *LFDLD* s'est tournée, envisageant un "cloud" pour "récolter les données, les enregistrements en studio" (LM, 2018). Les objectifs de transmission et de gain de temps ont contribué à imaginer ce dispositif permettant de combler l'insatisfaction liée à l'utilisation d'outils collaboratifs existants et les difficultés à coordonner les emplois du temps de chacun. En juillet 2015, *LFDLD* aboutit à une première version finalisée de *DanceNote*, valorisant la vidéo comme élément central de la création et de la transmission, comme en atteste son discours d'escorte. Il associe étroitement les impératifs de création chorégraphique et de sa transmission à l'outil vidéo.

Fig.1 – Capture d'écran de la page d'accueil de DanceNote

Autrement dit, *DanceNote* permet pour chaque acteur de déplacer le lieu de la répétition, voire donne la possibilité à un danseur d'apprendre une chorégraphie en l'absence du chorégraphe et des autres danseurs. *Il* met à l'épreuve une pratique créative consistant à se réapproprier le mouvement par la médiation de la documentation archivée. En tant que danseuse, Mariotto utilise une métaphore spatiale, appuyée sur l'imaginaire du lieu appliquée au numérique, pour qualifier le dispositif comme un "studio virtuel, [un] espace en ligne" (LM, 2018).

Dans l'histoire de la transmission chorégraphique, la question de la notation du mouvement permet de réfléchir aux pratiques et processus créatifs. Renvoyant à cette tradition, *DanceNote* invite à réenvisager la question de l'écriture de la danse au regard de cet enjeu de création.

On relève des points de distinction entre *DanceNote* et les autres systèmes de transcription du mouvement, quant à leur objectif de conservation et de transmission. Sur le plan de la transmission, le recours à la vidéo présente un enjeu d'accessibilité : "On a tous un smartphone avec nous, et donc on peut enregistrer des vidéos n'importe où, n'importe quand. [...] [O]n a voulu [...] développer un outil qui soit le plus simple possible d'utilisation. [Avoir] besoin d'une notice pour s'en servir, pour nous c'était rédhibitoire. [...] On met entre les mains quelque chose qui peut être pris en main par n'importe qui [...]. (LM, 2018)" De ce point de vue, avec les systèmes dits de "notation du mouvement", la mise à disposition de la création est potentiellement universelle mais restreinte à un groupe d'acteurs: les notateurs capables de lire les partitions ; avec *DanceNote,* où l'initiateur donne accès au projet à

certains participants, il s'agit d'une conservation et d'une transmission électives, entre un groupe de personnes identifié.

La mobilisation de cet outil vidéo est né d'un objectif d'accessibilité au plus grand nombre, amateurs et professionnels, ce qui tend à élargir les conditions de possibilité de la pratique créative.

Au regard de l'histoire de la transmission, se joue ainsi une tension entre l'accès aux "notations chorégraphiques", réservées à ceux qui sauraient les écrire et/ou les lire, mais disponibles à tous, et l'utilisation de *DanceNote*, lisible par tous, ancré dans nos pratiques actuelles de partage photographique et filmique, mais réservés aux acteurs du projet. Par ailleurs, beaucoup de chorégraphes travaillent aujourd'hui à partir de vidéos mais *DanceNote* est le seul dispositif, du fait des possibilités techniques offertes par le numérique, qui leur permette de les partager tout en "construisant l'œuvre".

Sur un plan sémiotique, par rapport à d'autres formes d'écriture de la danse, comme les systèmes Laban et Benesh[2], *DanceNote* est un outil qui, d'une part, centralise des documents hétérogènes autour d'une œuvre et qui, d'autre part, propose ses propres modalités d'écriture de la danse *via* la vidéo. Cette dernière est en effet la modalité sémiotique dominante, permettant une transmission et une lecture de la chorégraphie propres à *DanceNote* qui associent flux synchronisés de vidéos et annotations. Alors que les systèmes pré-cités expriment le mouvement selon 3 plans constitutifs (le geste, le temps et l'espace), par rapport à la graphie qui découpe le mouvement en série discontinue, Mariotto insiste sur ce qu'elle voit comme une adéquation entre la vidéo et la transmission du mouvement : "La vidéo, [...] on s'en sert, tout le monde s'en sert, c'est normal, c'est du mouvement. Aujourd'hui, comment on capte un mouvement quand on n'a pas de moyen ? C'est la vidéo." Il s'agit pour les conceptrices de produire un "usage parfait", selon les termes de Mariotto. À travers son discours, comme, d'ailleurs, à travers celui de la chorégraphe Bastin, se lit un imaginaire commun lié à l'idée d'une pureté de la transcription qui n'engagerait pas de transformation dans le processus créatif. Cet imaginaire correspond au mythe d'une communication jamais altérée par les médiations, comme si le numérique - et ici, le dispositif - n'avaient pas d'impact sur l'écriture chorégraphique.

Dans cet imaginaire d'accomplissement de la transmission, le dispositif donne d'ailleurs au chorégraphe la possibilité de télécharger ses vidéos de répétitions ou de création, de les enregistrer depuis plusieurs angles de vue et de les synchroniser. À cela, il est possible d'ajouter des annotations pour les interprètes, sur le côté droit du lecteur vidéo, ce que

[2] Il s'agit des 2 systèmes de transcription du mouvement enseignés en France au CNSMDP.

Mariotto nomme le “lecteur intelligent” (LM, 2018). Leur nature est de trois types : 1/ textuelle, à un moment x, 2/audio (enregistrement de voix), 3/visuelle (associer un fichier image). En somme, la particularité de *DanceNote* est de combiner la continuité, la vidéo, le son et la discontinuité des médias que sont le texte et l’image, alternant flux du mouvement et sa décomposition.

L’outil permet en outre de rassembler et archiver tous les éléments liés à la création : musiques, vidéos, dossiers artistiques et techniques, documents de communication, plannings, dans une boîte de dépôt. Ainsi, quant aux modalités de la transmission, *DanceNote* autorise deux fonctions principales : 1/l’aide à l’exécution, 2/la “partition” inscrite dans l’imaginaire des notations qui nécessitent le geste d’un créateur pour agencer les signes.

À ces fonctions préconçues sur le plan de l’usage peuvent s’en ajouter d’autres dans les pratiques d’acteurs. Nos entretiens mettent en évidence une relative appropriation personnalisée du dispositif. Bastin, par exemple, valorise la possibilité de déposer des documents n’ayant pas directement trait au mouvement chorégraphique mais à “l’univers” de référence dans lequel s’inscrit une pièce. *DanceNote* permet de partager ce qui touche à la production d’un contexte sensoriel, chromatique, poétique, à des “inspirations”... Cette autre fonction, relevant de l’”intention”, participe néanmoins du processus créatif et de la transmission dans la mesure où elle conditionne l’interprétation.

La transmission d’une pièce est induite par des transformations passant 1/par l’écrit, en l’occurrence, les choix d’écriture du chorégraphe, et 2/par leur appropriation par les collaborateurs (interprètes, techniciens…). Dès lors, comment *DanceNote* conditionne-t-il cette transformation ?

2. Écrire : ranger, trier, mémoriser, vers un dispositif d’archivage

Le terme “DanceNote” fait référence à la pratique d’écriture de la danse. Il inscrit le dispositif dans la filiation avec les écritures chorégraphiques (Hecquet, Prokhoris, 2007) déjà évoquées, et qui prennent pleinement part au processus de création. Depuis la fin du Moyen-Âge, une centaine de systèmes de “notation du mouvement” a été recensée en Occident. Ils conduisent à la création de “partitions” (Piquemal, 2007) dont la production relève d’enjeux de compréhension, reconstruction, transmission et conservation des répertoires chorégraphiques (aide-mémoire, support d’apprentissage, matériel de création, outil d’analyse du mouvement) (Challet-Haas, 2012).

Cet imaginaire de l'écriture est prégnant sur l'interface de *DanceNote*. Comme dans un grand nombre de dispositifs numériques, la référence à la "page" (Grafton, 2015) est omniprésente. En outre, plusieurs icônes et "signes passeurs" (Jeanneret, Souchier, 1999) renvoient à l'univers de l'écriture manuscrite, comme le met en évidence, à titre d'exemple, l'illustration suivante.

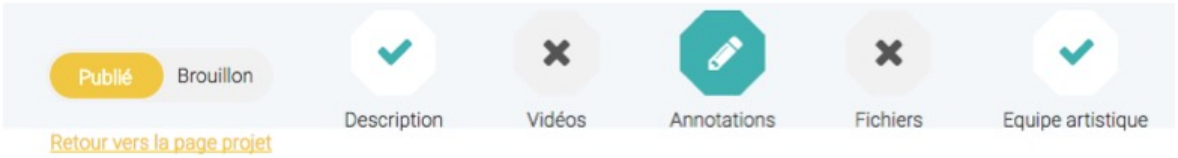


Fig.2 – Capture d'écran de la bannière d'une page "tableau de bord"

Cette référence témoigne d'une hybridation des univers numérique et papier, sur lequel repose historiquement une part du processus créatif. Ainsi, au-delà de la pratique, ce dispositif numérique reconfigure une question ancienne qui est celle de l'écriture de la danse. Il relève d'une "technologie de l'intellect" (Robert, 2000), inscrite dans une "raison graphique" (Goody, 1979) susceptible de rendre compte d'une expression corporelle et plus largement, d'une pratique sociale : celle de la création chorégraphique.

De fait, il soulève des enjeux de tri, d'organisation, de mémorisation, qui conditionnent un "donner à lire" aux interprètes et, dès lors, la mise en œuvre. À propos de *DanceNote*, Bastin utilise la métaphore de "l'armoire" dans laquelle on trie les documents, en les rangeant par "tiroirs" (CB, 2018). Termes révélateurs de cet usage qui en fait un outil de rationalisation, d'agencement, pour un chorégraphe souhaitant rendre lisible son travail. Le dispositif trouve son sens dans une fonction d'ordonnancement de la création, de textualisation de la danse ("texte" étant défini au sens large de McKenzie, 1991).

Il touche donc à une question d'éditorialisation, relevant en partie de l'architexte, conçu comme un dispositif de gestion de cet ordonnancement. Éditorialisation aux enjeux sémiotiques d'autant plus cruciaux que la propriété du dispositif numérique permet d'élargir le périmètre de l'écriture chorégraphique dans le champ de "l'audio-scripto-visuel" (Cloutier, 1970), par l'apport conjugué du geste, du son et de l'image. Cette dimension complexe de la transcription renoue avec la nature anthropologique des écritures (Anne-Marie Christin a notamment souligné la prégnance de la part de l'"image" dans les écritures, 1995) et ses possibilités multimodales, qui, toutes, participent des modes d'organisation et de donner à lire

de l'œuvre chorégraphique. En lien avec les théories des écrits d'écran (Souchier, Jeanneret, 2005), *DanceNote* se constitue en dispositif d'*écriture de l'écriture de la danse*, comme pratique sociale de création.

Ce processus d'éditorialisation auquel le dispositif engage - et contraint - son utilisateur, relève d'une fonction d'archivage. Si celle-ci n'est pas prioritairement revendiquée par Mariotto, elle constitue pourtant un enjeu dans le "discours d'escorte" qui institue les usages, ainsi qu'on le note dans l'image de présentation de *DanceNote* (Jeanneret, Souchier, 2002).

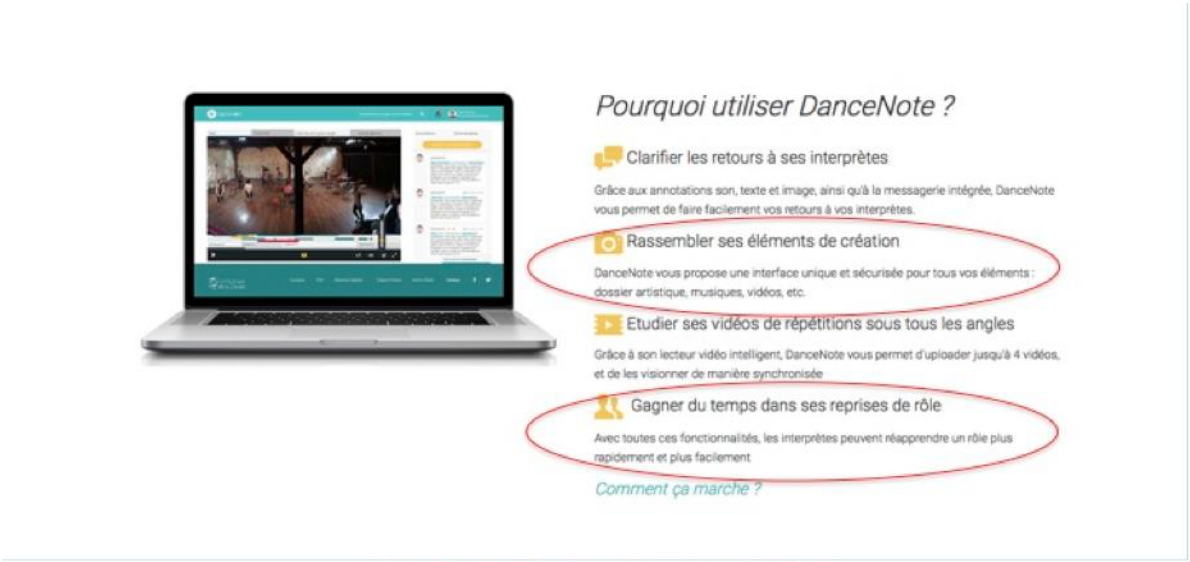


Fig.3 – Capture d'écran de la page de présentation

Soumis à une perspective mémorielle et à un impératif de conservation (le dispositif sert notamment à enregistrer les différentes étapes du processus de création mais aussi comme un document de travail en cas de reprise de rôle), l'archive mêle cet enjeu de mémoire à ceux de tri, de classement et d'agencement, que requiert le dispositif. En somme, si la notation a une histoire longue, *DanceNote* propose une éditorialisation particulière de l'archive, l'inscrivant, comme la définit Jeanneret, dans une dimension processuelle, où se saisit la dynamique historique des pratiques humaines, "porteuses de créativité" (Jeanneret, 2008). En imposant au chorégraphe un travail de l'archive, le dispositif permet du même coup de rendre compte d'une part des conditions de production de la création, qui auront elles-mêmes un impact sur la pratique créative.

Finalement, l'outil numérique propose d'inscrire l'archivage dans le processus créatif. Il fait de *DanceNote* un dispositif d'archivage régi par une pratique d'écriture organisant la fabrique de *traces*, et permettant de considérer à la fois les "point[s] de rupture" et les

“élément[s] de permanence” (Treleani, 2014 : 67). Si, avec le numérique, se repose la question de la matérialité du support pour penser la pérennisation de l’archive - Mariotto souligne ne pas pouvoir assurer une conservation infinie des données -, c’est sans doute la durée de l’archive qui est mise en jeu avec *DanceNote*, mais non pas la pratique organisationnelle propre à l’archivage.

3. Collaborer : l’expression d’une *créativité collective ?*

Permettant la manipulation et l’appropriation de ces archives par un ensemble d’acteurs intervenant dans la création, le dispositif invite à l’expression d’une *créativité collective* qui s’exprime sur le mode de la “collaboration” (Tönnies, 2010) interdisciplinaire, celle-ci se fondant sur des règles formelles et un objectif commun. Fourez définit la “collaboration” comme “un continuum sur lequel l’interaction varierait de la simple communication des idées jusqu’à l’intégration mutuelle des concepts directeurs, de l’épistémologie, de la terminologie, de la méthodologie des procédures, des données” (2001).

Si le travail artistique est difficile à saisir dans ses dimensions collectives, le cas de *DanceNote* permet d’interroger une transformation organisationnelle de la pratique créative en régime numérique, en considérant la reconfiguration des relations qui se créent entre chorégraphes, interprètes et techniciens de la scène. Dans le cas de *DanceNote*, la collaboration se manifeste par une polyphonie énonciative, qui prend plusieurs formes : la première, au sens de Ducrot, désigne la présence de plusieurs voix distinctes de celles de l’auteur d’un énoncé ; la seconde, au sens de Souchier, renvoie également à la co-présence de voix distinctes, mais comprises comme prenant part à la fonction auctoriale.

L’analyse de “l’énonciation éditoriale” (Souchier, 1998) induite par l’architexte (Souchier, Jeanneret, 2005) constitue ainsi une méthode susceptible d’éclairer les modalités de la collaboration, en ce qu’elle s’intéresse à l’expression de rapports de pouvoirs. Reposant sur plusieurs “fonctions” d’éditorialisation, qui ne sont pas novatrices dans les dispositifs numériques de partage, deux modes de collaboration principaux sont induits par *DanceNote*. Ils sont révélés (et mis en scène) par l’architexte qui rend visible (et implique d’assumer) une large part de l’organisation des relations (habituellement plus “informelles”) entre les acteurs.

Dans le premier cas, c’est l’un des acteurs du projet (son initiateur) qui a exclusivement “la main” sur l’ensemble : il est le seul “éditeur” du projet que ses interprètes et collaborateurs, sont “invités” à consulter. La collaboration s’organise par un principe de

centralisation des documents, auxquels chacun a accès individuellement. *DanceNote* se propose alors comme un réseau social - aux fonctions limitées - pour échanger à distance sur le projet commun, régi par son initiateur. Comme le montrent les deux figures suivantes, sur le mode diatextuel (Fournout, 2012) du tchat, l'échange est circonscrit à une "interface" séparée qui le décontextualise en dissociant les commentaires du projet ; il peut également se réaliser par la médiation d'une messagerie interne en "one to one" (LM, 2018).

Fig.4 – Capture d'écran de l'architexte de la messagerie instantanée

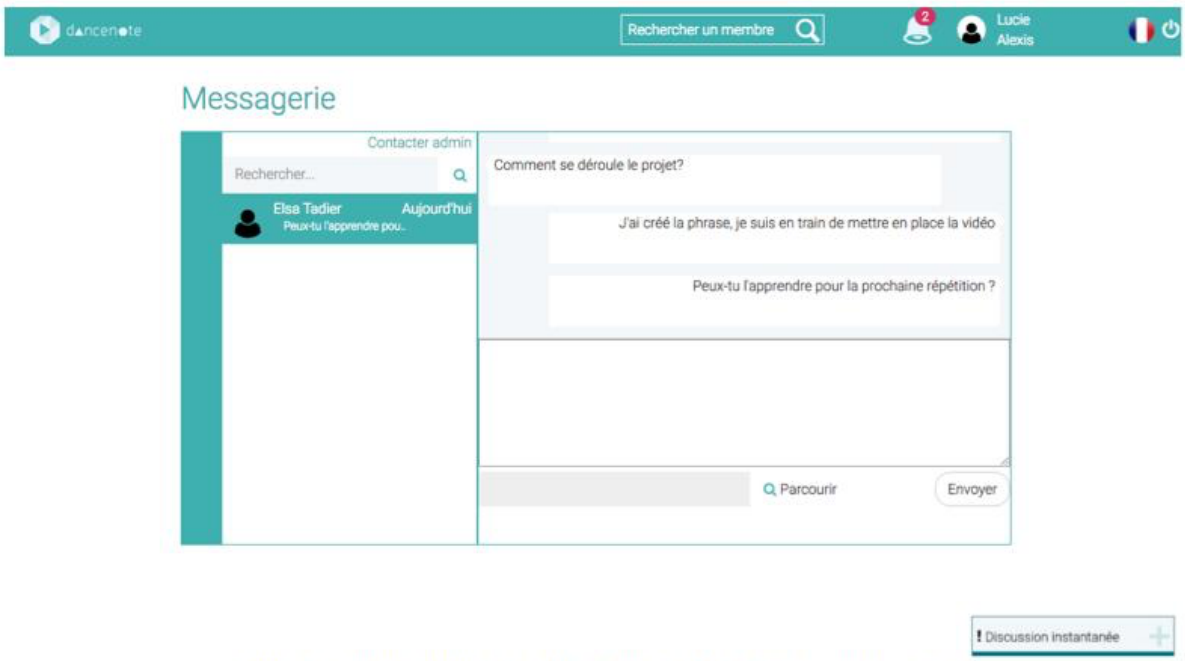


Fig.5 – Capture d'écran de l'architexte de la messagerie interne

Ce modèle est l'expression de la hiérarchisation des différents acteurs impliqués, selon leur statut. Il est clairement affiché par les conceptrices : "Je peux ouvrir les accès soit à mes

danseurs, soit à mon équipe technique, à mon régisseur, et puis je peux retirer les accès quand je veux." (LM, 2018). C'est dans ce type d'usage que s'inscrit Bastin. Le processus communicationnel est ici effectivement porté par l'imaginaire de la transmission.

Dans le second cas, l'initiateur du projet peut reconnaître comme "éditeur" certains ou tous les acteurs amenés à intervenir, de façon à ce que chacun puisse commenter, annoter, ajouter des documents et des consignes : en somme, participer à la création chacun au même titre (qu'il soit chorégraphe, interprète, technicien). Dans la mesure où les acteurs ont potentiellement "la main" sur le produit fini, c'est la place et le rôle de chacun dans le processus créatif qui sont réévalués grâce au dispositif numérique. L'énonciation éditoriale nivelle ainsi les différentes "prises de parole" : les éventuelles "prises de pouvoir" d'un acteur opèrent donc à un autre degré, au niveau du processus énonciatif de l'annotation.

Ces deux formes d'éditorialisation de la collaboration saisies par l'analyse sémiotique mettent en évidence un autre enjeu, touchant à l'inscription du collaboratif dans des temporalités différentes, ce qui a un impact à la fois sur les modalités de la collaboration et sur le processus créatif. Par exemple, le second cas, où les acteurs sont tous reconnus comme "éditeurs", engage à une approche plus synergique du processus créatif, car la temporalité de la collaboration est repensée. Chaque acteur, puisqu'il "fait" en même temps que les autres (le technicien son en même temps que le danseur, par exemple), peut ajuster son action à celle des autres au moment où il la met en œuvre, et non *a posteriori*, comme c'est souvent le cas dans la pratique.

Au terme de cette analyse, *DanceNote* apparaît comme un outil intéressant pour penser les mutations des processus de création chorégraphiques en régime numérique, puisqu'il touche à une large part de l'économie de la créativité, et nous apporte de premières pistes de réponse.

Il apparaît que, comme dispositif numérique singulier, *DanceNote* ne transforme pas en profondeur le processus créatif, ni les pratiques ou les relations communicationnelles qu'il engage. Il demeure relativement limité dans ses possibilités, comme dans ses perspectives, ce dont témoigne la métaphore de l'"armoire" employée par Bastin. Elle rend compte d'un outil plus conçu comme un "drive" (en lien avec la fonction de stockage et de partage permise de façon générale par le numérique) que comme un dispositif capable de mettre en synergie réelle une pluralité de documents hétérogènes.

Il y a cependant des métamorphoses, dont certaines restent encore à souligner. Avec *DanceNote*, le numérique ne remet pas en question la dimension profondément matérielle du processus créatif : vidéo, papier, son, image, écriture, sont des éléments toujours utilisés pour la danse. Mais il joue sur d'autres modes d'éditorialisation de ces modalités expressives. Il en régit dès lors la "parole" de pouvoir.

En outre, le dispositif numérique redéfinit le partage de cette matérialité - ce qui n'apparaît pas comme une élément novateur. Mais du même coup, s'opère une redistribution, du collectif, une relative réorganisation des pratiques en polyphonie - et une possible intervention des acteurs sur une temporalité commune. Cela engage une forme de décloisonnement de pratiques en général isolées et donne à tous les acteurs une vue d'ensemble du projet. Chacun, dans sa participation, peut être éditorialement élevé au statut de co-auteur d'un même projet, mettant alors en visibilité la dimension collaborative du processus créatif et le rôle crucial de chacun des acteurs. Mais paradoxalement, dans la mesure où la médiation de l'outil numérique permet de pallier l'absence notamment du chorégraphe, *DanceNote* invite également à un renforcement de la pratique individuelle de la danse, qui relève désormais aussi de la pratique d'une écriture médiatique.

Bibliographie

Challet-Haas J. (2012). *L'écriture du mouvement dansé. Le Transcripteur : du regard à l'écriture,* cycle de conférences sur l'histoire de la danse, Théâtre de la Ville, Paris.

Cloutier J. (1970). L'audio-scripto-visuel. *Communication & langages,* n°7, p. 78-86.

Fourez G. (2001). Fondements épistémologiques pour l'interdisciplinarité. *Les fondements de l'interdisciplinarité dans la formation à l'enseignement*. Sherbrooke, CRP, p. 67-84.

Fournout O. (2012). *Théorie de la communication et éthique relationnelle : du texte au dialogue*. Paris, Lavoisier.

Goody J. (1979). *La Raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*. Paris, Minuit.

Grafton A. (2005). *La page de l'Antiquité à l'ère du numérique.* Paris, Hazan.

Hecquet S. & Prokhoris S. (2007). *Fabriques de la danse*. Paris, PUF.

Jeanneret Y. (2008). *Penser la trivialité. Vol 1 : la vie triviale des êtres culturels*. Paris, Lavoisier.

Jeanneret Y. & Souchier E. (1999). Pour une poétique de l'écrit d'écran. *Xoana 6-7,* p. 97-107.

Jeanneret Y. & Souchier E. (2002). La communication médiatisée est-elle un usage ?, *Communication & langages*, n°132, p. 5-27.

Jeanneret Y. & Souchier E. (2005). L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran. *Communication & langages* n°145, p. 3-15.

McKenzie D.F (1991). *La bibliographie et la sociologie des textes*. Paris, Cercle de la librairie.

Piquemal J-M. (2007). La partition : un objet vivant. *Actes des états généraux de la notation chorégraphique : outil de mémoire et de transmission*, Atelier baroque.

Robert P. (2000). Qu'est-ce qu'une technologie intellectuelle ?. *Communication & langages*, n°123, p. 97-114.

Souchier E. (1998). L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale. *Les Cahiers de médiologie*, n°6, p. 137-145.

Tönnies F. (2010). *Communauté et société*, Paris, PUF.

Treleani M. (2014). *Mémoires audiovisuelles*. *Les archives en ligne ont-elles un sens ?*, Presses de l'Université de Montréal.

Les observatoires des publics et des pratiques culturelles : des dispositifs sociotechniques d'enregistrement et d'évaluation de la créativité au prisme des SIC

Cultural observatories as sociotechnical systems for assessing creativity from the information and communication sciences perspective

Emilie Pamart
Centre Norbert Elias, UMR 8562 EHESS-CNRS-UAPV-AMU
emilie.pamart@univ-avignon.fr

Frédéric Gimello-Mesplomb
Centre Norbert Elias, UMR 8562 EHESS-CNRS-UAPV-AMU
frederic.gimello@univ-avignon.fr

mots clef : observatoires de la culture, dispositifs sociotechniques, statistique culturelle, études de fréquentation

keywords : cultural observatories, sociotechnical systems, cultural trends and statistics, audience studies

Résumé : A partir d'une étude liminaire menée en 2016-2017 sur un groupe d'observatoires de la culture en France concernant des domaines culturels distincts (musiques amplifiée, spectacle vivant, politiques territoriales, techniciens du spectacle), nous observons les logiques internes et questionnons, dans une dimension à la fois communicationnelle et comparative, les jeux d'échelle mobilisés, les modalités de construction des indicateurs et les dynamiques d'institutionnalisation à l'œuvre dans ces dispositifs. Il s'agit de mettre à l'épreuve l'articulation entre l'émergence de cet objet d'étude et les paradigmes au cœur d'un domaine des sciences de l'information et de la communication. En quoi les observatoires de la culture contribuent-ils aujourd'hui au renouvellement des outils et méthodes d'analyse des publics ?

Abstract : Based on a preliminary study conducted in 2016-2017 on a dozen of cultural observatories in France concerning cultural domains such as amplified music, live performance, territorial policies, we observe the internal logic, the scale games mobilized, the methods of constructing the indicators and the dynamics of institutionalization at work in these systems in a dimension both communicative and comparative. The articulation between the emergence of this object of study and the paradigms at the heart of a field of information and communication sciences are stated. In what way do observatories of culture today contribute to the renewal of tools and methods of audience studies ?

Les observatoires des publics et des pratiques culturelles : des dispositifs sociotechniques d'enregistrement et d'évaluation de la créativité au prisme des SIC

1. La règle de l'Exception : observation culturelle et politiques publiques

La France est le pays qui compte le plus grand nombre d'« observatoires ». A chaque secteur d'activité correspond son observatoire. Les institutions culturelles et les centres de recherche n'ont pas échappé à cette tendance (Piponnier, 2012 ; Saez, 2011). L'activité de participation des individus à leurs environnements socio-culturels est évaluée, jaugée, quantifiée jusqu'au niveau micro-social par des logiques d'observation dont la finesse de grain échappe aux enquêtes traditionnellement menées par les administrations centrales pour se déployer en une hétérogénéité de structures culturelles qui investissent la collecte de données longitudinales sur leurs usagers comme partie intégrante de leur activité (Thevenin-Moeschler, 2009). Déjà, de vastes enquêtes collectives étaient expérimentées dans l'Angleterre des années 30 sur les conditions de vie et les pratiques culturelles des classes populaires (Sheridan, 1993). Par ailleurs, les travaux qui interrogent la construction et l'efficience de cet objet (Le Marec *et al*., 2012 ; Piponnier, 2012 ; Mattelart-Chantepie, 2015) ont montré l'ambivalence de l'objet « observatoire » à la fois dispositif sociotechnique de représentation et d'enregistrement des activités créatives et instrument de gouvernance politique et de régulation de ces mêmes activités. Paradoxalement, alors que les publics de la culture étaient de mieux en mieux décrits à l'échelon macro sociologique dans les grandes enquêtes nationales produites par le DEPS (Donnat, 2008), les publics localisés tout autant que les logiques d'engagement de ces derniers dans des pratiques de sortie dont l'élément déterminant est l 'objet culturel (musée exposition, cinéma, concerts, festivals...) restent encore largement sous-décrites. Partant bien souvent du sentiment que les enquêtes nationales ne permettaient pas de rendre compte des dynamiques des publics et de leur participation à la « territorialité » (Pamart, 2011), ce phénomène a conduit très tôt les opérateurs culturels territoriaux à se doter eux-mêmes de structures d'observation de leurs propres publics destinées tout à la fois à la justification de leur activité qu'à une démarche proactive de médiation liée à l'injonction au « renouvellement des publics ». Si bien que la multiplication des observatoires produit aujourd'hui un effet très contrasté : si elle a permis une finesse de grain pour mesurer l'activité des publics sur des offres culturelles très spécialisées et de mesurer leurs effets en régime numérique, par exemple, elle peine encore à rendre compte des effets de déplacements des publics, des

attachements ou effets d'entraînement sur d'autres catégories d'usagers (Gimello & Villate, 2015).

2. Question de recherche et caractéristiques de l'échantillon d'observatoires

Il est admis de se poser la question si la forme observatoire comme dispositif sociotechnique d'enregistrement de l'activité culturelle participe au renouvellement des outils et méthodes en études des publics. Le caractère dynamique et longitudinal de cette étude, tout autant que le peu de travaux qui, en SIC, portant sur ces nouveaux objets, nous amène à adopter une certaine prudence méthodologique. Nous nous limiterons donc, dans cette communication, aux questions de recherche qui nous ont amené à nous intéresser aux observatoires et aux caractéristiques de ceux qui furent observés lors de notre terrain sans l'ambition de déterminer l'ensemble des réponses qui peuvent éventuellement être aujourd'hui apposées face à ses objets.

2.1. Echantillon et méthodologie

Un séminaire de recherche portant sur la dimension empirique de la question de l'observation rapprochée et des observatoires fut organisé au sein de notre unité de recherche durant l'année 2016-2017. A la suite de quoi, plusieurs intervenant appartenant à des dispositifs d'observation culturelle furent invités à exposer les modalités de fonctionnement de leurs structures, les méthodes de collecte et de valorisation des données, la façon dont sont mise en discussion les résultats de ces enquêtes, notamment. Les observatoires concernés furent l'OPC (Observatoires des Politiques Culturelles) de Grenoble, la FEDELIMA (Fédération des lieux de musiques actuelles), l'observatoire des publics de la Direction générale des Patrimoines (ministère de la Culture), l'observatoire des publics du musée du Louvre et l'Observatoire des professions du spectacle vivant. Le cadrage théorique de cette série d'entretiens fut donné en commençant par travailler collectivement l'institutionnalisation des enquêtes de publics en milieu rapproché à travers l'étude du mouvement britannique de la « Mass Observation (1937-1949) », qui offre l'avantage de proposer un référentiel déjà ancien, et dans un pays doté d'une autre culture statistique. Des chercheurs en SIC apparentant à d'autres unités ont contribué également à soutenir ce chantier collaboratif dont la valorisation est actuellement en cours de formalisation. Les outils de l'observation participante et de l'analyse de discours en situation furent mobilisés.

2.2. Caractéristiques communes des observatoires de la culture

a) l'observatoire comme « contre-modèle » de la statistique publique

A l'issue de la phase de rencontres avec les responsables, plusieurs questions ont émergé. La première question qui nous a interpelé a porté sur l'échelle de mesure adoptée par les observatoires de la culture. Le caractère rapproché, éminemment « territorial » des observatoires, et pleinement revendiqué par ces derniers dans leur communication extérieure et institutionnelle, prend de le parti d'adopter une dimension militante de la territorialité qui semble s'opposer au jacobinisme d'un l'Etat central. Le discours des acteurs en situation use, par exemple, fréquemment de couples d'oppositions (Paris province, DEPS/Observatoires, scientifiques/acteurs de terrain). A l'inverse de ce que l'on rencontre dans d'autres domaines d'activité économique également marqués par une profusion d'observatoires (l'environnement et la santé notamment), le dispositif observatoire dans le domaine de la culture se veut bien souvent pensé comme un « contre-modèle » de ce que la statistique produit par ailleurs sur les pratiques des publics de la culture. Le jugement de valeur n'est évidemment pas loin, comme nous avons pu le mesurer à la façon dont les responsables posent le postulat de la validité des études nationales, et de celle sur les pratiques culturelles des Français, par exemple (Donnat, 2009), qui reste un référent central pour la justification et le bien fondé de dispositifs d'enquêtes alternatifs.

b) la dimension participative et dialectique de la mise en forme du savoir sur les pratiques

Nous avons ensuite relevé que le caractère « participatif » des observatoires était, là encore, présenté comme offrant les meilleures garanties d'objectivité face aux études nationales conduites bien souvent par un seul chercheur (le DEPS éditant, en effet, depuis plusieurs décennies, ses études thématiques à la Documentation Française sous le nom d'auteur du chercheur ayant conduit l'enquête, ce qui a conduit à la notoriété nationale des ingénieurs de recherche ayant conduit des enquêtes d'Olivier Donnat à François Rouet en passant par Jean-Michel Guy, mais aussi à une forme d' « auteurisation » de la statistique culturelle que les observatoires que nous avons interrogés rejettent dans leur ensemble comme suspecte d'une forme de subjectivité.

c) Des trajectoires sociales et professionnelles passant par l'université

Le fait que le séminaire de recherche soit organisé dans l'enceinte d'une université nous a permis de mesurer le rapport au savoir académique entretenu par les responsables invités, teinté d'une double forme de fascination et de dénégation. L'université incarne pour beaucoup d'entre eux l'époque de leurs études. Nous avons relevé que les trajectoires sociales et professionnelles sont passées par l'université, par un second cycle, la plupart du temps

interrompu en troisième, lequel conditionne un propos souvent critique tenu par ces derniers sur la recherche publique, pourvoyeuse de précarité, mais aussi de flottements conceptuels dont les observatoires souhaitent se prémunir. Nombreux sont, en effet, les responsables ayant débuté puis interrompu une thèse pour rejoindre, après une succession de contrats courts, les services statistiques d'associations ou de collectivités territoriales pour y développer une méthodologie de recherche, après un « projet », ce qu'observe singulièrement l'HDR en SIC de Anne Piponnier qui montre la forte articulation entre projet et observatoire, les observatoires étant bien souvent d'anciennes structures crées pour répondre à des appels d'offres, pérennisées ensuite sous cette forme (Piponnier, 2012 a et b).

3. Perspectives de travail

Il est sans doute trop tôt pour exposer les résultats définitifs de ce chantier encore en cours de développement. Sans revenir sur l'ensemble des travaux qui ont interrogé les observatoires, les perspectives de ce chantier portant sur les structures de ce type dans le domaine culturel sont de deux ordre. D'une part, elles permettent de mettre en lumière, sur le plan organisationnel et communicationnel, les tensions et jeux d'acteurs dans un domaine encore peu concurrentiel, mais qui doit sa viabilité économiques au financement public. Cet aspect conditionne la façon dont sont conçues les enquêtes et la finalité sociétale de ces dernières. Ainsi, alors que les observatoires, en France, ont été pensés, dès les années 70, comme une force indépendante, permettant de juger de l'efficacité des politiques publiques territoriales marquées par les contrats d'objectifs qui souffraient d'un manque de structures dédiées à l'évaluation de ces derniers (Trepos, 1996 ; Desrosières, 2016), on observe aujourd'hui, pour nombre de structures, un glissement sensible de l'évaluation culturelle vers le domaine de l'expertise et de la consultance, ce qui est notamment perceptible chez les structures économiquement les plus fragiles.

Sur le plan conceptuel d'autre part, les enquêtes menées par les observatoires de démarquent finalement assez peu, contrairement au discours d'escorte qui les accompagnent, des schèmes intellectuels dominants de la sociologie de la culture d'inspiration critique tel que Bourdieu ou Lahire ont pu les incarner des années 1960 à 90, notamment autour de la question des déterminismes économiques et sociétaux. Un premier coup de sonde sur la production documentée des observatoires montre que les questions des disparités territoriales, de l'exclusion, des fractures de tout ordre, et des moyens de les endiguer par la puissance publique sont des thématiques qui dominent encore largement la production. Cela se vérifie notamment à la bibliographie des enquêtes, dont les fils se relient autour de références

communes. Contrairement au mouvement anglais de la *mass observation* qui, dès le départ, prend le parti d'une approche fortement ethnographique qui ne sera pas étrangère à l'émergence du mouvement des *cultural studies* né d'anciens enquêteurs regroupés autour de Richard Hoggart (Mak, 2016), nous avons noté que peu d'études d'observatoires de la culture, à quelques exception près (lecture et musées) adoptaient en France une perspective sémiotique et compréhensive au sens sociologique du terme, qu'elle porte sur les modalités d'attachement des publics, les phénomènes de naissance, de circulation, ou d'intermédiation des passions culturelles, ou encore sur les pratiques de sortie, par exemple, ce qui les éloignerait probablement de la dimension utilitariste et publique des enquêtes, mais complèterait utilement les enquêtes nationales encore à la peine sur la question des modalités d'attachements des publics (Cefaï & Pasquier, 2003) ou la fabrique sexuée des goûts culturels (Octobre, 2016). Les promesses du renouvellement conceptuel des observatoires de la culture semblent encore rester à démontrer.

Bibliographie

Belaën, F., Lacaille, F., & Lacroix, J. L. (2009). Genèse de l'Observatoire du Patrimoine et de la Culture Scientifiques et Techniques. *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, (126), 15-23.

Callon, M. et Rip, A. (1991). « Forums hybrides et négociations des normes socio-techniques dans le domaine de l'environnement. La fin des experts et l'irrésistible ascension de l'expertise ». *Environnement, science et politique. Les experts sont formels*, vol. 1, p. 227-238.

Cefaï, D., & Pasquier, D. (2003). *Les sens du public: publics politiques, publics médiatiques*. Presses Universitaires de France-PUF.

Coutant, A. (2015). « Les approches sociotechniques dans la sociologie des usages en SIC ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, no 6.

Desrosières, A. (2016). *La politique des grands nombres: histoire de la raison statistique*. La découverte.

Donnat, O. (2009). « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique ». *Culture études*, 2009, no 5, p. 1-12.

Flichy, P. (2014). *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique: Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris, Le Seuil.

Gimello-Mesplomb F. & Villatte, J-C. (2015), « Les recherches sur les publics en Sciences de l'Information et de la Communication », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 7.

Greffe X., Pflieger S. (2005), *La culture et le développement local*, Paris, publications de l'OCDE.

Langumier, JF.(2002). « Pourquoi des observatoires autoroutiers et pour qui?/Motorway observation units: why create them and for whom? ». *Géocarrefour*, 2002, vol. 77, no 1, p. 95-97.

Mairesse F. (2016). *Gestion de projets culturels. Conception, Mise en œuvre, Direction*, Paris, Armand Colin.

Mairesse F. & Rochelandet F. (2015). *Economie des arts et de la culture*, Paris, Armand Colin.

Mattelart, T. & Chantepie, P. (2014), *Enjeux intellectuels de la diversité culturelle: éléments de déconstruction théorique*, Paris, Département des études, de la prospective et des statistiques.

Lascoumes P. & Le Galès P. (2005). *Gouverner par les instruments*. Paris, Presses de Sciences Po.

Le Marec, J. (2010), « Enquête et savoirs du contact dans les études de sciences : pour une réflexivité institutionnelle ». In J. Le Marec (dir.), *Les études de sciences : pour une réflexivité institutionnelle*. Paris : Editions des Archives Contemporaines, p. 95-119.

Le Marec, J., Belaën, F. (2012). « La création d'un observatoire : que s'agit-il de représenter? » *Communication & Langages*, n°171, p. 29-45.

Mak, A. (2016). Enquêteur ou espion? Une organisation de recherche aux prises avec la défiance (le Mass Observation, 1939-1945). *Tracés. Revue de Sciences humaines*, (31), 43-66.

Octobre, S. (2009). Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission: un choc de cultures?. *Culture prospective*, (1), 1-8.

Pamart, E. (2010). « Penser la notion de territorialité sous le regard des Sciences de l'information et de la communication », Actes du congres de la SFSIC, Dijon.

Pamart, Emilie (2011). « Territorialisation culturelle et poïétique d'un espace intercommunal: le cas d'Ouest Provence et la régie culturelle Scènes et Cinés ». Thèse de doctorat. Université d'Avignon - Université du Québec à Montréal.

Pignot, L., & Saez, J. P. (2010). La ville créative: concept marketing ou utopie mobilisatrice? *L'Observatoire, la revue des politiques culturelles*, (1), 23-24.

Poirier, C., Lavoie-Marcus, C., Duchesneau, C., Bao-Lavoie, A., & Bellavance, G. (2011). *Observatoires culturels et secteur de la danse au Québec: paramètres et modalités d'un observatoire de la danse*. INRS Centre-Urbanisation Culture Société.

Piponnier, A., (2012a). « Le projet. Une approche sociopragmatique d'un artefact Communicationnel ». Dossier d'habilitation à diriger des recherches. Paris 7-Diderot.

Piponnier, A. (2012b), « Projet et observatoire. Une alliance historique et pragmatique ». *Communication & Langages*, n°171, p. 67-80.

Sheridan, D. (1993). “Writing to the archive: Mass-Observation as autobiography”. *Sociology*, vol. 27, no 1, p. 27-40.

Thevenin O., Moeschler O. (2012). « Vers des politiques culturelles d’agglomération. Réflexions à partir d’une comparaison de trois cas européens », in *Les nouveaux enjeux des Politiques culturelles*, G. et J-P. Saez (dir.), La Découverte, p. 119-132.

Thevenin Olivier, Moeschler Olivier (2009). Les territoires de la démocratisation culturelle, Paris, Harmattan.

Trepos J.-Y. (1996). *Sociologie de l’expertise*. Paris, Presses universitaires de France.

« Interaction entre observation culturelle et politiques publiques », *L'Observatoire*, 2007/2 (N° 32), p. 12-13. URL : https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2007-2-page-12.htm