XXIIème Congrès de la SFSIC

Société Française des Sciences de l´Information et de la Communication

9 - 10 Juin 2021

Actes.

Sous la direction de Jean-Claude DOMENGET, Benoit LAFON, Sarah CORDONNIER

SOCIÉTÉS ET ESPACES EN MOUVEMENT

SFSIC

GRESEC Université Grenoble Alpes

UGA Université Grenoble Alpes

Responsabilité scientifique du congrès :

Jean-Claude DOMENGET

© SFSIC - 2022

ISBN : 978-2-914872-01-0

SOMMAIRE

Mot des présidents
Philippe Bonfils et Patrice de la Broise.....11

Editorial
Jean-Claude Domenget, Benoit Lafon et Sarah Cordonnier.....12

Propos introductif à la conférence
Bernard Miège 16

Conférence inaugurale : sur la piste des mutations communicationnelles à l'ère numérique. Une problématique des déplacements.
Gaëtan Tremblay, CRICIS, UQAM 18

AXE 1 : INSTITUTIONS, ORGANISATIONS, FORMES SOCIALES

/ Chapitre 1 : Transformations numériques et médiatiques

L'action éducative numérisée au cœur d'une organisationterritoriale reconfigurée
Pauline Reboul, Michel Durampart 38

Les espaces numériques dans le secteur social et médico-social :impulsions, assimilations et répercussions culturelles
Mathias Fauché 49

Sur le réinvestissement de formes interactionnelles du quotidienpour l'institutionnalisation d'une « diaspora connectée ».
Sarah Rakotoary.....57

Une extension numérique organisationnelle du champ d'action sociale. Le projet « Caisse d'allocations familiales du futur »
Christian Bourret, Sylvie Parrini-Alemanno, Gaëlle Choquer-Marchand.....68

Le devenir de l'action artistique et culturelle dans le discours des professionnels ?
Mathieu Feryn, Benjamin Derhy Kurtz 79

À la fin, tout est analogique. Importance préservée des relations interpersonnelles, des intermédiaires culturels et des lieux pour l'industrie musicale indépendante
Jérémy Vachet 87

Identités et territoires d'action artistiques en mutation : une approche à partir d'un dispositif de formation singulier au sein du champ théâtral, l'Académie de la Comédie-Française.
Amaia Errecart, Philippe Fache 98

/ Chapitre 2 : Normes, normalisations, instrumentalisations

Instauration et assemblage des données en santé : le cas des registres du cancer
Anja Martin-Scholz, Anne Mayère, François Lambotte 109

L'impact des mutations socio-politiques sur la procédured'inscription des biens sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO
Iva Zunjic 123

Forme de communication du bricolage expérientiel dans desespaces organisationnels en mouvement
Carisia Ondo 136

Gouvernance et développement durable :des interactions à l'épreuve du flou normatif et définitionnel
Benjamin Thicoïpé 146

Sensorialité et émotions, vers une co-construction du sens.
Approche qualitative de l'expérience de visite à la Cité du vin de Bordeaux
Audrey Moutat, Cristina Badulescu.....155

Vers un système d'évaluation du degré de maturité de la ville « intelligente »
Monia Benaissa, Sabrina Boulesnane, Laïd Bouzidi, Eric Thivant 165

De la transition à la permaculture : analyse d'un marcottage social et communicationnel
Frédérique Sussfeld, Céline Pascual Espuny 183

/ Chapitre 3 : Politiques éducatives, correctives et controverses

Institutionnalisation des dépistages organisé des cancers : entre changements organisationnels et controverses
Pierre Mignot, Dorsaf Omrane, ...195

Regards sur un espace hétérotopique. Les associations de prévention du suicide et leurs dispositifs d'écoute.
Romain Huët 204

Le Brexit et la crise des imaginaires européens
Clémentine Leroy.....216

Le fablab comme nouvel espace de savoirs : vers une évolution de la forme scolaire ? Etude de cas
Karel Soumagnac 227

Éducation aux Médias, Jeunesse empêchée, Mèmeet Folklore Numérique
Laura Huret 236

Formation universitaire en communication comme un espace physique et symbolique de construction du territoire des relationnistes par leur professionnalisation
Alexander Kondratov, Elise Le Moing-Maas 246

L'enseignement délocalisé de l'histoire : reconfiguration des espaces de communication par la visite scolaire (les cas de visites à Auschwitz-Birkenau et sur les champs de bataille de la Somme)
Nathanaël Wadbled 255

Dynamique définitoire et jeux d'acteurs : le cas du Biocontrôle
Peggy Cadel, Amélie Coulbaut, Frédéric Couston 266

/ Chapitre 4 : SIC et recompositions professionnelles

Les SIC entre espaces scientifiques et espaces socioprofessionnels du paradigme originel à la maturité disciplinaire
Laurent Morillon, Céline Paganelli, Olivier Galibert 277

Le journalisme scientifique, un sous-espace professionnel en dé-différenciation ?
Faïza Naït-Bouda, Nicolas Pélissier 287

Le fait divers et les reconfigurations des espaces privé/public : vers une mise en discussion des identités collectives ?
Sophie Dubec 299

Régionalisation des plateformes transnationales de SVoD : quelles reconfigurations pour les industries audiovisuelles locales ?
Le cas de Netflix en Inde
Christine Ithurbide 308

Entre mutations, harcèlement moral organisationnel et communication de crise :
le cas de France Télécom
Marie-Odile Legrand, Marie-Eve Saint Georges 318

Notion de "décalage" dans la communication des projets environnementaux
Béatrice Jalenques-Vigouroux, Valérie Colomb 328

De la logique institutionnelle à la connectivité performative : étude thématique des messages publiés sur les sites web du gouvernement fédéral canadien
Ivan Ivanov 343

AXE 2 : TERRITOIRES, MOBILITÉS, CIRCULATIONS

/ Chapitre 1 : Espaces urbains en mouvement

Face à face dans l'émeute : éprouver l'espace urbain comme scène de l'agir conflictuel
Élise Creully, Romain Huët 365

Veiller sur nos milieux par l'image
Julia Bonaccorsi 376

Le journaliste et la problématique de gestion des déchets d'un territoire. Une approche sémio-narrative des récits dédiés de la presse quotidienne de Kinshasa (RDC)
Pudens Malibabo Lavu 389

Les reconfigurations éditoriales du territoire par la presse quotidienne régionale à l'heure du numérique et des nouvelles mobilités
Alexandre Joux, Pauline Amiel.....401

Mobilité et nomadisme numérique dans la ville « créative » et « intelligente » : utopie et hétérotopie d'une organisation territoriale
Jean-Baptiste Le Corf 410

Smart-citizen et développements communautaires : l'organisation des mobilités au sein de Nice Méridia
Jacques Arazskiewiez, Amélie Coulbaut-Lazzarini, Frédéric Couston 424

*Analyse du discours média sur la compréhension de l'espace touristique : le cas de la **smart** destination*
Cyril Blanchet, Nathalie Fabry 433

/ Chapitre 2 : Cultures en circulations

Les réseaux et lieux de sociabilité des Français en Allemagne : médias sociaux, espaces géographiques et transnationalité. Le cas des Français à Munich.
Lauriane Debrock.....444

Communiquer sur la mobilité internationale à destination des jeunes : vers un modèle de transmission horizontale des informations
Cécilia Brassier Rodrigues.....454

Les pratiques d'interaction et la construction identitaire dans les familles des migrants roumains, sous l'influence des nouvelles technologies
Antonia Noël.....466

Circuits et itinéraires des cinémas d'Amérique latine. Vers la construction de la figure de « cinéaste-auteur du Sud transnational »
Amanda Rueda.....478

La patrimonialisation des arts de la scène dans des espaces de rencontre en mouvement
Mathieu Feryn, Vincent Lambert 487

Enjeux de la création artistique contemporaine au service du développement territorial en milieu rural. Forces et limites d'une politique de la métaphore.
Pierre Mœglin 498

Enquête multisituée et perspective comparative sur les circulations du reggae
Jean-Christophe Sevin 507

Pratiques, usages et perceptions de la Science Ouverte chez les enseignants-chercheurs : enquête à l'Université de Toulon
Clara Galliano 515

/ Chapitre 3 : Organisations et représentations du territoire

La construction des imaginaires urbaines : le cas de la ville d'Autun
Nanta Novello Paglianti.....527

Pour une approche communicationnelle de la gentrification et de ses dimensions culturelles et symboliques
Simon Renoir 537

Vers une approche territoriale des problématiques liées à l'éducation prioritaire : l'exemple des cités éducatives comme espace en mouvement.
Barbara Szafrajzen, Jean Moutouh 548

Musées en mouvement et district culturel
Nicolas Peyre 558

Lever les blocages pour les organisations non gouvernementales sur le terrain : la question de la distance en communication
G. Gustémable & C. Pascual Espuny.....569

Big Data et grande plaisance : De la géolocalisation aux conditions de travail des marins
Véronique Pillet-Anderlini.....581

Interfaces info-communicationnelles de la micromobilité : une approche socio-technique
Thilo von Pape, Jean-Claude Domenget, Séverine Equoy Hutin,
Sophie Mariani-Rousset, Thomas Buhler 592

AXE 3 : PARTICIPATIONS, CONSOMMATIONS, ENGAGEMENTS

/ Chapitre 1 : Expériences numériques et enjeux informationnels

Les enjeux de la participation à la campagne en ligne. Une comparaison des stratégies des candidats à l'électionprésidentielle française de 2017
Gersende Blanchard 606

Dénoncer les violences policières sur Facebook : entre volonté de visibilité et construction d'un problème public
Édouard Bouté 619

Journalisme critique ou critique du journalisme. ***Gazette Debout*** *est-elle un producteur d'information ?*
Marianne Dupont, Franck Bousquet 629

« Bobards » et « système médiatique » dans le discours des acteurs de la réinformation : le symptôme et la maladie
Gaël Stephan 640

La performance des médias indépendants aux mouvements de contestation sociale au Brésil
Gisele Borges 649

La transparence comme stratégie de restauration de la confiance envers les journalistes et outil d'articulation du sens à apporter au journalisme. Analyse de discours de la rubrique « Inside » du site de la Radio-télévision belge francophone.
Cédric Tant 662

Plateformes contributives culturelles : une approche multi-espace
Marta Severo 672

/ Chapitre 2 : Engagements et controverses

L'éditorialisation contributive de l'Inducks entre amateurs et professionnels de la bande dessinée Disney
Irene De Togni 684

La société civile libanaise entre émancipation et radicalité
Billel Aroufoune.....693

Approche transactionnelle du processus valuation environnementale de la méthanisation agricole
Violène Sibertin-Blanc.....704

Le discours nationaliste dans l'espace numérique vietnamien : le cas de la catastrophe environnementale Formosa en 2016
Thi Thanh Phuong Nguyen-Pochan.....716

Télévision et téléspectateurs en mouvement : le récit journalistique enchanté du participatif
Céline Ségur.....728

Les formes d'action politique des Anonymous et leurs représentations à la télévision française
Marie-Noëlle Doutreix.....742

/ Chapitre 3 : Mutations des espaces culturels

Consommateurs, applications mobiles et durabilité : vers un nouveau type de comportement d'achat ?
Hanitra Randrianasolo-Rakotobe, Jean-Michel Ledjou.....752

Ce que les publics font au jazz ou comment les publics participent à l'émergence de réseaux
Mathieu Feryn.....761

Formes et enjeux de la participation des internautes aux prix cinématographiques et audiovisuels
Chloé Delaporte 770

Suivre les affects (numériques) à la trace. Présentation de la méthode des strates
Julien Pierre, Camille Alloing.....779

Usages numériques et dessins de la ville : les nouveaux maîtres d'ouvrage
Marion Trommenschlager.....793

L'hégémonie du QR code en Chine
Yuwen Zhang 801

La librairie indépendante, contre-modèle de consommation et espace de résistance culturelle ?
Sophie Noël.....812

/ Chapitre 4 : Travail émotionnel et émotions au travail

Financer une niche par le crowdfunding, la création à l'épreuve de la participation
Quentin Mazel.....823

La perceptibilité des enjeux de la durabilité dans la communication relative à la production d'instruments de musique : des intentions aux réceptions
Fabrice Pirolli.....833

Les conditions d'une mobilisation numérique de masse. Le cas de « L'Affaire du Siècle » sur Facebook
Jean-Baptiste Paulhet.....842

Les communautés émotionnelles dans la consommation de lamode. Une recherche menée sur Instagram
Anna Keszeg.....864

L'empowerment collaboratif comme dispositif communicationnel ? Le cas « Blablahelp »
Nicolas Peirot.....873

AXE 4 : MACHINES, INTELLIGENCES, DESIGN(S)

/ Chapitre 1 : Design d'expérience

UX Design en santé. La prise en compte de l'expérience « numérique » du patient pour accompagner la conception d'uneapplication mobile. Approche, Méthode, Résultats.
Clément Gravereaux.....887

Concevoir des interfaces numériques : médiations d'un savoirprofessionnel autour de la notion de « design d'expérience utilisateur »
Jeremy Lucas-Boursier.....899

Serious Game Design à visée thérapeutique : Favoriser l'appréhension de l'espace et la construction de sens
Julie Golliot.....908

La rencontre d'espaces professionnels, matériels et scientifiques au coeur de la co-construction d'un serious game d'éducation auxmédias et à l'information
Amandine Kervella, Aurélia Lamy, Céline Matuszak.....919

La Réalité Virtuelle Cinématique : le langage de l'expérience vécue.
Les cas de Notes on Blindness et Allumette
Savo Zunjic.....929

Traveling While Black : documentaire immersif et expériences des spectateurs
Amanda Rueda, Muriel Lefebvre, Isabelle Moretti, Pierre Molinier,.....940

/ Chapitre 2 : Intelligence artificielle ?

Enjeux éthiques situés de l'IA
Manuel Zacklad, Antoinette Rouvroy.....950

Modèles et simulation numériques en sciences humaines et sociales. Focus sur les sciences de l'information et de la communication
Nathalie Pinède, Bruno Vallespir.....962

De la fiche à la Cité Mondiale, machines et machinisme dansl'œuvre de Paul Otlet
Rime Fetnan, Olivier Le Deuff.....976

Digital music design : Nouvelles modalités d'éditorialisation des œuvres. Espaces de documentarisation, territoire editorial d'une œuvre etdescription des activites de la filiere musicale
Romain Bigay 986

Smart Rat City. La ville intelligente, un espace narratif
Françoise Chambefort.....998

/ Chapitre 3 : Espaces numérisés et espaces numériques

Pharmaphone : vers des espaces sans l'autre
David Galli.....1010

La smartfiction, quand l'environnement numérique fictionnel s'hybrideà l'environnement numérique personnel
Manon Picard.....1017

« La chronique numérique, objet de fiction hybride »
Pauline Escande-Gauquié 1029

Territoires psychiques : quand le virtuel rend l'invisible visible
Olivier Nannipieri, Aoi Nakamura, Esteban Fourmi, ...1043

Un cadre à la jonction de l'espace physique et numérique
Jacques Ghoul Samson 1052

Santé mobile et redéfinition de la place du malade chronique dansson parcours de soin
Marie-Julie Catoir-Brisson, Elisa Wrembel 1062

Plateformes numériques de transport : les conséquences desespaces virtuels de travail sur la santé des chauffeurs VTC
Salma El Bourkadi 1073

Mot des présidents

Philippe Bonfils et Patrice de la Broise

Chères et chers collègues,

L'édition du XXIIème Congrès de la SFSIC, organisée en partenariat avec l'Université Grenoble Alpes et le laboratoire GRESEC, s'est déroulée en 2021 selon des modalités totalement à distance. Malgré cette situation exceptionnelle dans l'histoire de notre société savante, la communauté d'enseignant-chercheurs de notre discipline s'est fortement mobilisée et nous avons pu compter près de 500 participants lors de cette édition.

Cette participation inédite montre que notre discipline est capable de répondre présente pour ce rendez-vous majeur, et ce quelles que soient les contraintes ! Au-delà de cet aspect quantitatif, les actes dont vous allez prendre connaissance témoignent aussi de la qualité et de la variété des contributions scientifiques de cette édition originale.

Nous remercions Jean-Claude DOMENGET (Vice-président Recherche et responsable scientifique de ce congrès) et toute l'équipe éditoriale de ces actes pour le travail accompli.

Nous vous souhaitons une bonne lecture.

Philippe BONFILS, Président de la SFSIC 2018-2021

Patrice de la BROISE, Président de la SFSIC 2021

Editorial

Jean-Claude Domenget, Benoit Lafon et Sarah Cordonnier

Cher.e.s collègues, cher.e.s congressistes,

Nous sommes très heureux de vous proposer les actes du XXIIème Congrès de la SFSIC qui s'est tenu les 9 et 10 juin 2021 en partenariat avec le laboratoire Gresec, de l'Université Grenoble Alpes. Fruit des contributions qui ont animé le congrès, ces actes rassemblent plus de 90 textes, en un important volume de plus de 1000 pages, proposant un large et stimulant tour d'horizon des apports contemporains des sciences de l'information et de la communication autour du thème de « Sociétés et espaces en mouvement ».

Ce thème du XXIIème Congrès de la SFSIC[1], près de trente ans après le Congrès de Lille-Roubaix sur « les nouveaux espaces de l'information et de la communication », et après avoir dernièrement abordé les thèmes de la temporalité (XXème Congrès, Metz, 2016[2]) puis de la créativité (XXIème Congrès, Paris, 2018[3]), met en avant les enjeux de la spatialité et ses conséquences pour nos objets, nos méthodes et nos cadres théoriques. L'objectif est de questionner à nouveau ces enjeux afin d'identifier sur le long terme leurs continuités et leurs transformations.

La multiplication des échelles spatiales se renforce. Du local à l'international, les strates spatiales rendent compte d'activités sociales, d'organisations et de politiques différentes. Elles conduisent à interroger les relations et les interdépendances entre différentes échelles et produisent des concurrences voire des confrontations, mais aussi à des collaborations. La gestion de la spatialité devient une compétence essentielle pour les acteurs marchands et les acteurs publics.

Le Congrès a porté sur les sociétés et les espaces en mouvement : mouvements induits, imposés ou choisis, cinétiques individuelles et collectives, dans des environnements médiatiques, politiques, sociaux, culturels ou organisationnels, selon des dynamiques situées. Car l'idée de mouvement renvoie à une dynamique, qui pose alors des questions de méthodologie(s) pour penser les mouvements et les mutations à partir de critères de définition spatiale et d'échelle temporelle. Ces critères supposent de déterminer les niveaux d'analyse qui seront alors convoqués.

Autant d'objets de recherche, de problématiques et de méthodologies à construire ou à revisiter dans un contexte où l'internet dessine des formes inédites de sociabilités et de spatialités. La multiplication des informations et les nouveaux modes de communication sont aussi des défis pour les recherches en SIC, que le Congrès a invité les chercheurs et les chercheuses à relever. Les différentes sessions ont été autant d'occa-

1 L'argumentaire scientifique du Congrès, rédigé collectivement par les membres du conseil d'administration de la SFSIC, peut être consulté dans l'appel à contributions (https://www.sfsic.org/wp-inside/uploads/2020/05/aac-congres-sfsic-grenoble-2020-cs-vf.pdf).

2 https://www.sfsic.org/evenements-sfsic/congres-sfsic/congres-sfsic-metz-2016-temps-temporalites-et-information-communication/

3 https://www.sfsic.org/evenements-sfsic/congres-sfsic/congres-sfsic-paris-2018/

sions d'observer, d'identifier, de mesurer et d'analyser les mutations profondes qui affectent les sociétés et les espaces contemporains.

Ont ainsi été abordés, dans leurs dimensions info-communicationnelles, des enjeux qui relèvent du politique, de l'économique, du social, de l'éducation, de la santé, ou encore de la création, tels qu'ils se déploient dans des *espaces* pluriels. Ce sont les espaces dont la nature des contours a été approchée et étudiée relativement à leur matérialité, leur potentiel ou leur absence de contention, détention, réglementation, appellation, identification, aux prises avec les mouvements contrôlés ou incontrôlés des flux d'individus dans les terres (délaissant certaines comme les campagnes et montagnes et surpeuplant d'autres comme les villes), les mers (s'y perdant définitivement pour certains migrants par exemple) et l'espace numérique pris dans ses propres aléas.

Au-delà ou en-deçà de l'effacement apparent du rôle des structures et des héritages, des normes, la « modernité », sous l'influence de contextes technologiques toujours plus complexes, prégnants, englobants et hybrides, ne va pas sans un minimum de contraintes sociales et/ou spatiales. Ce congrès a été l'occasion d'interroger la manière dont les échanges et communications de toute nature produisent des formes plus instables de collectifs, et la manière dont la consistance sociale d'une épaisseur spatiale (et temporelle aussi) est percutée par la mobilité accrue des êtres humains, des idées, des modes d'organisation, des technologies, des informations, des communications.

Le présent volume des actes du XXIIème Congrès de la SFSIC est organisé en quatre axes découpés à leur tour en différents chapitres :

- Axe 1 : Institutions, organisations, formes sociales

> */ Chapitre 1 : transformations numériques et médiatiques / Chapitre 2 : normes, normalisations, instrumentalisations / Chapitre 3 : politiques éducatives, correctives, et controverses / Chapitre 4 : SIC et recompositions professionnelles.*

Cet axe a pour ambition d'interroger les tensions, palpables dans les débats publics, liées à la redéfinition permanente des êtres humains, des idées, des technologies, des informations, des communications, dans nos contextes contemporains.

Les questions structurantes auxquelles se confrontent les contributions sont les suivantes : l'histoire, les structures, les normes, apparaissent-elles moins fondamentales par rapport à des formes plus instables, des collectifs plus ponctuels et conjoncturels ? Les nouveaux modes de management du social modifient-ils les pratiques institutionnelles ? Les nouvelles formes de sociabilité et de spatialité, la démultiplication des informations et des communications reconditionnent-elles les identités et identifications sociales ?

- Axe 2 : Territoires, mobilités, circulations

> */ Chapitre 1 : espaces urbains en mouvement / Chapitre 2 : cultures en circulations / Chapitre 3 : organisations et représentations du territoire*

Dans la lignée des recherches critiques en SIC sur les rapports entre médias ou TIC et territoires, cet axe a pour ambition de dépasser l'appréhension des activités territoriales comme une contrainte dont il faudrait se libérer grâce aux techniques et aux médias sociaux.

Les points de questionnement des contributions proposées portent sur les évolutions contemporaines du triptyque « territoires, mobilités, circulations », et sur la complexité des articulations entre ses trois dimensions : quelles transformations de l'information et de la communication accompagnent et configurent celles des territoires ? Quelles sont les pratiques info-communicationnelles des populations en mobilité, quelles en sont les variations dans différents espaces culturels ?

- Axe 3 : Participations, consommations, engagements

/ Chapitre 1 : expériences numériques et enjeux informationnels / Chapitre 2 : engagements et controverses / Chapitre 3 : mutations des espaces culturels / Chapitre 4 : travail émotionnel et émotions au travail

Cet axe a pour ambition d'interroger les mutations sociétales et économiques qui participent de la transformation de pratiques sociales et de mobilisations dans le domaine politique comme dans celui de la consommation, en particulier par le prisme des développements du numérique, qui fragilise ou met en débat les communications verticales institutionnelles et les formes d'autorité balisées.

Les nombreuses questions traitées dans cet axe concernent le rôle des professionnels (confrontés à la montée en puissance de la figure de l'« amateur »), les enjeux de la participation, la constitution et la mobilisation de collectifs, les pratiques de consommation éthiques et éco-responsables, dans des espaces différenciés, numérisés ou non.

- Axe 4 : Machines, intelligences, design(s)

/ Chapitre 1 : design d'expérience / Chapitre 2 : intelligence artificielle ? / Chapitre 3 : espaces numérisés et espaces numériques.

Partant des recherches critiques en SIC sur les transformations sociales accompagnant la diffusion de « machines à communiquer », cet axe se préoccupe de la conception et de l'usage de « machines territoriales et spatiales », en prenant en compte l'expérience et l'engagement de l'utilisateur-consommateur-usager.

Les questions abordées par les contributions de cet axe ont à voir avec les enjeux et évolutions de ces « machines » : leur rôle dans la transformation des espaces et des territoires, dans les dynamiques de proximité ou d'éloignement géographique et social, dans les apprentissages, et dans les représentations spatiales et visuelles ainsi que les utopies qui les accompagnent.

Ces contributions sont introduites par la conférence inaugurale tenue par Gaëtan TREMBLAY « Sur la piste des mutations communicationnelles à l'ère numérique. Une problématique des déplacements », ainsi que par la présentation de cette conférence par Bernard MIEGE. Les échanges des onze panels, qui ont rassemblé

70 contributeurs, n'ont pas été inclus à ces actes : le format écrit se prête mal à la restitution des échanges et des discussions[4].

En tant que directeurs et directrice de cette publication, nous tenons à témoigner de notre plus grande gratitude pour les membres du conseil d'administration de la SFSIC et les collègues du Gresec qui, en tant que coordinatrices et coordinateurs d'axes, ont veillé à la qualité scientifique de l'événement : Sylvie ALEMANNO, Laurence BALICCO, Dominique BESSIERES, Laurent COLLET, Laurence CORROY, Patrice de LA BROISE, Isabelle PAILLIART, Claire SCOPSI, Nathalie WALCZAK. Nous tenons également à remercier Robin GAILLARD et Wanignon AIDJINOU pour leur travail de secrétariat éditorial sans lequel ce volume n'aurait pu être réalisé.

Jean-Claude DOMENGET, Benoit LAFON et Sarah CORDONNIER

4 Vous retrouverez la liste des panels sur la page dédiée au congrès sur le site de la SFSIC (https://www.sfsic.org/wp-inside/uploads/2021/05/congres-sfsic-2021-programme-panels.pdf).

Propos introductif à la conférence

Bernard Miège

On m'a confié la tâche – agréable- de modérer la Conférence introductive de ce Congrès d'un type nouveau. Et cela consiste d'abord à vous présenter le conférencier invité, notre collègue canadien Gaëtan Tremblay.

C'est un collègue que je connais depuis 40 ans, très précisément, avec qui je n'ai cessé de coopérer et et qui est devenu un ami proche. Je ne saurais le cacher. Et cette situation ne comporte pas que des avantages dans l'accomplissement de ma mission, et peut brouiller ma lucidité.

Qui est Gaëtan Tremblay ? Il est directement issu de ce qu'on a désigné comme une « révolution tranquille » du Québec. Enfant d'une famille francophone, pauvre et catholique, il fait partie des premières générations aux mêmes caractéristiques, économiques et socioculturelles, accèdant à l'Enseignement Supérieur. Et il conservera de cette période fondatrice à la fois une opposition marquée à la bourgeoisie anglophone dominante, une attitude critique vis à à vis de l'église catholique contrôlant de près la vie autant que la culture des classes populaires, ainsi qu'une position ambivalente et interrogative vis-à-vis de la France.

Après des études de sociologie, il vient en France pour ses études doctorales. Et c'est à l'Université Louis Pasteur de Strasbourg qu'il soutient une Thèse de Doctorat en psychologie sociale (les SIC ne sont pas encore une discipline reconnue, surtout en 3ème sycle).

De retour au pays, il se retrouve Professeur au Département des Communications dans une université nouvellement créée pour faire face à l'afflux d'étudiants et moderniser la formation dispensée, en l'occurrence l'UQAM. Et successivement il assume pleinement les tâches et responsabilités qu'implique sa fonction, et il ne fait pas les choses à moitié ; il est très souvent en première ligne. Pourtant, la recherche sera tout au long de sa carrière professionnelle une activité aussi centrale que l'enseignement. De ce fait, il peut faire état d'une production régulière de travaux, publiés en plusieurs langues pendant plus de 4 décennies, et cela au sein du GRICIS – devenu le CRICIS- qu'il a co-fondé et animé longtemps avec son complice Jean-Guy Lacroix, malheureusement atteint aujourd'hui de cette terrible maladie venant avec l'âge et qui rend absent de sa propre vie.

On peut répartir ses travaux et donc ses intérêts de chercheur en 5 domaines, que je citerai sans pouvoir en dire plus :

- Les industries culturelles et médiatiques : depuis le statut de la création artistique, le modèle de club et le fonctionnement du service public de l'audiovisuel ;
- Les politiques de communication. On lui doit l'animation scientifique de plusieurs colloques de dimension mondiale : sur les autoroutes de l'information, sur la montée en puissances des industries de la communication, ainsi que sur la communication dans le continent américain.
- La formation à distance.

- L'émergence de la société de l'information ainsi que de la société de connaissance.
- Enfin, la perspective épistémologique de l'économie politique de la communication.

Attaché profondément au Québec, il a beaucoup voyagé et échangé : en France bien sûr, en Espagne (à commencer par la Catalogne), en Amérique latine (il a longuement coopéré avec des universités brésiliennes). Et il a été mis à contribution pour des expertises ou des consultations dans plusieurs pays, et par des organisations internationales.

J'assume la responsabilité d'avoir été trop succinct dans ma présentation , voire d'avoir été trop imprécis. Maintenant vous pouvez l'écouter avant de lui adresser des questions dont je m'efforcerai d'ordonnancer au mieux le déroulement.

Bernard Miège

Conférence inaugurale : sur la piste des mutations communicationnelles à l'ère numérique. Une problématique des déplacements.

Gaëtan Tremblay, CRICIS, UQAM

Chers collègues,

J'ai été très ému et très heureux quand j'ai reçu, il y a près d'un an et demi maintenant, l'invitation du président de la SFSIC, Philippe Bonfils, à vous adresser la parole à l'ouverture de ce XXIIe congrès. Cet événement vient couronner pour moi cinquante ans d'échanges et d'étroites collaborations avec des professeurs, des chercheurs et des étudiants français. Je n'en ferai pas l'histoire, ce serait trop long. Je rappellerai seulement que j'ai fait mon doctorat à Strasbourg, de 1971 à 1974, sous la direction d'Andrée Tabouret-Keller, éminente sociolinguiste et psychanalyste lacanienne, décédée récemment en septembre 2020. Andrée a été, pour moi et pour beaucoup d'autres, un modèle de femme intellectuelle; et de personne humaine, tout simplement. J'ai amorcé dès l'année 76-77 une collaboration au long cours avec Pierre Mœglin sur les usages socio-éducatifs des satellites. Pierre est vite devenu mon grand ami et le fidèle compagnon de mon parcours de chercheur. J'ai rencontré Bernard Miège en 1981 lors de ma première année sabbatique, amorçant avec le GRESEC une coopération qui dure toujours. Bernard a été pour moi ce qu'il a été pour plusieurs : un phare. Il m'honore en plus de son amitié. J'ai aussi travaillé avec des chercheurs de Toulouse, de Lille et d'autres universités françaises. Philippe Bouquillion, Yanita Andonova, Michel Durampart et les autres, excusez-moi, je ne peux tous vous nommer, vous qui pour plusieurs êtes devenus des ami-e-s, mais soyez tous remerciés pour ce que vous m'avez apporté. Et merci à Philippe Bonfils, à Isabelle Pailliart, deuxième directrice du GRESEC, à Benoît Lafon, son successeur, aux membres du conseil d'administration de la SFSIC et à ceux du comité scientifique du congrès de me donner l'occasion de vous manifester ma reconnaissance.

J'aurais aimé être sur place pour vous serrer la main et vous embrasser. Ce sera pour une prochaine fois. Pour l'instant, contentons-nous de faire l'histoire en inaugurant le premier congrès à distance de la SFSIC.

L'image la plus répandue de mon pays en Europe, c'est celle des vastes étendues, paradis des motoneigistes. Un stéréotype, bien sûr, mais qui nous met sur la piste de la réflexion que je vous propose. En fier descendant de coureurs des bois, j'aborderai le thème de ce colloque en mettant l'accent sur les déplacements (Havard, 2019).

Impossible toutefois de commencer cette communication sans évoquer brièvement la pandémie qui nous affecte depuis plus d'un an. Cette crise, sans précédent pour la plupart d'entre nous, a bouleversé plusieurs aspects de nos vies dont certains seront sans doute abordés lors de ce colloque. Nos déplacements, nos rapports à l'espace et aux autres ont été contraints, entravés, modifiés. Les communications à distance ont été sollicitées comme jamais auparavant pour le commerce, le travail, la médecine, l'éducation, la justice, la culture, la socialisation. Des voix s'élèvent déjà pour annoncer des changements majeurs et durables. Ce n'est pas la première fois que l'usage des techniques de communication suscite rêves et cauchemars.

L'histoire de la formation à distance, par exemple, est remplie de promesses non tenues et de catastrophes annoncées (Mœglin, 2016).

Je ne m'adonnerai pas à l'analyse prospective, vers laquelle nous entraînerait inévitablement l'évocation de scénarios post-pandémiques. Je m'en tiendrai plutôt à mon intention initiale, qui était la suivante : proposer la perspective d'un nord-américain sur le thème de ce colloque — des sociétés et des espaces en mouvement— inspirée par les travaux d'un chercheur canadien, Harold Innis (1950; 1951), d'un chercheur états-unien, James Carey (1989), et d'un chercheur britannique, John Urry (2005). J'exposerai d'abord les thèses d'Innis sur le rôle central des médias dans l'émergence, l'organisation et la durée des empires, et des sociétés en général. Je rappellerai ensuite comment, selon Carey, l'invention du télégraphe, qui a inauguré l'ère des médias électriques, a constitué un moment décisif, un point tournant (a *watershed* en anglais) dans les sociétés de la fin du XIXe siècle en produisant une inversion des rapports entre transports et communications et en favorisant la généralisation d'un modèle de communication centré sur la transmission. Finalement, constatant après John Urry la multiplication généralisée des traces, j'avancerai que la numérisation inaugure un autre changement radical de nos rapports à l'espace médiatisés par la communication : avec le pistage systématique des traces numériques, le déplacement lui-même devient communication. Si vous voulez bien me suivre, ce sera mon fil conducteur.

Mon approche sera historique mais elle ne sera pas globale. Elle portera sur la longue durée mais elle n'englobera pas la société dans toute sa complexité. Collant au plus près du thème de ce colloque, elle osera seulement une interprétation des transformations de nos rapports à l'espace consécutives au développement de la communication numérique.

Ces réflexions ne se veulent pas que théoriques. Elles ont pour but d'apporter un éclairage, pertinent je l'espère, sur les problèmes auxquels sont confrontés les industries culturelles et médiatiques face au développement des réseaux numériques, en particulier l'apparition de nouveaux comportements des usagers et la désintégration des modèles de financement et d'extraction de la valeur. Elles visent également à fournir un angle d'interprétation de la réarticulation du public et du privé à l'ère numérique.

1. La communication oscille entre contraintes spatiales et contraintes temporelles

Les aphorismes les plus célèbres de Marshall McLuhan, « le médium, c'est le message », le « village global », en ont fait le plus cité des auteurs canadiens…ce qui ne veut pas dire qu'il a été le plus lu. En France, il a été honni par la plupart des intellectuels pour son déterminisme technique simplificateur et sans nuance. Il faut tout de même reconnaître que ses écrits ont largement contribué à la sensibilisation du grand public à l'importance des phénomènes médiatiques.

Il n'a cependant pas été le premier des intellectuels canadiens à s'intéresser aux communications. Avant lui, Harold Innis s'est livré à des recherches historiques pionnières sur le rôle des médias dans la création et la vie des empires. Le nom d'Innis est peu connu à l'extérieur du Canada. Ses ouvrages ont été peu traduits et peu lus. Malheureusement pour lui, me semble-t-il, McLuhan s'est réclamé de sa filiation et ses disciples, gommant leurs différences, les ont réunis au sein de l'École dite « de Toronto ». Innis a donc été, par appartenance familiale en quelque sorte, associé au déterminisme technique de McLuhan. Je récuse cet amalga-

me (Tremblay, 2007). La mise en évidence par Innis, dès les années 50, du rôle central des techniques de communication dans l'organisation économique, culturelle et politique des sociétés en fait certes un pionnier des études en communications. Elle ne devrait pas le vouer automatiquement à l'opprobre déterministe. Il y a une différence importante entre un modèle déterministe qui fait de la technologie l'unique condition nécessaire et suffisante d'explication des phénomènes et un modèle multicausal qui la considère comme une condition nécessaire, mais non suffisante.

Évidemment, les médias occupent la place centrale dans les thèses d'Innis. Deux remarques, cependant, avant de conclure à un déterminisme technologique pur et dur. Premièrement, sont prises en considération non seulement les caractéristiques techniques des médias mais aussi leurs sources et leurs conditions de production; de même que les connaissances nécessaires à leur utilisation et le monopole du savoir qui en découle. Deuxièmement, Innis était bien conscient de l'influence de sa propre condition subjective. En témoigne cette incitation à faire preuve de sens critique dans l'appréciation de ses affirmations et généralisations :

Mais je dois avouer sur ce point un parti pris, lequel m'a conduit à accorder une attention particulière à ce sujet (...) En tout cas j'ai essayé d'expliciter mon parti pris pour que vous soyez sur vos gardes (...) Les généralisations que nous venons de noter doivent être nuancées en fonction des empires particuliers (*Empire and Communication*)[1].

Innis était un économiste de formation. Il s'est d'abord intéressé à l'exploitation des matières premières dans l'histoire coloniale du Canada, les fourrures, les mines, la pêche et la forêt. Ses recherches l'ont amené à constater le rôle structurant des modes et des réseaux de transport. Du transport des biens, il est passé à la transmission des messages. Les résultats de ses études historiques sont rassemblés dans deux ouvrages principaux, *Empire and Communication (1950)* et *The Bias of Communication (1951).*

On peut résumer la pensée d'Innis en quelques propositions :

- Les médias remplissent une fonction déterminante dans l'établissement et la longévité des empires.
- Les médias peuvent être classés en deux grandes catégories : les médias à biais spatial et les médias à biais temporel.
- L'usage de chaque média entraîne la constitution d'un monopole du savoir détenu par une classe privilégiée.
- L'épanouissement et la durabilité des empires reposent sur l'équilibre entre médias à biais spatial et médias à biais temporel.
- Les sociétés contemporaines ont développé une hypertrophie des médias à biais spatial qui valorisent l'éphémère.

Les médias de communication, selon Innis, présentent des particularités qui facilitent soit la transmission dans l'espace, soit la transmission dans le temps. Il qualifie ces caractéristiques de « biais » soit spatial,

1 But I must confess at this point a bias which has led me to give particular attention to this subject (…) In any case I have tried to present my bias in order that you may be on your guard (…) The generalizations which we have just noted must be modified in relation to particular empires (Empire and Communication, p. 11).

soit temporel. (Je précise qu'Innis utilise le terme média au sens large de moyens de communication et non au sens plus restreint, plus spécifique d'organisations socio-économiques de production et de diffusion de messages édités ou programmés). Dans la perspective innissienne, la pierre gravée, le papyrus, la tablette d'argile et le parchemin sont des médias. Les sources d'approvisionnement, leurs modalités de production, les particularités de leur utilisation, leur plus ou moins grande durabilité, leur facilité de transport, les investissements nécessaires, les savoirs mobilisés constituent un ensemble de facteurs qui déterminent les caractéristiques des divers médias et leur biais spatial ou temporel. Pour prendre un exemple simple, les pierres sur lesquelles les Égyptiens ont gravé l'histoire des conquêtes pharaoniques et leurs croyances et rituels religieux étaient difficilement transportables sur de grandes distances mais elles ont assuré la permanence de leur civilisation au cours des siècles. En revanche, le papyrus et la tablette d'argile, plus légers à transporter mais plus fragiles, se prêtaient davantage aux transactions commerciales et aux contrôles bureaucratiques et politiques sur un territoire étendu.

Les caractéristiques matérielles des supports ont également exercé des pressions sur les codes utilisés. L'écriture hiéroglyphique incisée dans la pierre à coups de marteau se faisait lentement et seyait bien aux textes destinés à traverser le temps. L'inscription sur une tablette d'argile, en revanche, devait être exécutée rapidement; les signes devaient être moins complexes car l'argile séchait vite. Les tablettes d'argile, cependant, franchissaient les distances plus aisément et se prêtaient ainsi mieux au contrôle de l'espace.

À l'époque contemporaine, on n'utilise plus guère ni la pierre, ni le parchemin, ni le papyrus. Même l'usage du papier est en régression. Les médias modernes ne se distinguent plus par leur utilisation privilégiée d'un matériau ou d'un autre. Bien au contraire, un même média se décline maintenant sur une panoplie de supports. Les attributs physiques des moyens de transmission ne sont plus aussi déterminants mais l'interrogation innissienne sur le rôle des médias dans l'organisation et le contrôle de l'espace et du temps garde toute sa pertinence.

L'écriture, et plus généralement tout système de communication, exigent la constitution et la transmission d'un savoir, lequel est élaboré, transmis et mis en pratique par des groupes qui en font un instrument de pouvoir. Des groupes d'individus qui jouissent d'un statut particulier et auxquels des privilèges sont octroyés. Les scribes et les prêtres dans les sociétés antiques. Certains groupes professionnels dans les sociétés contemporaines.

Les techniques, produits socio-économiques , ouvrent de nouvelles possibilités d'usages que s'empressent d'explorer et d'utiliser à leurs fins propres les groupes en compétition dans différents espaces-temps, qu'on peut, à la suite de Pierre Bourdieu, appeler des champs sociaux.

Selon Innis, les sociétés idéales sont celles qui réussissent à instaurer un équilibre entre un média à dominante spatiale, lequel facilite l'organisation administrative et la gestion du territoire, et un média à dominante temporelle, dont l'usage assure la stabilité et la reproduction culturelle. Ce fut le cas, par exemple, de la Grèce du siècle de Périclès, où coexistèrent harmonieusement une tradition orale et une tradition écrite.

2. La communication libérée du transport

James Carey est l'un des rares universitaires états-uniens dont les recherches ont été inspirées par la pensée et les travaux de Harold Innis. Son analyse de l'avènement du télégraphe électrique, publiée sous le titre « Technologie et idéologie. Le cas du télégraphe », m'apparaît particulièrement stimulante et susceptible d'alimenter d'intéressantes pistes de réflexion eu égard au thème de ce colloque.

L'évocation du télégraphe peut faire sourire. C'est une vieille technologie, pratiquement disparue. La plupart d'entre vous ne s'en sont jamais servi et ne la connaissent guère que pour l'avoir entrevue dans un vieux Western. Son invention a fait l'objet de relativement peu de recherches. Une lacune que déplore James Carey car le télégraphe présente ceci d'intéressant qu'il est le premier des médias électriques. À ce titre, il a inauguré une série de changements majeurs dans un grand nombre de sphères d'activités. Il a également fait l'objet d'un discours idéologique, qualifié de sublime technologique (*technological sublime*), lequel refera surface lors de chaque innovation dans le champ des communications. Les mêmes thèmes messianiques ou apocalyptiques seront repris avec vigueur à l'occasion de l'invention de la radio, du téléphone, du phonographe, de la télévision, de l'ordinateur, des réseaux numériques.

Pour Carey, la période historique marquée par l'avènement du télégraphe est particulièrement révélatrice parce qu'elle permet d'observer, avec une certaine hauteur de vue, le passage d'une société sans média électrique à une société qui en généralise l'usage dans divers aspects de l'activité sociale, culturelle, économique et politique. Carey en fait un cas d'espèce, un cas emblématique pour l'étude des médias. L'usage du télégraphe a, selon lui, entraîné des changements majeurs dans les transports maritimes et terrestres. Son introduction a transformé tant le journalisme que la gestion politique et administrative des empires. Je vous renvoie au texte même de Carey pour l'analyse détaillée des bouleversements qui ont accompagné le développement du télégraphe à partir de la seconde moitié du XIXe siècle dans les divers secteurs de la vie collective et dans les manières de penser le monde. Pour les besoins de mon exposé, je ne mentionnerai que trois grands points, les plus pertinents par rapport à la thématique de ce colloque : 1) l'inversion des rapports entre le transport et la communication ; 2) la prévalence progressive d'une approche de la communication centrée sur la transmission; 3) l'uniformisation et l'universalisation de la mesure du temps.

Le changement le plus notable consécutif à l'usage généralisé du télégraphe électrique s'est observé dans l'autonomisation de la transmission des messages des contraintes du transport physique des objets et des personnes. Jusqu'à la fin du XIXe siècle, la communication à distance cheminait généralement à la vitesse des transports, ou devrait-on plutôt dire, à la lenteur des transports, une vitesse maximale que Braudel (1979) et d'autres historiens ont estimé à environ cent kilomètres par jour, à pied, à cheval ou en bateau.

Quelques systèmes de transmission visuelle ou sonore permettaient bien à l'occasion de dépasser cette limite, mais leur utilisation se butait constamment à des contraintes géographiques ou météorologiques. Le recours au tam-tam, au télégraphe de Chappe et autres techniques du même genre, est donc resté très marginal. Avec le télégraphe électrique, la communication s'affranchit subitement du transport matériel et voyage désormais à la vitesse de l'électricité. Les câbles transocéaniques permettent bientôt de relier les continents et la transmission des signes ne met que quelques minutes pour franchir des milliers de kilomètres. La communication se libère du transport.

Mais il y a plus. Le rapport de dépendance s'inverse. Non seulement la communication des symboles s'effectue-t-elle à une vitesse considérablement plus grande que l'échange des produits matériels, mais encore, dorénavant la communication des messages préside à l'organisation, à la planification, au contrôle et à la régulation du transport des marchandises et des passagers. Les messages télégraphiques permettent entre autres d'harmoniser les horaires pour le passage des trains dans une direction ou l'autre sur des voies souvent uniques. La fréquence des accidents s'en trouve ainsi grandement réduite.

« La grande signification théorique de cette technologie réside non seulement dans la séparation, mais aussi dans l'utilisation du télégraphe à la fois comme modèle et comme mécanisme de contrôle du mouvement physique des choses, en particulier pour le chemin de fer. Telle est la découverte fondamentale: non seulement les informations peuvent se déplacer indépendamment et plus rapidement que les entités physiques, mais elles peuvent également être une simulation et un mécanisme de contrôle de ce qui a été laissé derrière » (p. 313-314)[2].

Libérée des contraintes du transport, la communication en améliore en retour la fluidité, l'efficacité et la sécurité. La transformation est majeure, en théorie comme en pratique. Les conséquences sont multiples, dans une grande variété d'activités. Dans le journalisme, par exemple, non seulement la nouvelle se diffuse plus vite. Sa production même est transformée par la séparation des fonctions entre le collecteur de l'information sur le terrain et le rédacteur de la nouvelle, souvent distants l'un de l'autre de milliers de kilomètres. Le reporter transmet les informations en « style télégraphique » et un rédacteur se charge de la mise en récit.

Les questions et problèmes liés à la transmission des messages deviennent alors prioritaires. La transmission ayant un coût, on cherche à le minimiser. Le message se limite à ce qu'on croit essentiel. On cherche aussi à garantir la qualité de la transmission, à réduire les sources de bruit, les nuisances. Toutes ces préoccupations imposent un modèle de communication caractérisé par une problématique de la transmission.

Jusqu'au XIXe siècle, la mesure du temps est restée locale, dépendante de la position de chaque lieu par rapport au soleil. L'heure différait donc d'une ville à l'autre, d'une région à l'autre. L'utilisation du télégraphe facilite et provoque l'adoption d'un temps « national », puis d'un temps universel uniforme, rendue nécessaire entre autres pour la synchronisation du transport ferroviaire. Cette uniformisation entraîne une meilleure diffusion de l'information et la coordination des prix entre différents marchés, qui opéraient jusqu'alors de manière largement indépendante.

Fidèle à l'approche innissienne, Carey aura donc montré, dans son étude du télégraphe, comment son invention et son utilisation ont entraîné des transformations majeures dans les représentations de l'espace et du temps, inaugurant ce qu'on pourrait appeler l'ère de l'électricité. L'utilisation des micro-processeurs et la numérisation des techniques de communication sont des phénomènes plus récents. Nous sommes encore plongés dans le maelstrom qu'elles ont provoqué. Il est donc difficile d'avoir la même hauteur de vue que pour le télégraphe, non seulement plus ancien, mais dont l'époque est maintenant révolue. L'informatisation de la société, comme on l'a d'abord appelée (Nora et Minc, 1978), puis la dite révolution numérique remontent cependant à quelques décennies et laissent déjà voir de fortes empreintes. À titre heuristique et

2 « The great theoretical significance of the technology lay not merely in the separation but also in the use of the telegraph as both a model of and a mechanism for control of the physical movement of things, specifically for the railroad. That is the fundamental discovery: not only can information move independently of, and faster than, physical entities, but it also can be a simulation of, and control mechanism for, what has been left behind. » (p. 313-314)

sans prétendre à une appréhension du phénomène dans toute son ampleur, je vous propose maintenant, dans la perspective tracée par Innis et Carey, une lecture des changements induits par le développement des réseaux numériques dans nos représentations de l'espace et du temps, ainsi que dans nos façons d'organiser et d'habiter nos territoires.

3. Le déplacement laisse des traces et devient communication

Les mutations de l'ère numérique sont nombreuses et profondes. Plusieurs ouvrages se proposent régulièrement d'en faire le point (Miège, 2020; George, 2019). Mon ambition aujourd'hui est plus modeste. La piste spécifique que je vous propose d'explorer est la suivante : à l'ère numérique, la communication, qui permet certes de transmettre efficacement et rapidement toutes sortes de messages, laisse des traces. Et l'exploitation de ces traces bouleverse en profondeur les industries culturelles et médiatiques. Elle provoque aussi une redéfinition et une réorganisation des espaces publics. Numérisée, la communication ne sert pas seulement à la transmission des messages, porteurs d'information et de sens. Elle est elle-même source d'informations concernant ceux qui les envoient, les trajets qu'ils suivent, les arrêts qu'ils font, leurs destinations finales. La communication contribue, de ce fait, à la création des *big data*. Et le pistage des déplacements devient un enjeu majeur pour tous les acteurs du web à la recherche d'un profit ou l'exercice d'un pouvoir.

L'organisation et l'exploitation de ce pistage sont au cœur des transformations induites par l'universalisation des réseaux numériques, de la même manière que la séparation du transport et de la communication l'a été à l'ère du télégraphe. Le télégraphe a inauguré l'ère de la transmission. La numérisation nous a fait entrer dans l'espace virtuel de la circulation en ligne. Nos identités et nos comportements voyagent, tout autant que nos messages et nos récits. Ils sont traduits en informations qui peuvent être compilées, reproduites, vendues ou volées.

Depuis quelques décennies déjà, des chercheurs de notre champ d'études ont montré que le territoire ne peut être réduit ni à un support ni à une mesure, qu'il doit plutôt être analysé comme la construction d'un lieu particulier de rapports humains (Pailliart, 1993). Ce qui est vrai des espaces physiques l'est tout autant des espaces symboliques. Pierre Bourdieu (1968; 1970) nous a d'ailleurs légué une interprétation du social où s'entremêlent étroitement le matériel et le symbolique. La société est ainsi vue comme un ensemble de champs, où les acteurs sociaux entrent en compétition, établissent et maintiennent des habitus et des rapports de domination, par l'exercice d'une violence physique ou symbolique.

Les rapports sociaux construisent des territoires symboliques, tout aussi réels et pertinents que les territoires matériels. Le monde virtuel est truffé de métaphores qui font référence à l'espace et au déplacement : navigation, orientation, sites, plateformes, espace personnel et espace public, accès, haute vitesse, trafic, embouteillages.

Déplacements et trajets numériques occupent aujourd'hui une place aussi importante dans nos vies que les déplacements et les trajets matériels. Nous naviguons sur le web, passant par un simple clic d'un site à l'autre grâce aux hyperliens (Baricco, 2014). Nous laissons aussi d'innombrables traces sur les sites que nous fréquentons pour nos achats, nos recherches, nos lectures et nos divertissements. Même des sites académiques aussi peu mercantiles que Cairn info utilisent des cookies :

> Notre plateforme utilise des cookies à des fins de statistiques, de performances, de marketing et de sécurité. Un cookie est un petit code envoyé par un serveur internet, qui s'enregistre sur votre ordinateur, tablette ou téléphone. Il garde la trace du site internet visité et contient un certain nombre d'informations sur cette visite. Ces données nous permettent de vous offrir une expérience de navigation optimale.

Chaque site dispose d'informations sur les internautes qui le visitent. Les opérateurs de moteurs de recherche et de plateformes de rencontres et d'échanges accumulent encore plus de données : ils peuvent suivre nos parcours à la trace, comme le montrent entre autres les rapports de MALEKAL.COM. Ces empreintes sont à la source de montagnes de renseignements, des *big data* (Mondoux et Ménard, 2018) que les GAFAM et autres géants du web ont les moyens, grâce à de puissants algorithmes, de computer et d'utiliser à leur profit. Ces petits cookies, ces codes, ces traces transforment littéralement nos déplacements en informations qui pourront être communiquées à des tiers, vendues à des commerçants qui souhaitent s'afficher sur notre chemin pour y proposer leurs marchandises et leurs services. C'est le pistage web[3]. C'est ainsi que Google, Twitter, Apple, Amazon, Facebook et autres acteurs du web exploitent nos déplacements virtuels pour valoriser leurs activités, grâce aux ventes publicitaires qui constituent de loin leur principale source de revenus.

L'observation n'est pas nouvelle. Il y a plus de quinze ans, le sociologue britannique John Urry notait que les membres des sociétés contemporaines laissent, de manière plus ou moins consciente, d'innombrables traces de leurs passages lors de leurs activités professionnelles, citoyennes ou domestiques. Et Urry de conclure :

> « Les individus ont ainsi une existence au-delà de leur corps privé. Ils laissent des traces d'eux-mêmes dans un espace qui génère de l'information, car plus facilement mobiles dans l'espace en raison d'une 'recherche automatique', à l'autre bout d'un réseau » (Urry, 2005).

Le phénomène n'a fait que prendre de l'ampleur au fil des ans. Plusieurs chercheurs se sont intéressés à cette problématique de la mobilité (Rallet, Aguilera et Guillot, 2009) et aux changements induits dans les comportements des individus (Caron et Carona, 2005).

Mon objet est un peu différent. Ce n'est pas tant le changement des comportements individuels que l'évolution des secteurs industriels de la culture et des médias qui retient mon attention. Comment les industries culturelles et médiatiques s'adaptent-elles au passage d'un paradigme de la transmission à un paradigne de la circulation ?

Les données sur nos déplacements virtuels permettent aux opérateurs « d'accompagner » et tirer profit de l'usage et de la consommation des productions culturelles. L'exploitation de nos promenades virtuelles est devenue l'un des principaux mécanismes de production de valeur marchande dans les industries de la communication, mettant à mal les modèles établis depuis quelques décennies par les médias traditionnels.

---

3 « Le **pistage web**, **pistage utilisateur**, ou encore **traçage web** (en anglais : *web tracking*), est la pratique ou la technique par laquelle un site web collecte, enregistre et partage des informations sur les activités d›un individu sur le World Wide Web. L'analyse de ces activités (ou l'identification du visiteur) permet de fournir des contenus adaptés aux préférences du visiteur mais c'est aussi une donnée qui peut intéresser différents acteurs du web. Le pistage web est notamment utilisé par les sociétés de publicité et de marketing du Web (ciblage), pour la mesure d'audience d'un site web ou les tests d'utilisabilité d›un site.
Il existe différentes règlementations à travers le monde, mais dans certains endroits, les gens peuvent avoir la possibilité de s'exclure du pistage d'un site Web ou des cookies d›un site Web ».
https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Pistage_web

4. Les industries de la communication aspirent les industries culturelles et médiatiques

La numérisation, c'est devenu un cliché de l'affirmer, touche tous les secteurs d'activités. Les industries culturelles, créatives et médiatiques n'y échappent pas (Bouquillion, Miège, Mœglin, 2013). Le web est devenu pour elles un support supplémentaire sur lequel elles déclinent leurs activités. Les acteurs du web, quant à eux, poussent un cran plus loin l'expansion marchande et industrielle pour y inclure toujours davantage, d'une part le secteur des services, par le développement des moteurs de recherche, du commerce électronique, des applications ; et d'autre part, celui de la communication interpersonnelle par l'essor des réseaux sociaux. Le web est devenu le plus puissant vecteur d'expansion et d'intégration de la marchandisation/industrialisation de la culture, de la communication médiatisée et de la communication interpersonnelle. Il se pose désormais comme le principal théâtre de la compétition pour l'accaparement de la valeur, bousculant au passage des habitudes bien ancrées. Pour l'instant du moins, cette expansion des industries de la communication s'effectue au détriment des industries culturelles et des industries médiatiques, aspirées dans la tourmente.

4.1 Des médias en crise

Les industries culturelles et médiatiques, on le sait, ne sont pas des industries tout à fait comme les autres parce que, en résumé, l'accès à l'information est essentiel à la vie démocratique et la production culturelle est l'expression même du rapport au monde d'une collectivité. Ces traits distinctifs sont à la source de leurs particularités économiques, mises en évidence par plusieurs chercheurs (Huet et alii, 1978; Tremblay et Lacroix, 1991; Miège, 1996; Mœglin, 2012). Pour financer leurs opérations et en tirer profit, elles ont le choix entre trois grandes options : 1) faire payer directement le consommateur ; 2) faire payer à un tiers (l'État, un mécène, un annonceur) l'accès aux consommateurs qu'elles attirent ; 3) une combinaison des deux premières options. Par exemple, l'édition de livres ou de disques fonctionne selon le premier mode ; la télévision privée traditionnelle suivant le second ; et la presse écrite, selon le troisième mode.

L'expansion de la numérisation a suscité des pratiques qui posent de nombreux défis aux industries culturelles et médiatiques traditionnelles. Je ne mentionne brièvement que les deux principaux lesquels, liés l'un à l'autre, chamboulent le fonctionnement de modèles socio-économiques établis de longue date. Le premier découle des changements dans les habitudes d'usage et de consommation. Le second résulte des nouvelles stratégies de création et d'appropriation de la valeur par les nouveaux acteurs du web.

Les mutations dans les habitudes de consommation et d'usage sont bien connues. La possibilité de choisir non seulement ce que l'on veut entendre, lire ou regarder, mais à quel moment et sur quel support, est devenue une option universelle. S'y ajoute une facilité d'accès qui fait souvent fi du respect des droits d'auteur et propage l'illusion de la gratuité de l'information et de la culture. Ces mutations causent des maux de tête permanents aux producteurs et aux programmateurs de contenus. En bout de ligne, ce sont souvent les créateurs et les interprètes qui en font les frais.

Les acteurs du web, qui promeuvent tout à la fois la gratuité, la marchandisation directe et la marchandisation indirecte, perturbent les modèles de fonctionnement traditionnels des industries culturelles et médiatiques, l'éditorial et le flot. L'éditorial est un modèle élaboré pour la production et la reproduction des œuvres cultu-

relles sur des supports matériels. Il est fondé sur l'exploitation d'un catalogue et les produits sont transportés, transférés d'un vendeur à un consommateur. Le flot est un modèle de transmission, qui compte sur une stratégie de programmation pour attirer et fidéliser ses auditeurs-spectateurs. L'éditorial s'étale dans l'espace ; le flot se déroule dans le temps.

D'une part, la culture de la gratuité, la transmission numérique et le piratage des contenus mettent à mal le modèle éditorial. D'autre part, la migration des annonceurs vers les acteurs du web met en péril le modèle de flot, lequel est également fortement ébranlé par les pratiques des usagers libérés des contraintes de la programmation.

Les déplacements de l'usager-consommateur, à la recherche de produits d'information, d'éducation et de divertissement dans les réseaux numériques, court-circuitent les stratégies spatiales des industries éditoriales fondées sur la rétribution de droits d'auteur et les stratégies temporelles des industries de flot qui exploitent le pouvoir d'attraction et d'enchaînement d'une programmation. Le piratage, la gratuité et l'auto-programmation ont sévèrement entamé l'efficacité de ces stratégies. Le modèle du club privé (Tremblay et Lacroix, 1991), qui compte sur l'abonnement comme principale source de financement, s'en tire mieux. Il connaît même un certain regain de popularité comme l'illustre l'immense succès d'entreprises comme Neflix, au détriment cependant des acteurs traditionnels du club, les câblodistributeurs, dont les taux d'abonnement sont en décroissance.

La facilité de reproduction numérique des œuvres, gratuite ou à faible coût, et leur mise à disposition sur le web ont touché de plein fouet les industries de l'éditorial, celles de la musique et du livre. Le pistage numérique (cf, le document de MALEKAL.COM) menace tout autant les industries du flot, la presse, la radio et la télévision. Google, Facebook, Twitter, Linkedin offrent parfois leurs services contre paiement. Cette activité compte cependant pour peu dans leur chiffre d'affaires. L'essentiel de leurs revenus provient de la publicité. Ces pisteurs n'ont pas à produire eux-mêmes ni à élaborer une programmation attrayante pour rassembler les consommateurs. Grâce aux données dont ils disposent, ils peuvent suivre à la trace les usagers des services de recherche et de communication qu'ils offrent gratuitement et placer des annonces personnalisées à des endroits stratégiques. Le tout pour une fraction du prix payé pour une annonce similaire à la radio, à la télévision ou dans les médias écrits. Leur succès est tel qu'il a provoqué une migration massive des annonceurs, entraînant une chute brutale des recettes des médias traditionnels.

En passant d'un modèle de transmission à un modèle de circulation réticulaire, le pouvoir a changé de mains. Ceux qui accaparent désormais la part du lion des recettes publicitaires sont ceux qui organisent et gèrent la circulation, parce qu'ils contrôlent les possibilités de pistage (les moteurs de recherche et les réseaux sociaux).

Si l'internet n'est pour les médias traditionnels qu'un support supplémentaire dans la déclinaison de leurs productions, pour les acteurs du web les contenus médiatiques ne constituent que des produits et services additionnels auxquels ils donnent accès gracieusement à leurs usagers. Entre les uns et les autres, il y a des gagnants et des perdants.

4.2 Public/Privé. Des frontières brouillées.

Bernard Miège (1995) a établi des correspondances entre les modèles de communication prévalant à une certaine époque et les modalités de représentation et de fonctionnement de l'espace public. Il a distingué quatre phases historiques : celle de la presse d'opinion, celle de la presse de masse, celle des médias électroniques de masse et celle des relations publiques généralisées. À noter qu'une nouvelle phase n'annihile pas la précédente mais ajoute des pièces au paysage médiatique et complexifie la structuration de l'espace public.

Il y a tout lieu de penser que la montée en puissance des réseaux numériques préside à la constitution d'une nouvelle phase. Les dernières années ont été riches d'indices qu'une profonde transformation est en cours. Elle affecte la crédibilité des médias traditionnels, discrédite les patterns de production et de vérification de l'information, légitimise les rumeurs les plus farfelues.

L'ordre bourgeois a instauré un clivage entre l'espace public, lieu de dévoilement et de discussion des enjeux collectifs, et l'espace privé, sanctuaire de la vie personnelle et domestique, protégé du regard public (Habermas, 1962). L'utilisation généralisée des nouveaux réseaux numériques chamboule cet ordonnancement, au point de donner l'impression d'une inversion de la relation public/privé. Ce qui était naguère considéré comme privé s'étale désormais à la vue de tous et ce qui devait faire l'objet d'une présentation publique se personnalise, s'embrouille et pour finir s'opacifie. Chacun peut faire un petit théâtre de sa vie privée dans l'un ou l'autre des réseaux numériques. Nous vivons ainsi plus que jamais dans une société du spectacle (Debord, 1967). En revanche, des clauses importantes d'un contrat entre pouvoir public et entreprise privée restent inaccessibles aux journalistes pour protéger, dit-on, leur valeur concurrentielle. Des groupes d'intérêt économiques ou politiques se cachent aussi à l'occasion derrière des identités individuelles.

Les réseaux numériques ouvrent de nouveaux terrains de jeu pour le déploiement des stratégies d'occultation et de dévoilement. Tout peut s'exposer, tout laisse des traces. Tout peut aussi se faire dans l'anonymat, chacun peut camoufler son identité derrière un alias. Les frontières du privé et du public bougent constamment. D'une part, l'on peine à distinguer ce qui est d'intérêt général (ce qui concerne le bien commun) de ce qui a valeur d'exhibition (ce qui peut attirer le regard, éveiller l'attention). Et d'autre part, l'on s'inquiète des atteintes à la vie privée, des vols d'identité et de la manipulation des informations personnelles.

L'espace public bourgeois, c'est celui de la raison, de la vérité, de la nécessité. Les lettrés, les experts y sont rois. Le nouvel espace public de l'ère numérique est un espace libertarien. C'est le monde de la liberté, de l'aléatoire, de l'imprévisible. C'est l'univers de monsieur et madame tout-le-monde. Sur le web, on rencontre bien sûr de tout, y compris des sites de discours rationnels et scientifiques. Le principe-moteur qui alimente le fonctionnement des réseaux sociaux ne s'enracine cependant pas dans la recherche du bien commun par l'exercice public de la raison. La motivation de chacun se trouve plutôt dans l'étalage et la publicisation de sa liberté individuelle par la présentation d'images de soi et la proclamation d'opinions personnelles, fut-ce au détriment de la vérité. Au diable les experts, à chacun sa vérité.

On y recherche la reconnaissance, l'approbation, voire l'acclamation. On admire celui qui affirme sa liberté avec force, soutient ses opinions envers et contre tous. Devant l'opposition et la dénégation, il ne s'agit pas d'argumenter mais de réaffirmer avec arrogance. Le leader n'est pas celui qui dit vrai, c'est celui qui impose sa personnalité et son libre arbitre, avec tout ce que cela comporte de subjectif. Le leader ne se contente pas

de laisser des traces, il veut qu'on les remarque et qu'on les suive. Peu importe qu'on sache ou non où elles mènent. Dans un monde de traces tout azimuth, on suit plus volontiers celles qui sont plus enfoncées, plus visibles. Si le sentier est plus piétiné, on se dit que ce doit être le bon.

Des historiens, dont Stéphane Van Damme (2014), ont relevé des phénomènes semblables au Siècle des Lumières, à la fin de l'Ancien Régime et au début de la Révolution française : inversion des rapports privé/public, nouveau rôle des philosophes consécutif à l'expansion de la presse écrite, changements dans les styles discursifs et les rapports à la vérité. Bien sûr, c'était une autre époque et toute comparaison doit être faite avec prudence, mais son étude attentive permettrait de prendre une certaine distance par rapport à la nôtre et de jeter un regard « éclairé » sur des phénomènes que nous avons parfois tendance à qualifier trop rapidement d'inédits.

Il y a quelques décennies, on s'interrogeait sur la publicité subliminale et les manipulations occultes de l'opinion publique. Les sondages montrent que les théories du complot n'ont jamais été aussi florissantes. En revanche, les services de renseignements de plusieurs pays confirment la réalité des interventions étrangères occultes dans les processus démocratiques.

Le pistage de nos déplacements ne constitue qu'une avancée supplémentaire de la surveillance toujours plus sophistiquée, analysée tour à tour par Michel Foucault (1975), Armand Mattelart (2007) et Bernard Miège (2020). Je vous renvoie à leurs travaux, toujours pertinents, et profite des dernières minutes qui me restent pour attirer votre attention sur un autre aspect des mouvements qui se produisent sur le web.

Il y a quelques années, l'on faisait grand cas de l'interactivité des nouveaux médias numériques. Certains y ont vu l'amorce du déclin inévitable de la communication de masse, réputée unidirectionnelle et passive. Ils proclamaient l'aube d'une nouvelle ère de liberté et de proactivité. Force est aujourd'hui de constater que l'interactivité technologique n'a pas mis fin aux phénomènes de masse ni aux mouvements de foule. Le public rassemblé par Netflix et autres plateformes de divertissement est encore plus considérable que celui des chaînes nationales hertziennes d'hier. Même si le visionnement n'est pas synchrone, il y a bel et bien là rassemblement d'une foule. Par ailleurs, si interactifs que soient Twitter et ses émules, ils produisent des mouvements d'opinion, des ruées virtuelles aussi amples que rapides. On ne compte plus les cas de réactions outrées suite à une déclaration ou à un comportement, rapportés parfois sans vérification, et qui se répandent comme traînées de poudre sur les réseaux sociaux.

La communication de masse n'a pas disparu. Elle prend de nouvelles formes. La recherche en communication doit prendre acte de son redéploiement sur les réseaux numériques et lui accorder toute l'attention que justifie son importance dans l'espace public et la vie démocratique. La masse rassemblée naguère par les médias traditionnels avait peu de moyens d'expression. Les foules constituées par les nouveaux médias numériques, elles, s'expriment sans arrêt et passent parfois à l'action. Elles le font souvent à chaud et leurs réactions s'apparentent alors aux mouvements de foule décrits autrefois par Gustave Lebon (1895) et Gabriel Tarde (1901).

La communication de massse est d'autant plus présente que chacun peut désormais y accéder ou y être projeté du jour au lendemain, sans filtre, sans médiation d'un appareil de production, et sans déplacement

physique. Son message peut se voir relayé à des milliers, voire des millions d'exemplaires. Son identité, sa réputation peuvent voyager sans qu'on ait fait le moindre mouvement.

Si le pistage leur permet de suivre à la trace les individus et d'exploiter financièrement leurs déplacements, les géants du web rechignent à assumer leurs responsabilités eu égard aux mouvements de foule qui se mettent en branle sur leurs réseaux. Ils n'hésitent pas à utiliser les données dont ils disposent pour maximiser leurs bénéfices mais ils se montrent réticents face à leurs obligations de faire respecter les lois dans l'utilisation de leurs réseaux. Autre motif qui incite de plus en plus d'acteurs sociaux à revendiquer une meilleure régulation de leurs activités.

5. La circulation commande une nouvelle régulation

Arrivé au terme de ma présentation, je reviens brièvement sur le chemin parcouru. Au départ, le thème de ce colloque m'a immédiatement ramené à l'œuvre inspirante de Harold Innis, pionnier des études canadiennes en communication. Innis a fait une lecture originale de l'histoire du monde qui met en exergue le rôle fondamental des moyens de communication dans la constitution des empires et leur survivance sur une longue période; plus spécifiquement par l'atteinte d'un équilibre entre l'utilisation concomitante de médias efficaces pour le contrôle territorial et d'autres plus utiles à la reproduction temporelle.

Cette évocation m'a tout naturellement conduit à l'américain James Carey, lequel a montré, pour sa part, comment, l'invention du télégraphe a constitué un moment charnière dans l'histoire des communications, en inversant le rapport de dépendance entre le transport matériel et la communication symbolique. Le développement consécutif des médias électriques consacrera la prédominance d'un modèle de transmission.

J'ai par la suite avancé l'hypothèse que la numérisation généralisée introduit un changement de magnitude comparable. Constatant à la suite d'Urry l'omniprésence des traces dans le monde contemporain, j'ai amorcé l'élaboration d'une problématique centrée sur les déplacements et leur pistage, autorisant le passage d'un modèle de transmission à un modèle de circulation virtuelle, non seulement des messages mais aussi des identités personnelles. Dans les réseaux numériques circulent non seulement des messages mais des avatars des acteurs sociaux. Les déplacements eux-mêmes deviennent sources d'information. Des algorithmes permettent aux acteurs du web qui organisent et gèrent le trafic de tirer parti de toute cette circulation.

J'ai qualifié ces mutations d'avancées dans la marchandisation/industrialisation du secteur des services et de la communication interpersonnelle, laquelle intègre en son sein les productions culturelles et médiatiques. Aspirées en quelque sorte par le remous, les industries culturelles et médiatiques tentent de s'ajuster et d'assurer une présence dans ce nouvel environnement. Les acteurs du web se comportent cependant de façon à contourner ou ignorer les règles du jeu auxquelles elles ont été habituées et soumettent à rude épreuve les modèles socio-économiques qui présidaient à leur fonctionnement. Le droit d'auteur est bafoué et le pistage siphonne les recettes publicitaires.

J'ai enfin suggéré que l'ère numérique brouille les frontières et inverse les rapports entre le public et le privé; que les usages des réseaux numériques favorisent l'émergence d'une nouvelle phase d'aménagement de l'es-

pace public où domine l'esprit libertarien; et font craindre la résurgence de phénomènes de masse inquiétants pour la vie démocratique.

Les nombreux problèmes de désinformation, d'intimidation, de manipulation, de vols d'identité soulèvent également des questions de contrôle et de régulation. L'environnement numérique exige une nouvelle approche et de nouvelles réglementations de la circulation. Plusieurs États en sentent la nécessité mais restent pour l'instant timides, hésitants, frileux.

Les ententes pour inciter Netflix et compagnie à investir dans la production nationale ou les mesures pour contraindre Google et Facebook à partager les revenus publicitaires en versant des compensations aux producteurs de contenus piratés, restent insuffisantes. Par delà ces interventions partielles, les notions de *public utilities* et de service public, élaborées à l'ère du transport ferroviaire et de la transmission électrique, doivent être repensées dans la poursuite du bien commun en contexte numérique (Tremblay, Bizimana, Kane, 2019).

L'ère du télégraphe appelait une régulation de la transmission des messages, analogue à celle du transport ferroviaire. L'ère des réseaux numériques commande une régulation adaptée à la circulation tout azimuth des personnes comme des messages, une circulation libérée des contraintes du rail, davantage comparable à celle du réseau routier, voire à celle totalement personnelle du coureur des bois.

La complexité en est augmentée du fait que désormais chaque domicile, chaque individu ou presque, est desservi par une autoroute. La métaphore des autoroutes de l'information n'est pas nouvelle. On l'évoquait déjà dans les années 70-80. Nous l'avons critiquée pour le réductionnisme dont elle s'inspirait et qu'elle alimentait à l'époque (Lacroix, Miège, Tremblay, 1994). Je ramène cette métaphore aujourd'hui, comme un clin d'œil à sa puissance d'évocation pour souligner l'évidence et la complexité de la régulation qu'elle nécessite.

L'ampleur des changements en cours exige une réflexion approfondie, une vision d'ensemble des nouvelles conditions de production et de circulation des produits informationnels et culturels à l'échelle internationale, comme ce fut le cas lors de l'invention du télégraphe au XIXe siècle. Les efforts consentis par l'UNESCO et d'autres organisations internationales en vue de la définition d'un nouvel ordre mondial de l'information, de la protection de la diversité culturelle et du développement de sociétés de la connaissance doivent être poursuivis avec encore plus de vigueur. Les choix politiques nationaux et internationaux, entre laisser-faire et régulation, auront un impact certain sur le devenir des modèles socio-économiques des industries culturelles et médiatiques. Ils influeront également sur les contours de l'espace public à l'ère des réseaux numériques. La nouvelle phase favorisera-t-elle davantage une affirmation libertarienne débridée ou une participation citoyenne responsable ?

Pour finir, un contrepoint d'inspiration innissienne. La problématique de ce colloque concerne surtout ce que cet auteur appelait les biais spatiaux des techniques de communication. Quand nous pencherons-nous sur les rapports au temps qu'induisent nos usages de ces mêmes techniques ? La vitesse et la durée en constituent deux aspects opposés. La vitesse, c'est l'instantanéité. La durée, c'est une tout autre histoire. C'est L'HISTOIRE. Dans une perspective purement innissienne, il faudrait d'ailleurs penser tout ensemble la

communication, la société, l'espace et le temps. Ce sera pour une prochaine fois…si je dure suffisamment longtemps !

Références bibliographiques

Baricco, Alessandro (2014) *Les Barbares : essai sur la mutation*, Gallimard.

Bourdieu, Pierre, Jean-Claude Chamboredon, Jean-Claude Passeron (1968) *Le métier de sociologue*, Paris, EHESS.

Bourdieu, Pierre et Passeron, Jean-Claude (1970) *La reproduction*, Paris, Éditions de Minuit.

Bouquillion, Philippe, Miège, Bernard, Mœglin, Pierre (2013), *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Braudel, Fernand (1979) *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, xve et xviiie siècles 1. Les Structures du quotidien - 2. Les Jeux de l›échange - 3. Le Temps du monde*, Paris, Armand Colin.

Bryon-Portet, Céline (2012) « Les bouleversements de l'espace-temps

Vers une redéfinition des pratiques commémoratives et de leurs lieux consacrés à l'ère des TIC », *Communication*, 30-1, https://journals.openedition.org/communication/2999

Brousseau-Pouliot, Vincent, « Combien d'abonnements aurez-vous en 2019 ? », *La Presse*, 04-01-19

Caron, André H., Carona, Letizia (2005) *Culture mobile. Les nouvelles pratiques de communication*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal.

Carey, James (1989) « Technology and Ideology. The Case of the Telegraph » in *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, New York & Londres, Routledge http://blog.wbkolleg.unibe.ch/wp-content/uploads/Carey.pdf

Chapman, Glenn, Agence France-Presse, « Google cherche à remplacer les cookies » https://www.lapresse.ca/affaires/techno/2021-02-07/pistage-des-utilisateurs/google-cherche-a-remplacer-les-cookies.php

Debord, Guy (1967) *La Société du spectacle*, Buchet-Chastel, Paris.

Foucault, Michel (1975) *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard.

Georges, Éric (2019) *Numérisation de la société et enjeux sociopolitiques*. Tome 1 : numérique, communication et culture, Londres : ISTE Editions.

Georges, Éric (2019) *Numérisation de la société et enjeux sociopolitiques*. Tome 2 : numérique, information et recherche, Londres : ISTE Editions.

Habermas, Jurgen (1962), *L'Espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 1988.

Havard, Gilles (2019) *L'Amérique fantôme : Les aventuriers francophones du Nouveau Monde*, Flammarion Québec.

Huet, Armel et alii (1978) *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Innis Harold A., (1972) *Empire and Communications*, Toronto, University of Toronto Press (1ère édition : 1950).

Innis Harold A. (1977) *The Bias of Communication*, Toronto, University of Toronto Press (1ère édition: 1951).

Lacroix, J.-G., Miège, B. et Tremblay, G. (sous la direction de), (1994) *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit*, Presses de l'Université du Québec et Presses de l'Université de Grenoble.

Lebon, Gustave (1895) *Psychologie des Foules*. Réédition : Paris, Presses universitaires de France, Collection Quadrige, 1988.

Lefebvre, Alain et Tremblay, Gaëtan (sous la direction de) (1998) *Autoroutes de l'information et dynamiques territoriales*, Presses de l'Université du Québe et Presses universitaires du Mirail.

MALEKAL,COM. https://www.malekal.com/le-pistage-sur-internet-le-dossier/. https://www.malekal.com/comment-google-twitter-ou-facebook-piste-les-internautes-sur-le-web/

Meiller, Y. (2018) Technologies de l'information, temps et espace : nouvelle topographie du monde informationnel et nouvelles relations au monde réel. Dans : Nicole Aubert éd., @ la recherche du temps: Individus hyperconnectés, société accélérée : tensions et transformations (pp. 195-215). Toulouse, France: ERES. https://doi.org/10.3917/eres.auber.2018.01.0195»

Mattelart, Armand (2007) *La globalisation de la surveillance. Aux origines de l'ordre sécuritaire*, Paris, La découverte.

Miège, Bernard (2020) *La numérisation en cours de la société*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Miège, Bernard (1996) *La société conquise par la communication. Logiques sociales*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Miège, Bernard (1995) « L'espace publlic : au-delà de la sphère politique ». C.N.R.S. Editions | « Hermès, La Revue » 1995/3 n° 17-18 | pages 49 à 62.

Mœglin, Pierre, dir. (2016) *Industrialiser l'éducation. Anthologie commentée (1913-2012)* Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, coll. Médias.

Mœglin, Pierre (2012) « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, https://journals.openedition.org/rfsic/130

Mondoux, André et Ménard, Marc (2018) *Big Data et société. Industrialisation des médiations symboliques*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Nora, Simon et Minc, Alain (1978) *L'informatisation de la société*, Paris, République française.

Pailliart, Isabelle (1993) *Les territoires de la communication*, Grenoble, Presses de l'Université de Grenoble.

Pailliart, I. (2014). Territoires, médias et communication. Dans : Stéphane Olivesi éd., Sciences de l'information et de la communication (pp. 119-136). FONTAINE, France: Presses universitaires de Grenoble.

Rallet, A., Aguilera, A. & Guillot, C. (2009) Diffusion des TIC et mobilité : permanence et renouvellement des problématiques de recherche. Flux, 4(4), 7-16. https://doi.org/10.3917/flux.078.0007

Tarde, Gabriel (1901) *L'Opinion et la Foule*, Paris, Félix Alcan, coll. « Bibliothèque de philosophie contemporaine ».

Tremblay, Gaëtan (2007) « De Marshall McLuhan à Harold Innis ou du village global à l'empire mondial », Revue tic&société [En ligne], vol. 1, no 1. https://doi.org/10.4000/ticetsociete.222

Tremblay, Gaëtan, Bizimana, Aimé-Jules et Kane, Oumar (2019) *Le service public médiatique à l'ère numérique, Radio-Canada, BBC, France Télévisions : expériences croisées*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Tremblay, Gaëtan et Lacroix, Jean-Guy (1991), *Télévision : deuxième dynastie*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Urry, J. (2005) Les systèmes de la mobilité. *Cahiers internationaux de sociologie*, 1(1), 23-35. https://doi.org/10.3917/cis.118.0023.

Van Damme, Stéphane (2014), *À toutes voiles vers la vérité. Une autre histoire de la philosophie au temps des Lumières*, Paris, Seuil.

AXE 1

INSTITUTIONS, ORGANISATIONS, FORMES SOCIALES

/ Chapitre 1 : Transformations numériques et médiatiques

/ Chapitre 2 : Normes, normalisations, instrumentalisations

/ Chapitre 3 : Politiques éducatives, correctives et controverses

/ Chapitre 4 : SIC et recompositions professionnelles

CHAPITRE 1

TRANSFORMATIONS NUMÉRIQUES ET MÉDIATIQUES

L'action éducative numérisée au cœur d'une organisation territoriale reconfigurée

Digitized educational action at the heart of a reconfigured territorial organization

Pauline Reboul
IMSIC, Université de Toulon
contact@paulinereboul.com

Michel Durampart
IMSIC, Université de Toulon
michel.durampart@univ-tln.fr

Mots-clés : Action éducative territoriale, réflexivité, données numériques, organisation apprenante

Keywords : Educational action, reflexivity, digital devices, territory, learning organization,digital data

Résumé : Cette contribution s'intéresse aux mouvements organisationnels traversant l'action éducative à l'échelle territoriale. Afin de mettre en relief la façon dont les dispositifs numériques s'entrelacent avec l'action éducative, l'étude du terrain se focalise sur les espacesde réflexivité permettant aux acteurs d'une collectivité de concevoir un Environnement Numérique de Travail. Il s'agit, plus particulièrement de décrire la place des données numériques au sein des situations info-communicationnelles susceptibles d'accompagner une dynamique d'action synergique entre les différents acteurs du territoire autour des reconfigurations de l'école en lien avec les dispositifs numériques.

Abstract: This contribution is concerned with organisational movements that cross educational action on a territorial scale. In order to highlight the way in which digital devices are intertwined with educational action, the field study focuses on the spaces of reflexivityallowing actors to design a Digital Working Environment. More specifically, the aim is todescribe the place of digital data within the info-communication situations likely to accompany a dynamic of synergistic action between the different actors of the territory around the reconfigurations of the school in relation to digital devices.

L'action éducative numérisée au cœur d'une organisationterritoriale reconfigurée

Pauline Reboul, Michel Durampart

Introduction

Les formes sociales et les formes organisationnelles sont traversées par un mouvement socio-technique intense où les technologies numériques peuvent être pensées comme instrument et destination de l'action humaine ce que M. Carmes et J.M. Noyer désignent comme le "plissement numérique du monde". (Carmes, Noyer, 2014)

L'action éducative n'échappe pas à ce phénomène, les dispositifs numériques s'immisçant dans les rationalisations pédagogiques comme outils et objet d'enseignement, dans les expériences d'apprentissages à la fois formelles et informelles des élèves, et enfin à l'échelle des actions intermédiaires organisant les formes éducatives institutionnalisées.

Une échelle organisationnelle, elle-même traversée par des mouvements liés aux dispositifs numériques : un déplacement vers les territoires de l'action éducative en lien avec les lois dedécentralisation et une remise en question de l'institution scolaire bousculée par l'émergencedes concurrences incitent les acteurs à redéfinir leurs rôles et leur mission. En parallèle, les organisations publiques s'inscrivent dans un mouvement de rationalisation productive et "dématérialise" les services rendus aux habitants prétendument facilités par le déploiement d'outils numériques favorisant la circulation d'information.

Ces éléments de contexte montrent la complexité des enjeux organisationnels auxquels les professionnels sont confrontés et plaident pour des formes d'actions collectives favorisant laréflexivité, la créativité et la coopération des acteurs permettant de dépasser les écueils et lesapories d'une forme de déterminisme technologique.

Nous nous questionnons ainsi sur les espaces de réflexivité et de créativité susceptibles de soutenir cette échelle de l'action éducative territoriale en lien avec les dispositifs numériques. Nous envisageons ces espaces à travers le concept d'organisation apprenante et l'hypothèse que cette forme organisationnelle pourrait être l'espace d'une méta-cognition "assimilant la technologie et le social à un artefact qui emblématise l'activité" et permet ainsi de penser l'action sociotechnique en train de se faire. (Durampart, 2019).

Notre contribution prend appui sur un terrain appréhendé à travers une thèse CIFRE mené au sein de la Métropole de Lyon, une collectivité territoriale dont la forme est unique en France. Créée dans le cadre de la loi MAPTAM le 1er janvier 2015, cette nouvelle organisation est le produit d'une fusion entre l'ancienne communauté de commune de l'agglomération lyonnaiseet de l'ancien Département du Rhône. La Métropole exerce sur son territoire toutes les compétences de la communauté urbaine et du département auxquelles s'ajoutent certaines compétences déléguées par les mairies. L'expérience singulière de la Métropole

de Lyon représente un terrain privilégié pour saisir et comprendre les situations info- communicationnelles permettant aux acteurs de penser, de concevoir, de comprendre, de choisir les dispositifs numériques pour l'enseignement et l'apprentissage. À partir d'une démarche inspirée par une approche ethnographique, nous cherchons à identifier les modalités de contextualisation à l'œuvre dans le cadre des interactions entre les différentsprofessionnels engagés dans l'action sociotechnique éducative.

Nous reviendrons dans un premier temps sur les enjeux d'une possible nouvelle forme organisationnelle autour de l'école et de ses liens avec les dispositifs numériques, puis nous préciserons le cadre méthodologique retenu pour appréhender le terrain étudié. Nous décrirons enfin les espaces de réflexivité que cette étude a permis de cerner et conclurons surles perspectives organisationnelles que ces formes info-communicationnelles induisent.

Les enjeux d'une nouvelle forme organisationnelle autour de l'école et deses liens avec les dispositifs numériques

Le mouvement d'introduction des technologies numériques dans l'institution scolaire s'estappuyé sur un changement majeur dans l'organisation de l'action scolaire avec la promulgation des lois Defferre en 1982 et l'émergence d'une action publique territoriale. Au-delà d'autres grandes fonctions, dès le premier plan Informatique Pour Tous, en 1985, l'action stratégique ministérielle délègue aux collectivités territoriales la mission de fournirles ressources nécessaires à l'implémentation massive d'ordinateurs dans les établissementsscolaires.

Une insertion des dispositifs numériques en tension avec la territorialisation de l'actionéducative

Au gré des plans d'équipement successifs, l'engagement de l'état et le degré d'autonomie descollectivités territoriales vis-à-vis des stratégies d'équipement fluctuent tout en maintenant une tendance forte vers la territorialisation d'une politique du Numérique Éducatif, cependantl'État reste le plus souvent donneur d'ordre, rédigeant les référentiels et assurant seul la formation des enseignants. Aude Inaudi (2017) analyse cette trajectoire historique en relevant le rôle donné à la proximité territoriale dans la portée des actions éducatives dès l'acte 2 de la décentralisation. Exemple récent, l'appel à projet "Collège Lab", dynamique d'innovation impulsée par l'État en 2017 et adressée aux territoires envisage non seulement la responsabilité des collectivités en matière d'équipement numérique et de construction maiségalement leur participation d'un point de vue prospectif, les invitant à se projeter sur la forme du collège de demain. La logique de proximité s'étend désormais à toute une communauté éducative impliquant une délicate coordination d'acteurs, enseignants, parents, fonctionnaires territoriaux, associations…, dont l'unité de cohésion est bien le territoire.

On voit ici que la forme organisationnelle de l'école doit pouvoir mettre en interaction denombreux acteurs dont l'ancrage culturel et cognitif diffère fortement. Le questionnementporte alors sur l'insertion des outils numériques dans les pratiques et savoir faire des différents acteurs de cette chaine éducative.

Une acculturation numérique de l'école en tension avec l'homéostasie de la formescolaire : les enjeux de l'innovation socio-technique

De nombreux chercheurs en sciences de l'information et de la communication, en sciences del'éducation ou encore en sciences cognitives s'intéressent au rôle des technologies numériques dans le cadre de la relation pédagogique et de ses effets sur les apprentissages. Ces derniers interrogent les formes de médiation des savoirs et observent les continuités et discontinuités liées aux usages des outils et médias éducatifs (Moeglin, 2005) dans un cadre scolaire semblant plutôt digérer les innovations. Différents travaux menés au sein du laboratoire IMSIC ont conduit cette équipe à interroger la résistance homéostatique du système scolaire, ce dernier parvenant « sans cesse à se reproduire tout en prétendant innoveren permanence » (Durampart, 2016). À travers ces constats, l'équipe de recherche interroge les limites d'un mouvement reposant sur l'échelle singulière de la classe et d'une poignée d'enseignants dit "innovant" alors que l'ensemble du système d'acteurs et du jeu institutionnel peine à réinterroger la mission globale de l'école et le sens des transformations attendues en lien avec les dispositifs numériques.

L'acculturation numérique des acteurs du système scolaire s'effectuerait ainsi en ordre dispersé, suscitant enthousiasme et rejet, mais peinant in fine à modifier les structures spatio-temporelles, les règles et les modes de codification des savoirs transmis dans son cadre (Vincent, 1994).

Il apparaît ici que les formes organisationnelles accompagnant les mouvements sociotechniques de l'école peinent à faire émerger un sens commun dépassant le cadre singulier des initiatives individuelles. Cet angle de vue nous situe donc plus précisément dansle champ de l'activité professionnelle et la façon dont les acteurs agissent dans le cadre de l'organisation du travail.

Un enjeu situé au cœur des transformations organisationnelles contemporaines

Au-delà des questions spécifiquement liées à l'action scolaire, il faut donc prendre en compte le phénomène de rationalisation productive conduisant les organisations publics et privés à réduire leurs charges de fonctionnement en faisant appel à de la sous-traitance, à viserl'efficience à travers une rationalisation et une normalisation des processus de travail s'inscrivant davantage dans des logiques de flux tendus et imposant aux acteurs d'accroître laplace des "rationalisations cognitives" dans le cadre de l'activité au travail (Bouillon, 2005). Les dispositifs numériques accompagnent ce mouvement à travers le déploiement d'outils censés favoriser la circulation d'information et de documents conçus en correspondance avec les processus normalisés des nouvelles formes organisationnelles.

Si les discours accompagnant les transformations du travail en lien avec les dispositifs numériques font souvent état de formes plus collaboratives et créatives, un certain nombre de travaux dans le champ de l'approche communicationnelle des organisations pointent les limites d'une dynamique renforçant les logiques disciplinaires à travers notamment desmécanismes d'autocontrôle.

Plus encore, les modèles s'intéressant aux formes d'intelligence associées à la circulation des informations, que ce soit sous la forme de données ou de documents font également l'objet d'une analyse critique à travers le prisme communicationnel, des auteurs comme Nicolas Moinet ou encore Maud Pélissier, pointant la nécessaire proximité relationnelle entre les acteurs afin que les ressources informationnelles puissent contri-

buer à l'émergence d'une véritable connaissance en action manifestant les prémisses de ce que l'on pourrait désigner comme une « organisation apprenante » que nous allons envisager ensuite.

C'est sur la base de ces éléments contextuels que nous allons maintenant développer notre cadre de questionnement sur les espaces de réflexivité dispositive et les méthodes retenues pour étudier un terrain permettant d'appréhender la territorialité des enjeux organisationnels de l'action éducative.

Les espaces de réflexivité au sein de la Métropole de Lyon : cadrage conceptuel et approche méthodologique

Disposant d'un espace d'action transversal, l'organisation en évolution que constitue laMétropole de Lyon développe un discours très fortement empreint des modèles de la Ville Intelligente et promeut l'usage des dispositifs et des données numériques dans une perspective de développement économique et social durable. Ce modèle organisationnel doit favoriser l'innovation et le développement de solutions ajoutant de la valeur au quotidien de ses habitants.

L'émergence d'une organisation "intelligente" s'acculturant aux enjeux éducatifs de son territoire

Parmi les nouvelles compétences héritées du Département, la Métropole se voit confier la mission de contribuer à la politique éducative du Ministère de l'Éducation Nationale à traversla construction et l'entretien des bâtiments scolaires et de leurs équipements parmi lesquels setrouvent des équipements, des services et des infrastructures numériques.

Cette mission éducative en lien avec les équipements numériques est définie dans le cadre d'un Schéma métropolitain du numérique éducatif, délibéré en novembre 2015 et a étéconfiée à la Direction de l'Innovation Numérique et des Systèmes d'Information. En son sein différentes unités se répartissent le travail à partir des choix de découpages fonctionnels quela Métropole a souhaité mettre en place lors de sa création. C'est dans ce contexte de forte mutation organisationnelle que la Métropole de Lyon a fait le choix de la recherche action pour questionner les processus organisationnels qui accompagnent sa politique éducative en lien avec les équipements et services numériques.

Différentes dimensions de la réflexivité à articuler

Nous souhaitons donc observer la façon dont la réflexivité s'inscrit au sein des agencementsorganisationnels et serait susceptible de soutenir l'action éducative territoriale en prise avec les technologies numériques. Il s'agit, rappelons-le, de favoriser une disposition organisationnelle dotant les acteurs d'une « capacité à apprendre de ce qu'on fait tout en étanten capacité de mettre en place une distance et une cognition partagées sur le rapport entre technologies et forme organisationnelle en devenir, ce qui éviterait sans doute bien des impasses ou des contresens. » Ceci dit, pour Michel Durampart, le modèle de l'organisation apprenante est un « idéal invoqué, davantage qu'une réalité » même si les dispositions réflexives de cette forme organisa-

tionnelle pourrait permettre « de compenser un certain vertige de la technicisation de l'encadrement et du contrôle de l'activité limitant l'autonomie participative des acteurs au travail » (Durampart, 2020).

La réflexivité est communément appréhendée comme un retour sur soi, sur son processus cognitif en lien avec une situation donnée, une pratique, une action, une interaction. Parmi de nombreuses approches sur la réflexivité (notamment Dewey et Lewin), les travaux d'Argyris et Schön (1978, 1996) questionnent les dynamiques de transformations organisationnelles en prenant appui sur une réflexivité mise en commun cherchant à dépasser le cadre de la cognition individuelle pour envisager la dimension sociale, culturelle de ce processus.

Le modèle, rejoignant une réflexion sur l'organisation apprenante, développé par ces deux auteurs, intègre dans le processus réflexif, la prise en compte et la mise à distance des opérations de cadrage culturel des acteurs (*reframing*), autrement dit les constructions socio-cognitives avec lesquelles ils ont l'habitude d'appréhender les situations.

Ces logiques placent les processus de réflexivité au cœur des interactions des acteurs et donnent donc aux médiations qui les accompagnent un rôle déterminant la nature et la profondeur de ce phénomène socio-cognitif. Nous allons donc nous employer à faire entrerl'étude de la réflexivité de notre contexte à partir d'un cadre spécifique lié à une démarche dite dispositive.

Une grille d'analyse des interactions observées au coeur d'une démarche dispositive focalisée sur la forme des échanges

Dans le contexte d'un mouvement organisationnel liant technologie, éducation et territoire, nous proposons alors d'envisager la réflexivité à travers les travaux de P. Flichy ainsi que la démarche dispositive proposée par Hugues Choplin et Geneviève Jacquinot Delaunay (2002). Il s'agit d'observer à travers les processus organisant l'insertion des technologies numériques au sein des établissements scolaires, les marqueurs d'une négociation de sens cherchant à combiner à la fois les besoins et usages des individus, les cadres organisationnelsdans lesquels ces besoins s'expriment et enfin les finalités sociales visées par cette démarche.

Ce nécessaire retour sur des pratiques émergentes nécessitant une acculturation réciproqueentre des usagers, des producteurs et des décideurs et une mise à distance des cadres de pensées préexistant à l'action permet de tenir ensemble les différentes dimensions de la réflexivité exposées plus haut.

Nous complétons cette analyse d'une prise en compte de la forme des échanges entre les différents acteurs observés afin d'analyser plus spécifiquement ce lien entre le processus socio-cognitif de la réflexivité et la nature des médiations sémiotiques (considérées à partir detraces produisant du sens) permettant aux acteurs d'interagir. Il s'agit en cela de regarder plus précisément comment les dispositifs numériques contribuent à l'enrichissement de ces médiations à partir des traitements informationnels qu'ils rendent possible. En ce sens, nous prolongeons nos réflexions au regard de travaux de Pierre Delcambre (2007,2016, 2017) puisant dans le cadre théorique de l'activité au travail.

Pour mener notre étude des situations de communication dans le cadre de l'activité réflexivedes acteurs, nous avons donc choisi de nous intéresser à un dispositif numérique en particulier, un environnement numérique

de travail (ENT) que le service étudié conçoit, développe et maintient en interaction avec les autres acteurs impliqués dans l'organisation territoriale du numérique éducatif.

À partir d'une observation participante, nous avons focalisé notre attention sur les situations de travail collectives au cours desquelles le dispositif étudié fait l'objet d'interactions. Ces situations formelles ont été rapportées dans un journal de bord sur une période de 6 mois consécutifs, située entre septembre 2019 et mars 2020. Nous avons ensuite procédé au codagede ces observations à partir de la grille d'analyse évoqué plus haut et c'est donc vers un relevé de traces et de données que nous nous orientons.

L'émergence d'une réflexivité statistique révélatrice des enjeux d'une intelligence éducative territoriale

Au cours des mois observés, plusieurs membres de l'organisation se sont engagés dans un cours d'action orienté vers l'élaboration de nouvelles formes de représentation statistiques del'activité dispositive. Cette démarche intervient en réponse à une demande formulée par le management de proximité de disposer d'un rapport statistique automatisé à partir des basesde données de connexion de l'ENT permettant en "un coup d'oeil" de comprendre l'avancement du projet. Par ailleurs, une première phase d'analyse conduite dans le cadre de la CIFRE avait mis en évidence la faible représentation des cadres d'usages et des finalités del'ENT dans les interactions au sein de l'organisation. (Reboul, 2019) Nous avons donc cherché, avec la cheffe de projet, un *data scientist* et une designeuse intégrée à l'équipe en charge de l'ouverture des données de la Métropole de Lyon, des formes de représentation statistique de l'activité dispositive traduisant ces usages et ces finalités.

Une réflexivité contrainte par une représentation fonctionnelle de l'organisationéducative territoriale

Cette proposition s'est rapidement heurtée à l'intériorisation d'une norme organisationnelle àtravers laquelle les acteurs de la collectivité s'interdisent justement de penser les finalités pédagogiques des dispositifs numériques qu'ils mettent à disposition. Cette norme est rappelée au cours des échanges à travers des formulations orales rappelant la répartition des rôles : "c'est les enseignants qui ont le final cut de la pédagogie" et l'importance de ne pas "afficher" de positionnement pédagogique vis-à-vis de l'éducation nationale : "c'est les patrons", "on touche pas à la pédagogie", ou encore "on est très prudent". Cette norme réifiéen'est pourtant pas énoncée par les membres de l'éducation nationale rencontrés au cours de lapériode observée.

Cette contrainte rappelée à de nombreuses occasions et par un grand nombre d'agents engagés depuis plusieurs années dans des actions liées au périmètre de l'Éducation Nationale renvoie à une conception fonctionnelle de l'organisation qui réduit la profondeur du processus réflexif aux seules dimensions dont la collectivité se sent légitimement investie. Onvoit à travers cette dynamique le rôle de l'énonciation dans le processus réflexif entendue d'un point de vue organisationnel. Du point de vue des agents concernés, la Métropole ne peut pas être l'énonciateur d'une information (statistique ou autre) caractérisant la dimension pédagogique de l'outil technique qu'ils conçoivent, ce qui rejoint un cadrage culturel cohérent pour une Di-

rection des Systèmes d'Information. À l'inverse, nous pouvons faire l'hypothèse que cette énonciation pourrait contribuer à un recadrage du rôle de la Métropole,plus synergique avec celui de l'Éducation Nationale.

Une réflexivité contrainte par la matérialité du dispositif nécessitant le croisement deplusieurs cadres interprétatifs

La matérialité du dispositif technique constitue le deuxième pôle de tension à dépasser pourconstruire cet espace de réflexivité. Il s'agit là de la calculabilité des phénomènes que nous souhaitons représenter. Construire des indicateurs de l'activité dispositive à partir des traces numériques de cette dernière suppose en effet d'avoir accès à ces traces, de savoir les interroger, les manipuler à travers les langages spécifiques des interfaces disponibles au sein de l'organisation. Plus encore, cela suppose de construire une intelligibilité commune de traitements statistiques réduisant nécessairement la complexité des processus captés à travers ces démarches.

Prenons un exemple avec un essai de représentation statistique des différents cadres d'usagespédagogique du dispositif. Le calcul proposé supposait de regrouper ensemble les connexionsdes utilisateurs (des logs) en fonction d'une typologie de fonctionnalités utilisée lors de ces connexions. La structure de la base de données générée au fur et à mesure des utilisations, n'intègre pas de typologie ce qui ne permet pas de calculer simplement cet indicateur. Il est nécessaire de passer par plusieurs étapes de codage, ces dernières relevant d'un processus cognitif interprétatif et d'un choix humain déterminé par la culture professionnelle des acteurs concernés. Il faut connaître les usages des différentes fonctionnalités proposées pour pouvoir les regrouper en ensemble cohérent. Certaines fonctionnalités permettent par ailleurs plusieurs types d'usages différents ce qui implique un autre codage pour ventiler les connexions associées à cette fonctionnalité dans la bonne catégorie. En parallèle, il faut connaître les pratiques de connexion des utilisateurs et savoir qu'une fonctionnalité leur permet de rester authentifiés alors même qu'ils ont quitté le service, pour neutraliser ce biais et construire un calcul permettant d'exprimer un taux d'utilisation vraisemblable.

On voit ici que la construction de cet espace de réflexivité fait appel à d'importantes connaissances préalables des cadres d'usages et des cadres de fonctionnement du dispositifqu'il est nécessaire de croiser. De ce point de vue, l'émergence de cet espace a favorisé une acculturation sociotechnique réciproque des acteurs participants à son élaboration. Pourtant,la complexité des calculs et la conscience des nombreux biais sous-jacents a maintenu une position de réserve des développeurs vis-à-vis de l'usage de ces indicateurs, par eux-mêmes,mais également par les managers qui en ont fait la demande et plus largement par les différents destinataires potentiels de ces données.

Une réflexivité en tension avec d'autres formes plus relationnelles

Les contraintes évoquées supra sont régulièrement énoncées par les développeurs en relation avec une dynamique de travail laissant peu de place à cette forme de réflexivité collective. Eneffet, le dispositif évolue très régulièrement en réponse soit à des injonctions émanant du Ministère de l'Éducation Nationale ou de la Direction des Systèmes d'Information de la Métropole, soit à des demandes formulées directement par les utilisateurs. Nous pouvons donc relever différents niveaux de réflexivité. Dans le premier cas, la réflexivité

des acteursobservés n'est pas convoquée, ceux-ci devant appliquer de nouvelles normes techniques et fonctionnelles décidées dans d'autres espaces.

Dans le cas des demandes des utilisateurs, une autre forme de réflexivité est observable dans les interactions, s'appuyant davantage sur une logique de proximité relationnelle. L'ensemblede l'équipe est en effet destinataire de messages adressés par voie électronique par les référents numériques des établissements scolaires pour rendre compte de leurs difficultés techniques ou de besoins spécifiques. Les échanges au cours desquels l'équipe discute des réponses à apporter à ces demandes montrent des phénomènes d'empathie, et des parties pris vis-à-vis de certaines catégories d'utilisateurs au détriment d'autres. L'expérience des parentsd'élèves fait l'objet régulièrement de comparaison avec les situations personnelles des membres de l'équipe ayant parfois même conduit à des choix contestés par les chefs d'établissements. Reste que ces traces, plus incarnées, de l'expérience des utilisateurs sontdavantage prises en compte dans le processus réflexif de l'équipe et constituent le cœur de l'analyse conduisant aux évolutions fonctionnelles. Cette posture résout en partie les tensionsliées à la légitimité de la Métropole sur le champ de l'éducation, déléguant aux enseignants qui énoncent leur besoin, le niveau de réflexivité intégrant les finalités sociales et pédagogiques du dispositif. Il s'agit d'un choix rationnel de gestion des ressources humaines disponible, cette forme de réflexivité ne nécessitant pas d'activités supplémentaires pour collecter et analyser des données qualitatives. Cependant, cet espace de réflexivité relationnelest principalement informel, les messages des enseignants sont évoqués à l'oral et les analyses qui s'en suivent sont rarement traduites dans une forme communicable aux managers de proximité ou aux partenaires. De ce point de vue, l'attente de représentations statistiques de ces besoins répond finalement à un enjeu d'acculturation externe à l'équipe projet. Autre limite reconnue par les développeurs, cet espace de réflexivité relationnel ne permet que de rendre compte de l'expérience des utilisateurs qui font la démarche de s'adresser au service, ce qui constitue en soi un biais de représentativité important. Lors des discussions visant à proposer d'autres formes d'interaction avec les utilisateurs, nous avons pu observer une forte frilosité de l'équipe technique vis-à-vis d'une forme de consultation desutilisateurs dont ils pourraient être à l'initiative, redoutant l'engagement que cette forme implique en terme de charge de travail et le franchissement d'une norme commune intégrécollectivement et globalement dans les dynamiques de l'organisation.

Conclusion

Parmi les différentes manifestations communicationnelles de ce processus de réflexivité, nousavons étudié plus précisément les médiations soutenues par les dispositifs numériques à travers le traitement des données de connexion des utilisateurs. Ces formes de réflexivité correspondent en effet à une attente managériale prégnante en écho avec les discours accompagnant les modèles de Ville Intelligente fortement repris au sein de l'organisation étudiée. Le travail de construction d'indicateurs de l'activité dispositive semble effectivement propice à l'acculturation sociotechnique de l'équipe. Pourtant, cet espace de réflexivité peine à émerger au sein de l'organisation tant par les limites imposées par la matérialité de ces dispositifs et les possibilités de calculs qu'ils permettent que par l'engagement énonciatif queces traitements impliquent. Les producteurs du dispositif préfèrent alors limiter la profondeurréflexive de leur démarche à l'interprétation des besoins exprimés par les enseignants dans uncadre de fonctionnement technique. Ces formes, plus incarnées, sont

néanmoins limitées à la fois en terme de représentativité et de représentation ce qui ne favorise pas une acculturation plus large de l'organisation s'orientant vers la pris en compte des changements liés au cadre pédagogique. La proximité relationnelle qu'elle implique est par ailleurs fortement engageante d'un point de vue opérationnelle. L'organisation territoriale du numérique éducatif parvient encore difficilement à faire émerger ces formes d'échanges synergiquesidéales que nous avons envisagées comme un levier pour faire face à la complexité des mouvements sociaux induits par les dispositifs numériques et le rôle de l'éducation dans ce contexte. L'analyse proposée ne permet pas de ce point de vue d'apporter un éclairage temporel sans doute essentiel pour conclure sur la pertinence des démarches visant à enrichirles représentations statistiques de l'activité dispositive. Pour autant, il nous semble pertinent de poursuivre nos investigations sur les formes de réflexivité, en envisageant de possibles complémentarités entre les espaces statistiques et les espaces relationnels. Des formes issues du design comme la méthode des persona nous semble susceptibles de favoriser une meilleure distanciation de l'équipe vis-à-vis des utilisations tout en conservant la richesse d'une information incarnée, porteuse des traductions opérées par les utilisateurs.

Bibliographie

Argyris C. & Schön D-A. (1978). *Organizational learning*, vol. 1: a theory of actionperspective, Reading, MA, Addison-Wesley, 344 pages

Bouillon J-B. (2005). Autonomie professionnelle et rationalisations cognitives : les paradoxesdissimulés des organisations post-disciplinaires, Études de communication, 28, p. 91- 105.

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

Delcambre P.(2007). Pour une théorie de la communication en contexte de travail appuyée sur des théories de l'action et de l'expression. *Communication et organisation*, n°31 (juillet)

Durampart M. (2019). La collaboration à l'aune des technologies numériques et de la recherche d'efficience, *Communication & Organisation*, n° 55, p. 123-140

Durampart M. (2016), La forme scolaire en action traversée par l'école numérique, *Revue française des sciences de l'information et de la communication*

Michel Durampart, (2015). L'organisation apprenante à l'heure de la culture numérique, actes du colloque org&co. Nice, Paris, L'Harmattan, 69-80.

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

Jacquinot G. & Choplin H. (2002), La démarche dispositive au risque de l'innovation, *Éducation permanente*, 152, p. 184-198.

Inaudi A. (2017). École et numérique : une histoire pour préparer demain, *Hermès, La Revue*,vol. 78, n°2, , p. 72-79.

Moeglin P. (2005). *Outils et médias éducatifs. Une approche communicationnelle*, Grenoble, Presses de l'Université de Grenoble.

Moinet N. (2009).Du « savoir pour agir » au « connaître est agir. *Les Cahiers du numerique,* Vol. 5, no 4, p. 53-77.

Pelissier M. & Dechamp G., (2018), Intelligence territoriale et territoire créatif : une alliance pertinente. Etude de cas : le quartier créatif stéphanois, in Coussi & al., *Intelligence économique territoriale : théories et pratiques*, Ed. CNER.

Pelissier M. & Pybourdin I. (2009).« L'intelligence territoriale. Entre structuration de réseau et dynamique de communication ». *Les Cahiers du numérique* 5, n°4, p.93-109. https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2009-4-page-93.htm.

Reboul P. (2019). Les représentations en action dans l'évolution des missions liant le numérique à l'éducation à l'échelle d'un territoire. Université d'été Ludovia#16, Ludovia, Ax-les-thermes, France.

Vincent G. (1994). *L'éducation prisonnière de la forme scolaire ? Scolarisation et socialisation dans les sociétés industrielles*, Lyon : PUL.

Les espaces numériques dans le secteur social et médico-social :impulsions, assimilations et répercussions culturelles

Digital spaces in the social and social-health sector: impulses, assimilations and cultural repercussions

Mathias Fauché, DoctorantLaboratoire PREFICS, Université Rennes 2
matalias@disroot.org

Mots-clefs : vulnérabilité, artefacts numériques, mutation, obsolescence

Keywords : vulnerability, digital artifacts, mutation, obsolescence

Résumé

Cet article étudie, à partir d'observations et d'entretiens, la propagation d'artefacts numériques au sein d'une association départementale du secteur social. Ils sont une réponse aux injonctions des politiques sociales et à la taille grandissante des organisations du secteur. Leurs propriétés internes participent à développer une forme de vulnérabilité dont l'impact s'étend des bénéficiaires de l'action sociale jusqu'aux agents décisionnaires de celle-ci.

Abstract

This article studies, based on observations and interviews, the propagation of digital artefacts within a departmental association of the social sector. They are a response to the injunctions of social policies and to the growing size of organizations in the sector. Their internal properties contribute to the development of a form of vulnerability whose impact extends from the beneficiaries of social action to its decision-making agents.

Les espaces numériques dans le secteur social et médico-social :impulsions, assimilations et répercussions culturelles

Mathias Fauché

Introduction

L'enjeu de l'article est de questionner le numérique et les propriétés internes de ses artefacts tels qu'ils ont été adoptés au sein d'une association départementale composée de 32 établissements du secteur social et médico-social, et de déterminer s'ils sont le reflet d'évolutions structurelles et managériales. Ce pont, entre des restructurations gestionnaires d'une part et des artefacts numériques d'autre part, repose sur l'observation de notions convergentes entre ces deux dimensions : management par projet, encouragement du réseau professionnel comme du réseau numérique, refonte sémantique néo-managériale favorable aux connexions, processus organisationnels et interfaces numériques empruntés au secteur lucratif, agilité, flexibilité, etc. Le numérique vient-il en renfort d'un glissement organisationnel engendrant un sentiment de dépossession chez les professionnels de terrain, c'est-à-dire les travailleurs sociaux au contact despersonnes vulnérables ?

Mise en perspective historique et théorique

Avant d'évoquer les profondes mutations liées directement et indirectement aux dispositifs d'écriture numériques dans le secteur social et médico-social, il me faut poser un cadre sur la définition attendue du « travail social ». Je reprendrai pour cela la pensée de l'anthropologue Thierry Goguel d'Allondans : le travail social c'est avant tout un travail sur le corps social. Il est donc exposé, en plus des enjeux purement sociaux, aux enjeux politiques et économiques.Communément, dans le contexte français, l'expression englobe une diversité de métiers tous voués à apporter du soin cognitif ou physiologique à des personnes dites vulnérables et en difficultés sociales. Le travail social c'est donc le travail sur la société en elle-même, c'est rappeler l'existence du « social » à des êtres démunis, oubliés, marginalisés[1]. La focalisation surla flexibilité n'épargne pas l'action sociale qui se trouve tiraillée entre deux logiques. D'un côté l'intervention sociale, plus récente et compatible avec l'utilitarisme, la rentabilité financière, le transitoire, la compétence et la logique de service. De l'autre le travail social, parfois jugé vieillissant, basé sur la qualification, le temps long, l'articulation de l'individuel et du collectif et la cause des problèmes. L'intervention sociale, elle, individualise les réponses, s'attarde uniquement sur les symptômes et non plus les causes.

Il semble donc y avoir dans ce secteur un glissement de la « cité civique » vers la « cité parprojets » (Boltanski et Chiapello, 1999). La cité civique a comme valeurs de référence la démocratie, le monde associatif et la collectivité. L'importance n'est pas accordée aux individus isolés, mais bien aux groupes de personnes, aux institutions. Les principes supérieurs en sont le bien commun, la solidarité, l'équité et

1 Domenach et al. « Le travail social c'est le corps social en travail », Esprit, n°4-5, avril-mai 1972, p. 794

la liberté. Pourtant, le secteur social connaît le passaged'un accompagnement collectif de la personne vulnérable à un accompagnement individuel.

La cité par projets, quant à elle, est caractérisée par un monde connexionniste reposant sur les notions de projets, d'activité, de prolifération des liens et d'extension du réseau. Toutes ces notions se nourrissent : l'activité consiste en l'éternelle production de projets ou à intégrer des projets initiés ailleurs. Le projet n'a d'existence qu'à travers la rencontre et c'est l'insertion par les réseaux qui le fait vivre. Plus les projets se succèdent, plus les connexions s'amoncellent, plusles liens prolifèrent et plus les réseaux s'étendent. Cet ensemble de conditions a la particularité forte de persister par l'exclusion de ceux qui ne se plient pas à cette exploration du réseau. Les agents de la cité par projets sont donc « contraints » de fonctionner sur le même mode sous peine d'être marginalisé.

Est-il possible de relever dans l'histoire de la télématique des mutations tout aussi profondes l'écartant de ses fondements ? Un tournant symbolique apparût lorsque Bill Gates envoya une lettre ouverte en 1976 où il pointait le manque à gagner que représentait le développement du logiciel libre. Le ton était donné : il n'était plus question de laisser les programmes se développer de manière non marchandisée et le code source de ceux-ci ouvert et librement partagé. Progressivement l'informatique s'est alors massivement orienté vers le logiciel propriétaire (ou « privateur » comme préfère le désigner la communauté du libre) faisant par la suite du monde numérique un pilier économique, marchand et industriel au même titre que le pétrole. Alors que les promesses du numérique étaient l'horizontalité et l'ouverture, l'accès au Web et aux services numériques est étranglés par des goulots que sont les services des GAFAM.

Le travail social a pu connaître une phase au cours des années 1980 où il a tenté de se saisir des évolutions technologiques de manière endogène. Plus que de « forcer » un environnement numérique uniformisé pour les tâches administratives, il s'agissait d'expérimenter de nouvelles pratiques thérapeutiques ou éducatives auprès de tous les publics : milieu du handicap, milieu carcéral, etc. L'ordinateur n'était pas de fait interconnecté avec d'innombrables autres appareils. Le réseau et l'accumulation de données quantitatives n'étaient pas la norme. Aujourd'hui les systèmes mis en place reposent sur la propagation d'interfaces compatibles avec la gestion de projets et la facilitation pour les agents du secteur de se conformer aux injonctions législatives sans cesse renouvelées. La loi dite de rénovation de l'action sociale et médico-sociale[2] comporte plusieurs volets dont les principaux concernent le « droit des usagers » et l'évaluation. Deux termes reviennent constamment dans cette loi, celui de « contrat » et celui de « projet ». Le premier instille l'idée d'une délivrance d'une prestation de service soumise à des obligations de résultats, d'où le terme d'usager pour désigner les personnes accueillies et accompagnées. Le contrat évince la question d'une identité collective et d'une prise en compte des classes sociales, déniant ainsi la logique de solidarité essentielle au secteur (Curie, 2010). Le second fait référence aux projets individuels des personnes accompagnés sur lesquels les établissements sociaux sont évalués. Ces projets, par définition, sont configurés selon des calendriers et des objectifs. Les travailleurs sociaux sont donc amenés à raisonner en termes d'individu, d'apporter des réponses au cas par cas en vue d'obtenir des résultats visibles sur chacun de ces cas.

La notion de vulnérabilité est ici une question centrale puisqu'une des hypothèses avancées est qu'en participant à disloquer les liens générationnels et l'intégrité politique et économique, la voie parfois prise en

2 Il s'agit de la loi n° 2002-2 du 2 janvier 2002, du Code de l'action sociale et des familles

termes de technologies numériques étend une forme de vulnérabilité qui va bien au-delà de ladite fracture sociale communément admise liée à l'usage de ces technologies. Elle est globale et n'épargne ni les agents dotés de la légitimité décisionnaire (direction générale, conseil d'administration), ni le corps pédagogique, éducatif, soignant ni les bénéficiaires du soin et de l'attention. Elle est alimentée par l'orientation vers un solutionnisme numérique semblant accélérer la mutation des formes sociales du secteur vers des formes autres, potentiellement incompatibles avec l'essence du travail social.

Les espaces numériques dans le secteur social : des impulsions exogènes ?

Les expérimentations endogènes des précédentes décennies correspondent à un monde où l'autonomie était forte et le réseau faible et jugé sans importance. Aujourd'hui la tendance est à l'expansion. Les coupes budgétaires amènent les établissements isolés à fusionner ou à être absorbés par des entités plus grandes. Cette taille grandissante est synonyme de complexité, de normes et d'une logique gestionnaire. Elle recompose le pouvoir et les responsabilités, elle instaure des enjeux d'ordre nouveau tels que l'efficacité et la rationalité. La taille est un facteur déterminant, car elle favorise les écarts, elle creuse les strates, elle développe la gestion en cascades. Elle contraint à la dislocation des processus organisationnels existants et invite à adopter des formes managériales autres, parfois hors sol. La taille suscite une logique par le réseau, une vision globale. Elle étouffe l'autonomie et y substitue l'hétéronomie des entités auparavant indépendantes. Savons-nous encore habiter le monde à la bonne échelle (Rey, 2015) ?

La taille est dépendante d'un environnement technique de plus en plus imposant au fur et à mesure qu'elle augmente. Les artefacts représentent son pilier, qu'ils soient des dispositifs de transports routiers, de mémoire, de communication ou d'information. Les technologies intellectuelles ne prennent sens qu'à travers la taille, car elle implique un suivi, une supervision, une quantification. La taille va de pair avec l'organisation scientifique du travail. Son bras droit est la mesure et la mesure est ce qui détermine les variations de taille. Il y a pour toute organisation qui évolue en taille un degré où cette évolution se traduit par une métamorphose, un changement de nature et une perte d'essence : une transmutation. Cette dernière se révèle par la prolifération récente et massive des prothèses numériques dans le secteur et en particulier dans l'association observée, qui devient peu à peu une « mégassociation » grâce aux artefacts numériques qui sous-tendent la mise en place de « mégalieux ».

C'est ce que symbolise le système d'information. Celui-ci est complexe de par les rouages de l'infrastructure informatique qui le concrétise (serveurs, terminaux, liens de connexions, droits d'accès, abonnements divers, personnel de gestion, maintenance, etc.), et de par ses coûts, directs et annexes. La modernisation (serveurs, logiciels, messagerie, prestation d'infogérance, ERP, téléphonie mobile, etc.) représente le budget qui aurait été nécessaire au recrutement de 23 éducateurs ou l'accueil en hébergement de 17 enfants (sur 3 ans). Chaque composante du reste de l'infrastructure est soudainement apparue désuète. Disposer d'un centre de données véloce en termes de stockage, de performance et de bande passante semblait soudain dissonant avec la téléphonie mobile en circulation dont l'ergonomie semblait incompatible avec la consultation rapide, aisée et agréable de documents stockés sur des machines distantes. Une technologie en appelant une autre, allouer une quantité de fonds parfois jugée disproportionnée par rapport aux besoins essentiels (et au secteur de manière générale) ne fait pas le poids vis-à-vis de la volonté d'exploiter pleine-

ment les outils pour lesquels le sacrifice a été fait. Ce qui au départ ressemble donc à de la prudence et de la rationalité finit vite par devenir de la démesure compulsive provoquée par un solutionnisme technologique. C'est ainsi qu'une fois la question du centre de données traitée, la grandiosité estimée de ce dernier fait de l'ombre au reste de l'existant : lesliens Internet des établissements deviennent insuffisants pour assurer un débit adapté aux flux, lestéléphones ne permettent pas de consulter en tout lieu et à tout instant les courriels ou documents divers, il y a trop peu d'ordinateurs portables pour les réunions, le télétravail ou la mobilité de manière générale, des points d'accès sans fil doivent être installés pour assurer la connexion à cesmachines mobiles, la téléphonie fixe indépendante pour chaque établissement et non IP doit être renouvelée et centralisée, le câblage réseau existant n'est pas suffisant pour assurer le fonctionnement et la qualité de cette dernière et enfin une gestion centralisée doit permettre de contrôler et de sécuriser l'ensemble de ces artefacts. Nous assistons donc à un renversement total : alors que le secteur social et médico-social s'est métamorphosé sur la base d'une rationalisation jugée impérative ne voulant plus laisser libre cours à l'errance organisationnelle et aux dépenses injustifiées, il se retrouve en roue libre pour accumuler des artefacts numériques pouvant paraître hors sol et coûteux.

De l'imaginaire social du numérique aux logiciels privateurs

Le gigantisme de l'aspect matériel du système d'information ne suffit pas à lui seul pour révéler la scission potentielle entre l'activité de certains types d'agents, ici les travailleurs sociaux, et les outils qu'ils utilisent. Il faut également considérer les interfaces que manipulent concrètement les agents en s'attardant sur leurs propriétés internes qui participent à la dislocation de la cité de justification d'origine. Nous pouvons évoquer l'exploitation des données nourrissant un capitalisme cognitif entretenu par les prestataires informatiques proposant uniquement des logiciels allant dans ce sens, le management intermédiaire qu'incarnent ces outils à travers notamment la stratégie du « push-pull » (on pousse et tire constamment de l'information vers et de l'utilisateur) ou encore l'obsolescence pensée dès la conception des artefacts.

L'obsolescence des machines fait écho à l'obsolescence des pratiques, des valeurs et des idées, qui s'immisce derrière le drapeau de l'innovation (Linhart, 2015). L'innovation est un cheval de Troie paralysant, la critique artiste, comme la critique sociale (Boltanski et Chiapello, 1999). Quiconque défie l'innovation encourt le risque d'être perçu comme rétrograde ou néfaste pour la cohérence du groupe et l'évolution de l'organisation. En effet, est-ce qu'un agent sain d'esprit envisagerait de remettre en question l'amélioration des outils de travail ? Et à travers le numérique c'est un ensemble d'autres « innovations » qui se glissent dans les pratiques. La tarification à l'acte, rejetée par les travailleurs, peut-être appliquée par un nouveau logiciel de suivi (ou l'ajout d'un module de suivi des activités à un ERP existant). La rationalisation des dépenses liées au quotidien des personnes accueillies (vêtements, nourriture, sorties, etc.) ? Une réorganisation de l'arborescence de fichiers, du lieu de stockage des données et des permissions d'accès à celles-ci poussera chaque agent, à se « responsabiliser ». Un suivi de l'accompagnement dont des critères précis doivent être mesurés et partagés avec des entités externes ? Le dossier individuel informatisé, balisé de telle manière à imposer le contenu, le rendra effectif. Etc. Dit autrement, le secteur social est touché par des bouleversements culturels importants et pour y répondre, des bouleversements techniques s'imprègnent dans les pratiques.

La complexité du réel fait que ces évolutions ne sont ni accueillies ouvertement, ni rejetées de manière catégorique. Suivant les corps de métier et les lieux d'exercice, les attentes sont très disparates. Cela dit, l'obsolescence technique est généralement mieux accueillie ou en tout cas neconnaît pas de barrage ferme, car elle est perçue comme un moindre mal nécessaire pour apporterune réponse aux besoins des salariés. Ils ne sont pas particulièrement inquiets face au remodelagetechnique, car celui-ci est perçu comme une réponse au remodelage économique et social.

Collectifs et interactions dans les espaces numériques : de réelles formes sociales ?

Peut-on, après ce qui vient d'être dit, parler d'authentiques formes sociales pour aborder les collectifs et les interactions dans les espaces numériques implantés ? Nous avons d'un côté des artefacts numériques opaques et disruptifs qui viennent appuyer des processus organisationnels hors sol par rapport au secteur en question. Ne devrait-on pas plutôt parler de verrouillage socio- technique intervenant à la suite des bouleversements culturels et managériaux du secteur ? Le passage du travail social à l'intervention sociale est facilité par les artefacts numériques diffusés, dont les propriétés internes sont compatibles avec ces nouvelles modalités d'action sociale. C'est là que le verrouillage socio-technique intervient. Une multitude de prestataires et fournisseurs travaillent de concert pour maintenir et renforcer le monopole et ainsi préserver la « dépendance au sentier ». Sous une apparente concurrence, une seule et même approche stratégique intervient donnant l'illusion de la pluralité alors qu'il s'agit de favoriser avant tout un modèle, celui de l'informatique breveté, propriétaire (privateur) et surtout habituel. Le logiciel libre est par exemple invisibilisé car non seulement la culture du libre ne correspond pas aux impératifs économiques et-technologiques sur lesquels ces entreprises reposent, mais elle illustre également une organisation du travail fondamentalement différente des logiques néo-managériales qui sont àl'œuvre et par rapport auxquelles le secteur social et médico-social s'acculture. Le sentier de dépendance enferme les agents dans des modes d'interaction par le truchement de l'effet de réseau. Ce dernier contraint les utilisateurs à s'orienter vers telle ou telle technologie si la majorité des agents avec lesquels ils sont en interaction l'utilisent.

Les effets se remarquent dans la propagation d'interfaces numériques s'inscrivant dans la continuité de l'organisation scientifique du travail qui prône aujourd'hui l'efficacité par la rationalité et le calcul en faisant de la technique l'élément essentiel à cette fin (au-delà du savoir-faire des ouvriers). C'est une rupture avec l'ancien monde où les ouvriers, sous le regard des contremaîtres, représentaient le cœur de la réalisation. Dorénavant, les dirigeants des entreprises contrôlent activement l'ouvrage à travers les moyens de production que sont les machines. Dit autrement, les hommes valent finalement moins que leurs machines. Taylor a instillé une autre idée forte pour soutenir cela : que ce qui ne se mesure pas n'existe pas ou n'a aucune valeur. Cette vision des choses était valable pour la production industrielle mais puisque cette organisation du travail n'a cessé de grandir et de muter, n'a-t-elle pas induit ses idées dans le secteur social également ? L'investissement colossal dédié à l'infrastructure du système d'information en est symptomatique. Il s'agit d'un centre de données sur lequel est déployé une arborescence de fichiers constituée de droits d'accès ne laissant plus de place au hasard dans les tâches et dans le pouvoir de chacun. Chaque agent dispose d'un accès unique et nominatif. S'il est considéré que l'humain peut faire défaut le numérique doit, alors, per-

mettre de prévenir les écueils. C'est en quelque sorte, par le truchement d'une décentralisation apparente un renforcement de la centralisation du pouvoir.

L'accès à cette base de données s'effectue sur le principe du fonctionnement en client léger. C'estune des composantes des architectures réseaux numériques devenant de plus en plus commune dans de nombreux secteurs. Le principe est une forme de management intermédiaire en soi, car il est contraignant : il impose, régule, surveille, contrôle et automatise le partage de données. Ces dernières ne sont plus maîtrisées par les agents qui ne peuvent plus en disposer localement. Alors qu'auparavant chaque établissement était souverain de ses données numériques, le client léger impose le lieu de stockage sur le serveur central, symbole d'une identité associative globale voulant faire oublier l'ancienne organisation en silos. De manière panoptique, chaque utilisateur sait que chaque trace peut être observée par ceux qui supervisent, de manière désincarnée, le système d'information. C'est donc de ce point de vue un facteur d'hétéronomie.

Via cet accès en client léger, les travailleurs sociaux inscrivent des données dans la base principale de suivi : le dossier unique informatisé, symbole d'une nouvelle logique d'action sociale. Cette approche par l'individu alors que le nombre de situations à gérer par professionnel augmente (dans une logique de rationalisation des coûts) rend difficile la production de traces écrites ainsi que l'accès à celle-ci. On observe donc un paradoxe stupéfiant où les agents sont à lafois tiraillés par le refus d'une forme d'emprise numérique et par l'aspiration à plus d'interfaces numériques spécifiques permettant d'automatiser et de traiter l'ensemble des injonctions auxquelles ils ont à faire : évaluatives, quantitatives, participatives… Pourtant, l'essence du travail social est faite de « bricolage », dans le sens où « le bricoleur est apte à exécuter un grand nombre de tâches diversifiées ; mais, à la différence de l'ingénieur, il ne subordonne pas chacune d'elles à l'obtention de matières premières et d'outils, conçus et procurés à la mesure de son projet : son univers instrumental est clos, et la règle de son jeu est de toujours s'arranger avec les "moyens du bord" […] L'ensemble des moyens du bricoleur n'est donc pas définissable par un projet […] il se définit seulement par son instrumentalité, autrement dit et pour employer le langage même du bricoleur, parce que les éléments sont recueillis ou conservés en vertu du principe que "ça peut toujours servir" » (Levi-Strauss, 1962).

C'est un facteur supplémentaire de perte de repères et de valeurs communes qui se joue au niveaudes organisations mais également au niveau des professionnels de terrain où les uns estiment que l'environnement numérique les éloigne de l'action sociale et où les autres s'offusquent d'une infrastructure numérique trop faible par rapport aux besoins. Le déferlement numérique a donc ceci de particulier qu'il ne s'opère pas par ordre direct des financeurs et évaluateurs aux établissements mais est une demande de ces derniers pour rester dans la course. Il y a une émulation tacite pour plus de numérique entre toutes les organisations : l'accélération provoquée par les unes détermine le rythme des autres.

Conclusion

En faisant écran sur les impacts concrets derrière son implantation, le numérique sous sa forme privatrice devient le vecteur d'une dislocation culturelle, à l'origine de tensions profondes. Tout en laissant se proliférer les interfaces, les récepteurs n'envisagent pas qu'elles participent à accélérer et intensifier la mutation vers des processus organisationnels discordant. Cela se perpétue par la représentation quasi-exclusive des

GAFAM et leurs services sur le marché de la prestation informatique, induite principalement par la « dépendance au sentier » alors que les fondements de l'informatique, comme du travail social, correspondaient à des processus pré- GAFAM, n'ayant que peu à voir avec les goulots d'étranglements qu'ils représentent aujourd'hui.

Face à l'évolution intensive des politiques sociales et des injonctions législatives y étant associées, les organisations ont besoin d'instruments pour s'adapter. Il leur faut des moyens pour analyser les situations, évaluer les problèmes, proposer des solutions, être au contact du concret, faire rentrer et distribuer les fonds, etc. Tout cela participe à intensifier le travail de l'administration. Il n'y a plus de travail social sans administration. Elle est chargée de tâches de plus en plus nombreuses, elle se trouve obligée d'appliquer des règles de plus en plus minutieuseset complexes, elle prolifère parce que les injonctions prolifèrent et en même temps est contrainte de normaliser le travail et les relations avec le public dans un contexte de réticularité et de rationalisation exacerbées. L'administration, enfin, équipée d'un appareillage technique de plus en plus efficace, moderne, rapide, est devenue par ces raisons la bureaucratie omniprésente. Pas de travail social sans administration, pas d'administration sans bureaucratie, pas de bureaucratie sans infrastructure numérique.

Cette dislocation est-elle symptomatique d'un glissement vers une « technocratie totalitaire » (Postman, 2019) qui exacerbe les tenants et aboutissants de la révolution industrielle en faisant se plier la culture (c'est-à-dire les croyances collectives, l'art, la famille, la politique, la vie privée et publique, etc.,) et donc les formes sociales la constituant, à ses besoins et ses logiques ? Si l'on considère stricto sensu l'essence du travail social, le numérique, riche de ses outils de médiation, étonne vis-à-vis de sa propagation dans ce secteur. Il est avant tout une conséquence aux injonctions vécues comme des contraintes, mais il devient également une cause contraignante chez les récepteurs. Alors qu'il mélange ces deux dimensions, conséquence et cause, il participe àun glissement du *panopticon* vers le *pancraticon* : de la surveillance vers la contrainte.

Bibliographie

Boltanski, L., & Chiapello, È. (2011). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Gallimard.

Curie, R. (2010). *Le travail social* à *l'épreuve du néo-libéralisme : Entre résignation et résistance*. L'Harmattan. http://www.harmatheque.com/ebook/9782296111776

Lévi-Strauss, C. (2010). *La pensée sauvage*. Presses Pocket.

Linhart, D. (2015). *La comédie humaine du travail. De la déshumanisation taylorienne à la sur- humanisation managériale*. ERES; Cairn.info. https://www.cairn.info/la-comedie-humaine-du- travail--9782749246321.htm

Postman, N. (2019). Technopoly : *Comment la technologie détruit la culture*.Rey, O. (2015). *Une question de taille*. Stock.

Sur le réinvestissement de formes interactionnelles du quotidien pourl'institutionnalisation d'une « diaspora connectée ».

On the reinvestment of interactional forms of daily life for the institutionalization of a « connected diaspora ».

Sarah Rakotoary , Docteure en Sciences de l'Information et de la Communication
Laboratoire Gresec , Université Grenoble Alpes
rakotoary.sarah@yahoo.fr

Mots clés : Diaspora connectée , réseau socionumérique , interaction , formes interactionnelles

Keywords: Connected diaspora , digital , social network , interaction , interactional forms

Résumé

La « diaspora connectée » fait référence à des regroupements d'individus sur les réseaux socionumériques qui investissent des espaces en ligne et hors ligne. Un va-et-vient s'opère au sein de ces regroupements pour définir de nouvelles règles de vie communautaire. Des formesinteractionnelles en mutation ou en reconfiguration émergent ainsi à la charnière de ces espaces , et se matérialisent à travers des formes de médiation et de médiatisation au sein du dispositif infocommunicationnel.

Summary

The "connected diaspora" refers to groupings of individuals on social networks that invest online and offline spaces. These groups come and go to define new rules of community life. Mutation or reconfiguration of interactional forms thus emerge at the hinge of these spaces to be materialized through forms of mediation and mediatization within the infocommunication system.

Sur le réinvestissement de formes interactionnelles du quotidienpour l'institutionnalisation d'une « diaspora connectée ».

Sarah Rakotoary

Stéphane Dufoix (2003) définit la diaspora comme un regroupement transnational d'individusqui partagent un imaginaire formé par la référence constante au pays d'origine. La diaspora rassemble des populations en mouvement qui circulent, par choix ou par nécessité, et qui se regroupent en communautés transnationales. Elle émerge ainsi sous la forme d'aires culturelles et est caractérisée par l'expérience simultanée d'une double culture : la persistance du lien « sacré » avec le pays d'origine et la volonté de s'imprégner des pratiques du pays d'accueil. Une des formes de regroupement des diasporas relève de leur présence sur les réseaux socionumériques au sein desquels, elles érigent de véritables communautés aux modalités interactionnelles particulières. Ces réseaux socionumériques sont le témoin d'interactions en ligne, mais également hors ligne lorsque les regroupements aboutissent à desrencontres in situ. Les modalités interactionnelles se transposent alors, et/ou se renouvellent à travers un aller-retour entre ces espaces. Dans cette étude, nous aimerions favoriser la compréhension de ces nouvelles (et moins nouvelles) formes interactionnelles afin de mettre en exergue le processus d'émergence d'une « diaspora connectée ». Il s'agit pour nous d'une communauté qui préexiste à tout usage technique, mais qui y trouve de nouvelles reconfigurations de ses modalités d'interactions (Rakotoary, 2018).

États des lieux de la tradition des « Tics et diaspora »

La diaspora s'érige autour d'un cadre de référence à la jonction du nouveau et de l'ancien, de la tradition et de la modernité. En ce sens, ses membres entretiennent une relation privilégiée avec leur pays d'origine doublée d'un sentiment patriotique ; et ont le besoin voire le devoir de rester proche de celui-ci (Rakotoary, 2018). Pour pallier l'absence des proches et remédierà l'éloignement, les diasporas usent de moyens de communication notamment à l'heureactuelle, de dispositifs techniques numériques. Il s'agit de configurations sociotechniques qui renvoient à un outil technique aux conventions spécifiques, s'inscrivant dans un contexte social qui lui aussi présente des conventions propres (Miège, 2007).

Le dispositif est emprunté dans trois processus interactionnels principaux : le maintien des liens avec le pays référent, la création de liens avec le pays d'accueil et les échanges avec les autres membres de la diaspora. Dans cette optique, le dispositif technique numérique est considéré en tant que dispositif infocommunicationnel, permettant à la fois de mettre à jour des modalités de médiatisation, de médiation et de communication (Lafon, 2019).

La diaspora a en effet à la fois recours à des moyens de communication privés ou publics pouréchanger des informations ; à des moyens de diffusion de contenus pour rester à jour, pour s'informer ; et à des dispositifs médiatiques (institués ou numériques) pour s'imprégner de leur environnement immédiat ou distant.

Ceci a donné naissance aux traditions de recherche sur les « Tics et la diaspora » (Mattelart, 2009). La diaspora trouve son essence dans l'expérimentation d'une double culture et le numérique représente dans ce contexte une opportunité d'instaurer une continuité pour ces populations. D'où l'investissement du terrain des Tic (du numérique).

Dans les années 1990, les recherches ont été axées sur le dispositif technique, notamment le téléphone portable en s'appuyant sur les modalités d'acquisition et d'appropriation de celui-cidans les pratiques migratoires (Diminescu, 2002), (Horst , 2006). Ont également émergé de ces études, les observations effectuées autour de l'apparition de médias transnationaux représentant des espaces d'accueil des cultures et des expériences des communautés de migrants (Robins, 2001) , (Ben Amor , 2001). L'avènement du numérique a par la suite permis de déplacer les réflexions autour des espaces de discussion et de partage en ligne notamment les sites web diasporiques (Koukoutsaki-Monnier, 2010), (Skjerdal, 2011). Ces derniers représentent un terrain privilégié pour observer les processus de construction des identités, des communautés, des formes de mobilisation et des pratiques numériques.

Dans cette continuité, nous nous intéressons aux usagers, membres de la diaspora, qui continuent à investir ces espaces numériques à travers leur présence sur les réseaux socionumériques (Rakotoary, 2018). Ce dans un objectif de mobilisation, d'action collective, individuelle ou tout simplement communautaire (Touati, 2012), (Gallant, Friche, 2010), (Koukoutsaki-Monnier, 2018). Néanmoins, loin de nous l'idée d'attribuer au numérique la seule possibilité de créer des communautés, certes il rassemble mais il permet surtout de renégocier les termes de la vie communautaire.

Entre autres communautés les membres de la diaspora malgache, objet de notre étude, se regroupent au sein de ces espaces et développent individuellement ou collectivement un sentiment d'appartenance (Rakotoary, 2018).

Nos recherches récentes nous ont montré que la diaspora malgache se retrouve aux quatre coins du monde mais reste concentrée en France Métropolitaine 144 552 individus en 2015[1]. Elle résulte en effet de plusieurs mouvements de population qui ont commencé durant la période coloniale vers 1880 à l'heure où des étudiants nationalistes se faisaient expatrier.

De nos jours, cette migration estudiantine concerne plus de 60 % des formes de migrations[2] mais ces dernières revêtent également de multiples facettes notamment professionnelle, maritale, familiale, ou encore politique. Malgré une disparité et une dispersion certaine de ces individus en mouvement, les réseaux socionumériques offrent un renouveau à leurs pratiques relationnelles. Ils leur permettent d'investir un espace commun, lieu d'intersection d'imaginaires et de pratiques tout en restant dans ce processus de mobilité.

Formes interactionnelles d'une « diaspora connectée »

Les réseaux socionumériques sont privilégiés par les membres de la diaspora malgache. Ils font référence à des dispositifs ralliant les aspects sociaux et numériques pour établir des relations entre les individus (Miège,

1 Statistiques tirés de l' United Nations Database

2 Selon une étude du Ministère des affaires étrangères malgache de 2016.

2007). À cet effet, ils les rapprochent à travers des espaces numériques standardisés qui leur permettent d'interagir, d'échanger, de collaborer. Plus encore, ils renégocient les termes des modalités interactionnelles des individus en ouvrant les possibilités, en outrepassant les frontières humaines, tout ceci dans un souci d'immédiateté. Le procès de double médiation (Miège, 2007 ; Jouët, 2000) se manifeste au niveau des réseaux socionumériques dans la mesure où ceux-ci offrent un espaceinteractionnel normalisé par la présence d'un architexte, mais donnent également aux usagers la possibilité de faire circuler des formes propres.

Dans cette étude, nous nous intéressons à Facebook, qui a été investi par la diaspora malgache, et qui lui permet à la fois de s'exprimer et d'échanger avec les autres membres en ligne. En outre, il formalise les amitiés, les relations sociales et donne la possibilité de publier des contenus (texte, vidéo , photo) dans un contexte de partage régulé (Stiegler, 2005). En effet, il offre plusieurs modalités d'interactions et d'écriture (la discussion instantanée, les messages privés, les *posts* , les commentaires etc.) soumises aux contraintes sociotechniques. Facebook est donc loin de perdre sa nature sociale. Il met plutôt à jour des structuresrelationnelles et solidaires sans les altérer mais en leur instaurant un cadre.

En 2013, un groupe Facebook nommé GSF ou « Gasy Serasera Eto Frantsa » (Communication des malgaches en France) est né, et compte aujourd'hui (septembre 2020) 13 557 membres tous issus de la diaspora malgache de France Métropolitaine. Ce groupe Facebook représente ainsi un véritable dispositif infocommunicationnel marqué par des procès numériques d'informationnalisation et de médiatisation (Miège, 2007). Il s'agit d'une « diaspora connectée », qui se retrouve sur le réseau socionumérique pour construire un quotidien régi à la fois par un imaginaire social et un imaginaire technique.

A l'issue de l'observation des échanges au sein du groupe, des « formes interactionnelles » se distinguent et circulent à différents niveaux. Nous entendons par formes interactionnelles, la présence de modalités plus ou moins stables qui permettent aux individus d'échanger, de participer, de communiquer, de nouer des relations etc. Elles sont propres aux communautés et se manifestent au sein d'un espace commun régi par des règles explicites et implicites.

Nous assistons ainsi à la « […] formation de collectifs médiatés, permanents ou occasionnels, qui sont à l'origine de nouvelles formes de médiatisation des actions info communicationnelles […] » (Miège, 2020 : 69). En ce sens, les formes interactionnelles s'y matérialisent d'abord, au niveau de la médiation en prenant en considération les interactions qui se mettent en place entre le (s) sujet (s) et le dispositif technique numérique (le réseau socionumérique) ; et au niveau de la médiatisation à travers les processus de circulation de l'information générés par les usages du dispositif.

Comme ce regroupement Facebook s'organise à la fois en ligne et hors ligne : un va et vient permanent s'opère ainsi pour donner vie au groupe. Facebook devient dès lors pour ces communautés, un élément crucial des pratiques interactionnelles, même si celles-ci restent sous tendues par des normes et des valeurs particulières. Ainsi, les formes interactionnelles qui se manifestent font/ ont fait l'objet de mutations ou de ruptures (Miège, 2020) en s'apparentant aux réseaux socionumériques.

Or, à la lumière de ces éléments, comment peut-on appréhender le caractère réinvesti de ces différentes formes interactionnelles ? Dans quelles mesures se réfèrent-elles à des formes préexistantes ? Les formes

interactionnelles émergentes se normalisent-elles ou se standardisent-elles dans les processus infocommunicationnels qui prennent place au sein de GSF ?

Notre hypothèse de travail postule que les formes interactionnelles principales qui circulent au sein de la « diaspora connectée » recourent à des formes antérieures. Le statut doublement hors ligne et en ligne du groupe GSF lui donne la possibilité de les reconfigurer d'un espace à l'autre, sans les transformer.

Éléments de méthodes et objet de terrain

Cette recherche a été menée sur le groupe GSF qui, en sept ans d'existence, a été considéré à la fois comme un espace de publication, un forum de discussion ou encore une plateforme commerciale (Rakotoary, 2018). Il demeure actuellement un groupe de référence qui non seulement promeut les pratiques culturelles malgaches, mais constitue également une vraie source d'informations pour le quotidien des membres de la diaspora.

Le groupe GSF fonctionne et s'auto régule grâce à la présence de ses administrateurs (6) et deses modérateurs (6) qui jouent le rôle de médiateurs. Les modalités d'interactions entre les membres du groupe, entre les administrateurs, ou encore entre les administrateurs et les membres du groupe deviennent ainsi récurrentes et tendent à se stabiliser. Dans ce groupe les modalités d'échanges sont régies aussi bien sur le fond que sur la forme par une « Charte d'utilisation » rédigée par les administrateurs.

Pour aborder cet objet de recherche, nous avons choisi de combiner l'approche qualitative et quantitative. D'abord, nous avons extrait des publications Facebook grâce à l'extension Facebook Graph Search qui a été expérimenté dans notre travail de thèse (Rakotoary, 2018). Il peut être utilisé à partir d'un compte personnel Facebook pour interroger des données sur des comptes publics ou présents dans la liste d'amis de l'usager ; ce en formulant des requêtes claires en anglais afin d'extraire une liste de données spécifiques.

Sur ces publications extraites (1367) entre 2014 et 2019, nous avons opéré une analyse de contenu catégorielle (Bardin, 2013). Il s'agit de publications sous format texte, vidéo, ou encore photo. Chaque publication (item) a été catégorisée selon la thématique à laquelle elle appartient : commerce (192), culture (296), communauté (337), et information (542). Ensuite chacune d'entre elles a été catégorisée selon les formes interactionnelles à laquelle elles se réfèrent (médiation ou médiatisation) , afin de pouvoir les interpréter et comprendre leurprocessus d'émergence notamment à travers un réinvestissement de formes antérieures de la vie quotidienne.

La présence en ligne et hors ligne de ce groupe Facebook nous a poussé à adopter une approche de terrain ethnographique pour rendre explicites les logiques sociales qui s'opèrent. Cette démarche s'est faite exclusivement en ligne, néanmoins, les items collectés touchent aussi bien des informations hors ligne (organisations d'évènements, feed back de rencontres etc.) , ce qui nous permettra d'en analyser les enjeux.

Nous avons ainsi mis en place l'observation participante en ligne (Soulé, 2007), (Jouët, Le Caroff, 2016) sur le groupe GSF (commencé en 2014) pour déceler les contextes et les modalités de fonctionnement de cette communauté. Cette démarche a été accompagnée d'une observation non participante pour enrichir l'analyse à partir de la prise en compte des pratiques de publication des usagers.

Grâce à ces observations, un panel a été érigé et des entretiens semi-directifs avec desmembres du groupe GSF ont aussi été menés. Nous nous sommes rapprochée des six administrateurs (A) et des six modérateurs (M) mais également de quatre membres du groupe (dont 2 hommes et 2 femmes) (MG) pour avoir des points de vue différents et/ou complémentaires concernant leurs pratiques interactionnelles.

Le quotidien interactionnel d'une « diaspora connectée »

Les entretiens semi-directifs que nous avons menés avec notre échantillon de population (administrateurs, modérateurs, membres) nous ont permis de comprendre que la communauté Facebook GSF est devenue un pan clé du quotidien de tous ses membres. La connexion au réseau socionumérique Facebook structure en quelque sorte leur vie quotidienne hors ligne en s'incrustant dans les moments de répit ou en rythmant la journée.

MG : « Euuuh pour moi je ne compte pas vraiment, car j'ai l'application surmon téléphone et donc je suis toujours connecté ! mais quand j'ai du temps libre à la maison ou quand je vais chez le garagiste, ou quand je cuisine je regarde un peu ou sinon j'allume l'ordinateur. »

De même, Facebook tend à structurer la vie professionnelle de certains individus dans la mesure où nombre d'activités commerciales ont vu le jour sur le groupe. Facebook est devenuà bien des égards une plateforme de vente, de troc en ligne, et donc un moyen de subsistance.

MG : « C'était le moyen au niveau publicité le moins couteux de me faire connaître (rires) voilà surtout pour toucher le plus de public c'est le moyen le plus facile et gratuit »

MG : « Maintenant oui c'est à la date d'aujourd'hui, c'est surtout pareil on va dire c'est le moyen de toucher le plus de monde, car aujourd'hui je suistraiteur ! »

Ensuite, pour les étudiants, Facebook offre également un espace d'interactions et d'informations. Il permet en outre de prendre connaissance des procédures administratives, des démarches quotidiennes ou encore des « bons plans ». De plus, il constitue un véritable terrain d'enquête.

M.G: « Ah oui par contre je trouve que c'est utile, il y a beaucoup de conseils surtout administrativement parlant, les éventualités par exemple pour la régularisation de la situation. Voilà c'est ce qui m'intéresse. »

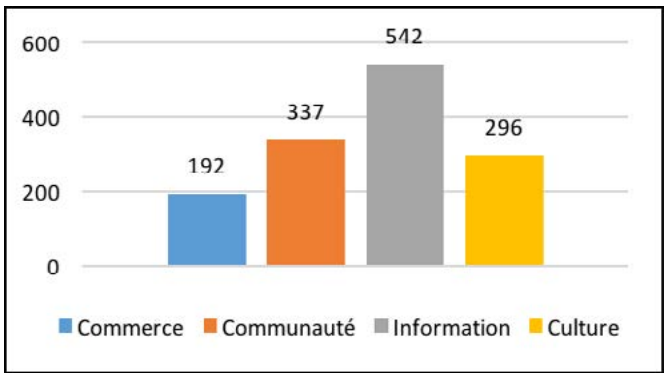
MG : « Oui une fois j'ai envoyé un message, mais c'était dans le cadre de mon mémoire, j'avais fait un questionnaire. Après s'il y a des publications qui m'intéressent je like mais je ne commente pas. »

Dans cet espace numérique investi par les membres de la diaspora malgache, les rôles sont prédéfinis. Les administrateurs et les modérateurs structurent leur vie quotidienne hors ligne àtravers leurs interventions au sein du groupe GSF en ligne, et instaurent un cadre d'échanges précis en ligne à travers une « Charte de fonctionnement » conçue hors ligne. Les membres dugroupe quant à eux, ont chacun leurs sensibilités ce

qui leur permet de varier leur lecture du groupe GSF. Néanmoins, quelles que soient leurs motivations, ils se retrouvent dans des modalités interactionnelles en publiant ou en réagissant.

Reconfigurations et réinvestissement des formes interactionnelles

La connexion au groupe GSF prend le pas sur le quotidien de ses membres qu'ils soient professionnels, étudiants ou autres. Le temps alloué au groupe GSF est parsemé d'interactionsqui peuvent se manifester à un niveau de médiation et de médiatisation (Rakotoary, 2018) entre les administrateurs, les modérateurs et les membres. Interactions qui, nombre de fois, rappellent des pratiques effectives hors ligne.



Graphique 1 Répartition des thématiques de l'analyse de contenu

Le tableau ci-dessus présente les quatre principales thématiques retenues pour l'analyse de contenu. Les thématiques du commerce et de la communauté font référence au procès de médiation en regroupant les interactions liées au commerce en ligne, ou encore à l'aspect

« forum de discussion » du groupe GSF. Celles de l'information et la culture quant à elles regroupent les aspects « presse écrite » des interactions du groupe, ou encore les aspects marketing et publicitaire.

Formes de médiation

Les formes de médiation que nous avons pu déceler nous renvoient aux modalités d'interaction de l'individu avec le dispositif technique numérique. En nous basant sur les travaux de Jean Caune (2000), nous distinguons le fait que le processus de médiation dont il est question fait référence au fonctionnement ternaire de la culture dont les trois pôles sont : lamanifestation, la société et l'individu. Au regard de ce fonctionnement ternaire, nous distinguons donc des formes de médiation sociotechnique, symbolique et individuelle.

La médiation sociotechnique renvoie d'une part aux formes qui permettent de rendre publiquela visée réelle du dispositif, entre autres la « promesse » du dispositif (Jeanneret, 2014). Dans le cadre de la « diaspora connectée », il s'agit de la « Charte de fonctionnement » du groupe. Celle-ci contient les règles de fonctionnement et les objectifs du groupe pouvant être assimilés aux statuts et aux règlements intérieurs des associations (loi 1901). D'autre part, la deuxième forme de médiation sociotechnique renvoie à l'implica-

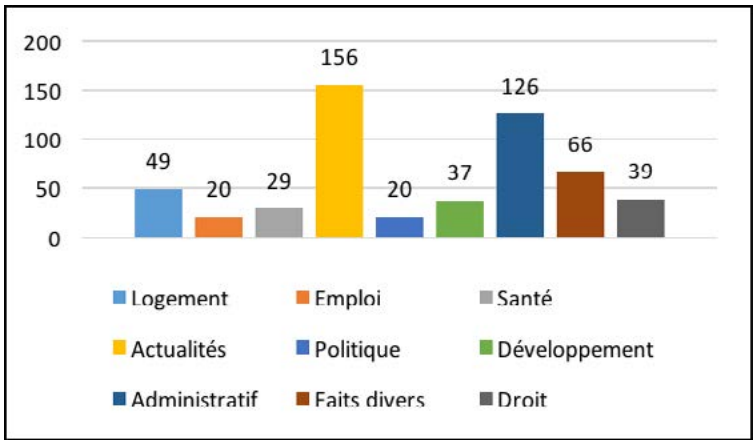
tion (Jeanneret, 2014), ou à la modalité qui permet de rendre au dispositif sa prétention avérée. La plus visible reste la présence du formulaire d'inscription en ligne. Pour devenir membre, il est obligatoire de le compléter et de le signer. Les questions sont rédigées en langue malgache et relèvent de la localisation, de l'authenticité ou encore des origines de chacun.

La médiation symbolique renvoie aux éléments qui permettent de signifier les interactions avec le regroupement (la diaspora connectée). Le processus renvoie à ce que Yves Jeanneret (2014) nomme l'attente ou l'imaginaire social, « prérequis » de l'individu socialisé au sein de GSF. Il peut s'agir des formes d'expression, des formes de connexion, ou de compétence culturelle (Barbero, 2002). A l'instar de l'attente, il y a la figuration qui permet aux individualités de s'intégrer à cet imaginaire social préalable. Nous parlons du recours automatique à la langue commune (le malgache mais surtout le « malgache d'ici » (Rasoloniaina, 2012) qui est une forme langagière orale conjuguant savamment le malgacheet le français), et à l'adoption de formes de traditions numériques (pots communs, formes langagières et expressives).

La médiation individuelle se cantonne plutôt aux logiques d'usages personnelles qui donnent aux individus la possibilité d'ajuster leurs modalités interactives selon leurs rôles au sein de lacommunauté, et à travers la mobilisation de formes de communication prégnantes. Cela est le cas des professionnels qui, pour faire face à la compétitivité densifient leurs publications numériques (images, logos, flyers numériques etc.). Le commerce représente en effet 14% de la totalité des publications au sein du groupe.

Formes de médiatisation

Les formes de médiatisation relèvent de formes de communication médiatisées par le dispositif technique numérique. La « diaspora connectée » est en effet le témoin de la circulation de plusieurs types d'informations (qui représentent 39% de la totalité des publications) et devient même une source alternative. Le graphique ci-dessous regroupe les sous-thématiques liées à cette catégorie.



Graphique 2 Répartition des sous thématiques liées à *la catégorie «information»*

Il s'agit en outre d'informations produites et postées (ou partagées) par des institutions, pardes usagers ou encore par des professionnels. Parmi les formes de médiatisation nous avons choisi de nous focaliser sur les formes textuelles, les formes éditoriales et les formes médiatiques.

Une des formes textuelles distinguée relève de l'emploi de la citation ou discours indirect (Jeanneret, 2014) au sein des publications du groupe GSF pour rapporter les propos d'une autre personne. Ce afin de protéger son identité ou encore pour accorder encore plus de valeurà l'énoncé en usant d'un énonciateur reconnu au sein du groupe. Il s'agit donc d'une pratique mise en place par les administrateurs et qu'ils ont décidé de nommer « dika petaka » ou « copier-coller » (Rakotoary , 2018).

Les formes éditoriales renvoient à une normalisation des pratiques d'écritures au sein du dispositif technique numérique. Notre étude nous a permis de mettre en valeur une d'entre elles notamment, le fonctionnement des *posts* en tant que « forum de discussion ». En effet, leprincipe est de publier un post (une annonce, une question, une recommandation etc.) et d'attendre que les autres membres réagissent via les commentaires. Ensuite, la prégnance d'unlangage commun, le « malgache d'ici » est également palpable.

Concernant les formes médiatiques, nous avons pu constater qu'au sein du groupe GSF, les différentes publications peuvent être regroupées dans des rubriques qui rappelleraient cellesde la presse écrite. En outre « l'éditorial », qui permet de synthétiser les fondements d'un journal, se retrouve sous la forme de publications épinglées (évènement, actualité, règlement, etc.). Ensuite, la rubrique « actualités » se construit à travers le partage de liens relatifs aux actualités du pays d'origine ou des membres de la diaspora. Et, certains éléments publiés peuvent également s'apparenter à la rubrique « culture » à travers la mise en valeur du domaine de l'art, de la tradition ou encore de l'évènementiel (21,6% de la totalité des publications).

Ainsi, les formes interactionnelles se réinventent et se trouvent réinvesties en fonction des contextes et en fonction du dispositif social ou technique. Elles structurent la vie quotidienne de la communauté en favorisant l'émergence d'un appareillage qui met en exergue les régularités mais également les originalités (Staii, 2012). La particularité du groupe GSF résidedans le fait qu'il soit le socle d'interactions à la fois en ligne et hors ligne. A cet effet, les formes interactionnelles émergentes auraient alors tendance à s'interpénétrer pour se standardiser dans les processus infocommunicationnels qui prennent place. Ainsi, le dispositiftechnique numérique est le support de méta-formes sociales, culturelles et techniques. Sociales, à travers les modalités de regroupement, le développement d'un esprit patriotique, etle développement de logiques socio-économiques parallèles. Culturelles également, à travers la stabilisation de modalités interactionnelles particulières : formes de convivialité, formes langagières et formes de solidarité. Et techniques, car elles donnent au groupe Facebook une place particulière dans le quotidien de ses membres en devenant à la fois, un vecteur d'information, d'interaction mais également de marketing.

Bibliographie

Martín-Barbero, J. (2002). *Des médias aux médiations*. Paris : CNRS Éditions.

Bardin, L. (2013). *L'analyse de contenu* (2e édition). Paris : Presses Universitaires de France.

Ben Amor, L. (2001). Télévision et construction d'une «communauté» américaine : Unevision «hispanique» de l'Amérique. *Réseaux*, *107* (3) , 41.

https://doi.org/10.3917/res.107.0041

Caune, J. (2000). La médiation culturelle : une construction du lien social. Les enjeux de l'information et de la communication , 1. https://lesenjeux.univ-grenoble- alpes.fr/2000/varia/04-la-mediation-culturelle-une-construction-du-lien-social

Diminescu, D. (2002). L'usage du téléphone portable par les migrants en situation précaire. *Hommes et migrations*, (1240), 66-81.

Dufoix, S. (2003). *Les Diasporas*. Paris : Presses Universitaires de France - PUF.

Gallant, N., & Friche, C. (2010). Être ici et là-bas tout à la fois : réseaux sociaux en ligne et espaces d'appartenance chez les jeunes immigrants au Québec. *Lien social et Politiques*, (64), 113. https://doi.org/10.7202/1001403ar

Horst, H. A. (2006). The blessings and burdens of communication: cell phones in Jamaican transnational social fields. *Global Networks*, *6* (2) , 143-159. https://doi.org/10.1111/j.1471- 0374.2006.00138.x

Jeanneret, Y. (2014). *Critique de la trivialité : Les médiations de la communication, enjeu depouvoir*. Paris : Éditions Non Standard.

Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux. Communication —Technologie — Société*, *18* (100) , 487-521. https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235

Jouët, J., & Le Caroff, C. (2016). L'observation ethnographique en ligne. Dans *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales* (Armand Colin, pp. 156-170). (S.l.) : (s.n.).

Koukoutsaki-Monnier, A. (2010). Les sites web de la diaspora grecque en tant que dispositifs de médiation de la diversité culturelle. *Médias, dispositifs, médiations, Nancy*, Presses Universitaires de Nancy , 63-84.

Koukoutsaki-Monnier, A. (2018). *Diasporas en réseau. Pour une lecture socioculturelle des usages numériques.* Latresne : Bord De l'Eau Editions.

Lafon, B. (2019). *Médias et médiatisation : Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*. France : Presses Universitaires de Grenoble.

Mattelart, T. (2009). Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs. *Tic & société*, (Vol. 3, n° 1-2). https://journals.openedition.org/ticetsociete/600

Miège, B. (2007). *La Société conquise par la communication : Tome 3 , Les Tic entre innovation technique et ancrage social*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

Miège, B. (2020). *La numérisation en cours de la société*. France : Presses Universitaires de Grenoble.

Rakotoary, S. (2018). *Dynamiques infocommunicationnelles d'une communauté connectée : une analyse des formes socioculturelles de la diaspora malgache présente sur Facebook*. Université Grenoble Alpes.

Rasoloniaina , B. (2012). Représentations et pratiques du malgache des jeunes de France : le malgache « d'ici ». Études Océan Indien, (48). https://doi.org/10.4000/oceanindien.1546

Robins, K. (2001). Au-dela de la communauté imaginée ?: Les médias transnationaux et les migrants turcs en europe. *Réseaux*, *107* (3) , 19. https://doi.org/10.3917/res.107.0019

Skjerdal, T. S. (2011). Journalists or activists? Self-identity in the Ethiopian diaspora online community. *Journalism* , *12*(6) , 727-744. https://doi.org/10.1177/1464884911405471

Soulé, B. (2007). Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales. *Recherches qualitatives*, *27*(1), 127-140.

Staii, A. (2012). *Grammaires sociotechniques des Tics numériques. Pour une théorie élargie de l'ancrage social. Tome 1* (Mémoire en vue de l'habilitation à diriger des recherches en Sciences de l'Information et de la Communication). Université Grenoble 3.

Stiegler, B. (2005). Individuation et grammatisation : quand la technique fait sens...

Documentaliste-Sciences de l'Information , *42*(6) , 354. https://doi.org/10.3917/docsi.426.0354

Touati, Z. (2012). La révolution tunisienne : interactions entre militantisme de terrain et mobilisation des réseaux sociaux. *L'Année du Maghreb*, (VIII) , 121-141. https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.1426

Une extension numérique organisationnelle du champ d'action sociale.
Le projet « *Caisse d'allocations familiales du futur* ».

An organizational numerical extension of the field of social action.
The "Caisse d'allocations familiales du futur" project

Christian Bourret, Professeur des universités
DICEN IdF – Université Gustave Eiffel
christian.bourret@univ-eiffel.fr

Sylvie Parrini-Alemanno, Professeur des universités
DICEN IdF – CNAM-Paris
Sylvie.Parrini-Alemanno@lecnam.net

Gaëlle Choquer-Marchand, Directrice
Caisse d'Allocations Familiales (CAF) de Seine-et-Marne
gaelle.choquer-marchand@cafmelun.cnafmail.fr

Mots clés : plateforme, espace organisationnel d'action publique, innovations sociales, transformations numériques, territoires.

Key words: platform, organizational space for public action, social innovations, digital transformations, territories

Résumé

Dans un contexte de remaniement des périmètres de l'action sociale, nous postulons selon une approche info-communicationnelle que la transformation numérique « re-spatialise » le champ d'action des caisses de Sécurité sociale. Nous observerons quelques transformations d'une Caisse d'Allocations Familiales qui redessine son espace territorial et ses modalités d'actions avec les usagers. L'installation d'un site et d'une plateforme numériques constitue à une mise en relation, mise en sens de ce que « protection sociale » veut dire actuellement en France au plan matériel et au plan symbolique.

Abstract

In a context of reshaping the boundaries of social action, we postulate with an info- communication approach, that the digital transformation "re-spatializes" the scope of Social Security organizations. We will see some changes to a *Caisse d'Allocations Familiales* which is redesigning its territorial area and its modalities of action with users. The installation of a site and a digital platform are in themselves a connection, a reflection of what "social welfare" currently means in France in terms of material and symbolic terms.

Une extension numérique organisationnelle du champ d'action sociale. Le projet « Caisse d'allocations familiales du futur »

Christian Bourret, Sylvie Parrini-Alemanno, Gaëlle Choquer-Marchand

Introduction

« *Une mauvaise manipulation a conduit une CAF*[1] *à adresser, la semaine dernière, à plus de 3 500 bénéficiaires, un courriel contenant des informations personnelles d'autres allocataires* »[2] indique le journal Ouest France en juin 2019. Et le journaliste ajoute que « À l*'origine, la CAF voulait bien faire en invitant, par mail, ces personnes à ne pas oublier d'effectuer leurs démarches de déclaration trimestrielle de ressources afin de percevoir leurs futures allocations pendant l'*été » (Id.). La mauvaise manipulation d'un logiciel récemment installé, associé pourtant à la meilleure intention de l'agent, a occasionné cette magistrale et classique erreur numérique : celle d'une diffusion non contrôlée. La transition numérique pour les organisations « non natives », privées et publiques, comme les CAF, est loin d'être achevée et s'installe encore de façon parfois chaotique. Confrontés à cette situation singulière, nous questionnons, dans cet article, la mutation numérique générée par l'installation de technologies nouvelles dans un environnement professionnel non commercial, au service de publics spécifiques à leurs territoires. Si la question de l'évolution numérique ne se pose pas au regard des évidents progrès info-communicationnels qu'elle apporte, celle des conditions de leurs usages et des effets produits, de leur confrontation à la diffusion des données et à la RGPD[3], restent des préoccupations constantes.

La CNAF[4] est un des principaux organismes de la « protection sociale » en France, la branche famille de la Sécurité sociale, organisation complexe, formée en un réseau territorialisé (tête de réseau de 101 caisses au niveau des départements : les CAF). Elle a ouvert de nouveaux services via Internet avec le site Caf.fr développé progressivement dans les années 1980-90, puis proposé depuis 2019 une plateforme « *La caf à votre écoute* », dispositif socio-technique d'information et de communication, pour un service « intelligent ». Nous travaillons globalement autour du site caf.fr, pour ses interactions avec les usagers et nous questionnons cette « intelligence » en territoire sur le plan pragmatique et symbolique au niveau du sens et des liens sociétaux qu'elle apporte, selon une approche essentiellement info-communicationnelle. Les approches communicationnelles ont des vertus heuristiques pour comprendre l'évolution de cette institution en pleine transformation numérique.

Pour comprendre la situation de la « *CAF du futur* », nous l'abordons par la voie d'une problématique numérique de la protection sociale en France. Nous présenterons l'évolution et les enjeux des missions des CAF dans le cadre d'un fonctionnement en réseau avec la CNAF, à travers les CPOG[5]. Puis nous insisterons sur

1 CAF : Caisse d'Allocations Familiales.

2 https://www.ouest-france.fr/normandie/orne/orne-la-caf-s-emmele-les-mails-6392559

3 RGPD : règlement général pour la protection des données

4 CNAF : Caisse Nationale d'Allocations Familiales.

5 CPOG : Contrat Pluriannuel d'Objectifs et de Gestion.

les spécificités de la CAF de Seine-et- Marne (77) qui constitue le terrain de notre étude de cas (situation géographique, déterminants démographiques, principaux partenariats, etc.).

Problématique numérique de la protection sociale en France : Protection sociale numérique et nouvelles approches pour les territoires.

La dynamique de la protection sociale, avec notamment le fonctionnement des Caisses de Sécurité sociale en transformation numérique, induit de nouvelles approches pour les territoires qui, en même temps, s'efforcent d'être en relation avec tous les bénéficiaires. Or, que cela soit techniquement ou humainement ou les deux, le numérique n'a pas conquis tout l'espace (couverture réseau) et tous ses occupants (problématique de l'accès déjà évoquée), pour certains possiblement incompétents et/ou insécurisés par le contact virtuel. Les économistes Algan et Cahuc (2007[6]) pensent d'ailleurs que nous sommes dans une société de défiance, notamment dans ses dimensions économiques et politiques. Et, selon ces auteurs, « *le manque de confiance des Français entrave leurs capacités de coopération* » (2007, Id). Or cette forme de défiance entraine réglementation et absence de dialogue social de l'État vis-à-vis de la population. Dans ce contexte, la protection sociale, secteur déjà essentiel et sensible, l'est encore bien plus en période de crise du lien social. Paugam (2014) associe d'ailleurs la détérioration de ce lien social à la « disqualification sociale ». Plus généralement, toute atteinte ou suspicion d'atteinte à ce secteur de la « protection » sociale, peut rapidement donner l'impression d'une remise en cause du modèle social français et, plus précisément, de celui de la Sécurité sociale. Les caisses de Sécurité sociale, souvent décriées, ont pourtant développé des « innovations sociales » importantes au sens de Klein, Laville, Moulaert (2016).

« *Diverses études ont montré (…) que la technologie ne suffit pas pour générer des sociétés dynamiques et créatives. Le dynamisme et la créativité sont plutôt la marque des sociétés où la collectivité dans son ensemble participe au processus innovateur, ou des entreprises, des acteurs, des institutions de recherche et des organisations sociales constituent un système, voire des systèmes, générant des innovations technologiques dans le milieu de la production ainsi que des innovations sociales améliorant la qualité de vie des citoyens* » (2016 : 8)

Godet et al. (2010), en particulier dans le cadre de la transformation numérique, ont insisté sur leurs modalités d'actions spécifiques sur les territoires, mais celles-ci sont cependant insuffisamment valorisées.

C'est pourquoi il convient désormais d'évaluer les impacts des transformations numériques sur leurs nouvelles modalités d'action vis-à-vis des usagers, que dans une perspective d'implication et de responsabilisation, nous considérons comme des usagers-citoyens et leurs redimensionnements territoriaux. Dans le cadre du projet « *CAF du futur* », nous analysons les usages de nouveaux dispositifs socio-techniques : site « caf.fr » et plateforme « *La Caf à votre écoute* », connexions par les smartphones, etc. Nous insisterons sur les pratiques innovantes, notamment pour la co-formation des nouveaux usagers en partenariats avec les associations et les collectivités territoriales, et des agents de la CAF, innovations pensées et installées pour

6 Les auteurs montrent que « le déficit de confiance des Français est intimement lié au fonctionnement de leur État et de leur modèle social. » (Algan, Cahuc, 2007 : 5).

répondre à l'évolution des besoins des usagers. Ces évolutions numériques sont autant de leviers de la transformation de la protection sociale.

Le champ d'action des caisses de Sécurité sociale recompose son espace à l'aune des transformations numériques. Notre étude d'une des Caisses d'Allocations Familiales (CAF) de la région Ile-de-France montre un espace territorial et des modalités d'actions avec les usagers en changement avec l'installation d'une plateforme numérique[7] qui assure mise en relation et mise en sens de ce que « protection sociale » veut dire actuellement en France. L'approche info-communicationnelle constitutive appréhende la communication comme organisante et systémique au sens de Mucchielli, qui comprend l'institution du point de vue des relations de tous ses éléments dans un écosystème pertinent pour sa situation, elle offre des perspectives heuristiques pour la compréhension de ce phénomène sociétal de la numérisation généralisée.

Positionnement scientifique et méthodologique

Une CAF est une institution qui constitue, selon nous, une forme organisationnelle info-communicationnelle complexe, car en réseau territorialisé. Pour comprendre ses éléments structuraux, nous aborderons cet ensemble hétérogène et néanmoins cohérent, comme un système d'info-communication organisé- organisant (Alemanno, Mayère, 2018). A partir de ce point de vue, nous croisons ainsi deux courants en SIC, une approche systémique des communications en organisations (Mucchielli, 2006) avec une autre, dite constitutive des organisations, sur la base des travaux de Karl Weick (1995) (Bouillon, Bourdin, Loneux, 2007, Putnam, Nicotera, 2009), croisement fondé sur un évident procès de changement numérique écosystémique et interactionnel en territoire.

Notre positionnement scientifique et méthodologique, essentiellement info-communicationnel, procède d'une démarche ethnographique d'observation du terrain, croisée avec une analyse de documents officiels, notamment concernant l'inclusion numérique (rapport de l'IGAS de 2019)[8], principale préoccupation des services de l'État. Logiquement donc, à partir de l'étude de la CAF 77, nous posons la question centrale de l'évolution des métiers et des compétences des agents de la CAF : dimension sociale, nouveaux services aux usagers, associés aux nouveaux usages de données (*data scientists*), aussi bien pour la recherche de fraudes que pour la prise en compte des droits non réclamés. Nous analysons donc les stratégies de la CAF s'inscrivant dans une logique de partenariats sur les territoires, notamment avec les collectivités locales et le secteur associatif, en insistant sur une approche innovante de co-construction de services avec les usagers (Arzel, 2019). Ces stratégies entrent dans le cadre d'un fonctionnement en réseau avec la CNAF.

Pour répondre à notre question de recherche, il est important de pouvoir développer une véritable approche terrain, avec des allers et retours, dans une perspective de recherche-action, entre la théorie et les pratiques quotidiennes. Il est aussi essentiel de pouvoir varier les regards. Dans cet esprit, cet article associe deux enseignants-chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication (dont l'un est administrateur de CAF) et la directrice de la CAF de Seine-et-Marne La transformation numérique des CAF mérite une atten-

7 La notion de plateforme demande à être redéfinie selon les intentions de ses promoteurs ici un service public, selon son opérationnalité, ici la mise en relation de services avec des usagers, l'étendue de son champ d'action, ici un territoire donné. C'est un type de plateforme non abordée par Beuscart et Flichy. Voir Beuscart Jean-Samuel, Flichy Patrice (2018), in Plateformes numériques, *Réseaux* 2018/6 (n° 212), 9-22.

8 IGAS : Inspection Générale des Affaires Sociales.

tion particulière en ce qu'elle propose de diversité technique tout autant facilitatrice qu'elle peut être d'une utilisation dissuasive (ambivalence de la transformation numérique).

La protection sociale : focus sur les Caisses de Sécurité Sociale en transformation numérique avec de nouvelles approches pour les territoires.

Enjeux de la protection sociale en période de crise du lien social et de la solidarité : contexte et environnement

Les valeurs de la protection sociale en lien avec la notion de modèle social français, sont le sujet du numéro n°196-197 d'Information sociales sous la direction de Frédéric Gonthier[9], chercheur en science politique. Les auteurs reviennent sur l'historique, la place dans le débat public et les attentes des Français et des Européens. Dans un contexte de déploiement des formes d'économie sociale et solidaire, l'arrivée des migrants qui s'ajoute au lot de démunis charge la société, accroit la crise du lien social bien décrit par Yves Cusset (2006). De plus, une étude de l'Observatoire des inégalités en 2018, montre que le nombre de personnes qui vivent sous le seuil de pauvreté en France, a augmenté depuis dix ans : « *Cette aggravation est l'un des phénomènes les plus marquants parmi les évolutions analysées par l'Observatoire des inégalités* »[10]. On voit dans ce contexte l'importance que revêt la notion de protection sociale. Dès lors, les CAF sont au premier plan pour assurer la protection sociale et, de leur organisation info- communicationnelle, dépend leur efficacité de prise en charge d'une population parfois assez peu pro-active.

Du point de vue de leur fonctionnement, les objectifs de la COG (Convention d'Objectifs de Gestion) signée pour 4 ans entre l'État et la CNAF (2018 – 2022), sont déclinés au niveau de chaque CAF en CPOG (Contrats Pluriannuels d'Objectifs et de Gestion), avec, pour la dimension partenariale sur les territoires, les CTG (Conventions Territoriales Globales). Cette déclinaison vise l'homogénéisation de la protection sociale pour porter partout la même politique publique, à laquelle les nouveaux outils numériques installés participent activement. Ils s'inscrivent dans les enjeux de reconstruction du lien social et de la solidarité, avec des possibilités d'actions sociales spécifiques sur leurs territoires qui constituent une originalité des CAF. Il y a ainsi une adaptation opérationnelle pour tenir compte de la réalité de chaque territoire.

Acteurs majeurs des territoires, les CAF sont logiquement impactées par les mutations institutionnelles, socio-économiques et de décentralisation de l'action sociale, dans un contexte de ressources de plus en plus contraintes et de transformation numérique, qui a fait évoluer leurs missions et qui est étendu par le projet « *CAF du futur* ». Durant la période de la COVID-19, les CAF se sont efforcées de maintenir leurs services aux usagers-citoyens, notamment par leurs relations numériques avec les usagers avec, par exemple une plateforme de soutien aux familles en difficultés (CAF de Meurthe-et-Moselle) ou des mesures pour soutenir les équipements et services pour les familles lancées par la CNAF. Ou encore l'appui à l'organisation des modes de garde pour les personnels « jugés indispensables et les professionnels de santé[11] … Si nous,

9 Gonthier F. (2018), ss la dir d, *La protection sociale et ses valeurs, Informations sociales*, n°196-197, 22 mai 2018.

10 https://www.inegalites.fr/Le-tableau-de-bord-de-la-pauvrete-en-France

11 http://www.caf.fr/partenaires/caf-des-deux-sevres/partenaires-locaux/covid19- garde-d-enfants-parents-et-professionnels

chercheurs en SHS et notamment en SIC, nous intéressons à la façon dont s'opère la protection sociale et familiale par une CAF désormais numérisée et particulièrement pro-active, nous sommes particulièrement vigilants à la qualité des échanges d'informations et au procès communicationnel qui rend in fine opérationnel l'arsenal numérique mobilisé.

Le levier de la transformation numérique, positionnement théorique

Les perspectives tracées relèvent en priorité des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), avec une articulation logique pour certains points avec les Sciences de Gestion, notamment avec la notion de situation. Dans les SIC, F. Bernard (2006) propose une convergence des quatre questions du lien (relation, interaction), du sens, du savoir et de l'action.

Carayol (2004) ouvre une perspective qui permet d'appréhender l'organisation à mi-chemin entre l'institution et la puissance créatrice de ses acteurs, la communication permettant ainsi d'en appréhender les changements. La communication est donc « organisante » (Putnam, Nicotera, 2009) et l'information contribue également à la « mise en forme » (Le Moënne, 2018) des organisations. Tout cela avec la convergence des trois dimensions : du numérique, des approches projets et des démarches qualité (Gramaccia, 2008), qui nous semblent particulièrement importantes pour aborder les évolutions des CAF dans un contexte de transformation numérique. Avec, en particulier, les questions des nouvelles frontières du travail à l'ère numérique (Flichy, 2017, Alemanno, 2015) et des plateformes (Flichy, 2019).

Dans le sillage de Wilensky (1967), nous avons proposé (Bourret, 2015) une approche d'« intelligence organisationnelle » en articulant démarches d'intelligence économique et démarches qualité. De celles-ci émerge l'innovation que nous considérerons comme un réseau de communications, aux dimensions à la fois sociales et techniques, en particulier sur les territoires (Godet et al., 2010). Pour aborder la dimension des territoires de l'Intelligence Économique, nous avons proposé (Bourret, 2008) de considérer que les territoires en tant qu'écosystèmes, peuvent se construire par des synergies de projets, en associant tous les nouveaux acteurs pour construire une intelligence collective. Dans cette mesure, la vision systémique permet de dire que la « filiation entre intelligence territoriale et intelligence économique » (Herbaux, 2007) concourt à une intelligence informationnelle dont bénéficie l'institution. Nous retrouvons l'approche d'intelligence territoriale définie en SIC par C. Le Moënne (2012)[12] comme « *une forme d'intelligence collective développée sur et autour d'un territoire pour y penser et agir* ». L'approche de la systémique des relations développée par A. Mucchielli articule en d'autres termes la mise en forme et mise en sens (y compris des objets), et elle aboutit à une approche de sémiotique généralisée des territoires tout à fait intéressante (mais que nous ne développerons pas ici) qui valorise opérationnellement la situation, le contexte et tous les protagonistes impliqués. Avec toute la dimension et les enjeux de construire une intelligence collective comme « *intelligence du lien de la relation* » (Zara, 2008) afin de reconstruire du lien social et de la solidarité que le media numérique étend.

La CAF peut assurer la protection sociale et familiale grâce à ces liens issus de la dynamique info-communicationnelle, qui se tissent ou proposent de se tisser selon la volonté de l'administrateur et dont la nouvelle

12 Le Moënne C., Séminaire Org & Co, Paris, 27 janvier 2012.

nature digitale interroge sur le sens qu'elle prend chez certains bénéficiaires. C'est ce que nous proposons d'explorer dans l'étude de cas qui suit.

Étude de cas : spécificités de la CAF de Seine- et-Marne et ses principales actions sur le terrain

Nos données de la recherche sont issues des coopérations mises en place dans le cadre du parcours de Master qui fonctionne depuis 15 ans (en partenariat avec l'En3S : École Nationale Supérieure de Sécurité Sociale) et, notamment, des travaux de mémoires. Nous avons aussi pu bénéficier, grâce aux partenariats mis en place, d'entretiens avec des responsables, tant au sein de la CAF de Seine-et-Marne, constituant le cœur de notre étude de cas, que de la CNAF, en particulier sur les dimensions transformation numérique et actions sur les territoires, aussi à travers des travaux de VAE (Validation des Acquis de l'Expérience).

Dimension particulière du numérique : analyse du rapport IGAS 2019

Le rapport de l'IGAS de 2019 est le document officiel de référence sur l'inclusion numérique dans le secteur de la protection sociale[13] principale préoccupation des services de l'État d'autant plus face au « *100% de services publics dématérialisés à l'horizon 2022* », avec « *le risque d'exclusion d'environ 12 à 14 millions de français non-internautes ou insuffisamment à l'aise avec les outils du numériques* » (p. 10). La création de structures-relais ou « *structures de médiation numérique* » et des offres numériques permet un lien permanent avec les bénéficiaires, notamment avec des rendez- vous en visioconférence. Le rapport mentionne aussi « *l'absence physique de connexion à Internet au sein du territoire dans lequel il réside* » et celle d'équipement de connexion (p.16) comme le smartphone ou l'ordinateur, largement possédés par les plus jeunes et les plus diplômés. La question des ressources numériques est essentielle, notamment pour les populations fragiles.

Le risque de déshumanisation se trouve aussi indiqué, relatant combien « *le lien humain est une composante essentielle qui exprime la solidarité au même titre que le versement d'une prestation financière* » (p. 19). Dans cette mesure, la numérisation des services publics ouvre des formes d'accompagnement en ligne qui personnalise fortement la relation avec le contact direct téléphonique encore et toujours possible. D'autres innovations, au plus près des demandes, comme « aidants-connects », sécurisent l'intervention du tiers- aidant et la création d'un pass-numérique assure l'accès à des formations pertinentes pour les personnes en difficultés.

La simplicité d'usage des télé services est prévue comme la condition incontournable.

Il est intéressant de constater que le rapport marque la volonté de l'État d'accompagner les plus fragiles vers leur autonomie. Par ailleurs, l'éligibilité aux prestations nécessite une gestion des données de ressources qu'il est prévu de réguler et traiter de façon experte, mais ce dernier point semble encore à l'état de projet.

On voit bien que l'environnement relatif au plan « action publique 2022 » est pour partie actif, mais aussi intentionnel. Les conclusions des rapporteurs en témoignent (p. 68) : la mise en place des outils numériques

13 http://www.igas.gouv.fr/spip.php?article770

non encore aboutie jouxte un usage potentiellement fastidieux et non incitatif pour entrer en contact avec ces outils. Deux écueils émergent : l'expertise de la technique (Cf. la recommandation n° 1, p. 69) quant à toutes les dimensions de son accessibilité mais aussi le niveau informationnel (enrichir les canaux de contacts numériques, actions d'appui, etc.) et communicationnel (retour d'expérience des usagers). Les CAF ont opté pour une stratégie multicanaux : numérique, mais aussi accueil téléphonique, accueil physique et courrier papier, avec différentes variantes selon les caisses. Cette stratégie est développée au-delà de la seule action de la CAF, par des partenariats avec des relais numériques locaux auprès des usagers.

Le site Caf.fr constitue un nouvel espace d'info-communication. Il est un portail destiné aux usagers et aux partenaires comme les associations. Il donne des informations, une vision de son dossier pour l'allocataire, avec une traçabilité des informations, et des télé-procédures utiles. C'est un site dynamique. On y trouve une dimension de communication évidente, avec, par exemple, une possibilité de courriel, un chatbot qui envoie des informations pré-programmées. Matthieu Arzel[14] (CAF du Gard, désormais CNAF) souligne que le portail caf.fr est devenu le premier contact des allocataires avec 590 millions de visites en 2017, le 43e site le plus consulté en France et le 2e de la sphère publique. Il s'agit désormais pour les CAF de s'engager dans une véritable démarche de co-construction de services en lien direct avec les usagers. Désormais 2/3 des connexions sur Caf.fr sont réalisées depuis un mobile. Il insiste bien sur le fait « *qu'il convient toutefois d'*être toujours vigilant à ne pas exclure les publics les plus fragiles : *cela passe par le développement des politiques d'inclusion numérique, sans oublier le maintien d'un contact humain et de proximité* ».

Dans la transition numérique, la dimension communicationnelle est fondamentale. On y trouve « *CAF à votre écoute* » avec une participation et une consultation des usagers pour savoir ce qu'ils pensent du fonctionnement du site, des actions locales ou nationales menées par les CAF. L'opinion de l'usager est sans cesse sollicitée à propos des nouvelles procédures pour bien comprendre ses besoins. En fait, la « *CAF du futur* » fonctionne comme une machine Learning, une plate-forme distincte du site. Sous la forme de « *CAF à votre écoute* », il s'agit de l'écoute « client » qui vise à faire réagir l'usager-citoyen.

La démarche « *CAF du futur* », repose sur une forte dimension territoriale, notamment en Seine-et-Marne, appréhendée comme une innovation majeure. L'objectif est de déclencher une acculturation à l'innovation numérique en interne par des objectifs du CPOG et sur les territoires par des actions identifiées localement dans les CTG, et ainsi de se préparer à ce qui arrivera demain. La question du territoire est directement inscrite dans l'ADN des CAF. En effet, il y a toujours eu au moins une CAF pour un département. Agir et penser dans un territoire est indissociable d'une bonne connaissance des populations et de la multiplication des partenariats. Les Conventions Territoriales Globales (CTG) constituent désormais des cadres privilégiés de ces partenariats territoriaux.

L'action sur les territoires : la CAF de Seine-et-Marne

La Seine-et-Marne est un département qui couvre la moitié de la région Ile-de-France. Il compte à la fois des villes importantes (Melun, Meaux, Fontainebleau, Provins, Nemours et celles mentionnées ensuite) et des zones très rurales. La majorité de sa population est désormais localisée sur son arc ouest (Torcy, Noisiel,

14 https://en3s.fr/temoignages/matthieu-arzel-49e-promotion-jai-mis-en-place-un-projet-de-co-construction-des-services-avec-les-usagers-caf/ Interview du 22 janvier 2020

Pontaut-Combault, Chelles, etc.). Sa population était de 1.422.000 habitants en 2019. La CAF de Seine-et-Marne couvre un habitant sur deux (705 000 personnes, dont 259 540 allocataires principaux).

L'objectif principal du projet « *CAF du futur* » est l'anticipation : « *se préparer maintenant à ce qui va arriver demain* ». Toutes les activités des CAF s'inscrivent sur un territoire. En Seine-et-Marne, les CTG – Conventions Territoriales Globales, devraient couvrir 85 % du département en 2022, avec des partenariats avec les collectivités territoriales pour une vision partagée du territoire, les maisons France services et tout le secteur associatif. En améliorant la relation de services en couvrant les différents canaux avec une stratégie « *100 % dématérialisé, 100 % personnalisé* », avec des plans personnalisés d'accès aux droits, pour être plus proches des usagers, de leurs préoccupations et de leur langage (« éviter le jargonneux »).

Dans le but de cette reterritorialisation, le numérique devient indispensable car le service prend plus d'importance mais il ne doit pas être exclusif d'une relation physique avec les employés de la Caf. Il s'agit de couvrir les besoins des bénéficiaires par la somme des deux dimensions : celle de la prise en charge physique versus directe et numérique versus à distance. La problématique de l'accès n'est pas négligée non plus. Un plan d'accessibilité au service a été élaboré, dans lequel s'inscrit une prévision des actions, notamment auprès des associations qui assurent des accompagnements numériques.

L'objectif est donc de développer par le numérique une logique de réponse aux besoins avec des stratégies multi-canaux, comme un accueil en langue des signes pour les personnes sourdes ou encore en langues étrangères, avec une traduction en Web- Interprétariat (service mis en place à la CAF 93). Ceci est un exemple des possibilités émergentes que donne le numérique et qui n'auraient jamais pu être possibles avec un accueil physique non personnalisé.

Selon une approche communicationnelle constitutive, nous pouvons avancer que les objectifs info-communicationnels donnent forme à cette « nouvelle » institution qu'est la CAF (voir Cooren, 2010) et du point de vue de la systémique des relations « tient ensemble » les individus entre eux par les interactions techniques et humaines dans les CAF (Mucchielli, 2010).

Conclusion : Perspectives

Le travail présenté constitue un début de coopération pour analyser et valoriser le rôle essentiel des CAF sur les territoires, notamment en résonance avec la transformation numérique, à travers le cas de celle de Seine-et-Marne.

Relativement à une extension numérique organisationnelle du champ d'action sociale qui redéfinit les espaces d'information et de communication, nous nous situons aussi logiquement dans l'émergence d'une nouvelle citoyenneté (citoyenneté numérique) et d'une solidarité de proximité. Ces dernières sont relatives à de nouvelles approches de l'intervention publique sur les territoires et concourent à fonder de nouvelles formes organisationnelles comme l'Agence Nationale de Cohésion des Territoires en novembre 2019. Un enjeu essentiel est de « repenser » (Rosanvallon, 1998), ou mieux, de « refonder » l'État providence, en particulier dans les territoires vulnérables quand certains citoyens se sentent abandonnés par les pouvoirs publics. Le

rapport de l'IGAS 2019, définit d'ailleurs le concept de fragilité ou de vulnérabilité sociale dans son rapport à l'exclusion sociale, aux risques de rupture ou de non-accès aux droits que le numérique pourrait renforcer.

La crise de la Covid 19 a montré toute l'importance de la protection sociale en France comme amortisseur de la crise et comme vecteur majeur de solidarité sur les territoires. La perspective tracée par P. Rosanvallon en 1998 est plus que jamais d'actualité[15] ; l'enjeu majeur est de reconstruire la confiance autour de nouvelles politiques publiques sur les territoires. Les organismes de Sécurité sociale et, en particulier, les CAF, ont un rôle essentiel à jouer sur les territoires en s'appuyant sur les transformations numériques qu'elles promeuvent et exploitent au profit des bénéficiaires. Leurs enjeux dans ce contexte sont de maitriser les diverses formes de difficultés d'accès (couverture réseau insuffisante (déserts numériques), incompétences numériques des usagers et absence de matériels informatiques…) spécifiques à leur territoire et la reconstruction impérative du lien social.

Dans une démarche d'étude de cas, dans le cadre des stratégies de communication multi-canaux de la CAF de Seine-et-Marne (accueil physique, courrier, téléphone, usages du numérique), nous continuerons à analyser les nouveaux outils numériques (notamment le site *caf.fr* et la plateforme *La caf à votre écoute*) et leur impact sur l'évolution et l'étendue des relations avec les usagers. Nous questionnons aussi l'évolution des métiers et des compétences des agents de la CAF : dimension sociale, vis-à-vis de l'usager, pédagogie du droit et désormais de l'usage des outils technologiques proposés, nouveaux services aux usagers, associés aux nouveaux usages de données (*data scientists*), aussi bien pour la recherche de fraudes que pour la valorisation des droits non réclamés.

Il s'agit notamment d'éclairer le potentiel numérique de la CAF en observant les dispositifs existants : portail caf.fr et « *CAF à votre écoute* » (plateforme numérique participative), en valorisant les partenariats : CPAM (Caisse Primaire d'Assurance Maladie), MSA (Mutualité Sociale Agricole), Pôle Emploi, etc. et des opérations de maintien du lien via les réseaux sociaux comme les « *promeneurs du Net* ». Ils ont été importants pendant la période de confinement qui a permis à la CAF 77 de montrer sa capacité de résilience avec la mobilisation numérique de tous ses salariés, notamment en télétravail, pour continuer à assurer au mieux ses services aux usagers-citoyens sur son territoire.

Bibliographie

Alemanno S. Mayère A. (2018). *Communication Organisationnelle* : *Formes et Transformations Contemporaines,* sous la dir de. Paris, L'Harmattan.

Alemanno, S. sous la dir. de. (2015). *Management et numérique.* Paris, L'Harmattan.

Algan Y. Cahuc P. (2007). *La société de la défiance, Comment le modèle social s'autodétruit*. CEPREMAP. Paris, Éditions rue d'Ulm.

Bernard F. (2016). Les SIC une discipline de l'ouverture et du décloisonnement », in Bouzon A. sous la dir. de. *La communication organisationnelle en débat. Champs, concepts, perspectives*. Paris, L'Harmattan, p. 33-46.

15 https://www.franceculture.fr/emissions/linvite-des-matins/convergence-des-gauches-montee-des-discours-populistes-qui-va-profiter-de-la-crise

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, p. 7-25.

Bourret C. (2015). Éléments de réflexions autour du positionnement et des domaines d'action de l'Intelligence Économique. Gardère E. et Le Moënne C. sous la dir. de, *Organisations Digitales* : *Individus, Santé, Déontologie en contexte numérique*. Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication. Paris, Éditions L'Harmattan., pp. 63-76.

Bourret C. (2008). Eléments pour une approche de l'intelligence territoriale comme une synergie de projets locaux pour développer une intelligence collective, *International Journal of Projectics*, 1, Bruxelles, De Boeck, p. 79-92.

Carayol V. (2004). *Communication organisationnelle. Une perspective allagmatique*. Paris, L'Harmattan.

Cooren F. (2010). Le cahier des charges d'un méta-modèle constitutif de la communication : une proposition, *Communiquer*, 3-4 | 2010, p. 103-122.

Flichy P. (2019). Le travail sur plateforme. *Réseaux*, n° 213 (1), p. 173-201.

Godet M. Durance P. et Mousli M. (2010). *Libérer l'innovation dans les territoires.* Paris, Conseil d'Analyse Économique - La documentation Française.

Gramaccia G. (2008). Qualité, projet, numérique : 3 variations symboliques de l'efficacité gestionnaire. in Batazzi C. sous la dir. de, *Communication, organisation, symboles*, Revue MEI, n° 29. L'Harmattan, pp. 55-67.

Klein J.-L. Laville J.-L. Moulaert, F. (2016). *Innovation sociale*, sous la direction de. Toulouse, Edition Eres.

Herbaux P. (2007). *Intelligence Territoriale, repères théoriques*. Paris, L'Harmattan, p.1-195.

Le Moënne C. (2018). Penser l'artificialisation du monde ? Retour sur la question des constructivismes et de la transformation numérique, *Communication et organisation*, 53, p. 107-132

Mucchielli A. (2006). Étude des communications : *nouvelles approches*. Paris, Armand Colin.

Paugam S. (2014). L'intégration inégale, Force, fragilité et rupture des liens sociaux. Paris, PUF.

Putnam L., Nicotera A.M. sous la dir. de (2009). *Building Theories of Organization The Constitutive Role of Communication*. New-York, Routledge, London, Taylor & Francis.

Rosanvallon P. (1998). *La nouvelle question sociale. Repenser l'*État-providence. Paris, Le Seuil, Points-Essais.

Weick K.E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Californie Sage Thousand Oaks.

Zara O. (2008). *Le management de l'intelligence collective*, Paris, M21 Editions.

Le devenir de l'action artistique et culturelle dans le discours des professionnels ?

The future of artistic and cultural action in the discourse of professionals?

Mathieu Feryn,
Université d'Avignon-Equipe Culture et Communication
mathieu.feryn@gmail.com

Benjamin Derhy Kurtz,
Université d'Avignon-Equipe Culture et Communication
benjamin.derhy-kurtz@univ-avignon.fr

Mots clefs : discours ; culture ; industries créatives ; organisations

Key words: discourse; culture ; creative industries; institutions

Résumé

Nous avons souhaité analyser les discours des décideurs et des producteurs travaillant au sein des industries créatives concernant le devenir de l'action artistique et culturelle. En comparant nos thèses respectives, il apparut nécessaire, avant cela, de comprendre comment les différents acteurs de ces industries perçoivent leurs engagements sur des temps longs. Puis, en nous focalisant sur l'étude des discours en relation avec la vie quotidienne des participants, de nous focaliser sur des dynamiques culturelles en les associant à des représentations, des perceptions, des pratiques et des comportements en lien avec un engagement, en dedans et en dehors les frontières administratives.

Abstract

We wished to analyse the discourses of decision-makers and producers working in the creative industries about the future of artistic and cultural action. By comparing our respective doctoral theses, it appeared necessary, before that, to understand how the different players in these industries perceive their commitments over long periods of time. Then, by focusing on the study of speeches in relation to the daily life of the participants, to focus on cultural dynamics by associating them with representations, perceptions, practices and behaviours related to a commitment, within and outside administrative borders.

Le devenir de l'action artistique et culturelle dans le discours des professionnels ?

Mathieu Feryn, Benjamin Derhy Kurtz

Introduction

Selon Michel Foucault, le pouvoir n'est pas une instance ou une puissance que nous pouvons désigner de façon stable. Nous pouvons parvenir à une compréhension de celui-ci qu'en décrivant un ensemble d'actions gouvernementales qui s'exercent par le corps. Une série d'actions comprise comme un morceau d'espace ; un noyau de comportements ; une durée interne et une somme de forces (Foucault, 1975). Dans cette perspective, en comparant nos thèses respectives, il est apparu nécessaire avant d'analyser les discours des décideurs et des producteurs travaillant au sein des industries créatives concernant le devenir de l'action artistique et culturelle, de comprendre comment les différents acteurs de ces industries perçoivent leurs engagements sur des temps longs. Cette démarche permet à cette recherche demieux cerner les relations de pouvoir ainsi que la manière par laquelle le processus communicationnel affecte la culture des corps professionnels, leurs dynamiques organisationnelles et les pratiques professionnelles au sein de l'industrie télévisuelle anglophone transatlantique et de l'industrie jazzistique française. Afin de comparer nos travaux respectifs, en France et à l'étranger, nous analysons les discours des professionnels desindustries culturelles d'un point de vue socio-professionnel, avec une perspective socio- anthropologique renouvelée. Nous nous appuyons sur des dizaines d'entretiens semi-directifs réalisés individuellement ainsi qu'au cours de focus-groups. Ils ont été administrés en face à face et par téléphone auprès des membres de la direction artistique de salles ou de festivals, delabels, d'organes de presse spécialisée, de chaînes de télévisions et de studios.

Nous les avons interrogés sur leurs expériences passées, présentes et la manière dont ils projettent le devenir de leurs actions et conçoivent la notion de succès, tant au niveau industrielque personnel. En complément de la constitution de ce corpus d'entretiens, nous avons croisé l'auto-désignation de leurs pratiques à la désignation par les *personnels nonmanagériaux* qui travaillent avec eux, ainsi que par les publics. Procéder ainsi en SIC permet d'interroger la constitution d'imaginaires et les rapports de force qui existent entre les membres de la directionartistique, les musicien.ne.s, les technicien.ne.s et les publics. Nous étudions ainsi des doublesmédiations où il nous semble important d'analyser l'insertion de ces « discours dans des espaces non traditionnels et de nouveaux sujets politiques - religieux, sexuels, générationnels,artistiques » (Rueda, 2010) ; d'une part, compte tenu du développement transnational des actions entreprises par les industries culturelles au cours des années 1980 et d'autre part, de l'accroissement des problématiques identitaires et communautaires dans la sphère publique – notamment en France – au cours des années 2000. En nous focalisant sur l'étude des discoursen relation avec la vie quotidienne des personnes interrogées, nous braquons la focale sur des dynamiques culturelles en les associant à des représentations, des perceptions, des pratiques et des comportements ayant un lien plus ou moins direct avec un engagement, en dedans et en dehors les frontières administratives. Une telle entrée par les notions *d'expérience* et de *pratiques professionnelles* semble pertinente afin de mieux saisir les modes de prescriptions culturelles dans la durée. La notion de pratiques

prend ici un sens non-limitatif, c'est-à-dire qu'elle concerne toutes les formes sociales liées à la culture et à la communication. Pour cetteétude comparative, nous envisagerons les pratiques résultant d'un espace de changement et d'adaptation des individus et des groupes.

Cela implique de décrire comment les professionnels s'adaptent aux contraintes de leurs relations interpersonnelles, leurs familles, leurs groupes d'appartenance, et cetera. Inspiré par les travaux de Gérôme Guibert, l'étude n'a pas ignoré, outre la fréquentation des espaces institutionnels dédiés à la télévision ou au jazz comme les scènes de musiques actuelles conventionnées (Smac), et les festivals, celle d'autres espaces et d'autres dispositifs comme lestremplins, les scènes ouvertes, les animations dans les bars ou dans l'espace public (Guibert, 2007). Cette étude sur les discours a pour objectif de s'inscrire en complément des travaux enSIC qui traite des pratiques professionnelles des personnels de la culture et de la communication. Les professionnels manquent de ressources et d'informations portant sur les modes de circulation et de prescription de l'information. Ce constat a pour conséquence que de nombreuses fédérations nationales et européennes se sont constituées en réseau pour endébattre. L'élaboration de cette comparaison permet de mettre en relation différents acteurs français et internationaux. Sur la base de ce premier constat empirique, cette étude comparativese donne comme objectif spécifique de travailler à une meilleure prise en compte des attentes et des représentations des professionnels de leurs actions. Parler d'expériences, comme évoquées plus haut, c'est avoir une perspective écologique au sens de Gregory Bateson dans laquelle est envisagée la relation entre analyse de l'offre et l'analyse des pratiques. Enconséquence, l'étude comparative porte spécifiquement sur des phénomènes liés aux problèmes soulevés. Nous décrivons le développement de pratiques croisées et les dispositifs où se déploient les discours, mais aussi la question des valeurs associées à la qualité de la programmation par les groupes sociaux dans leur diversité. Quelles sont les valeurs, les communautés et les identités qui peuvent être associées au jazz ou à la télévision ? Quels dispositifs favorisent ou limitent l'accès au jazz et à la télévision dans les discours ? Ces données sont croisées aux autres pratiques observées dans la vie quotidienne, afin de questionner l'espace social dans lequel les (contre)mouvements culturels sont formulés par lescitoyens (Macé et Maigret, 2006).

Méthode

La méthodologie choisie tant dans les études que nous comparons que pour l'étude comparativede ces dernières est qualitative. L'étude du corpus a fait l'objet d'entretiens complémentaires qui ont été administrés en face à face auprès de la population du grand Avignon. Nous nous sommes intéressés aux individus et aux groupes qui ont été désignés au cours des pratiques. Lapremière partie de notre travail a consisté à développer la dimension qualitative du corpus, c'està dire, l'analyse et l'observation des discours en situation, l'analyse des réseaux de communication mentionnés dans et en-dehors des discours des décideurs et les enjeux info-communicationnels liés au développement des pratiques dans la sphère publique. Cette méthode a pour but de faire émerger des lieux communs ainsi que des singularités en élaborantun corpus hétérogène au fil de l'eau. Nos enquêtes respectives soulignent l'importance de ce que Hesmondhalgh appelle les relations « professionnelles complexes », c'est-à-dire celles despersonnels dits créatifs et ceux qui les emploient (2002 : 256). En tant que telle, cette communication s'articule autour des degrés de réflexivité entre eux (Lemieux,

2009), en examinant comment l'identité des personnes interrogées agit en miroir de l'action entreprise par les membres de leurs communautés, et réciproquement.

Nous nous intéressons à ces communications internes, ainsi qu'à la manière de par laquelle lespersonnes interrogées présentent leurs engagements respectifs (et leur personne) dans leurs communications externes. Pour comprendre et analyser ces discours, nous avons dû endosser une posture mobile et interdisciplinaire. De plus, l'incertitude d'agir durablement dans une communauté professionnelle et la stabilité relative dans le temps des relations au sein de leursorganisations respectives nous ont interpellés. Le discours est le principal moyen par lequel lesmembres des organisations confèrent une réalité sociale cohérente qui encadre le devenir de leurs actions. Ces pratiques communicationnelles sont liées au développement d'une culture organisationnelle et à la difficulté d'intégrer des conventions au sein d'une organisation (Feryn,2020). La première partie de cet article sera centrée sur l'auto-désignation des membres de cescommunautés. Nous présenterons des relevés ethnographiques en abordant la manière dont lesprofessionnels interrogés ont défini ou abordé leurs actions, avec leurs propres mots.

En effet, jamais, au cours de nos entretiens et de nos observations, le thème des « détenteurs du pouvoir » ne fut pas directement abordé par nous-mêmes, et il ne fut jamais demandé aux participants qui ces premiers étaient, ni quels étaient leurs sentiments vis-à-vis d'eux. Tandis que les professionnels se positionnaient délibérément au sein d'une communauté tout en se distinguant d'autres, le fait que les membres des industries étudiées ont tendance à s'identifierà des principes axiologiques, plutôt qu'aux organisations dans leur ensemble, était clairement visibles. En ce qui concerne les relations de pouvoir, la seconde partie de notre exposé présentera cette gouvernementalité tripartite en mettant en perspective des dynamiques externes aux industries. Nous décrirons des situations de communication quotidienne vécue endécrivant la manière dont les relations des professionnels interrogés participent à réaliser une série de médiations en dehors de leurs communautés professionnelles, avec leurs propres mots.

Différents groupes de professionnels pour différentes manières de se (re)présenter

Benjamin (Derhy Kurtz, 2019) propose deux typographies, l'une en sept groupes, distinguant les personnels des industries créatives en fonction de leur travail, et l'autre en trois, en fonctionde leur distance du pouvoir : elles sont : le *personnel créatif primaire*, contrôlant les aspects artistiques du bien culturel, le *personnel créatif secondaire*, exerçant une influence artistique évidente, sans être aussi fondamentale que celle du personnel créatif primaire ; les *interprètes*,qui, comme la catégorie précédente, ont une contribution artistique, bien qu'ils soient abordéset présentés de manière très différente ; les *artisans techniques*, chargés des tâches techniques.Ces quatre premiers groupes pouvant être mis dans la catégorie plus large des *personnels non-managériaux*. Ils sont suivis de deux groupes constituants la catégorie des *personnels managériaux* : les *personnels supercréatifs*, occupant à la fois une fonction créative primaire et managériale, un poste leur donnant le contrôle ou l'accès à presque toutes les étapes de la chaîne de production, et les *producteurs*, servant d'intermédiaires entre le personnel créatif primaire et les exécutifs (pouvant être décrits comme non-créatifs). Enfin, les *cadres décideurs*,uniques représentants de la troisième catégorie, éponyme, et en qui réside le pouvoir de commande, d'annulation ou de renouvellement de la production des biens culturels en question.

La première auto-désignation concerne les *personnels non-managériaux*, dont certains sedésignent comme des entrepreneurs culturels. Leurs discours portent sur les conflits entre créativité et gestion de projet. Comme expliqué précédemment, il s'agit là de la plus grande sous-division de ces industries. Les membres du deuxième groupe identifiable, les *personnelsmanagériaux*, se présentent soit comme des novateurs soit comme des intermédiaires, faisant effectivement le lien entre *personnels non-managériaux* et les *cadres décideurs*. Les personnesfaisant partie du dernier groupe, celui des *cadres décideurs*, peuvent se présenter comme les fondateurs et comprendront bien sûr propriétaires (de chaînes, studios, labels, etc.), dirigeantset cadres supérieurs. En analysant les discussions avec nos participants au sein de groupes de discussions, d'entretiens individuels semi-directifs et d'observations participantes à des débatsinterprofessionnels dans le cadre des fédérations mentionnées plus haut, nous reviendrons sur le fait qu'il existe des dynamiques identitaires et communautaires dans les discours du*personnel non-managérial*. Nous positionnerons cette première partie par rapport aux débats actuels sur les tensions internes entre créativité et gestion de projet au sein des industries culturelles et créatives.

Nous démontrerons que les positions romantiques systématiques tout comme les positions les réfutant catégoriquement doivent être nuancées et associées à des dynamiques complexes pouropter pour une position plus équilibrée (Morin, 1996 ; Derhy Kurtz, 2018). Les discours des participants démontrent que cet antagonisme n'est pas constant et que même des récits élogieuxpeuvent être trouvés vis-à-vis des décideurs et du pouvoir (Ibid.). Ils participent du processus d'incorporation des individus à des groupes, à leurs professionnalisations, leurs déprofessionnalisations ou leurs reprofessionnalisations, et influent ainsi sur les débats axiologiques (Feryn, 2018). Au-delà de la simple reconnaissance de cette aliénation créative –courante, mais non automatique – nous pouvons tenter d'expliquer les différentes raisons de cetantagonisme du côté du *personnel non-managérial*, en partant de la théorie créative romantique(Hesmondhalgh et Baker, 2008 ; Faulkner et al., 2008 ; Adorno, 1991), associée à la notion decommunication paradoxale (Bateson, 2008). Ainsi, nous pouvons les relier à la précarité de l'emploi et aux dimensions de distance au pouvoir et de résistance face à l'incertitude de Hofstede (1980), ainsi qu'aux forces de production et la division du pouvoir (Marx et Engels, 1902). Cela permet d'ajouter une nuance aux conceptualisations actuelles du/des conflit(s) queles *personnels non-managériaux* ont avec les *cadres décideurs*, et d'ainsi développer une approche compréhensive de ces questions. Nous abordons également la manière dont ces personnels se positionnent par rapport aux dirigeants et à leurs décisions.

De ce fait, nous montrons également que (même s'il manque la présence de discours élogieux,dans ce cas-ci), les contradictions tant *créatives* que *hiérarchico-fonctionnelles* se retrouvent également dans les discours des *personnels managériaux* (Derhy Kurtz, 2018). Étudier les conflits identitaires évoqués dans leurs récits permet d'expliquer comment les principes de créativité peuvent être transformés dans le discours de ces derniers. Cette démarche permet demettre en perspective l'identité plurielle du personnel managérial. La créativité sert ainsi d'arbitre et offre une présentation plus articulée de cette catégorie de travailleurs. Pour ce faire,nous avons analysé la manière dont les deux types de contradictions susmentionnés et exprimésdans les discours des participants décrivent cette dichotomie même. À travers la troisième et dernière catégorie de professionnels, nous présentons le cas particulier des cadres décideurs etétudions leur propre réflexion.

Cela montre qu'il existe deux manières pour ces derniers de parler de leur activité et d'eux- mêmes : soit simplement en présentant la situation (de manière collectiviste, individualiste oubien neutre, selon les individus

interrogés), soit en se « défendant », ainsi que certaines de leursactivités, face à l'intervieweur, en mettant se dernier au centre de l'action pour tous les moments difficiles : « vous devez [...] être impitoyable » ; « vous devez quand même... vous concentrer sur le fait d'être une entreprise » (Derhy Kurtz, 2018). Ce permet ainsi de revendiquer les fondements axiologiques de leurs actions à travers un renversement de positionnement (ou de sujet, reverse footing en anglais ; cf. Goffman, 1981 : 128).

Logiques sociales et relations de groupes

La réflexion présentée a supposé de relier nos corpus, nos méthodes, et des concepts théoriques.Cet article est une étape transitoire et notre démarche méthodologique implique des précisions.Nous souhaitons notamment développer l'étude de ces différentes formes sociales et comment elles s'insèrent en société. Les travaux récents ont principalement interrogé l'insertion des pratiques artistiques et leurs impacts sur les individus et les groupes. Nous abordons ici la question de la circulation de cette information en reliant les discours et les objets humains et non-humains à des réseaux afin de questionner leurs multiples relations. Dans cette perspective,la méthode d'analyse du discours a pour principal intérêt d'élargir le spectre de l'action sociale selon la conception définie en introduction tout en resserrant l'étau aux écosystèmes du jazz etde la télévision. L'approche à partir d'entretiens et de relevés ethnographiques de terrain permetde préciser la population étudiée – l'incertitude d'exercer durablement un métier à la télévisionou dans le domaine du jazz et le développement de formations universitaires et privées – nousencourage à poursuivre l'étude de ces processus communicationnels sur des temps longs. De sorte à comprendre les effets de continuité et de ruptures dans les pratiques observées. Enfin etde manière plus générale, cette proposition méthodologique nous semble nécessaire pour éviterune forme d'anthropocentrisme. Avec une telle perspective croisée, l'inscription en SIC permetde conduire un double objectif de recherche : prendre du recul sur un certain nombre de discours institutionnels en décrivant leurs conditions de réalisation et rendre compte depratiques collectives ou individuelles susceptibles de faire évoluer les formes sociales contemporaines. Elles donnent lieu à des résultats surprenants. Il en ressort que les médiationssociales, techniques, culturelles et mémorielles permettent provisoirement de confirmer leurs attachements réciproques au sein de micro-communautés, présentes en partie en dehors du périmètre interne de l'action professionnelle.

Sur des temps longs, nous observons que leurs jugements sur eux-mêmes changent au gré de l'avancée de leurs processus identitaires et du contexte énonciatif où ils émettent leursjugements. Le recours à la parole en dehors du lieu de travail fait écho à des expériences antérieures. Le décalage entre leurs auto-désignations, leurs représentations des autres et la désignation d'autrui implique l'ensemble de leurs relations, professionnelles et personnelles, des communications. Avant, pendant, et après avoir émis un discours, les individus et les collectifs remédient à un système de références et à des valeurs communes pour appréhender raisonnablement l'objet de leurs cultures. Sur des temps longs encore, nous observons que celaimplique que les collectifs se (re)constituent provisoirement autour de goûts communs, puis de pratiques et d'imaginaires communs, structurés et incertains.

Tout au long de ce processus communicationnel, nous observons que les individus et les collectifs étudiés sont susceptibles de ne pas s'engager durablement dans les industries. Au cours de leurs missions, ils sont susceptibles de se désolidariser de leurs communautésprofessionnelles compte tenu du fait qu'ils sont sus-

ceptibles de valoriser ou dévaloriser l'action créative au cours de débats axiologiques en confrontant leurs opinions dans différents groupes agissant en dehors de leurs organisations. Les conservations avec leurs familles ou leurs amis,mais également avec leurs pairs peuvent faire évoluer leurs engagements. C'est-à-dire qu'ils s'influencent mutuellement au moment où ils émettent des principes et des critères de jugements sur l'art et la culture. Ces débats contribuent à dynamiser, à résoudre ou à créer des conflits aussi bien internes qu'externes survenant au fil des épreuves de leurs vies quotidiennes. Par exemple, leurs conjoint.e.s nous ont fait remarquer que la passion pour l'art peut s'exprimer au détriment de la passion amoureuse. Dans leurs interactions, la pratique engagée au sein des industries agit comme un medium. Un medium qui permet de parler de soi-même, d'évoquer ses goûts et ses dégoûts avec les autres. Cette pratique est problématique pour leurs proches. Nous remarquons que les systèmes de valeurs dans les industries créatives et culturelles font l'objet de controverses indéterminées et dynamiques. Ce constat invite à penser que ce sont les interactions entre les individus et les groupes qui participent à déployer les discours. Ces signaux favorisent le développement de formes sociales sous contraintes. Les individus et les groupes guident le devenir de l'action en fonction de leurs attentes réciproques plus que celle-ci ne les guide. Il appert que les critères communs, négociés au cours des communications externes, se définissent réciproquement.

Conclusion

Dans le discours lui-même, la relation à soi-même et aux autres agit alors à travers des dispositifs qui organisent les relations de pouvoir. Elles sont le fait des espaces où s'organisent les débats. Ils sont envisagés par les individus et les groupes comme des dispositifs d'action pour mettre en œuvre une compétence culturelle, et comme le terrain de recherche d'un consensus ; entre un plaisir singulier et un espace d'expérimentation collective. La télévision et le jazz contribuent à médier et remédier avec le temps de travail et le temps de repos. Quant aux dispositifs eux-mêmes, ils permettent de construire et déconstruire leurs représentations qui favorisent à la fois la création d'un sentiment d'appartenance à une communauté, à encourager les interactions sociales et la relation à l'art et à la culture. Les dispositifs de communication sur le devenir de l'action artistique et culturelle se situent entre les exigences internes et les formes culturelles externes des organisations. Le développement des interactions constitue une forme de mémoire et de mise en récit de l'expérience, un imaginaire commun, négocié et susceptible d'être inachevé, continuellement en train de se faire ...

Bibliographie

Adorno T.W. (1991). The Culture Industry Reconsidered, in Bernstein, J.M. (ed.) *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Londres, Routledge, p.85-113.

Bateson G. (2008). *Vers une* écologie *de l'esprit (tome 2)*. Paris, Seuil.

Derhy Kurtz, B.W.L. (2019). L'amour du travail bien fait : mesures personnelles du succès dans l'industrie télévisuelle, *Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication*(*RFSIC*), v o l

17, mis en ligne le 01 septembre 2019. http://journals.openedition.org/rfsic/6524 (DOI : 10.4000/rfsic.6524)

Derhy Kurtz, B.W.L. (2018). *Success and the TV industry: how practitioners apprehend thenotion(s) of success in their discourses within the Anglophone Transatlantic TelevisionIndustry*. Doctoral thesis, University of East Anglia. Mis en ligne le 09 mai 2018. Accès : https://ueaeprints.uea.ac.uk/66960/

Faulkner S., Leaver A., Vis F. et Williams K. (2008). Art For Art's Sake or Selling Up?,

European Journal of Communication, n°23, p.295–317.

Feryn M. (2019). Proposition méthodologique pour comprendre les relations de communication en situation d'expertise. Ce que montre l'étude des dispositifs sociotechniquesde fabrique des qualités jazzistiques, *Questions de communication*, n°35, p.239-253.

Feryn M. (2020). *Where is the jazz? Une approche communicationnelle des mondes du jazz (2000 – 2020)*. Paris, Harmattan.

Foucault M. (1975). *Surveiller et punir, naissance de la prison.* Paris, Gallimard.Goffman E. (1981) *Forms of Talk*. Philadelphia, University of Pennsylvania.

Guibert G. (2007). Les musiques amplifiées en France. Phénomènes de surfaces et dynamiques invisibles, *Réseaux*, n°141-142, p.297-324.

Hesmondhalgh D. (2017) (3eme ed.) *The Cultural Industries*. Londres, Sage.

Hesmondhalgh D. et Baker S. (2008). Creative work and emotional labour in the television industry, *Theory, Culture and Society*, vol. 25, n°7–8, p.97–118.

Hofstede G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values.* Beverly Hills, CA, Sage.

Lemieux C (2009). *Le devoir et la grâce*. Paris, Economica.

Marx K. and Engels F. (1902). *Wage-labor and Capital*. New York, New York Labor News Company.

Macé E. et Maigret E. (2006). Mouvements et contre-mouvements culturels dans la sphère publique et les médiascultures. In : *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvellesapproches de la représentation du monde.* Paris, Armand Collin.

Morin E. (1996). *Le besoin d'une pensée complexe, in 1966-1996, La passions des idées,* Magazine littéraire, hors-série.

Rueda A. (2010). « Des médias aux médiations : quelles médiations, quels objets, quels enjeux ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*, p.88-103

À la fin, tout est analogique. Importance préservée des relations interpersonnelles, des intermédiaires culturels et des lieux pour l'industrie musicale indépendante

In the end, it's all analog. Remaining Importance of Interpersonal Relationships, Cultural Intermediaries and Place in the Independent Music Industries

Jérémy Vachet,
Dr (PhD)Assistant Professor, Audencia Business School,
Membre associé au Laboratoire des sciences de l'information etde la communication (EA 1803 – LabSIC, Université Paris 13)
jvachet@audencia.com

Mot clé : Intermédiaires culturels, Industrie musicale indépendante, plateformes.

Keywords : cultural intermediaries, independent music industries, platforms.

Résumé

En dépit des discours technophiles sur les algorithmes et les plateformes, particulièrement saillants en temps de « crise », cette présentation suggère que l'omniprésencedes TICs dans les industries culturelles n'abolit ni les hiérarchies sociales et spatiales, ni le rôle des intermédiaires culturels. Nos résultats indiquent que la démultiplication des informations et des communications multiplierait les formes de hiérarchies tout en renforçant celles qui existent déjà.

Abstract

Despite the technophile rhetoric on algorithmic data and platforms, particularly salient in times of 'crisis', this presentation suggests that the pervasiveness of ICTs in cultural industries does not abolish social and spatial hierarchies nor the role of cultural intermediaries. Our results suggest that the unceasing flow of information and communication multiply hierarchies while reinforcing existing ones.

À la fin, tout est analogique.
Importance préservée des relations interpersonnelles, des intermédiaires culturels et des lieux pour l'industrie musicale indépendante

Jérémy Vachet

« United We Stream : un direct electro pour sauver les DJ et clubs de la faillite » (*Le Parisien*,06/06/2020)

Introduction

En France, les pertes dues à la crise du Covid-19 pour la filière musicale sont estimées à 43 %du chiffre d'affaires prévisionnel, soit à près de 4,5 milliards d'euros (TPLM & EY, 2020). En ce qui concerne le secteur des spectacles de musiques actuelles et de variétés, les pertes représenteraient 83% du chiffre d'affaires prévisionnel en 2020, soit 2,3 milliards d'euros(EY, 2020). Selon l'USEP-SV, 19 000 représentations ont déjà été annulées (News Tank Culture, 2020a). Selon le Prodiss, 50 % des structures seraient « menacées de faillite » (News Tank Culture, 2020b). En réaction au confinement et à la fermeture des lieux de diffusion, de nombreuses représentations musicales ont été diffusées en ligne par des artistes plus ou moinsreconnus. Il n'en fallait pas plus pour réveiller les discours technophiles qui voient dans la digitalisation une opportunité de « sauver » la musique en désintermédiant le lien entre industries culturelles, intermédiaires culturels et individus, via la plateformisation des contenus. Suite au report massif des activités musicales en ligne, ces discours tentent de séparer le communicationnel du social (Miège, 2007 : 89) en niant l'impact de la dataification et de la plateformisation sur la musique, la structuration d'une filière aux logiques propres et le coût réel de la production musicale. Ces discours omettent également de reconnaître la musique comme un véritable travail, niant les injonctions entrepreneuriales faites aux musiciens et la permanence des intermédiaires culturels.

Contrairement à certains discours technophiles, qui trouvent des échos médiatiques toujours plus forts en temps de crise (technologique, sanitaire ou économique), cette présentation tente de montrer que les hiérarchies sociales et spatiales ne disparaissent pas avec l'usage des TICs dans les industries culturelles et créatives. Au contraire, elles tendraient à se renforcer à mesure que l'incertitude sur la valeur d'usage des productions culturelles croît avec sa surproduction et sa diffusion. Les nouvelles formes de sociabilité et de spatialité, la démultiplication des informations et des communications multiplieraient les formes de hiérarchies en même temps qu'elles viendraient renforcer grandement celles préexistantes. En ayant recours au concept de capital symbolique et après avoir rappelé l'impact de la digitalisation sur la musique, nous tenterons de montrer trois choses. Tout d'abord, l'importance toujours très grande des réseaux physiques d'interconnaissance, ensuite le pouvoir symbolique persistant, voire accru, des intermédiaires culturels et, enfin, la concentration des travailleurs créatifs dans certaines villes, quartiers ou *blocks* résultant d'une hiérarchisation (participant à un imaginaire social et à un capital symbolique) de certains espaces au détriment d'autres

(Allington, Dueck & Jordanous, 2015, Constantini, 2020). Alors que les industries culturelles et créatives sont redimensionnées du local à l'international et que la digitalisation permet des formes uniques de production culturelle et de diffusion, nous observons un phénomène de concentration du capital symbolique autour d'espaces et de collectifs restreints. Bien que les TICs aient indéniablement un impact fort sur les industries culturelles et créatives (ICC), il s'agirait de considérer cela comme « changement dans la continuité », selon l'expression de David Hesmondhalgh (2019). Les observations faites dans cette présentation se basent sur une étude de terrain (entretiens et observation participante) effectuée à partir d'un échantillon de 32 participant.e.s âgé.e.s de 23 à 37 ans, dans des grandes métropoles aux États-Unis, en Suède et en France.

Récentes transformations dans les industries de la musique

Les industries de la musique diffèrent des autres ICC, notamment parce que la musique est moins coûteuse à produire et à diffuser que les autres productions culturelles. (Hesmondhalgh et Meier, 2015 : 94). L'une des principales difficultés rencontrées par les industries de la musique avec la digitalisation est due au fait que la rareté artificiellement opérée par les ICC, qui sous-tendait auparavant leurs modèles économiques, notamment via la récolte des droits liés à la propriété intellectuelle, devient plus complexe à instrumentaliser. Le développement d'ordinateurs personnels de plus en plus portables et puissants, de fichiers numériques compressés tels que le MP3 et de connexions à large bande passante, soutenu par les secteurs des télécommunications et des logiciels informatiques, a radicalement changé les industries de la musique en quelques décennies. En permettant le partage de fichiers et la distribution numérique, ce nouveau modèle a sapé les systèmes de propriété intellectuelle (Hesmondhalgh, 2012 : 341-348). Comme Hesmondhalgh (2010) l'a montré, ces transformations ont été accompagnées par des discours technophiles annonçant un changement dans les relations de pouvoir entre les ICC et les producteurs culturels, supposément en faveur de ces derniers. Des recherches récentes ont depuis critiqué cette idée ainsi que les concepts de « pro-am » et « prosumer » qui lui sont souvent associés, censés bouleverser la relation entre producteurs et consommateurs. Bien que formulant souvent une critique solide, l'association fréquente entre « travail gratuit » et auto-exploitation reste souvent « peu convaincante et plutôt incohérente » (Hesmondhalgh, 2010). En outre, on ne tient souvent pas compte du pouvoir croissant des plateformes qui servent d'intermédiaires (Miège, 2007 ; Jeanpierre et Roueff, 2014).

La digitalisation a donné lieu à des possibilités uniques d'accès au contenu, à la production musicale (via des logiciels, des banques d'échantillons et des instruments logiciels, des « tutoriels » sur YouTube et des blogs de techniques du son) et a rendu possible la diffusionde musique sur des plateformes dotées d'outils permettant de développer une communauté d'auditeurs en ligne. Des distinctions importantes sont cependant à opérer entre les différentes plateformes de streaming. D'un côté, Soundcloud et Bandcamp visent à fournir un forum dédié au partage de la musique ; d'un autre côté, Spotify et Deezer sont, eux, plus étroitement liées aux majors ; enfin, des plateformes comme Facebook et Youtube visent à vendre aux annonceurs le contenu généré par les utilisateurs. Néanmoins, l'apparente démocratisation de la production et de la diffusion pose plusieurs questions : la récolte et le traitement des données personnelles, la concentration du pouvoir sur quelques plateformes et la quasi absence de rémunération pour la diffusion de la musique.

L'offre pléthorique de contenu en ligne rend difficile de se démarquer et de se distinguer, et sauf dans les rares cas d'artistes découverts par hasard sur Internet, les intermédiaires culturels, tels que les sociétés de relations presse, jouent toujours un rôle crucial, même aux seins des plateformes (Jeanpierre et Roueff, 2014). En effet, les récits de ces succès atteints grâce à MySpace ou SoundClound tendent à occulter la réalité de l'industrie musicale, où les intermédiaires culturels continuent de maintenir une rareté artificielle dans la production culturelle (Haynes et Marshall, 2018). En ce sens, le Web n'a pas modifié de manière drastique le mode de fonctionnement des industries musicales. Les formes de création artificielle de rareté se recomposent et les logiques d'aspiration des niches (les labels indépendants) vers le centre des industries musicales (les majors), décrites par Miège, perdurent (Huet et al., 1978 ; Miège, 1989). Le Web aide pourtant à agréger un nombre beaucoup plus important de nouveaux venus, formant un continuum complexe entre musiciens amateurs et aspirants professionnels. Bien que les contenus puissent être produits et diffusés facilement, ces activités sont souvent gratuites (Hesmondhalgh, 2010) et les musiciens connaissent une grande précarité dans la majorité des cas.

Production et permanence des lieux de production culturelle à l'imaginaire social « positif » à l'échelle locale et internationale

L'étude de terrain s'est déroulée principalement dans trois pays : aux États-Unis, en France et en Suède. Plus précisément, le travail de terrain a été mené dans les quartiers suivants : Bushwick et Williamsburg à Brooklyn ; East Burnside Street, Alberta Street et Mississippi Street à Portland ; Temescal et Rockridge à Oakland ; Mission Street à San Francisco ; Sodermalm (principalement sur Skånegatan) à Stockholm ; la zone allant du canal Saint- Martin à Belleville, le Haut Marais et quelques endroits spécifiques au nord et au nord-est de Paris, comme dans le triangle Marcadet-Poissonniers, Château-Rouge et Marx-Dormoy.

Conformément à la littérature existante (Oakley, 2009 : 37-39), le choix des lieux a été motivépar le fait que les travailleurs culturels observés lors de la phase préliminaire du travail de terrain étaient souvent regroupés dans de petites zones, quartiers ou *blocks*. Les lieux de diffusion de musique ont été identifiés grâce à des connaissances, des profils et des événements Facebook, des articles en ligne, des blogs et des comptes Instagram. L'analyse dudiscours des différents médias concernés par la production culturelle indépendante (presse en ligne, journaux et magazines « lifestyle », blogs) a confirmé la récurrence de certaines villes et de certains quartiers spécifiques au sein de ces villes. Ces lieux ont été présentés comme lesnoyaux d'un « style de vie indépendant » promouvant une culture commune faite d'individualisation, d'entrepreneuriat culturel et de style de vie esthétisé. Comme l'affirme Elliott, « ces styles de vie de consommateurs DIY impliquent une variété d'institutions et d'intermédiaires (...) y compris des conseillers en style de vie, des designers, des consultants en mode, des sociétés de marketing » (Elliott, 2014 : 151).

La concentration des travailleurs culturels dans les quartiers ou les *blocks* peut être vue à travers un prisme bourdieusien : « une hiérarchie symbolique des villes selon leur prestige accumulé en terme de capital culturel (ou symbolique ?) » (Featherstone, 1990 : 106). Grâce àleur capital symbolique, ces quartiers concentrent des opportunités de travail qui attirent des travailleurs culturels désireux de développer un « revenu de portfolio » (McRobbie, 2002 :527 ; Menger, 2009). Ces quartiers sont donc considérés comme les centres de la « culture indépendante mondiale » et sont largement associés à des concepts assez vagues tels que

« cool », « hipster », « bohème » et « créatif ». C'est ce que Featherstone (1990 : 99) appelle les « villes post-modernes », « conscientes de leur image et de leur culture » avec des habitants soucieux de façonner l'identité locale et de la diffuser au niveau mondial.

Malgré la capacité des travailleurs culturels à travailler de n'importe où grâce à la digitalisation, les ICC ont tendance à se concentrer dans les grandes villes, souvent dans le même quartier, la même rue ou le même *block* (Allington, Dueck & Jordanous, 2015). Pour Neff (2005), c'est cette « économie de la nuit » dans le Lower Manhattan, par exemple, qui permet de créer et de renforcer les liens sociaux dans des lieux tels que les bars, les cafés et les clubs où les travailleurs « traînent » (voir aussi Vivant, 2010). Les salles de concert, les bars, les cafés et les clubs où les travailleurs culturels « traînent » sont essentiels aux liens sociaux. Ces lieux se trouvent souvent dans les quartiers en pleine gentrification des « villes créatives », qui amplifient la discrimination sociale et raciale (Lloyd, 2010). "Nous avons interrogé Lisa, qui réside dans un des blocks entourant SE Division Street à Portland. Pour elle comme pour de nombreux autres travailleurs culturels, le quartier reste attractif, bien queles prix des loyers aient augmenté avec la gentrification.»

Nous vivons dans le sud-est de Portland depuis quatre ans. À l'époque, on aurait pu entendre appeler ça « *le ghetto dans lequel vivent nos amis* »*... Mais maintenant, c'est considéré comme un quartier cool parce que c'est proche de Division Street. Au début,les gens vivaient plus au sud-est mais au fur et à mesure, ils se sont déplacés vers l'est. Nous aussi nous aurons probablement à partir dans cette direction ou même nous installer à Vancouver. C'est loin et chiant... C'est pas idéal... Vancouver, c'est le vide culturel. C'est mort. Ça ressemble à un centre commercial à ciel ouvert. Je pense que pour la musique, il nous faut rester* à *Portland. Nous voulons faire partie de tout* ça, *de ce qui est censé se passer de fou ici... La scène musicale* à *Portland est très cool. Lesgens qui viennent vous voir jouer vous soutiennent* (Lisa, Portland).

Bien que Lisa ait de plus en plus de difficultés à payer le loyer de la chambre qu'elle occupe avec son mari dans une colocation, elle sait combien il est important pour eux de rester dansce quartier afin d'entretenir un réseau professionnel et de bénéficier d'un accès à la scène locale. De plus, en se gentrifiant, le quartier est devenu de plus en plus attrayant pour ses connaissances et pour elle. Selon elle, il est plus intéressant de rester habiter dans la rue SE Division Street à Portland que de déménager dans une autre ville moins chère.

Cette section a tenté de montrer que le lieu de production et de diffusion jouait toujours unrôle crucial dans la création de valeur symbolique et économique, participant d'une hiérarchisation entre les espaces (Allington & al., 2015). Des villes comme Portland ou San Francisco et même des quartiers comme Bushwick portent en eux un capital symbolique très fort qui peut se transformer en capital économique. Ces lieux concentrent des musiciens mais aussi des intermédiaires culturels. La section suivante montre en quoi les réseaux physiques d'interconnaissance conservent une importance cruciale pour accéder à des opportunités de développement de carrière.

Importance accrue des réseaux physiques

L'importance des réseaux physiques d'interconnaissance et des relations de pair à pair dans la production culturelle et médiatique, en particulier aux premiers stades des projets, a été largement documentée dans les

travaux sur la production culturelle (Caves, 2002 ; McRobbie,2004 ; Neff, 2005 ; Oakley, 2009a : 35-39). Cette importance accordée aux relations socialesa été qualifiée par Rifkin (2001 : 24-28) de « modèle organisationnel hollywoodien » et par Caves (2002 : 5-6) de « propriété des équipes hétéroclites », renforçant l'idée qu'un travail culturel, même quand une seule signature est apposée à la production, est toujours, d'une manière ou d'une autre, l'aboutissement d'un travail en réseau et en équipe. Pour Leadbeater et Oakley (2004 : p. 31), « (l)e génie solitaire et existentiel n'existe pas dans les industries créatives modernes. Il est pratiquement impossible pour les entrepreneurs culturels de travailler de manière isolée ». Uzzy et Spiro (2005), en revenant sur les cas de grandscompositeurs représentés comme des génies solitaires, ont montré au contraire que leur créativité était favorisée par une collaboration et des liens forts entre les individus. Dans l'ensemble, ces comptes rendus, soutenus par des preuves empiriques, historiques et statistiques, remettent en question les représentations romantiques du « génie solitaire » dans les industries culturelles (Uzzi et Spiro, 2005). Bénéficier de réseaux étroits et solides sembleparticulièrement important pour mener des projets culturels, depuis leur développement initialjusqu'à leur lancement , « car l'expérimentation et la collaboration intenses nécessitent un contact étroit et une communication constante » (Oakley, 2009a : 55). Les relations interpersonnelles entre les travailleurs créatifs permettent de diffuser des informations, comme des rumeurs ou des « ragots » industriels et des « interdépendances non négociées ». Ces échanges favorisent le recrutement de personnes et d'entreprises afin d'innover sur des marchés en évolution rapide (Oakley, 2009a : 38), sujets à l'obsolescence des tendances. L'importance du réseau physique d'interconnaissance rappelle que la production créative est un travail culturel éphémère, basé sur la collaboration, le réseau et le travail d'équipe.

Selon Christopherson (2008 : 75), les réseaux sociaux et économiques contribuent à « réduire les risques, les incertitudes et les coûts de la concurrence individuelle pour les travailleurs et les employeurs », ce qui rappelle la notion de « force des liens faibles » de Granovetter (1973). Par conséquent, les travailleurs sont soumis à une « mise en réseau obligatoire » afin d'entrer et de maintenir leur activité (Flew, 2004 ; Gill, 2011 ; Lee, 2008), ce qui crée une injonction à développer une « socialité de réseau » (Wittel, 2001). Selon Gregg, 98 % des emplois dans les industries culturelles et créatives sont obtenus par les réseaux physiques d'interconnaissance. En d'autres termes, le travail culturel est soumis à un « système de patronage » dans lequel « qui vous connaissez » aide à obtenir des opportunités d'emploi intéressantes (Gregg et Seigworth, 2010 : 266). En outre, le processus d'embauche informel tend à exacerber les inégalités persistant entre les genres, en particulier dans le contexte des emplois indépendants (Wing-Fai et al., 2015). Comme l'exprime Daniel, travailler à développer et maintenir son réseau physique d'interconnaissance fait partie intégrante de son activité de musicien :

Ça prend des années pour bien connaître d'autres groupes, collaborer et se faire des *amis. C'est essentiel parce que c'est ainsi que vous finirez par faire de bons concerts. C'est comme ça que vous finirez par être identifié et invité à jouer. En contrepartie, vous les invitez également à jouer. C'est ce qui s'est passé la semaine dernière avec mon ami Bill. Nous avons enregistré une émission de radio ensemble pendant laquelle nous avons joué nos morceaux respectifs. Ça prend des années avant de pouvoir faire cela* (Daniel, Portland).

Le pouvoir symbolique des intermédiaires culturels maintenu

Dans les industries culturelles, la valeur d'usage de la production culturelle est incertaine et soumise à un flux incessant d'innovations, notamment dans les marges (Huet et al., 1978). Les résultats de la présente étude suggèrent que les individus atténuent le risque d'être démodés et mis de côté en se rapprochant des intermédiaires culturels. Ces derniers se voient accorder un pouvoir symbolique élevé en tant que créateurs de tendances car ils influencent la diffusion des productions culturelles (Bourdieu, 1979 : 359 ; Bourdieu, 1980 : 262 ; Negus, 2002). Les intermédiaires culturels sont, par exemple, des agents presse (PR), des directeurs de label, des *bookers* ou des journalistes et plus récemment certains travailleurs créatifs opérant pour les plateformes numériques (Jeanpierre and Roueff, 2014) qui contribuent à faire du travailleur culturel un « artiste légitime » et de sa production une œuvre d'art (pour un résumé des débats concernant la définition et l'usage du terme, voir Hesmondhalgh, 2006 : 226-7 et Hesmondhalgh, 2007 : 66-7). Pour Becker, la production culturelle est une action collective où la valeur culturelle et symbolique d'un produit – et par extension sa valeur économique – dépend de sa circulation dans un réseau complexe d'intermédiaires qui se portent garants du produit culturel et de leurs producteurs (Becker, 2008/1982). Une production culturelle n'aurait donc pas de valeur intrinsèque préalable, mais sa valeur symbolique, y compris sa valeur artistique, serait créée par le réseau d'intermédiaires culturels. Tout comme Bourdieu, nous pouvons nous demander « qui est le véritable producteur de la valeur de l'œuvre : le peintre ou le marchand, l'écrivain ou l'éditeur, le dramaturge ou le directeur de théâtre ? » (Bourdieu, 1980 : 263). Ces intermédiaires ne sont donc pas seulement ceux qui donnent une valeur commerciale à un produit culturel, mais aussi tous ceux qui proclament cette valeur, se portant garants de l'artiste, des « créateurs du créateur » en somme (Bourdieu, 1980 : 263-4). L'extrait ci-dessous montre l'importance des intermédiaires culturels :

On va pas te proposer de jouer des concerts si tu n'es pas un minimum reconnu dans lemilieu. Je me rends compte qu'il faut beaucoup de temps pour connaître sa communauté. Au fil du temps, tu commences à savoir qui gère les salles, qui écrit des recensions sur les groupes... Il ne s'agit pas seulement de savoir qui est qui. Il faut les connaître (Pierre, San Francisco).

Le choix des intermédiaires culturels fonctionne comme une prophétie autoréalisatrice : leur décision de mettre en avant un musicien ou de s'en porter garant développe la valeur symbolique d'un artiste et de sa production. Les intermédiaires culturels développent « le sens du jeu, c'est-à-dire l'art d'anticiper l'avenir du jeu » (Bourdieu, 1980 : 267). Le choix d'un intermédiaire culturel de parier sur un artiste (une fois que le succès de son « protégé » est confirmé) renforce son capital symbolique et, en fin de compte, la valeur de son choix. Selon Bourdieu, c'est la « puissance quasi-magique de la signature » qui est en jeu (Bourdieu, 1980 : 267). De plus, comme le montre l'extrait de Michel ci-dessous, lorsque le capital symbolique d'un intermédiaire culturel est suffisamment élevé, il peut décider de se porter garant d'autres projets musicaux (artistes, groupes) et de « capitaliser » sur son succès (Bourdieu, 1980 : 262). Comme le décrivent Céline et Michel :

Melissa, elle a le goût de la découverte de nouveaux artistes. L'année dernière, elle est venue me voir et m'a dit : « *Safran [nom de l'artiste] va réussir cette année. Vous allez entendre parler de lui partout». Ça n'a pas manqué. Personne ne le connaissait à l'époque et, en un an, il est devenu incontournable. Aujourd'hui, tout le monde parle delui. C'est ce qui fait que je lui fais confiance quand elle me donne des conseils sur tel*

ou tel artiste. Je sais que je peux booker une salle ou une tournée avec un groupe qu'elle m'a recommandé les yeux fermés (Céline, Paris).

Le but de l'Underdog [nom de l'entreprise] est de mettre des groupes sur le marché et de voir comment je peux faire du business avec eux. C'est un peu comme une machine. Le but est de préparer le terrain et de voir s'il y a un moyen d'accélérer la chose. Ça signifie que nous sommes dans une position où nous pouvons booster les carrières. Nous travaillons avec de jeunes groupes, parfois juste après qu'ils aient mis leurs premières chansons en ligne, parfois même avant. Il y a deux choses à prendre encompte. On peut investir du temps non commercial mais il faut sentir les choses et l'adaptabilité du gars avec le business. J'investis du temps, tu investis du temps et dans deux ans tu signeras chez Warner ou quelque chose comme ça, et nous, nous serons co-producteur du truc. Il y a des gars qui sont des génies mais des perdants. Je suis le lien avec le zoo. Mais il faut que tu gardes ta street crédibilité, sinon t'as tout perdu (Michel, Paris).

Conclusion

Renouvelés à chaque « crise », qu'elle soit technologique ou plus récemment sanitaire, des débats passionnés présentent la digitalisation comme une opportunité de libérer les individus des liens physiques (et de l'industrie) développant ainsi une vision désincarnée de la technologie. Les recherches existantes ont montré que les réseaux physiques d'interconnaissance et les lieux physiques ont une importance cruciale dans la production culturelle et sa diffusion, même en ligne. L'une des raisons de la permanence des relations interpersonnelles développée dans cette présentation est l'incertitude de la valeur d'usage des productions culturelles dans les ICC. Cette incertitude contredit les imaginaires sociaux de la dématérialisation en maintenant des liens physiques forts entre les individus, géographiquement concentrés dans des espaces urbains très restreints. Au final, il s'agit d'uneprophétie autoréalisatrice : c'est parce que les travailleurs créatifs occupent ces espaces et investissent dans les relations avec ces individus qu'une dimension quasi-magique, un fort capital symbolique, leur est assignée. Dans cette présentation, nous avons vu que la permanence d'une production créative aux appariements éphémères, basés sur la collaboration, le réseau et l'équipe, vient contredire certains imaginaires sociaux de la dématérialisation en réinsérant les travailleur.se.s créatif.ve.s dans des échanges localement situés, certes parfois internationaux mais suivant toujours une forme de hiérarchisation socialeet spatiale. Cette hiérarchisation à la fois hyperlocale et internationale donne un capitalsymbolique aux villes, quartiers ou *blocks*, au détriment d'autres qui en sont dépourvues. Enfin, nous avons pu voir dans cette présentation que l'incertitude de la valeur d'usage dans les ICC met à mal l'idéal de désintermédiation par le digital promu dans certains discours technophiles. Dans la lignée d'autres travaux récents (Jeanpierre et Roueff, 2014), nos observations suggèrent plutôt l'inverse, à savoir que le capital symbolique accordé aux intermédiaires culturels, qui créent la valeur symbolique et économique des productionsculturelles, est conservé malgré les formes nouvelles d'intermédiation.

Bibliographie

Becker, H. S. (1982). *Art Worlds Updated and Expanded 25th Anniversary Edition* (Édition : 2nd Revised edition). Berkeley, University of California Press.

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

Bourdieu, P. (1980). The production of belied : Contribution to an economy of symbolic goods. *Media, Culture & Society*, p. 261-293.

Castagné, A. (2020). VIDÉO. United We Stream : Un live electro pour sauver clubs et DJs dela faillite. *Le Parisien*.

https://www.leparisien.fr/video/video-united-we-stream-un-live-electro-pour-sauver-clubs-et- djs-de-la-faillite-06-06-2020-8330901.php

Caves, R. (2002). *Creative Industries* : *Contracts Between Art and Commerce* (New edition).Cambridge, Harvard University Press.

Christopherson, S. (2008). Beyond the Self-expressive Creative Worker. *Theory, Culture &Society*, *25*(7–8), p. 73-95.

Constantini, S. (2020). From Music Scenes to Musicalized Networks : A Critical Perspectiveon Digitalization. In T. Tofalvy & E. Barna (Eds.), *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem* . Londres, Palgrave Macmillan, p. 43-58.

Elliott, A. (2014). *Concepts of the self* (Key concepts). Londres, Polity Press.

Featherstone, M. (1990). *Consumer Culture and Postmodernism* (First Edition). Londres,SAGE Publications Ltd.

Flew, T. (2004). Creativity, the 'new humanism' and cultural studies. *Journal of Media &Cultural Studies*, *18*(2), p. 161-178.

Gill, R. (2010). "Life is a pitch": Managing the self in new media work. In Mark Deuze (ed.),

Managing Media Work,, Londres, Sage Publications Ltd.

Granovetter, M. (1973). The Strengh of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, *78*,1360–1380.

Gregg, M., & Seigworth, G. (2010). *The Affect Theory Reader*. Durham, Duke UniversityPress.

Haynes, J., & Marshall, L. (2018). Reluctant entrepreneurs: Musicians and entrepreneurship in the 'new' music industry. *The British Journal of Sociology*, *69*(2), p. 459-482.

Hesmondhalgh, D. (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture &Society*, *28*(2), p. 211-231.

Hesmondhalgh, D. (2010). User-generated content, free labour and the cultural industries.

Ephemera, *10*(3/4), p. 267-284.

Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries* (Second Edition). Londres, SAGEPublications Ltd.

Hesmondhalgh, D. (2019). *The Cultural Industries* (4th edition). Londres, SAGE PublicationsLtd.

Hesmondhalgh, D., & Meier, L. (2015). Popular music, independence and the concept of thealternative in contemporary capitalism. *Media independence*. Londres, Routledge.

Huet, A., Ion, J., Lefebvre, A., Miège, B., & Peron, R. (1978). *Capitalisme et Industries culturelles*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

Jeanpierre, L. and Roueff, O. (eds.). (2014). *La culture et ses intermédiaires. Dans les arts, lenumérique et les industries créatives*. Paris, Archives Contemporaines.

Leadbeater, C. (2004). *The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts Are Changing Our Societyand Economy*. Londres, Demos.

Lee, D. (2008). *Precarious Creativity: Working Lives in the British Independent Television Production Industry*. PhD Thesis, Goldsmiths, University of London.

Lloyd, R. (2010). *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City* (Édition : 2). Londres, Routledge.

McRobbie, A. (2002). Clubs to Companies: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded up Creative Worlds. *Cultural Studies*, *16*(4), p. 516-531.

McRobbie, A. (2004). *Creative London-Creative Berlin; Notes on Making a Living in theNew Cultural Economy*. www.ateliereuropa.com/doc/creativelondberlin.pdf

Menger, P.-M. (2009). *Le Travail créateur* : *S'accomplir dans l'incertain.* Paris, Seuil.Miège, B. (1989). *The Capitalization of Cultural Production*. International General.

Miège, B. (2007). *La Société conquise par la communication, tome III*. Grenoble, PressesUniversitaires de Grenoble.

Neff, G. (2005). The Changing Place of Cultural Production: The Location of SocialNetworks in a Digital Media Industry. *ANNALS, AAPSS*, 597.

Negus, K. (2002). *The Work of Cultural Intermediaries and the Endurin Distancebetween Production and Consumption*. *16*(4), p. 501-515.

News Tank Culture. (2020a, May 28). *Prodiss : 1,8 Md€ de perte de CA pour les entreprises ; 50 % des structures « menacées de faillite »*.

https://culture.newstank.fr/fr/article/view/184309/prodiss-1-8-md-perte-entreprises-50- structures-menacees-faillite.html?a=474466&p=95152&d=1,2

News Tank Culture (2020b, June 16). *USEP-SV : 19 000 représentations annulées, 90 M€ derecettes perdues ; plan de relance attendu*.

https://culture.newstank.fr/fr/article/view/185888/usep-sv-19000-representations-annulees-90- recettes-perdues-plan-relance.html

Oakley, K. (2009). *Art Works' – cultural labour markets: A literature review*. Creativity, Culture and Education Series.

Rifkin, J. (2001). *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism*. New York City,Tarcher Perigee.

TPLM & EY. (2020). *Etude d'impact du Covid-19 sur la filière musicale* (p. 30). Tous pour lamusique & EY.

https://www.tplmusique.org/wp-content/uploads/EY_etude_Tous_Pour_Musique_rapport- final_18h_ VF.pdf

Uzzi, B., & Spiro, J. (2005). Collaboration and Creativity: The Small World Problem.

American Journal of Sociology, *111*(2).

Vivant, E. (2010). The (re)Making of Paris as a Bohemian Place? *Progress in Planning*, *74*.

Wing-Fai, L., Gill, R., & Randle, K. (2015). Getting in, getting on, getting out? Women as career scramblers in the UK film and television industries. *The Sociological Review*, *63*(1), p. 50-65.

Wittel, A. (2001). Toward a Network Sociality. *Theory, Culture & Society*, *18*(6), p. 51-76.

Identités et territoires d'action artistiques en mutation : une approche àpartir d'un dispositif de formation singulier au sein du champ théâtral, l'Académie de la Comédie-Française.

Changing artistic identities and territories: an approach based on a unique training devicewithin the theatrical field, the Académie of the Comédie-Française.

Amaia Errecart
Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication
LabSIC, Université Sorbonne Paris Nord
amaia.errecart@free.fr

Philippe Fache
Maître de conférences associé,LARA – ICD, Université Sorbonne Paris Nord
phil.fache@free.fr

Mots-clefs : Artiste – professionnalisation – identités – espace hybride.

Keywords : Artist - professionalization - identities - hybrid space.

Résumé : Ce texte s'intéresse à l'Académie de la Comédie-Française, dispositif de formation singulier au sein de cette institution emblématique du patrimoine théâtral français, selon deux axes, articulant approche sociologique et discursive : la construction d'un espace hybride, au croisement les logiques artistique et professionnelle, et l'exploration de nouveaux territoires d'action déployés par les jeunes artistes, qui reconfigurent les identités, les normes, lesimaginaires sociaux, et *in fine* les représentations de la figure de l'artiste lui-même.

Summary : This text focuses on the Académie of the Comédie-Française, a unique training device within this emblematic institution of French theatrical heritage, along two axes, articulating a sociological and discursive approach: the construction of a hybrid space, at the crossroads artistic and professional logics, and the exploration of new areas of action deployed by young artists, who reconfigure identities, norms, social imaginaries, and ultimately representations of the figure of the artist himself.

Identités et territoires d'action artistiques en mutation : une approche à partir d'un dispositif de formation singulier au sein du champ théâtral, l'Académie de la Comédie-Française.

Amaia Errecart, Philippe Fache

Dès 1978, dans son cours au Collège de France, Michel Foucault entrevoyait la préfiguration d'une société dans laquelle « il faut que la vie de l'individu s'inscrive non pas comme vie individuelle à l'intérieur d'un cadre de grande entreprise qui serait la firme, ou, à la limite, l'État, mais [qu'elle] puisse s'inscrire dans le cadre d'une multiplicité d'entreprises diverses emboîtées et enchevêtrées […], il faut que la vie même de l'individu […] fasse de lui comme une sorte d'entreprise permanente et d'entreprise multiple » (Foucault, 2004 : 247).

Quelques décennies plus tard, s'il est un secteur qui semble s'inscrire de manière croissante dans cette perspective, c'est bien le secteur culturel, et plus spécifiquement artistique. Eneffet, ce dernier est traversé par des mutations profondes résultant d'une « injonction à la professionnalisation » (Errecart & Fache, 2019), les questions relatives à l'insertion professionnelle, aux conditions d'entrée et de maintien dans l'activité eu égard aux risques de déprofessionnalisation des métiers du spectacle étant devenues particulièrement prégnantes.

C'est précisément dans ce contexte de professionnalisation croissante des activités artistiques et culturelles que s'inscrit la création en 2009, d'un dispositif de formation sur une année, l'Académie, au sein de la Comédie-Française, institution emblématique du patrimoine théâtralfrançais. C'est à cette forme sociale originale et innovante de l'Académie, appréhendéecomme un espace singulier et hybride, que nous nous intéressons dans cette communication. Nous cherchons à la fois à la qualifier pour en appréhender les contours et caractéristiques, età dégager les nouveaux territoires d'action que l'on y voit à l'œuvre, du fait de la redéfinition du mandat donné aujourd'hui aux artistes, et consécutivement au déploiement de nouvelles logiques et normes au sein du monde du spectacle vivant.

Mobilisant, dans cet objectif, un cadre théorique à la croisée de la sociologie de la culture, du travail, et des sciences de l'information et de la communication, nous nous appuyons au plan empirique sur les résultats d'une enquête qualitative, entamée en 2018, visant à dresser un bilan des dix années d'existence de l'Académie à partir d'entretiens semi-directifs réalisés auprès de l'ensemble des bénéficiaires de ce dispositif depuis sa création, ainsi que desacteurs clefs de sa mise en œuvre et de son évolution.

Notre communication sera divisée en deux parties : nous présenterons dans un premier temps le dispositif lui-même, le contexte dans lequel il s'inscrit, ses acteurs, les discours institutionnels qui accompagnent son émergence, les enjeux dont il est porteur ; puis nous exposerons notre cadre théorique, notre terrain d'étude et nos choix méthodologiques. Puis nous entrerons dans un second temps dans l'analyse de terrain et de notre corpus d'entretiens, selon deux axes, articulant approche sociologique et discursive : celui de la construction

d'un espace hybride, au croisement les logiques artistique et professionnelle, et celui de l'exploration de nouveaux territoires d'action déployés par les jeunes artistes, qui reconfigurent les identités, les normes, les imaginaires sociaux, et *in fine* les représentationsde la figure de l'artiste lui-même.

L'Académie de la Comédie-Française : un dispositif de formation singulier et innovant dans le secteur théâtral français

Comme le rappellent Agathe Sanjuan et Martial Poirson (2018), la Comédie-Française, fondée en 1680 par la volonté du roi Louis XIV, représente le plus ancien théâtre d'Europe enactivité. Cette institution aussi emblématique autant que singulière du patrimoine théâtral français – encore aujourd'hui appelée « maison de Molière » – associe de façon indissociable

« une troupe, un répertoire et un espace de création permanents dans un établissement marquépar une pérennité peu commune » (Sanjuan & Poirson, 2018 : 9). Investie d'une « double vocation : identifier, à chaque époque, parfois avec retard, les innovations artistiques émergentes, tout en valorisant un patrimoine littéraire qui ne cesse de s'enrichir » (*ibid.*), elle témoigne par ailleurs depuis sa création des relations privilégiées – comme ambivalentes – entre théâtre et État, ainsi que des transformations contemporaines du champ artistique,auxquelles participe la création en 2009 de l'Académie qui apparaît comme un terrain privilégié des mutations à l'œuvre.

Un dispositif répondant à l'injonction de professionnalisation dans le champ artistique

Force est de constater que le thème de la professionnalisation, que l'on peut définir comme unprocessus de développement professionnel des métiers, a acquis depuis ces dernières décennies une forte visibilité académique, institutionnelle, médiatique, entouré d'arguments portant sur la nécessité d'une amélioration de l'articulation entre travail et formation, apprentissages et situations de travail, mais aussi en faveur de la diversification des expertises dans des contextes d'activités soumises à d'incessantes mutations requérant des adaptations constantes aux évolutions des métiers (Wittorski, 2008 ; Bourdoncle, 2000).

En tant que grande institution culturelle publique, la Comédie-Française est ainsi amenée depuis quelques années à s'inscrire dans le processus de professionnalisation croissante qui traverse le champ artistique et plus largement culturel. La création, en son sein, d'un dispositifde formation, l'Académie, répond à cette évolution. La perspective d'une école accolée à un théâtre – dont on trouve trace notamment dans ces propos d'Antoine Vitez : « L'idée est déjà ancienne : chaque théâtre aurait en son sein une école. Ces écoles se distingueraient l'une de l'autre comme les théâtres eux-mêmes »[1] – se concrétise ainsi autour d'un partenariat tripartite entre la Comédie-Française, l'AFDAS (Assurance Formation des Activités du Spectacle) et le groupe de formation IGS (Institut de Gestion Sociale). Parcours prenant la forme d'un contrat de professionnalisation de onze mois, l'Académie alterne pratique théâtrale auprès des membres de la troupe, ses corps de métier (rôles dans les pièces, scénographies, aide à la mise en scène, élaboration de costumes…), et formation à vocation professionnalisante. Son objectif, tel que formulé par l'actuel Administrateur général

1 Site Internet de la Comédie-Française, rubrique « Académie » : https://www.comedie-francaise.fr/fr/academie. Consulté le 12 octobre 2020

de la Comédie-Française, est de plonger chaque promotion dans un « bain de réalité », et de constituer un accélérateur de socialisation professionnelle.

S'adressant à des jeunes diplômés d'écoles d'art dramatique[2], la formule repose sur l'intuitionoriginelle d'un espace, potentiellement bénéfique, entre les écoles et l'intégration dans le monde professionnel, présentée comme une opportunité de vivre une expérience unique, apparaissant comme un « sas professionnalisant » susceptible de favoriser le passage entre cesdeux jalons d'une trajectoire artistique. La perspective d'une immersion dans un théâtrepermanent avec sa myriade de corps de métiers (plus de 70 professions y sont répertoriées), lafréquentation des acteurs d'une troupe auréolée de prestige et le côtoiement quotidien despublics peuvent en effet constituer d'importantes sources de motivation pour de jeunes artistes. La visée de l'Académie est donc double : outiller et armer les jeunes artistes à l'exercice de leur profession, et simultanément, les préparer aux récentes transformations de leur métier. Il s'agit pour cela de structurer et de sécuriser des parcours professionnels par le développement de connaissances et de compétences permettant d'améliorer leur employabilité. La formule de l'Académie repose ainsi à la fois sur la logique de l'immersion (au sein de la troupe, au sein du théâtre et de ses composantes, de ses contraintes et de ses logiques professionnelles et institutionnelles) et sur celle de la diversification des compétences (au-delà du premier cercle du cœur de métiers, par l'ajout de compétences sur le développement de projets, la connaissance des acteurs institutionnels et la maîtrise des mécanismes propres au secteur du spectacle vivant).

Ainsi, comme le montrent un certain nombre de travaux sociologiques portant sur les modalités contemporaines de transformation du travail artistique, dans un secteur fortement saturé en termes d'emploi, marqué par la précarité et l'instabilité (Katz, 2017), « les activités et compétences créatives sont devenues insuffisantes pour l'exercice d'un métier artistique » (Bureau, Perrenoud et Shapiro, 2009). Sont exigés désormais des compétences élargies et des savoirs professionnels, dans une logique de diversification et de démultiplication de l'activité dans le spectacle vivant. Ces travaux portant sur la sociologie du travail créateur et de ses évolutions s'inscrivent dans la perspective ouverte il y a plus de vingt ans par Pierre-Michel Menger qui, à partir d'une évocation du métier de comédien, avait souligné la fréquence des situations de polyvalence professionnelle, en utilisant notamment l'expression de

« démultiplication de soi » pour en qualifier l'expérience et les exigences subjectives (Menger, 1997). Le travail artistique contemporain se trouve décrit comme l'incarnationpossible du « travailleur du futur », le laboratoire d'une hyperflexibilité de l'emploi (Menger, 2003), révélant la labilité croissante des espaces artistiques. Cette approche a par ailleurs été complétée récemment par les hypothèses de Bernard Stiegler sur l'artiste intermittent comme fer de lance d'une nouvelle organisation du travail (Stiegler, 2015).

Cette professionnalisation à l'œuvre dans les métiers artistiques va se traduire sur le plan institutionnel où elle va prendre la forme de discours que nous pouvons qualifier avec Caroline Ollivier-Yaniv de « juridiquement instituants, performatifs ou à valeur injonctive » (Ollivier-Yaniv, 2018 : 5), constituant autant de prescriptions destinées à encadrer un marché de l'emploi hyperflexible par nature. Citons notamment l'accord-cadre ADEC (Actions de développement de l'emploi et des compétences dans le spectacle vivant),

2 Le dispositif initial repose sur le recrutement annuel de six jeunes comédiens issus des écoles supérieures d'art de Paris et de province. En 2015, ce recrutement s'ouvre à trois nouveaux profils : un(e) metteur(e) en scène-dramaturge, un(e) scénographe et un(e) costumier(e). Les promotions comptent désormais chaque année 9 académiciens.

signé par la branche professionnelle du spectacle vivant et par l'État le 10 mars 2009, qui affirme la nécessité d'un renouvellement continu des compétences au regard d'une transformation et d'une complexification croissante du champ artistique et culturel, tant dans ses dimensions institutionnelles et économiques, que juridiques et techniques. Cette conviction largement partagée a débouché sur l'exploration de voies souvent innovantes et inédites en faveur d'une consolidation du lien entre formation et emploi pour améliorer l'insertion professionnelle et l'entrée dans les métiers, avec notamment la mise en place de dispositifs liés à l'alternance, comme celui de l'Académie.

Contours et modalités de l'enquête réalisée

La méthodologie que nous mettons en œuvre pour analyser ce dispositif, en explorer les caractéristiques et la singularité, repose sur l'exploitation des résultats d'une enquête qualitative, lancée en 2018 et financée par l'AFDAS, dans la perspective des dix ans d'existence de l'Académie. Visant à dresser un bilan de ce dispositif de formation intégré à l'institution Comédie-Française, cette enquête a pour objectif d'une part de proposer une analyse approfondie de l'expérience d'immersion des anciens Académiciens au sein du théâtre et de la troupe (dans ses aspects artistiques, professionnels comme personnels) ;d'autre part, de recueillir, par le biais d'entretiens qualitatifs longs (d'une heure trente en moyenne), de systématiser et de formaliser la connaissance des parcours et trajectoires professionnelles des anciens de l'Académie, tout en évaluant leur usage des compétences dispensées lors des séances de formation dans le cadre de leur intégration professionnelle.

Nous mobilisons ainsi dans la présente communication le corpus de 72 entretiens semi- directifs réalisés auprès des anciens Académiciens. La population visée par l'enquête est exhaustive : il s'agit de recueillir le témoignage de tous les bénéficiaires de ce dispositifdepuis sa création en 2009. S'y ajoute celui des deux derniers Administrateurs généraux de la Comédie-Française, à l'origine de sa création pour le premier (Muriel Mayette-Holtz) et de son évolution pour le second (Éric Ruf). Pour les besoins du présent article, nous complétons ce corpus oral d'entretiens par un corpus, écrit celui-là, constitué de la rubrique dédiée à l'Académie sur le site Internet de la Comédie-Française[3] et du dossier de presse réalisé par l'institution à l'occasion des dix ans du dispositif, en 2019.

Précisons également que notre méthodologie d'analyse s'appuie sur la complémentarité entre deux approches : celle, sociologique, des « récits de vie » (Bertaux, 2016) qui invite les enquêtés à porter un regard rétrospectif sur leur parcours afin d'en reconstituer les dynamiques, étapes et bifurcations, et qui permet le recueil d'un matériau descriptif et narratifportant sur les trajectoires artistiques des académiciens ; et celle, discursive, de l'analyse de ladimension sociale du discours, visant à explorer « la façon dont le locuteur, dans son discours,construit une identité, se positionne dans l'espace social et cherche à agir sur l'autre »(Amossy, 2010 : 9) et, plus largement, à appréhender en tant que discours l'ensemble de notrecorpus. L'analyse de discours, en tant que démarche « fondée sur la linguistique, mais qui insiste sur le lien entre le discours et le social, entre le verbal et l'institutionnel, entre les mots,les figures, les arguments et ceux qui les énoncent et les interprètent » (Bonnafous & Krieg- Planque 2013 : 223), est sollicitée en tant qu'elle vise à « rendre

3 Disponible sur : https://www.comedie-francaise.fr/fr/academie.

compte à la fois desmutations de la communication et de la permanence d'enjeux symboliques » (Krieg-Planque& Oger 2010 : 95).

L'Académie comme espace hybride et terrain d'observation de nouveaux territoires d'action artistiques

Si la création d'un dispositif de formation intégré tel que l'Académie apparaît comme le produit d'un contexte de transformations profondes des activités artistiques dans le secteur du spectacle vivant, nous cherchons précisément à interroger ces mutations, à travers d'une partla construction discursive de la professionnalisation, partant du principe que s'offre à l'analyse une « écriture de la professionnalisation » (de la Broise, 2012 : 161), d'autre part les formes symboliques à l'œuvre dans ce contexte, qui nous renseignent sur l'évolution de la figure même de l'artiste.

La construction discursive de la professionnalisation

Les discours tenus par l'institution portent la marque d'une véritable rhétorique de la professionnalisation, qui se fait jour tant sur les supports institutionnels (site Internet etdossier de presse) qu'au sein des propos des Administrateurs généraux recueillis en entretiens. Cette rhétorique fait ainsi coexister deux types de lexiques : celui, traditionnel, de l'apprentissage du « métier » et de la valorisation de l'expérience artistique, forgée en l'occurrence « dans le côtoiement des plus grands », et un lexique renvoyant davantage à une professionnalisation prenant la forme contemporaine d'un tropisme managérial.

Les entretiens évoqués témoignent ainsi abondamment de la prégnance du premier type de lexique : « le théâtre est l'agrégat d'une multitude de savoir-faire », « la Comédie-Française est fondée depuis plus de trois siècles sur une coopérative d'acteurs », « les notions de travail, d'ouvrage incessamment remis sur le métier [...] sont le pain quotidien de la maison de Molière » ; « Ce métier, comme tous les métiers d'art, ne se fait qu'en le pratiquant. Ce n'est pas théorique. Il faut des bases techniques, des bases de métier ».

Le site Internet de la Comédie-Française, dans cette même perspective présente l'Académieen ces termes: « L'Académie offre à ces jeunes une expérience pratique unique aux côtés de la Troupe, mais aussi des metteurs en scène invités et des équipes de la Maison » ; « Pendant onze mois, en participant concrètement à la vie bourdonnante de la Ruche[4], ils mettent à l'épreuve de la scène la somme de leurs acquis théoriques et esthétiques reçus dans les écoles de théâtre. Un véritable bain de réalité ». Le caractère professionnalisant de l'Académie et la volonté de se distinguer en cela des écoles supérieures d'art dramatique est souligné également à travers le titre suivant, mis en exergue : « De l'école à la réalité, une formation diplômante » ; la possibilité de valider un « MBA en développement de projets culturels » étant précisée. Or, cette dénomination de diplôme, qui renvoie à une professionnalisation adoptant le registre de la formation managériale, peut surprendre dans le cadre d'une grande institution culturelle comme la Comédie-Française, dans la mesure où le Master of Business Administration est un diplôme généralement dispensé par une école de commerce (en l'occurrence le groupe IGS), accessible aux professionnels pouvant justifier de quelquesannées d'expérience en entreprise.

4 Précisons que la ruche est l'emblème de la Comédie-Française depuis le XVIIIe siècle.

Toutefois, il est intéressant de noter qu'au sein même de cette rubrique du site Internet consa- crée à l'Académie, cette rhétorique de la professionnalisation coexiste avec un discours ren- voyant davantage à l'*ethos* traditionnel d'un établissement artistique public comme la Comé- die-Française. Ce discours se fait jour à travers deux verbatim, semblant se répondre, de l'actuel Administrateur général, Éric Ruf (« Ce que le théâtre m'a apporté ; j'ai pu quitter un petit monde étroit et réglé pour en rejoindre un autre, inépuisable et multiple, celui qui brasse la littérature, la poésie, la politique et l'histoire. C'est ce théâtre-là que nous nous attelons, chaque jour, à transmettre aux publics jeunes »), puis d'un ancien Administrateur, qui consti- tue une figure tutélaire aussi célèbre qu'incontestée du théâtre français, Antoine Vitez (extrait déjà cité). Ces verbatim relèvent ici à la fois du discours d'autorité et de légitimation, à traversl'exaltation de la dimension artistique et de la quête de sa transmission.

Le dossier de presse consacré aux dix ans de l'Académie témoigne d'un même croisement des logiques; à l'argument de la construction d'une identité d'artiste évoqué par l'Administrateur général : « Artistiquement, cette année passée au sein du théâtre permet d'interroger, deremettre en question, mais de façon empirique cette fois, la somme des acquis théoriques et des goûts esthétiques, pas encore éprouvés et rarement fondés sur l'expérience [...] », répond celui, professionnel et entrepreneurial, du Délégué général du groupe IGS : « les jeunesartistes y développent des savoir-faire en management et en gestion de projets, complémentaires à leurs compétences artistiques. Cette expérience [...] leur permet d'appréhender les rouages de l'industrie culturelle et artistique contemporaine »[5].

Nous voyons ici qu'aux représentations mythifiées de l'artiste et du talent, les vertus du travail, de la pratique concrète, de l'expérimentation qui continuent d'être véhiculées par l'institution se trouvent également associées des représentations renvoyant au lexique managérial contemporain : « MBA », « savoir-faire », « management », « gestion de projet », « compétences », « industrie ». La coexistence de ces deux conceptions distinctes de la professionnalisation semble avoir pour fonction de mettre en avant l'opposition entre rêve et réalité, omniprésente dans les discours étudiés, de manière à effacer les « fantasmes infertiles et bloquants de ce métier »[6], dans un marché de l'emploi artistique assez largement saturé.

Se dessine ainsi avec l'Académie, un espace singulier, hybride, dans lequel se donnent à voir et se mêlent des logiques, des normes, des injonctions, des imaginaires relevant à la fois du champ artistique et culturel, et du champ de la formation professionnelle et du management. Le partenariat atypique dont l'Académie est issue bouscule notamment l'*ethos* artistique et la « rhétorique vocationnelle » (Katz, 2017 : 15) qui le caractérise, fondés sur l'éloignement des dimensions marchandes et de la rationalité instrumentale[7].

Des territoires d'action en reconfiguration

Si l'on considère à présent les discours des anciens Académiciens interrogés dans le cadre de l'enquête réalisée, soulignons que l'on observe la présence d'une même double rhétorique de la professionnalisation lorsqu'ils décrivent leur formation à la Comédie : « Cette année m'a éclairé sur les choix de carrière que j'ai aujourd'hui à faire » ; « Je me sens aujourd'hui prêt à affronter le monde professionnel, bien plus qu'en

5 La Comédie-Française, « L'Académie de la Comédie-Française a dix ans », Dossier de presse, juillet 2019, p. 2 et p. 14.

6 Éric Ruf, ibid., éditorial, p. 2.

7 La mention « Avec le mécénat du Groupe IGS », figurant en italiques à la toute fin de la rubrique « Académie » du site Internet, est ici particulièrement intéressante à noter.

sortant de l'école » ; « Á la Comédie- Française, j'ai pu expérimenter un régime de travail soutenu avec une grande exigenceprofessionnelle » ; « Cette formation a affermi ma compétence » ; « J'ai pu évoluer en milieu professionnel tout en continuant à me former, en ayant une réelle implication et responsabilitédans des projets ». Les termes de « carrière », « métier », de « compétence », de « monde professionnel », de « régime de travail », de « projets » renvoient au lexique du champprofessionnel managérialisant. Ces propos coexistent avec d'autres évoquant davantage la professionnalisation traditionnelle synonyme d'acculturation et de socialisation au sein du milieu théâtral : « Cette année à la Comédie-Française a été une véritable plongée dans le monde professionnel » ; « Là où l'école me paraissait parfois une expérience en suspens […], celle à la Comédie-Française est au contraire une immersion totale dans une réalité théâtrale »; « J'ai vraiment commencé à savoir travailler au contact de cette ruche, l'énergie de cet essaim est une vraie émulation ».

Si les discours des jeunes artistes semblent ainsi s'approprier le discours de l'institution, ils développent, à partir de leur formation à l'Académie, des *ethos* d'artiste mis à l'épreuve du réel du métier, loin de ce qui apparaît comme une forme d'idéalisation artistique. Les entretiens réalisés témoignent ainsi de la prégnance de trois nouveaux territoires d'action de l'artiste, renvoyant à autant d'*ethos* qui s'expriment et se donnent à voir dans les discours.

Le premier peut être qualifié de figure de l'« artiste pluriel », pour reprendre l'expression de Bureau, Perrenoud et Shapiro (2009), renvoyant à une logique de diversification et de démultiplication de l'activité dans le spectacle vivant. Ce constat est en effet devenu la norme pour ce qui concerne la trajectoire post-Académie des anciens : leur insertion professionnelle est majoritairement une dynamique d'apprentissage de la pluriactivité, nécessaire adaptation appréhendée sous un angle positif et fécond dans ces propos tenus par un ancien académicien-acteur devenu également dramaturge : « Je trouve la multi-activité épanouissante parce ça oblige à réfléchir et que les choses se nourrissent les unes des autres […]. De toute façon c'estle grand paradigme contemporain : aujourd'hui l'acteur-acteur, ça n'existe plus »

Se dessine également la figure de l'« artiste intervenant », qui s'inscrit elle dans le contexte d'une redéfinition du mandat donné par la société actuelle aux artistes – et notamment par les institutions –, caractérisée par un élargissement du faisceau des tâches qui lui sont demandées, au-delà de la simple prestation artistique. De plus en plus, il est ainsi demandé aux jeunes comédiens d'ajouter à leur travail artistique *stricto sensu* un travail d'intervention et demédiation socio-culturelles, traditionnellement dévolu aux animateurs, éducateurs, travailleurssociaux. Il en résulte une porosité de plus en plus grande entre la dimension artistique et la dimension sociale du travail des comédiens. Un ancien Académicien ayant créé sa propre compagnie évoque en ces termes cette nouvelle donne : « on fait trois-quarts d'heure de performance qui débouchent sur un atelier et c'est très intéressant de voir l'impact que l'on a sur 25-30 personnes. C'est très concret et ça nous a permis d'être présents en région ».

Un troisième territoire d'action est constitué de la figure de l'« artiste entrepreneur » (Corsani & Lazzarato, 2008 ; De Heusch, Dujardin & Rajabaly, 2014). En effet, dans un contexte de marché de travail dégradé, les comédiens à employeurs multiples sont de plus en plus amenés à créer leur emploi et à travailler de leur propre initiative, au projet, sans répondre nécessairement à une commande, et donc à se comporter en « entrepreneurs de leur propre carrière » (Langeard, 2013). La figure du « porteur de projet » devient ici centrale.

Un ex- Académicien interrogé qui a créé sa propre compagnie, évoque ainsi les termes de « startuper » et d'« entrepreneur » pour se qualifier : « Je ne dis pas que je suis très heureuxde devenir un startuper de ma propre compagnie théâtrale et de mon propre visage […]. Ça n'empêche pas de devenir une sorte de petit entrepreneur ». Si le nombre de collectifs créés entre anciens Académiciens va croissant, ce mode de travail au projet renvoie ainsi à une figure hybride du travailleur, ni salarié, ni indépendant (Corsani & Lazzarato, 2008).

Conclusion

Comme le souligne Patrice de la Broise : « Envisager la professionnalisation sous l'angle de l'intertextualité, c'est considérer la multiplicité des textes qui donnent formes à la professionnalisation dont on conviendra qu'elle est aussi discursive. Cette intertextualité est notamment observable dans la profusion de référentiels qui, par-delà leurs particularismes, trahissent de nombreuses similitudes normatives. Toujours, la description sert explicitementou implicitement la prescription » (de la Broise, 2012 : 162).

Les discours étudiés, qui relèvent de cette prescription de professionnalisation, formulée ou intériorisée, dessinent le portrait de jeunes artistes issus du dispositif de formation de l'Académie « plongé[s] dans un environnement qui est à la fois un *monde commun* et un espace de concurrence » (Boltanski & Esquerre, 2017 : 473). Les impératifs de changement, d'adaptation, d'agilité, relevant d'un discours managérial que l'on peut qualifier de généralisé, y trouvent concrétisation, sans toutefois faire disparaître la figure de l'« artiste romantique » telle que décrite par Nathalie Heinich, qui demeure très prégnante dans les représentations et les imaginaires : « Si la bohème artistique est un mythe – et elle l'est en partie, en tant que pourvoyeuse d'un imaginaire collectif, de récits, de représentations partagées –, c'est un mythe fondateur de statut, constructeur de vocations, créateur de réalités » (Heinich, 2005 : 39).

Émergent ainsi dans le champ artistique des formes identitaires nouvelles, hybrides à l'image des espaces où elles se déploient, qui témoignent plus largement des mutations à l'œuvre.

Bibliographie

Amossy R. (2010). *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Paris, Presses Universitaires de France.

Bertaux D. (2005 ; 2016 4ème édition). *Le récit de vie*. Paris, Armand Colin.

Boltanski L. & Esquerre A. (2017). *Enrichissement. Une critique de la marchandise*. Paris, Gallimard.

Bonnafous S. & Krieg-Planque A. (2013). L'analyse du discours. *In* Olivesi S., dir., *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, p. 223-238.

Bourdoncle R. (2000). Professionnalisation, formes et dispositifs. *Recherche et formation*, n° 35, p. 117-132.

Bureau M.-C., Perrenoud M. et Shapiro R., coord. (2009). *L'artiste pluriel. Démultiplier l'activité pour vivre de son art*. Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion.

Corsani A. & Lazzarato M. (2008). *Intermittents et précaires.* Paris, Editions Amsterdam.

De Heusch S., Dujardin A. & Rajabali H. (2014). L'artiste entrepreneur, un travailleur au projet. Bruxelles, Bureau d'études SmartBe, p. 17-29.

De la Broise P. (2012). La professionnalisation au risque de la norme ? *In* Demazière D., Ro- quet P. & Wittorski R., dir. *La professionnalisation mise en objet*. Paris, L'Harmattan, p. 133-152.

Errecart A. & Fache P. (2019). Nouvelles figures de l'artiste et injonction à la professionnalisation. Les institutions culturelles à l'heure des dispositifs de formation intégrés : le cas de l'Académie de la Comédie-Française. *Les Enjeux de l'information et dela communication*, n° 3, supplément 2019 A, p. 83-95.

Foucault M. (2004). *Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France 1978-1979*. Paris, EHESS/ Gallimard/Seuil.

Heinich N. (2005). *L'élite artiste ? Excellence et singularité en régime démocratique*. Paris, Gallimard.

Katz S. (2017). Des comédiens exclus du métier. Logiques ordinaires de disqualification professionnelle et d'altération de l'activité artistique. *Biens symboliques*, Presses Universitaires de Vincennes, n°1, octobre, p. 1-47.

Krieg-Planque A. & Oger C. (2010). Discours institutionnels : perspectives pour les sciences de la communication. *Mots. Les langages du politique*, n° 94, p. 91-96.

Langeard C. (2013). *Les intermittents en scènes. Travail, action collective et engagement individuel*. Rennes, Presses universitaires de Rennes.

Menger P.-M. (1997). *La profession de comédien. Formations, activités et carrières dans la démultiplication de soi*. Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, Département des Études et de la Prospective.

Menger P.-M. (2003). *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*. Paris, Éditions du Seuil.

Menger P.-M. (2009). L'art analysé comme un travail. *Idées* économiques *et sociales*, 2009/4,n° 158, p. 23-29.

Ollivier-Yaniv C. (2018). Les publics institutionnels. Réception et appropriation desinformations et des recommandations. *Politiques de communication*, 2, n° 11, p. 5-14.

Sanjuan A. & Poirson M. (2018). *Comédie-Française, une histoire du théâtre*. Paris, Editionsdu Seuil.

Stiegler B. (2015). *L'emploi est mort, vive le travail !* Paris, Mille et une nuits.Vitez A. (1991). *Le théâtre des idées*. Paris, Gallimard.

Wittorski R. (2008). La professionnalisation. *Savoirs*, vol. 17, n° 2, p. 9-36.

CHAPITRE 2

NORMES, NORMALISATIONS, INSTRUMENTALISATIONS

Instauration et assemblage des données en santé : le cas des Registres des cancers

Health Data Elaboration and Assembling: The Case of the Cancer Registries

Anja Martin-Scholz, Jeune docteure
UMR5044 CERTOP, Université Paul Sabatier Toulouse III,
anja.martinscholz@gmail.com

Anne Mayère, Professeure,
UMR5044 CERTOP, Université Paul Sabatier Toulouse III,
anne.mayere@iut-tlse3.fr

François Lambotte, Professeur,
LASCO, Université Catholique de Louvain,
francois.lambotte@uclouvain.be

Mots-clés : santé ; données ; bases de données ; autorité ; instauration ; assemblage

Keywords: health; data; database; authority; elaboration; assembly

Résumé

La montée en puissance des discours promouvant le « Big Data » laisse à penser qu'il suffirait d'accumuler et de croiser un nombre suffisant de « données » pour avoir une vue exhaustive des phénomènes. En prenant appui sur une recherche en cours sur le terrain d'organisations en charge de la production de Registres des cancers, nous spécifions le processus d'instauration des données pour caractériser ce qui fonde les modes d'existence des données et de leurs assemblages hétérogènes et instables. Dépassant la focale sur les finalités affichées, il s'agit de comprendre ce qui est à l'œuvre dans la fabrique des données en termes de savoir mais aussi en termes politiques, économiques et sociaux.

Abstract

The rise of discourses promoting "Big Data" suggests that gathering and combining a sufficient amount of "data" could provide a comprehensive view of phenomena. Building on a current research in the field of organizations in charge of producing Cancer Registries, we propose to specify the process of data *instauration*. Thus, will be characterized what underlies the *modes of existence* of data and their heterogeneous and unstable assemblies. Going beyond the displayed purposes, the aim is to better understand what is at work in the data factory, in terms of knowledge but also in political, economic and social terms.

Instauration et assemblage des données en santé : le cas des registres du cancer

Anja Martin-Scholz, Anne Mayère, François Lambotte

Évaluer et avoir une idée précise du nombre de malades constitue un enjeu de santé publique. La question de ce qui est mesuré renvoie à l'importance d'un accord sur les définitions et les catégories (Desrosières, 2008), en particulier dès qu'il s'agit de comparaison entre différentes régions, ou avec d'autres pays. La période actuelle caractérisée par la contagion du Covid-19 est plus qu'emblématique en la matière. Le manque d'homogénéité des définitions, et/ou d'exhaustivité du comptage à partir de ces définitions, soulève le problème d'une impossible comparaison entre pays, quant aux chiffres de morbidité et de mortalité, et quant aux courbes qui suivent l'évolution de la maladie.

La création du Health Data Hub en 2019, ou « plate-forme d'exploitation des données de santé françaises » ayant « pour objectif de favoriser (leur) utilisation et de multiplier les possibilités (de leur) exploitation » (drees.solidarites-sante.gouv.fr) a confirmé la montée en puissance des discours et projets promouvant le « Big Data » en France. Le manifeste qui affiche son objectif fait entrevoir un horizon selon lequel l'accumulation de données pourrait permettre de donner une vue d'ensemble des phénomènes, à condition que ces données soient très nombreuses.

Avec l'allongement de la durée de vie et les progrès de la médecine, les contextes cliniques des patients se complexifient. Par exemple, les personnes âgées souffrent de plus en plus d'une pluralité de pathologies et sont amenées à être suivies par différents professionnels de santé et structures médicales. Le praticien doit alors arbitrer pour offrir le meilleur traitement tout en prenant garde à la qualité de vie du patient, notamment lorsque les traitements sont lourds et admettent d'importants effets secondaires. Analyser d'importants jeux de données en mobilisant les approches dites d'« *intelligence artificielle » peut alors éclairer sur la stratégie thérapeutique à adopter, patient par patient[…]* À *cette fin, il devient indispensable de constituer de grands jeux de données mobilisant des dossiers patients de plusieurs centres hospitaliers pour avoir une masse critique permettant de réaliser des inférences performantes et précises. De plus, dans un contexte de médecine ambulatoire, la recherche ne peut plus reposer uniquement sur les données des dossiers médicaux hospitaliers, elle doit également mobiliser ceux de la médecine de ville, ainsi que les données produites par les patients eux-mêmes. Par conséquent, elle sera de plus en plus difficile à réaliser sans recourir à une part d'automatisation pour extraire de l'information pertinente dans de grands jeux de données hétérogènes. L'enjeu est de taille pour la prise en charge du cancer, puisque cette pathologie est encore responsable en France de 30% des décès (plus de 160 000 par an) avec 400 000 nouveaux cas par an et un coût annuel de 15 milliards d'euros. (Health Data Hub, Mission de préfiguration, 12/10/2018, p.9-10 publié sur solidarités-sante.gouv.fr)*

Ces discours promeuvent de façon liée « l'intelligence artificielle » comme susceptible d'avancées sur des enjeux multiples, tant en termes de politiques publiques que de marchés. Ce faisant, ils minimisent et invisi-

bilisent le travail complexe des données requis tant pour leur construction que pour leur intelligibilité (Denis & Goëta, 2017).

Aujourd'hui, l'élaboration de ces algorithmes requiert une annotation manuelle des signaux ou images par des spécialistes, mais on peut imaginer que le chaînage avec d'autres sources de données pourrait faciliter la qualification des données et dynamiser l'innovation en la matière. D'autres tâches peuvent être facilitées par des algorithmes ; plusieurs expériences visent à mobiliser les comptes-rendus médicaux pour automatiser le codage des actes et diagnostics à l'hôpital dans le cadre de leur remboursement par l'Assurance Maladie… (Health Data Hub, Mission de préfiguration p. 10)

En effet, les constructions de données mettent en avant certaines catégories tout en en taisant d'autres (Suchman, 1993). De plus, ces approches décontextualisent la qualité des données qui est le produit d'organisations, de processus organisants spécifiques (Mayère, 2018), avec leurs logiques, en référence à des normes, selon des acceptions situées qui fondent leur autorité et leur auteurité (Wathelet, 2015). Pour ouvrir la boite noire et mettre en évidence les processus organisants à l'œuvre dans cette inter-organisation en constant chantier, nous proposons de mettre en évidence comment ces données sont issues d'interactions et de collaborations dans des réseaux denses et diversifiés d'acteurs et plus largement d'actants, dans des configurations inter-organisationnelles plurielles (Martin-Scholz, 2019). Pour ce faire, nous prenons appui sur deux études de cas de Registres des cancers. Nous allons dans un premier temps présenter le terrain et la méthode d'investigation. Dans un second temps, à partir de l'analyse du matériau ainsi rassemblé, nous allons caractériser plus avant ce qu'il en est du processus d'instauration des données et de leur assemblage. Il s'agit ainsi de documenter ce qui fonde les modes d'existence des données et de leurs assemblages hétérogènes et instables.

Terrain et Méthode : étudier la fabrique de données de « Registres des Cancers »

Cette communication s'appuie sur une recherche en cours sur le terrain d'organisations en charge de la production des Registres des cancers de Loire-Atlantique/Vendée d'une part et du département du Tarn d'autre part. Les Registres des Cancers sont des organisations, le plus souvent sous statut d'association à but non lucratif, ayant pour mission de réaliser « un recueil continu et exhaustif de données nominatives intéressant un ou plusieurs événements de santé dans une population géographiquement définie, à des fins de recherche et de santé publique, par une équipe ayant les compétences appropriées » (arrêté du 6/11/1995 relatif au Comité National des Registres). Les organisations en charge des Registres ont une double mission : d'une part, elles assurent une veille sanitaire concernant les cancers, en relevant l'incidence et la mortalité liées des cancers sur un territoire donné ; d'autre part, elles effectuent des études et des recherches à partir de leurs données, afin, notamment d'évaluer l'organisation des parcours de soin, les campagnes de prévention ou encore l'influence des inégalités sociales sur l'incidence et/ou la survie. Les Registres sont ainsi évalués sur la qualité des données, mais aussi et surtout sur les publications effectuées en leur sein.

Les deux organisations enquêtées sont des Registres généraux ayant une portée départementale, c'est-à-dire qu'ils enregistrent tous les cas de cancer d'individus vivant dans le département en question, quel que soit l'âge ou l'organe impacté et visent à recueillir un minimum d'information selon des standards internationaux.

Les Registres généraux peuvent aussi développer des programmes et/ou des axes de recherche particuliers pour lesquels ils vont enregistrer des informations complémentaires.

Une des principales préoccupations des chercheurs de ces Registres est de s'assurer de l'exhaustivité des cas enregistrés pour une zone donnée, en l'occurrence à l'échelle d'un département. En effet, pour pouvoir faire des comparaisons d'incidence, savoir si le nombre de cas de cancers augmente ou diminue d'une année sur l'autre, les chercheurs contrôlent qu'ils mesurent bien les mêmes choses. Pour ce faire, les définitions sur lesquelles sont fondées l'enregistrement des cas se basent sur des critères partagés internationalement et nationalement. Ainsi, la définition de ce qu'est un cancer est fondée sur un ensemble de critères définis au sein du Centre International de Recherche sur le Cancer (CIRC) de l'OMS : d'une cellule avec un fonctionnement « anormal » à la tumeur maligne, il existe tout un continuum. La définition de la zone où sont enregistrés les cancers est également très importante pour s'assurer qu'elle reste constante dans le temps et pour établir la population concernée de façon maîtrisée et homogène. La définition retenue est celle utilisée par l'Insee pour mesurer la population d'une zone géographique donnée, à savoir toutes les personnes vivant plus de six mois dans le département en question.

Dans la perspective des Registres, un critère-clé de qualité tient à ce que toutes les occurrences des cas de cancer dans le département soient recensées de façon exhaustive ; il importe également de vérifier que les cas enregistrés sont bien des cancers selon la définition de l'OMS. Pour ce faire, les agents des Registres multiplient les sources de notifications de cas de cancer et les croisent. En effet, aucune source n'est exhaustive. Ainsi, tous les cancers ne font pas obligatoirement l'objet d'une biopsie, ni ne font forcément l'objet d'une hospitalisation.

L'investigation de terrain a pris la forme d'entretiens semi-directifs mené auprès de médecins épidémiologistes de ces Registres (4 entretiens de 5h), ainsi qu'auprès de chercheurs épidémiologistes spécialisés dans l'utilisation de ces données (3 entretiens de 5h10'). Par ailleurs, un ensemble de documents ont été rassemblés, tels que le manuel servant en appui au travail de codification, ou la fiche de collecte d'informations.

Une fabrique faite d'instauration et d'assemblage

Au travers de la présentation des Registres nous pouvons déjà percevoir que l'identification des cas de cancers est beaucoup plus complexe que ce que le terme « recueil » laisse supposer. Cette première description fait poindre tout un ensemble d'actants et de formes organisationnelles mobilisés au travers de cette fabrique de données. Pour étudier plus en avant cette dernière nous proposons de faire un double mouvement de « zoom avant/zoom arrière » (Nicolini, 2009 ; Grosjean, 2013). En effet, les activités situées au sein des Registres sont connectées à un ensemble d'éléments situés dans un « ailleurs » (Latour, 2007). Il s'agit à la fois de prêter suffisamment attention aux activités et aux pratiques locales pour comprendre comment les acteurs font sens en situation, mais aussi d'élargir la vision pour montrer comment ces activités sont connectées dans un réseau de pratiques et de formes organisationnelles (Grosjean, 2013). Nous proposons par la suite de nous intéresser aux différentes « opérations » (Denis & Goëta 2017) qui organisent le travail des Registres de cancer en faisant à la fois ce mouvement de « zoom avant » de description des pratiques et de « zoom arrière » en montrant comment ces activités sont connectées à d'autres lieux et mobilisent des ressources organisa-

tionnelles. A l'instar de Denis et Goëta qui, dans leur article portant sur la fabrique des données ouvertes, identifient « une série d'opérations qui instaurent progressivement des informations aux contours flous en données » (2017 p.4), nous proposons d'analyser l'agencement de ce réseau d'actants pluriels au rythme des opérations d'instauration et d'assemblage, dont nous allons explorer les dimensions et les articulations.

L'instauration des données

Nous mobilisons la notion d'*instauration*, en nous fondant sur la proposition de Denis (2018) et de Lambotte (2017), qui s'appuient eux-mêmes sur Latour (2010 ; 2014). Latour retravaille la notion d'instauration à partir de Souriau en montrant comme cette notion permet de « saisir 'l'œuvre à faire' », sans devoir choisir entre celui qui fait et ce qui est fait, et en considérant ce en quoi « elle va vers l'existence » (*ibid*., p. 18). Latour se démarque de la conception constructiviste qui veut que « les faits soient construits », dans notre cas, les données ne seraient que des « construits ». Le savant ne construit pas les faits à partir de rien, ni les enquêtrices s'agissant des données, pas plus à l'inverse qu'ils ne les « collectent ». Mais nous dit Latour, « s'ils sont instaurés par le savant ou par l'artiste, alors les faits comme les œuvres tiennent, résistent, obligent – et les humains, leurs auteurs, doivent *se dévouer* pour eux, ce qui ne veut pourtant pas dire qu'ils leur servent de simple conduit » (*ibid*., p. 19). Ainsi dans l'instauration, il y a un risque pris, une existence croissante ; la focale est sur la modalité du faire exister, et non le seul résultat. Par ailleurs, la focale n'est pas sur les acteurs, mais sur les actions (Lambotte, 2017) et sur les relations, sur lesquelles il s'agit « d'enquêter de façon sérieuse » (Latour, 2010, p. 17).

Les données ne sont ni *déjà-là*, ni construites comme *ex-nihilo*, mais *instaurées*. Denis a déjà montré dans ses recherches sur les programmes d'open data que l'idée que les données attendent patiemment sur les étagères d'être identifiées pour être « ouvertes » relève du fantasme (Denis, 2018). Si les « données » des Registres ne sont pas déjà constituées en tant que données, il faut donc que les agents des Registres les *instaurent*, en construisant et reconstruisant des collaborations avec des interlocuteurs de différentes organisations, en explorant différents documents et fichiers, en construisant des continuités entre des indices pour identifier un « cas », en rassemblant des cas toujours singuliers en autant de catégories établies par des définitions internationales.

Il peut y avoir différents registres d'instauration entre les données considérées par les enquêtrices comme étant « de fonctionnement », celles qui permettent des traitements, celles qui se prêtent à des agrégations. Cette instauration des données suppose d'identifier des traces, de mener l'enquête, de transformer en données par la codification. Elle est de façon étroitement liée affaire d'assemblage. En effet les données sont produites pour être assemblées, pliées et dépliées en différentes configurations, pour construire différentes intelligibilités. En cela, instauration et assemblage sont deux dimensions articulées du mode d'existence des données.

Identifier des traces

Les organisations dénommées Registres ont pour rôle d'identifier tous les nouveaux « cas » de cancers sur le territoire couvert, à savoir ici les départements de Loire-Atlantique et de Vendée pour le Registre de

Loire-Atlantique/Vendée et celui du Tarn pour le Registre du Tarn. Afin d'enregistrer les cas de cancers, les enquêtrices vont solliciter différents organismes, des « sources de notification », afin de recueillir auprès d'eux différents documents qui leur permettront d'identifier des indices de cas « potentiels » de cancers. Des « sources » sont identifiées, documentées, des liens sont établis avec des interlocuteurs dans les établissements de santé sur le territoire pour obtenir à échéance régulière (au moins annuellement) des enregistrements sur les hospitalisations. Des formats de fichiers et d'échange sont expérimentés, routinisés, reconstitués au gré des transformations.

Comme le figure le schéma suivant, l'élaboration d'un registre repose sur de multiples sources de notification (PMSI, Comptes-rendus d'analyses, ALD, RCP, DCC) qui, elles- mêmes, dépendent d'une multitude d'organisations (hôpitaux, laboratoires, Assurance maladie, etc.).

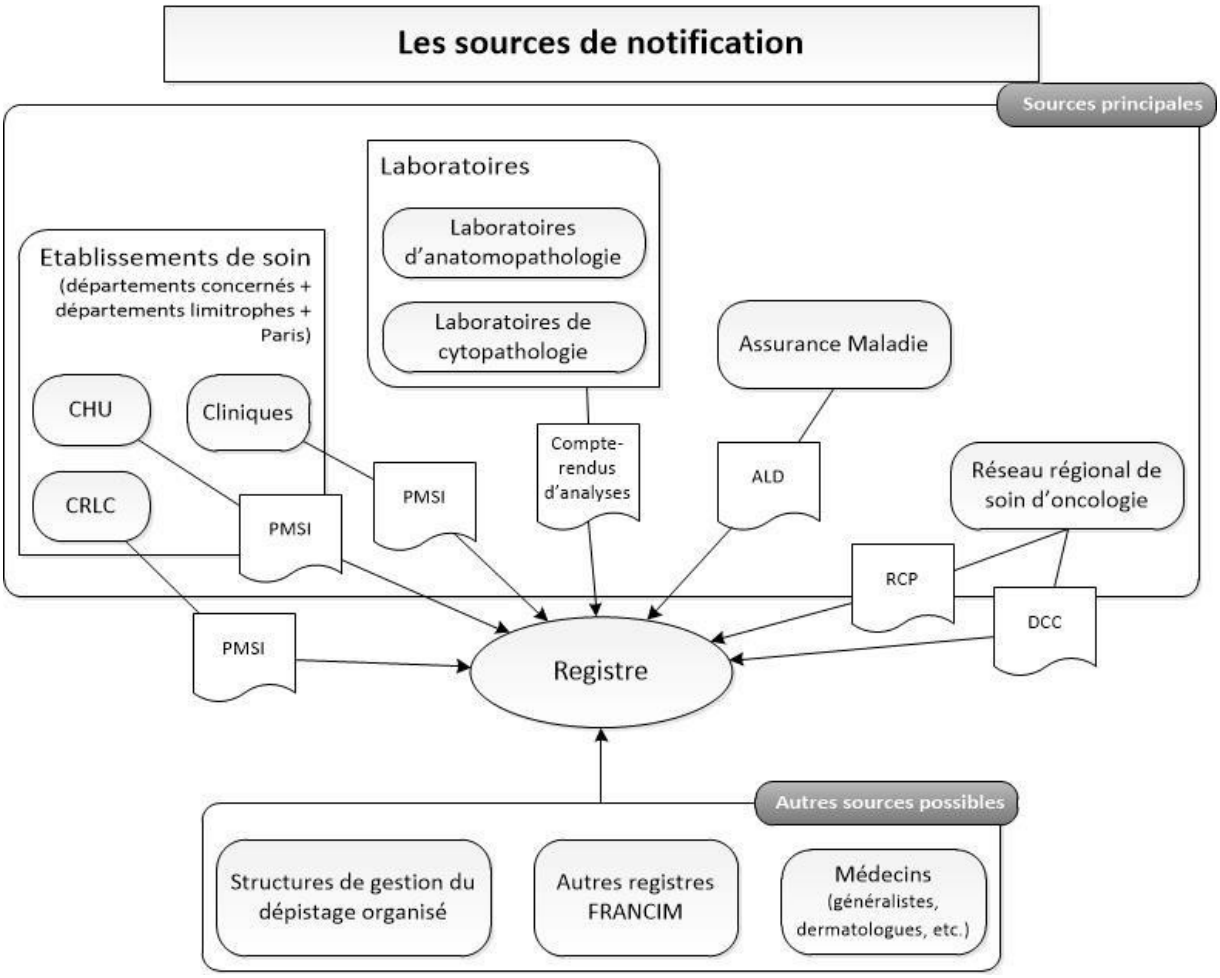


Fig. 1 – Les sources de notification

Loin d'être aussi facile que ce que les termes « recueil » ou « notification » le laisseraient à penser, l'accès à ces enregistrements, à des traces, se fait par des médiations plurielles, des mises en relation, rendant possible une instauration progressive, participant à l'existence croissante des données sur les « cas » repérés.

Cette instauration repose sur une mise en relations qui articule de façon itérative des mises en relation locales et des autorisations de mises en lien requérant l'intervention d'instances nationales voire internationales.

Ainsi, sachant que les documents en question relèvent de la définition des « données de santé », leur accès fait à la fois l'objet de négociations entre les enquêtrices des Registres et les personnes en charge dans diverses organisations de la tenue et de la gestion d'enregistrements, mais aussi de discussions à un niveau plus global, afin d'obtenir les autorisations requises.

MEL : On rentre pas dans les cases de recherche-j'sais-pas-quoi.

L'accès aux traces se double de la mémorisation des cheminements par lesquels elles ont été constituées de façon à attester de leur fiabilité, et à pouvoir si nécessaire les emprunter à nouveau pour compléter ces traces. Il s'agit ainsi d'identifier ce qui dans les termes du métier d'enquêtrices sont appelés des « données de fonctionnement » pour pouvoir mener l'enquête sur les cas et leur évolution, à savoir identifier les acteurs (médecins, secrétariats médicaux et/ou centres de soin) susceptibles de repérer et de donner des nouvelles des patient×e×s concernées. Ces « données de fonctionnement » peuvent aussi permettre de mener des études ultérieures si besoin. Selon les spécialisations de recherche de l'organisation ou les programmes de recherche, les caractérisations visées sur certains sous-ensembles de patients peuvent être étendues ou les règles de codification peuvent évoluées, ce qui peut nécessiter de revenir sur les traces pour les compléter.

Mener l'enquête

Il n'existe donc pas de liste de données pré-identifiées qui attendent d'être mobilisées au sein des organismes « sources de notification ». Au contraire, les données doivent être *instaurées* en tant que données pour les Registres de cancer. En effet, avant d'être des données pour la veille sanitaire sur le cancer et/ou la recherche épidémiologique sur cet ensemble de maladies, les éléments, les traces et indices mobilisés peuvent être de différents ordres : ils peuvent être extraits de comptes-rendus d'analyse de cellules, de dossiers constitués pour des réunions de concertation pluridisciplinaire, tels les DCC (dossiers communicants des cancers) ou encore des informations médico-économiques telles que celles rassemblées dans le PMSI. Leur identification en tant que traces mobilisables pour instaurer des cas recensés nécessite tout un travail de négociation entre acteurs locaux et globaux. En cela, à la différence de Denis qui investigue l'instauration des données issues d'une source unique, la fabrique du registre repose sur une multitude de sources permettant de transformer des indices dispersés en données construisant un « Registre des cancers ».

Pour étalonner ce qui va contribuer à les instaurer en données du Registre, les enquêtrices se munissent de deux définitions : quelle est la population à laquelle elles s'intéressent et quels sont les critères définissant un « nouveau cas de cancer ». Nous l'avons déjà vu, la définition de la population s'appuie sur une définition de l'Insee, tandis que celle des nouveaux cancers sur des critères édictées par l'OMS, soit deux autorités et des sous-ensembles de normes et procédures associés.

Une fois identifié×e×s des patient×e×s, les enquêtrices vont mener des enquêtes afin (1) de vérifier l'identité des personnes et (2) de s'assurer qu'il s'agit bien d'un « nouveau cancer » ; les métastases et les récidives étant considérées par l'OMS comme un « prolongement » du cancer initial et donc non comptés comme « nouveau cancer ». Ce faisant, ici, s'inscrit l'optique choisie pour étudier les cancers au sein des Registres. En effet, savoir quels soins ont été nécessaires, les proportions de récidives pour chacun des cancers ou la capacité de tel ou tel cancer à faire des métastases dans tel ou tel organe sont des questions légitimes de re-

cherche. Néanmoins les Registres s'inscrivant dans une optique de veille sanitaire, il s'agit pour leurs chercheurs d'identifier en priorité les facteurs de risques et les variations « anormales » du nombre de malades, en estimant que les évolutions d'un cancer donné ont la même cause, s'appuient sur les mêmes facteurs que le cancer initial.

Le travail des enquêtrices consiste ainsi en un long et méticuleux travail consistant à créer une nouvelle fiche, vérifier les informations déjà contenues dans une fiche et de compléter cette dernière. Ainsi, elles détectent et rassemblent sous un nouveau format, la fiche d'investigation, ce qui était organisé selon d'autres finalités et d'autres formats, distribué entre différents acteurs et organisations, tels les laboratoires d'anatomopathologie, les hôpitaux et les cliniques.

Ce travail d'enquête repose sur un chaînage précis d'éléments initialement construits pour d'autres objets en autant d'indices susceptibles d'instaurer la validité et la caractérisation de chaque cas, et de son classement adéquat.

MET : *Un cas standard, ça [ne] prend pas énormément de temps. Le problème, ce sont les gens qui sont arrivés à un endroit, ç'a pas marché, ça, ça prend énormément de temps.*

ITW : *Et ça se passe comment pour ces cas-là ?*

MET : *Alors nous, ça part et ça revient. Quand les enquêtrices ramènent les cas, elles les donnent à la personne qui code. Ça peut être l'une ou l'autre, vu qu'on croise les choses. Et donc la personne qui code, elle va dire « je n'ai pas assez pour coder ». L'enquêtrice ne le sait pas nécessairement qu'il n'y a pas assez pour coder puisqu'elle, elle va collecter toute l'information qu'elle trouve dans l'endroit où elle est. Et elle ne sait pas si ailleurs, on n'aura pas d'autres infos qui seront suffisantes pour compléter. Donc elle arrive avec tout ce qu'elle a trouvé et elle le donne. Mais si ailleurs, c'était les mêmes informations et puis qu'il y a un trou, la personne qui code va dire « je n'ai pas assez d'informations, il y a un petit problème, je n'arrive pas à comprendre si c'était quelqu'un qui était métastatique, je ne suis pas sûr de la date de diagnostic. C'est bizarre, on a l'impression que c'est quelqu'un qui avait été déjà diagnostiqué il y a deux, trois ans. »* À *ce moment-là, on va renvoyer l'enquêtrice ou une autre enquêtrice sur une autre source d'information possible. En plus, nous, on essaie d'optimiser donc on n'enquête pas partout systématiquement. On va sur la source principale d'abord et si là, il n'y a pas assez, on va relancer les autres sources. On serait une énorme structure, ce serait compliqué, mais là, les enquêtrices se parlent entre elles donc s'il y en a une qui revient, elle sait aussi qu'il n'y a pas assez, elle s'en rend compte. Donc elle dit « non, celle-là, tu vois, j'ai trouvé que ça donc il faut demander à machin d'aller dans tel hôpital parce que je n'ai pas assez ».*

Pour mener ces enquêtes auprès des différentes organisations, les enquêtrices doivent négocier l'autorisation d'accéder aux éléments d'informations. Cette négociation auprès des agents fait intervenir tout un réseau d'éléments concernant l'accès à ces données de santé ; ces derniers pouvant alors entrer en opposition. Ainsi les initiatives telles que le Health Data Hub et la mise en avant des dites « big data » ont alimenté une représentation des données comme *nouvel or noir* dont l'accès devrait être rémunéré ; cette acception peut entrer en contradiction avec une pratique antérieure d'échanges gratuits de données entre organismes publics pour des objectifs de recherche en santé publique.

Le travail d'enquêtes est identifié par les professionnels comme le plus consommateur en temps au sein des Registres. C'est précisément ce travail méticuleux qui participe à ce qui est identifié comme la qualité de l'ensemble des données et qui fonde la légitimité revendiquée des Registres. Ainsi, s'assurer de l'identité des personnes revient à démêler les éventuels problèmes d'homonymie entre des individus différents, mais aussi à tracer des individus dont la désignation peut changer : utilisation ou non d'un nom d'usage, prénom d'usage différent que celui mentionné en premier sur la pièce d'identité. Il s'agit aussi de vérifier des informations qui peuvent contenir des erreurs de transcription. Il peut également survenir des disjonctions entre la population étudiée et son territoire.

MET : *Par exemple, ce qui se passe. Il y a pas mal de gens, ils ont une chimiothérapie, ils ont une cure puis ils vont en vacances, ils font la cure ailleurs. Il y a pas mal de cas comme ça dans les deux sens, nous on le voit. Une fois, on a fait une étude sur les femmes qui avaient un cancer du sein, on repérait toutes les femmes, puis on avait des listes de chimiothérapies et en fait, on s'est rendu compte qu'il y avait des femmes qui habitaient très loin. Et quand on a regardé le dossier, elles étaient juste en vacances et comme elles avaient une cure de chimio à ce moment-là, elles l'ont faite à Toulouse. Alors inversement, on peut avoir des gens qui, pendant leurs vacances, la font ailleurs et là, ils vont nous échapper. Sauf effectivement si on avait une base nationale, ce qui n'est pas le cas encore pour l'instant, puisque nous on n'a que la base des PMSI qu'on a demandés. Donc je peux savoir éventuellement que quelqu'un qui devait avoir une chimiothérapie à Toulouse l'a eue à Auch parce que j'ai reçu… enfin, si j'ai reçu le dossier de là-bas. Mais s'il l'a eue à Saint-Dié ou dans le nord de la France, je ne vais pas le savoir pour l'instant. Alors c'est sûr que si j'avais tous les remboursements, ce serait mieux. Tous les remboursements et séjours hospitaliers.*

De même, s'assurer qu'il s'agit bien d'un « nouveau cancer » suppose de décortiquer l'ensemble des éléments à disposition pour vérifier qu'il s'agit bien d'un cas de cancer au sens de l'OMS et que le signalement identifié ne tient pas à l'évolution d'un cancer préexistant. Ces aiguillages dans la codification peuvent changer en fonction des types de cancers et dans le temps, certaines avancées de recherche ou les partages d'expérience entre professionnels des registres pouvant amener à distinguer des sous-catégories ou introduire de nouvelles cartographies des cancers (ainsi quand ce qui était identifié comme un type de cancer est requalifié en récidive d'un autre « cancer primitif »).

Comme le montre le verbatim suivant sur le stade d'avancement du cancer, plusieurs aller- retours entre l'encodage et l'enquête de terrain peuvent être nécessaires pour assurer l'instauration des données au fil des enregistrements produits par les encodeuses sur la base des preuves collectées par les enquêtrices.

ITW : *Il y a un minimum requis.*

MET : *Oui, c'est ça, on va le trouver. Après, pour l'échantillon stade, là où on insiste… parce que le problème des stades, de savoir quel est le stade, ça dépend de l'intensité avec laquelle vous avez cherché l'information. C'est-à-dire que quelqu'un qui a juste une radio, on ne risque pas de lui avoir… enfin, très peu de chance de lui avoir vu des métastases. Donc il y a un niveau de preuve, il y a ce qu'on a dit. Si on a dit « pas de métastase » sauf que si le niveau de preuve, c'est un ou zéro, ça veut dire qu'il peut très bien aussi être métastatique. Parce qu'on n'a pas beaucoup cherché. Donc on est obligés d'avoir ces deux informations en même temps. C'est-à-dire que si on fournit le stade, on est obligés de fournir la fiabilité du stade. Et puis si on fournit le stade, on essaie de fournir aussi des informations sur le traitement parce que tant qu'à faire,*

ça ne coûte pas beaucoup plus cher d'avoir l'info sur… parce qu'elle est un peu au même endroit donc on prend aussi les informations sur le traitement.

Ainsi, les données « radio des métastases » et « traitement » sont en quelque sorte brutifiées, désencastrées de leur usage ancien dans le cadre du dossier patient, pour créer de l'intelligibilité dans le contexte d'usage du registre, et venir conforter l'identification des « cas » ainsi étayés par un faisceau d'indices.

Transformer en données

Les différents éléments recueillis par les enquêtrices sont encodés dans des bases de données selon un ensemble de préconisations et de standards émis à différents niveaux, tant nationaux qu'internationaux. Ces préconisations sont véhiculées à travers différents guides et notices édités par le Registre en question, le réseau national FRANCIM ou encore le CIRC ; ces différents guides et notices sont supposés s'articuler et être compatibles entre eux, selon un principe de granularité. En effet, les Registres et/ou le réseau national peuvent découper les classifications proposées par le niveau « supérieur » afin d'affiner les catégories, en particulier selon leurs axes de recherche. Les données ainsi instaurées sont susceptibles d'être recomposées, les faisceaux d'indices remis sur le chantier. Par ailleurs, des discontinuités sont toujours susceptibles d'apparaître, et le travail des données consiste de façon continue à construire de la continuité tout en l'ajustant à ces reconfigurations.

MET : *Il y avait beaucoup de problèmes de mémoire. Mais c'est un gros problème, de savoir… un cancer, ça dure longtemps et ça change, ça se déplace un peu et donc à partir de quel moment on considère que c'est plus la même chose et qu'on doit réenregistrer ? Et comment on fait pour tenir compte d'une évolution ? Comment on gère l'évolution ? Ça, ce n'est pas résolu, encore. Parce que vous pouvez avoir des gens, ils vont renseigner tous les jours en disant « aujourd'hui, ça n'a pas bougé, aujourd'hui, il s'est passé ça », des gens qui vont encrasser le système et c'est très difficile d'avoir des règles. Donc on essaye d'avoir des règles minimales et alors, là, nous on est passé à un peu plus complet que l'obligatoire. C'est-à-dire que nous on prend, effectivement, s'il y a deux seins, droite et gauche, on prend les deux. Et on ne prend un in situ que s'il n'y a pas d'invasif sur le même côté. Et ça, c'est à partir des cas de… en plus, il y a des débuts de règle d'enregistrement… enfin, si à partir d'un certain moment, on le fait, on ne peut pas le faire avant. Parce que si tous les gens se mettent à le faire pour des cas antérieurs, on sait plus à partir de quel moment on va considérer qu'on le fait… il faut qu'on ait des dates précises et en général, les dates ne portent pas sur la période où on travaille, mais sur la date d'incidence du cancer, ce qui est logique. Après, il y a les cas particuliers… avec des exemples. En fait, c'est fait pour aider les gens qui ne connaissent pas trop non plus. En même temps, il faut quand même connaître un petit peu. Avoir un minimum de culture sur le sujet.*

Compte tenu de la complexité de ce travail, le choix a été fait dans l'organisation tarnaise d'une polyvalence, les salarié×e×s assurant en alternance les activités d'enquête et de codage pour constituer une connaissance partagée des difficultés liées à la codification et à l'enquête. À l'inverse le Registre de Loire-Atlantique a opté pour une spécialisation des tâches avec des postes de travail dédiés aux codages, même si les enquêtrices peuvent parfois aussi être chargées de coder.

Assembler, désassembler, réassembler les données

Ces données sont par la suite recomposées, réagencées pour différents usages : calculs d'incidences, de mortalité, projets de recherche (au sein du Registre, en collaboration avec et/ou en réponse à des projets portés par d'autres organismes). Différents assemblages sont constitués en interne pour différents usages : ensembles de données configurées par types de cancers, ou par groupes de patients atteints (en fonction des sexes, classes d'âge, co- morbidités, etc.). Ces assemblages et réassemblages sont mis en œuvre également pour l'envoi de sous-ensembles de données visant à « nourrir » d'autres bases de données (la base nationale FRANCIM, la base européenne des cancers, celle de l'OMS…).

Une des responsables de registre nous explique, avec un peu d'ironie, le voyage des données d'une administration à l'autre, voyage qui fait l'objet de tractations et facturations, et qui est aussi une transformation requise pour assurer la transmutation de données potentiellement identifiables vers des données dont l'anonymat est certifié et qui de ce fait vont pouvoir être transmises à un organisme tiers.

MET : *En fait, c'est de l'argent qui va à deux organismes. A l'INSEE, donc derrière, c'est Bercy, le Ministère des Finances, qui n'est pas facile à faire bouger. Et il y a des gens qui prennent la moitié de la somme, c'est l'INSERM. Ils prennent la moitié de la somme simplement car ils servent de tiers de confiance. C'est-à-dire que quand on envoie nos données, nous… moi, j'envoie les données, je m'appelle registre des cancers du Tarn. Donc ça veut dire que toute la liste des gens que j'envoie, ils ont un cancer. Je peux pas envoyer ça à l'INSEE puisque l'INSEE aurait un diagnostic. Donc je l'envoie à l'INSERM, l'INSERM « anonymise », c'est-à-dire enlève… met un numéro à la place de « registre des cancers du Tarn », et transmet. L'INSEE fait tourner sa moulinette, redescend sur l'INSERM, l'INSERM prend le numéro, remet « registre des cancers du Tarn » et me le renvoie. 150000 euros. C'est bien payé. Et 150000 pour dix minutes de temps machine pour l'INSEE parce que c'est pas long.*

Les Registres sont chargés d'envoyer chaque année une extraction de leur base de données à la base nationale FRANCIM ; ces sous-ensembles de données comprennent l'ensemble des informations minimales que les Registres généraux doivent recueillir, à savoir la localisation de la tumeur, certaines caractéristiques, la date de diagnostic ainsi que le fondement de ce diagnostic. Les Registres n'envoient ni les éléments d'identification des patients ni les « sources » qui ont permis aux enquêtrices de collecter ces données ; il s'agit là selon la dénomination indigène des « données de fonctionnement » requises pour l'instauration des données mais qui doivent être ensuite effacées pour constituer une extraction transmissible, sachant que le respect de règles communes sur les modalités d'instauration doit permettre l'addition des données (les populations étant disjointes). Les agents des Registres opèrent alors une *re-brutification* des données qui vise ainsi à transformer « en données génériques, débarrassées de scories issues des activités situées qui s'en nourrissaient » (Denis, 2018). Si la notion de brutification proposée par Denis s'inscrit dans un contexte visant à construire des données supposément mobilisables pour tout usage, dans le cadre des Registres, cette re- brutification est chaque fois spécifique, elle est relative, singulière, au sens où les combinatoires de données varient en fonction des finalités, et que de nouveaux assemblages peuvent requérir de nouveaux modes de brutification. Cette brutification est objet de tensions, débats, tractations récurrentes ; elle s'inscrit dans un contexte de jeu de relations de pouvoir et de mise en (in)visibilité afin de maintenir une forme d'auteurité sur certaines données.

En dehors de ce fonctionnement routinier, les Registres peuvent être aussi ponctuellement sollicités par des chercheurs, de ce dernier ou extérieurs, soit pour opérer des calculs particuliers sur des données constituées, soit pour accéder à un sous-ensemble de données anonymisées selon le format requis après avoir rempli une demande présentant le protocole de recherche selon les argumentaires requis.

Nous observons ainsi que les données aux seins des Registres se voient recomposées et réagencées en fonction des relations inter-organisationnelles et selon différents rapports d'autorité. Loin de s'additionner ou d'être mutuellement exclusifs ces différents agencements sont autant de « modes d'existence » des données (Simondon 1987, Lambotte, 2017) instaurés au travers de négociations et de compromis inter-organisationnels qui mettent en jeu de vastes réseaux d'actants aux liens plus ou moins étroits, toujours susceptibles de discontinuité, toujours en reconstruction.

Conclusion

Après Leroi-Gourhan et Simondon, Latour interroge l'aveuglement des 'Modernes' qui les conduit à n'accorder aucune attention à « l'art et la manière de déployer la technique » (Latour, 2010, p. 19). Cet aveuglement repose sur une conception qui conduit à voir dans « l'acte technique un transport sans transformation quand tout indique le contraire » (*ibid*. p. 29). Une telle conception met la focale sur la fonction que l'objet technique est censé remplir, sur l'utilité, l'efficacité, en postulant « dans toute technique un transport d'efficacité à travers un outil parfaitement maîtrisé », conçu par « un fabricateur qui possède dans sa tête une forme préalable qu'il applique à une matière inerte et informe » (*ibid*. p. 21). Est-ce là comme le suggère Latour une pensée « hors-sol », sans prise avec l'art et la manière de déployer la technique ? Une vue qui délègue en l'ignorant la mise en œuvre de toutes les opérations requises pour faire tenir ensemble des objets techniques toujours prêts à lâcher à la moindre occasion ?

Ce déni de prise en compte des modes d'existence des données est manifeste s'agissant de projets tels que le Health Data Hub. Des fonctions toutes plus considérables les unes que les autres sont mises de l'avant : « Les premiers axes de la feuille de route stratégique 2020-2022 sont d'ores et déjà fixés : il s'agira de décloisonner et d'améliorer la qualité de notre patrimoine de données, de renforcer l'usage par une offre de service attractive, de positionner la France comme un leader dans l'usage des données de santé, et de garantir la participation de la société civile au projet et l'exercice de l'ensemble de leurs droits. » (document Health Data Hub. Offre de services, 2020). La priorité donnée à ces fonctions et à ce « transport d'efficacité » est apparue tellement impérative qu'un hébergeur a été retenu, en l'occurrence Microsoft Azure, toutes affaires cessantes, dès décembre 2019.

La focale a ainsi été portée sur la fonction visée. Le moyen de sa mise en œuvre est essentiellement ramené à la mise en place d'une plateforme de stockage, puisqu'il suffirait de transporter et d'additionner des données déjà là et intrinsèquement compatibles.

Or ce que l'exploration de l'instauration des données et de leur assemblage a permis de mettre en évidence, c'est l'ampleur et la complication de ce processus, qui donne existence aux données. Cette existence est toujours fragile, toujours susceptible de faire défaut en raison de manques d'éléments, de discontinuités des normes, de divergences entre les composants. L'instauration des données suppose de constituer de la conti-

nuité entre des indices dispersés, des traces conçues pour d'autres usages, et ainsi d'identifier un « cas », et de le suivre dans le temps. Il s'agit également et conjointement de constituer et maintenir des assemblages de données hétérogènes et toujours susceptibles de diverger. Par l'assemblage, le désassemblage, le réassemblage des données, se construisent et se reconstruisent des modes d'intelligibilité. L'instauration des données et leur assemblage mobilisent tout un réseau d'organisations, d'agents, d'objets et de systèmes techniques, réseau qui est toujours en reconstruction, soumis à des tensions, des rapports de force, des questions d'autorité et de légalité.

Si le grand projet du Health Data Hub, à peine lancé, ressemble déjà à ces grandes arches numériques sans lendemain, cela semble être en bonne part lié à cette ignorance radicale, « au carré », des modes d'existence tant des données que de leur assemblage.

Bibliographie

Denis, J. (2018). *Le travail invisible des données. Éléments pour une sociologie des infrastructures scripturales*. Paris, Presses des Mines.

Denis, J. & Goëta, S. (2017). Rawification and the careful generation of open government data. *Social Studies of Science*, n°47(5), p. 604-629.

Desrosières, A. (2008). *Gouverner par les nombres. L'argument statistique II*. Paris, Presses des Mines.

Grosjean, S. (2013). Une approche microethnographique et multi-située en organisation. *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, (Supplément), p. 155-177.

Lambotte, F. (2017, July). Making Social Media Activity Analytics Intelligible for Oneself and for Others: A "Boundary Object" Approach to Dashboard Design. *International Conference on Human Interface and the Management of Information.* Springer, Cham. p. 112-123.

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

Latour, B. (2010). Prendre le pli des techniques. *Réseaux*, vol. 163(5), p. 11-31.

Latour, B. (2014). Reflections on Etienne Souriau's Les différents modes d'existence. *The speculative turn; Continental Materialism and Realism*. p. 304-333.

Martin-Scholz, A. (2019) *L'inter-organisationnel comme ressource entre ambiguïté et autorité.* Colloque international Org&Co. 28-29 mars 2019. Bordeaux.

Mayère A., 2018, « L'utopie de l'organisation numérique », dans L. Bonneville, S. Grosjean, A. Mayère, Les utopies organisationnelles, Editions ISTE, p. 41-66.

Nicolini, D. (2009). Zooming In and Out: Studying Practices by Switching Theoretical Lenses and Trailing Connections. *Organization Studies*, n° 30(12), p. 1391-1418.

Suchman, L. (1993). Do categories have politics? The language/action perspective reconsidered. *Proceedings of the Third European Conference on Computer-Supported Cooperative Work 13–17 September 1993, Milan, Italy ECSCW'93*. p.1-14

Wathelet, E. (2015). *Autorité et auteurités émergentes dans un environnement organisationnel non-hiérarchisé en ligne : le cas de la construction de règles sur Wikipédia*. Thèse de doctorat.

L'impact des mutations socio-politiques sur la procédure d'inscription des biens sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO

The impact of sociopolitical changes on the nomination process for inscription of properties on the UNESCO World Heritage List

Iva Zunjic,
doctorantelaboratoire SIC.Lab Méditerranée, Université Côte d'Azur
iva0505@yahoo.com

Mots clés : Unesco ; La Convention pour la protection du patrimoine mondial, culturelet naturel ; Comité du patrimoine mondial

Keywords: Unesco; Convention concerning the Protection of the World Cultural andNatural Heritage; World Heritage Committee

Résumé

Le patrimoine mondial représente une forme sociale de la société contemporaine créée dans un cadre institutionnel et juridique subissant de multiples mutations affectées par son poids médiatique et communicationnel. Notre recherche consiste de repérer les anomalies dans la procédure d'inscription des biens sur la Liste du patrimoine mondial à travers une étude comparative des recommandations des organisations consultatives et les décisions finales prises par Comité du patrimoine mondial et d'analyser leur impact sur l'avenir et la notoriété de la Convention de 1972.

Abstract

World heritage represents a social form of contemporary society created within an institutional and legal framework which is undergoing multiple changes affected by the media and communication impact. Our research consists of identifying anomalies in the procedure for inscribing properties on the World Heritage List through a comparative study of the recommendations of the advisory bodies and of the final decisions taken by the WorldHeritage Committee between 2010 and 2019 and how they indirectly affect the notoriety and the future of the 1972 Convention.

L'impact des mutations socio-politiques sur la procédured'inscription des biens sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO

Iva Zunjic

La conscience du patrimoine est faite à travers une longue maturation (Nora, 1997). Elle n'est plus seulement limitée aux monuments et bâtiments remarquables, mais elle s'est étendue à devastes ensembles plus difficiles à circonscrire. Un bien patrimonial est celui dans lequel les hommes se reconnaissent à titre individuel et collectif (Rasse, 2012) ; ils le considèrent à la fois comme significatif de leur passé et précieux pour leur avenir, tel un facteur important d'identité, mais aussi un élément fort d'échanges interculturels.

Les extensions du patrimoine s'opèrent à différents niveaux et sont engendrées par différents facteurs (Heinich, 2015 :17-21). Elles interviennent au cours de l'histoire du patrimoine comme conséquence du processus de patrimonialisation et du développement de la consciencepatrimoniale, suivie par des mesures législatives, tout en restant inhérentes à d'autres processus qui s'opèrent au sein de la société. La patrimonialisation est donc indissociable du contexte politique et social. Elle se développe à partir de deux opérations : des procédures juridiques, qui mettent l'accent sur l'universalité, l'irrévocabilité, la transmissibilité, et des processus sociaux qui mettent l'accent sur l'environnement, sur le contexte et se nourrissent del'histoire des hommes et de leur mémoire (Rautenberg, 2007). Un bien édifié à un temps précis, dans un lieu concret et portant souvent une dimension d'attache pour un peupleparticulier, se voit reconnaître avec le temps une valeur universelle dont l'exceptionnalité dépasse la limite socio-temporelle de son enracinement initial. La patrimonialisation passe parun processus communicationnel où s'opèrent des pratiques sociales constituant l'objet patrimonial et engageant une circulation entre le passé et le présent dans une dynamique inspirée de la filiation inversée (Davallon, 2006).

Le patrimoine mondial comme un espace dynamique

L'exemple du patrimoine mondial représente aujourd'hui un espace dynamique qui rend compte du développement des relations conduisant à des tensions entre les différents acteurs àl'échelle internationale, mais aussi à des collaborations, puisque la Convention de 1972 réunit quasiment tous les États du monde. Issue de cette convention, la Liste du patrimoine mondial regroupe les biens désignés comme appartenant à l'humanité entière, dont le choix repose sur l'adoption de la valeur universelle exceptionnelle (VUE).

La valeur universelle exceptionnelle d'un bien est donc la motivation principale pour son inscription sur la Liste du patrimoine mondial. C'est pour cela qu'elle représente l'élément principal du dossier de proposition d'inscription et ce sur quoi porte l'évaluation. Tout d'abord la VUE signifiait un bien incomparable. La Convention ayant beaucoup de succès, le nombre de candidatures augmente et la VUE est ensuite attribuée aux biens qui sont des exemples représentatifs, les meilleurs prototypes des biens d'une catégorie dont la valeur universelle exceptionnelle est prouvée à travers des analyses comparatives (Cameron, 2005). Au

centre des discussions continues autour de la VUE du patrimoine mondial, se trouve un souci de maintenir un seuil approprié de valeur pour la sélection des biens pour la Liste du patrimoine mondial, afin de préserver sa crédibilité. Le défi des organisations consultatives[1] etdu Comité du patrimoine mondial est de réussir à maintenir, dans le cadre du « représentant des meilleurs », la barre assez élevée pour conserver le prestige du patrimoine mondial.

Le fait que la Liste continue à grandir et qu'on ait la possibilité d'inscrire les biens sur une liste « vivante » suscite la compétitivité, des sentiments de fierté nationale parmi les populations, ainsi que des avantages économiques. La volonté du Comité d'augmenter les exigences afin d'établir l'équilibre de la Liste et de préserver son prestige, peut influencer positivement la qualité d'élaboration des dossiers, et encadrer indirectement l'évolution de la valeur universelle exceptionnelle, ou du moins empêcher sa dégradation. Certes, c'est une notion dynamique qui évolue avec la mutation des politiques culturelles nationales et internationales qui peuvent la contrôler, étroitement liée à de multiples facteurs, sociaux, économiques, scientifiques, politiques etc. La labellisation recouvre donc des enjeux extrêmement importants en termes de relations politiques, communication des territoires, développement économique et touristique, d'où la multiplication des propositions d'inscriptions. Nous observons donc comment un concept traditionnel, tel que celui de patrimoine, est réinventé dans une perspective de mondialisation, où les phénomènes communicationnels interagissent dans un processus socio-culturel.

La procédure de labélisation du patrimoine mondial est susceptible aux métamorphoses qui l'inscrivent dans une logique de l'image de marque où les enjeux du présent l'emportent sur ceux du passé, car ce n'est pas le passé qui s'impose aux acteurs sociaux qui produisent le patrimoine, mais c'est bien au présent que s'imposent les choix de ce qui est utile de distinguer, de préserver et de le transmettre (Davallon, 2006). Nous nous basons sur l'hypothèse que la reconnaissance de la VUE reste souvent un important facteur socio-économique, qui suscite de nombreuses propositions et provoque la dissolution de la Liste. Sa création dans la deuxième moitié du 20e siècle est l'une des mutations les plus importantes dans le domaine du patrimoine, mobilisée dans un contexte mondial et permettant la création d'un nouveau corpus idéologique jouant un rôle important dans les productions patrimoniales.

Ces mutations marquent profondément l'histoire du patrimoine, désormais institutionnalisée, et la redéfinissent dans un contexte dynamique d'interactions et des enjeux redimensionnés dulocal à l'international. Un monument ou un site assigné à l'espace singulier et localisé se métamorphose du patrimoine territorial en patrimoine universel par son exceptionnalité qui dépasse les frontières nationales. Or, cette constatation devant se baser exclusivement sur des analyses savantes, est aujourd'hui défiée par des arguments peu objectifs. Ils sont motivés par des enjeux ayant des dimensions info-communicationnelles qui se déploient dans cet espace socio-temporel du patrimoine mondial. La notion de l'espace est ici perçue comme un cadre plastique où le patrimoine représente une catégorie dynamique et un lieu d'expression des stratégies d'acteurs. Dans la procédure d'inscription se reflètent les rapports de pouvoir, les relations entre les pays du Sud et du Nord et les enjeux politiques et économiques, modélisant le concept du patrimoine mondial. Ainsi, les grands

1 Les biens proposés pour inscription sur la Liste du patrimoine mondial sont évalués par deux organisations consultatives indépendantes, désignées par la Convention du patrimoine mondial : le Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS) et l'Union mondiale pour la nature (UICN) qui fournissent respectivement au Comité du patrimoine mondial des évaluations des sites culturels et naturels proposés pour inscription. La troisième organisation consultative est le Centre international d'étude pour la préservation et la restauration des biens culturels (ICCROM), qui intervient surtout dans le domaine de la conservation des sites culturels

débats internationaux sont transposés dans l'espace institutionnel et diplomatique d'une organisation des Nations Unies, dont l'un des principaux objectifs est la préservation du patrimoine.

Les mutations au sein de la procédure d'inscription des biens lors des dernières sessions du Comité du patrimoine mondial nous permettent d'identifier les effets des plus récentes décisions produisant des formes déstabilisant la notoriété de la Liste du patrimoine mondial et le concept même de la VUE, à travers des paramètres tels que la fréquence des changements des décisions par rapport à la typologie des biens et la situation géographique et économique

des États parties, l'évolution des différents types de décisions et les arguments utilisés.L'objectif est de déterminer comment la procédure d'inscription des biens évolue en affectant la patrimonialisation motivée par la déclaration de la VUE d'un bien, produite par le Comité.

Les mutations au sein de la procédure d'inscription des biens sur la Liste patrimoine mondial

Les dernières sessions ont été marquées par la mise en question de l'autorité des organisationsconsultatives par le Comité à travers les multiples changements de leurs recommandations, ce qui affecte de la manière indirecte le concept de la VUE. Cette tendance favorisant les inscriptions reste plus présente dans les cas des sites culturels que naturels, ce qui peut être expliqué par une plus importante marge dans l'interprétation des valeurs culturels. Cette opposition aux décisions et au rôle des experts a été observée déjà depuis la 34e session (2010), mais elle a atteint sa culmination de la manière historique, lorsque deux biens ayant eula recommandation de non-inscription par l'ICOMOS, ont été inscrits par le Comité en 2018et un autre en 2019. En 2010, cette tendance a fait sujet d'un article dans *The Economist* (The Economist, 2010) dont les auteurs ont souligné que les refus répétitifs d'accepter toute autre décision qui ne serait pas positive, ont révélé que la fierté nationale et les politiques de lobbying agressives des États parties avaient eu des impacts plus importants qu'avant. Les résultats de l'analyse de la 35e session faite par Lynn Meskell (Meskell, 2012) indiquent les refus de certains États parties d'accepter toute autre décision, sauf d'inscrire le bien en question. Le mécanisme opérationnel a donné lieu à l'acceptation de certaines candidatures pour la Liste du patrimoine mondial, même si elles ne répondaient pas aux exigences définies par l'Unesco.

Le changement des recommandations des organisations consultatives

Si nous analysons le changement des décisions depuis 2010, nous pouvons constater que le pourcentage de non-suivi des décisions des organes consultatifs varie entre 71% et 91%.[2]. Ainsi, l'avis du Comité a prévalu sur celui des experts, mettant en question le rôle des organisations consultatives. Alors que ces derniers craignent la perte de la notoriété de la Convention selon l'analyse de nos entretiens semi-directifs effectués

2 En 2010 : 81%, en 2011 : 91%, en 2012 : 90%, en 2013 : 72%, en 2014 : 89%, en 2015 : 71%, en 2016 : 86%, en 2017 : 87%, en 2018 : 87%, en 2019 : 72,7 %. Pour cette statistique, les propositions d'inscription recommandées n'ont pas été considérées, car il est supposé que le Comité inscrit habituellement les biens qu'il est recommandé d'inscrire. La source des données a été fournie par Alessandro Balsamo, Centre du patrimoine mondial de l'Unesco.

dans le cadre de cette recherche, les représentants des États parties y voient plutôt une phase évolutive indispensabledans le contexte de la durée de la Convention et pas forcément négative.

Les évaluateurs ont un nombre limité de recommandations. Ils peuvent inscrire, non-inscrire, renvoyer ou différer une inscription. Les deux dernières décisions sont le plus fréquemment modifiées par le Comité. Le renvoi d'un bien intervient lorsque des informations supplémentaires mineures provenant d'un État partie sont nécessaires pour compléter la proposition d'inscription originale, sans qu'il y ait besoin d'une nouvelle procédure de réévaluation en envoyant une nouvelle mission d'experts sur le terrain. L'examen différé d'un bien implique des informations supplémentaires plus importantes de la part de l'État partie ou certaines actions de sa part, notamment en termes du plan de gestion, et nécessite unenouvelle mission *in situ*. Les organisations consultatives considèrent ces désignations comme des outils permettant une collaboration entre le Centre du patrimoine mondial, les organisations consultatives et l'État partie, afin de mieux retravailler la candidature. Les États parties perçoivent toutefois ces décisions comme négatives et ne sont pas prêts dans la plupartde cas à les accepter. Elles sont perçues comme une critique, alors qu'ils avaient déjà consacré d'importantes ressources financières et des années de travail à la préparation de leurs dossiers.

La session de 2018 a été marquée de façon historique, par l'inscription de la Cathédrale de Naumburg (Allemagne) et de l'oasis d'Al-Hassa (Arabie Saoudite) sur la Liste du patrimoine mondial, malgré la recommandation de l'ICOMOS de ne pas les inscrire. Un autre casd'inscription du Centre historique de Sheki avec le palais du Khan (Azerbaïdjan), aussirecommandé pour non-inscription et proposé en plus par l'État accueillant le Comité, s'est reproduit en 2019. Ces décisions basées sur un changement radical de la recommandation des experts, mènent à l'érosion de la notoriété des organisations consultatives. De manière indirecte, elles mettent en cause la procédure d'inscription et fragilisent la légitimité de la Convention.

Les statistiques relatives aux candidatures examinées par le Comité entre 2010 et 2019montrent que la proportion de propositions inscrites par rapport au nombre total de propositions examinées par le Comité augmente dans la deuxième partie de la décennie (UNESCO, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019).

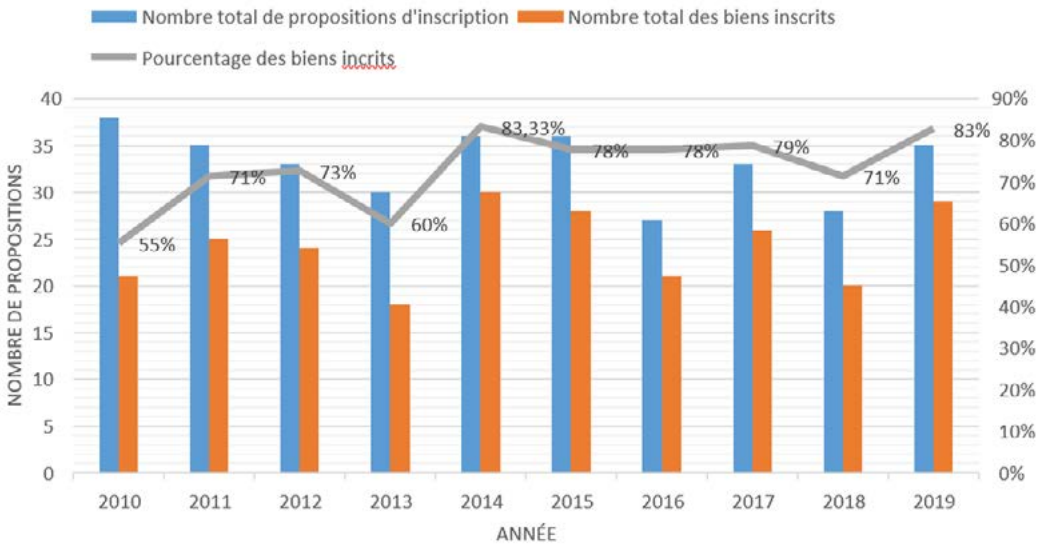


Fig.1 – Pourcentage de candidatures inscrites par le Comité par rapport au nombre total de candidaturessoumises en 2014-2018

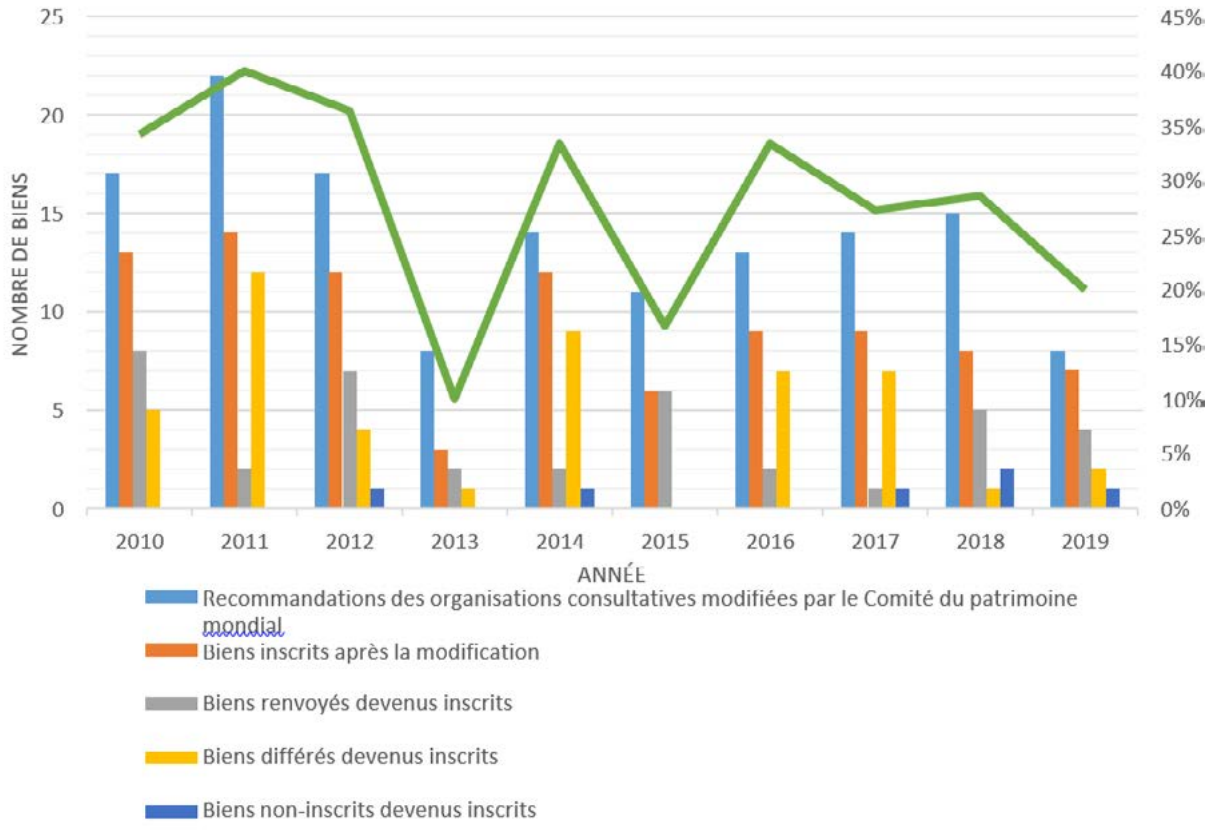


Fig.2 – Nombre de candidatures inscrites après que le Comité a modifié les recommandations des Organisations consultatives et leur pourcentage par rapport au nombre total de candidatures soumises

L'importance symbolique que revêt le patrimoine mondial de l'UNESCO, devenu une image de marque pour les États parties cherchant une reconnaissance internationale et un moyen leurpermettant de réaliser le développement social et économique local par le biais de l'inscription sur la Liste, figurent parmi les différentes raisons amenant le Comité à modifier fréquemment les recommandations des organisations consultatives. En conséquence, comme le démontre la Fig. 2, un grand nombre de candidatures ayant obtenu des recommandations négatives par les organisations consultatives sont inscrites sur la Liste.

Ces résultats montrent que la compréhension du patrimoine mondial par les différentes parties prenantes peut varier et qu'il existe une divergence dans la compréhension de l'expertise. Ce résultat est également influencé par le facteur politique, puisque la Convention est un instrument international, géré par les États parties. Néanmoins, ces divergences etcontradictions peuvent contribuer également à l'établissement d'un canal de dialogue international entre les États parties, à l'avancement du concept de patrimoine mondial et à l'amélioration des pratiques de conservation des biens.

Principales raisons pour la modification des recommandations des organisations consultatives

Un résumé des procès-verbaux des réunions du Comité du patrimoine mondial entre 2010 et 2019 (*Ibid.*) nous permet d'en savoir plus sur les raisons pour lesquelles le Comité a modifié les recommandations des organisations consultatives et décidé d'inscrire les candidatures recommandées initialement pour non-ins-

cription, renvoi ou un examen différé. Les raisons peuvent être divisées en neuf catégories et classées par ordre de priorité en fonction du nombre de fois où elles ont été mentionnées. La raison la plus fréquemment évoquée est qu'une candidature possède une valeur universelle exceptionnelle évidente, suivie de l'accent mis sur la diversité et l'unicité culturelles, puis que la proposition d'inscription représente un échange de valeurs humaines et un dialogue des civilisations et qu'elle symbolise ou qu'elle est susceptible de promouvoir la paix (Fig. 3).

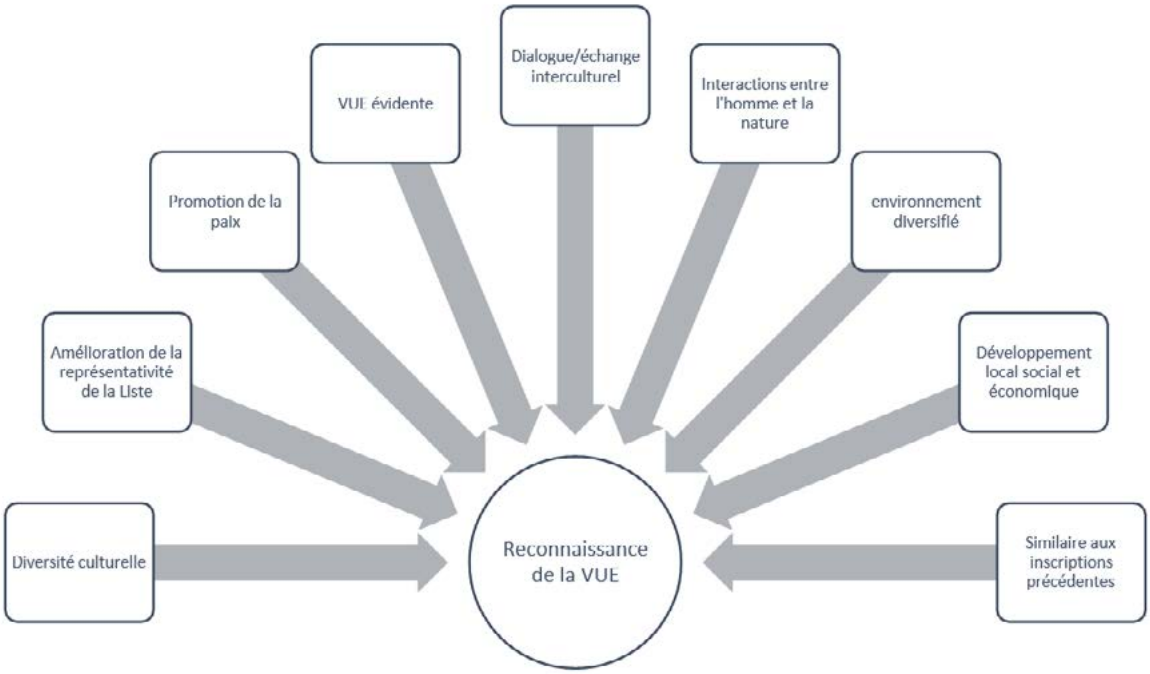


Fig.3 – Critères pris en compte par le Comité dans la justification de la VUE lors de l'inscription d'un bien sur la Liste

Le Comité et les organisations consultatives ont fait preuve fréquemment d'un désaccord en matière de l'existence de la valeur universelle exceptionnelle de candidatures. Les organisations consultatives identifient la valeur universelle exceptionnelle principalement à partir d'une analyse comparative globale et l'application des dix critères de sélection, tandis que certains États membres du Comité jugent la valeur universelle exceptionnelle d'un pointde vue intuitif ou perceptuel et donc, plus subjectif. En raison de leur propre histoire et de leurcomposition, l'évaluation des organisations consultatives portant sur l'authenticité, l'intégrité et l'état de protection et de gestion d'un bien, peut être néanmoins basée sur des idées européennes de conservation du patrimoine. Cet effet, lié au mécanisme et les origines de la Convention, a été souligné par tous les sujets que nous avons interviewés en 2018-2019 dans le cadre de nos recherches, provenant des pays non européens. Les sujets provenant des pays européens se contentent quant à eux, à conclure majoritairement que la Convention peut être basée sur « les valeurs occidentaux », mais qu'elle est adoptée par les pays du monde entier qui les a acceptées et rendues universelles.

La composition du Comité permet des perspectives plus diverses, notamment en ce quiconcerne les identités régionales, religieuses et culturelles. Pourtant, cela tend à donner une importance spécifique à la VUE, qui risque d'être moins représentative et universelle. Le Comité attache aussi une importance vitale aux propositions d'inscription qui traduisent un échange de valeurs humaines et un dialogue des civilisations.

Par exemple, les candidatures représentant des communautés ou des représentants multiculturels et multi-religieux où coexistent harmonieusement des différents groupes ethniques sont considérées comme ayant certaines significations spirituelles ou symboliques qui font preuve de la compréhensionmutuelle entre les cultures et l'harmonie dans l'humanité et font preuve du pouvoir de la tolérance. Par leurs inscriptions, ces candidatures peuvent contribuer à la promotion de la paixet de la stabilité régionale au sens politique et accélérer la réalisation des objectifs stratégiquesde l'UNESCO consistant à promouvoir la paix et le développement par le biais d'un programme international de protection du patrimoine. Pour ces raisons, même si ce type de propositions d'inscription peut poser un problème en termes de valeurs patrimoniales, d'analyse comparative, d'authenticité et d'intégrité, ou de protection et de gestion, elles sont susceptibles d'être inscrites sur la Liste par le Comité.

Le Comité a également inscrit des propositions d'inscription qui présentent une coexistence harmonieuse entre l'homme et la nature, c'est-à-dire l'aboutissement d'interactions entre la culture et la nature. Cet argument est soutenu par le fait que le caractère unique de la*Convention du patrimoine mondial* se base sur la cohabitation de la culture et de la nature.

Fig.4 – Critères pris en compte par les organisations consultatives lors de l'évaluation d'un bien proposé àl'inscription sur le Liste du patrimoine mondial

Au cours de la dernière décennie, un grand nombre de propositions d'inscription initialement recommandées pour être différées ou renvoyées ont été inscrites sur la Liste, ce qui montre une divergence dans l'importance accordée par le Comité et les organisations consultatives ence qui concerne d'autres aspects nécessaires pour prouver l'existence de la VUE. Dans leurs recommandations, les organisations consultatives considèrent les critères de la VUE, l'authenticité et l'intégrité, ainsi que l'état de protection et de gestion (Fig. 4), comme trois conditions indispensables pour l'inscription sur la Liste, qui sont également clairement spécifiées dans les *Orientations*. Cependant, le Comité se concentre principalement sur la déclaration de la VUE, son caractère unique et sa représentativité dans les domaines culturels spécifiques et néglige dans une certaine mesure des problèmes qui peuvent être liés à l'état de protection et au plan de gestion. Le Comité insiste plus sur la part symbolique du patrimoine mondial que sur ses formes matérielles. Lors des sessions précédentes analysées, le Comité a noté qu'un bien peut être inscrit sur la Liste lorsque sa VUE et les critères proposés justifiés par une analyse comparative sont approuvés par les organisations consultatives, alors que d'autres faiblesses peuvent être résolues à travers des rapports de suivi, après son inscription.

Les différentes perspectives et méthodes d'évaluation utilisées conduisent inévitablement à des divergences entre le Comité et les organisations consultatives. En ce qui concerne les propositions d'inscription qui ne répondent pas pleinement aux exigences d'authenticité, d'intégrité, de protection, de gestion et de suivi, les

organisations consultatives demandent qu'elles soient différées ou renvoyées, tandis que le Comité soutient leur inscription dans la plupart des cas. Le Comité peut reconnaitre leur diversité culturelle et l'existence de la valeur universelle exceptionnelle, affirmant que les candidatures représentent des cultures uniques tout en faisant partie du patrimoine humain, de sorte que les cultures de certaines communautés particulières puissent obtenir une reconnaissance et une valeur portée au niveauinternational. Les propositions revêtant d'une importance particulière pour les populations locales ou d'une valeur spécifique pour une région peuvent être reconnues et inscrites sur la Liste par le Comité, même si leur valeur universelle exceptionnelle n'est pas considérée comme démontrée par l'analyse comparative pour les organisations consultatives.

En résumé, la compréhension particulière de la valeur universelle exceptionnelle par le Comité lui permet d'adopter des exigences moins strictes en matière de jugement de la valeur,en autorisant à l'État partie d'apporter des améliorations aux mécanismes de gestion et de conservation du bien une fois qu'il est déjà inscrit, ce qui n'est pas conforme à la procédure proposée par les *Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial*. Évidemment, derrière ces raisons, souvent liées aux valeurs symboliques, existent des raisons politiques, qui restent néanmoins difficiles d'analyser en dehors d'un système international qui dépasserait le contexte du patrimoine mondial. Aucun acteur interviewé lors de cette recherche n'a nié l'effet de la politicisation de la Liste du patrimoine mondial, de plusen plus visible dans les décisions du Comité.

Les conséquences des contradictions dans la compréhension de la VUE et les futurs changements de la Liste du patrimoine mondial

La proposition d'inscription sur la Liste du patrimoine mondial et son évaluation sont le résultat de différents facteurs. Le mécanisme opérationnel du patrimoine mondial suggère l'importance du soutien des organisations consultatives au fonctionnement du Comité qui devrait respecter ses recommandations afin de garantir la mise en œuvre de la Convention et la crédibilité de la Liste. En revanche, les organisations consultatives et le Comité se confrontent souvent dans leurs analyses qui précèdent l'adoption des décisions. Leur perception de la VUE est souvent dialectique. Ils se composent de nombreuses personnes ou entités, ce qui rajoute une complexité à la procédure d'évaluation.

Le Comité du patrimoine mondial, composé de représentants d'États parties, a deux types d'objectifs à défendre : projeter l'image internationale et préserver la politique internationale. Le Comité devrait préserver l'unité et la collaboration entre les États parties, encourager le dialogue et l'entente entre les États parties et se focaliser dans une certaine mesure sur les relations multilatérales entre les États parties et les décisions politiques plus que les organisations consultatives. Le pouvoir de la décision appartient au Comité, alors que les droits des organisations consultatives représentant l'autorité académique sont plus restreints[3].

Pour les États parties, le patrimoine mondial ne désigne pas seulement l'ensemble des pratiques de conservation professionnelles, mais également des ressources importantes pour lapromotion et le développement socio-économique. L'inscription sur la Liste du patrimoine mondial est le fruit d'efforts déployés à long

3 Ces derniers sont présents aux sessions du Comité du patrimoine mondial, exercent leur rôle consultatif, mais n'ont aucun droit de vote ni de prise de décision

terme par différentes parties. Le label dupatrimoine mondial signifie une reconnaissance par la communauté internationale et il est associé à la fierté nationale. Cette situation stipule qu'il veut être atteint à tout prix, puisqu'il représente un élément communicationnel important, ainsi qu'un levier pour des financements,un atout pour le développement territorial, notamment lié au tourisme, et un argument de communication pour les politiques ayant soutenu le projet. En tant que propriétaires de biens et organisateurs de propositions d'inscription, les gouvernements locaux et les groupes concernés expriment leur volonté lors du processus d'inscription. Tous ces facteurs ont un impact sur les décisions du Comité du patrimoine mondial.

Une compréhension différente de la valeur universelle exceptionnelle par les différents acteurs participant à la procédure d'inscription et à l'évaluation du patrimoine mondial est la raison sous-jacente qui produit des contradictions dans la constitution de la Liste. Sa nature plastique permet au Comité de l'interpréter de manière leur facilitant la modification des recommandations d'experts formulées par les organisations consultatives. Dans ce processus, les organisations consultatives, le Comité et les États parties continuent de mettre à jour leur compréhension de la VUE, qui est une notion dynamique.

La nature exceptionnelle du bien existe à condition de porter la valeur universelle. Pourtant, avec le développement de l'idée de diversité culturelle au cours des dernières années, le Comité remplace parfois l'universalité par un caractère unique et reconnaît la valeur universelle sur la base du fait que la candidature relève d'importance pour un groupe particulier de personnes. Une telle méthode de sélection a conduit à un élargissement excessif de la Liste et à un assouplissement continu de l'application des critères de sélection. La poursuite de cette pratique réduirait inévitablement la représentativité et la crédibilité de la Liste.

Les problèmes ayant affecté les dernières sessions, analysées ci-dessus, mènent inévitablement à des changements importants de la procédure d'inscription. Ils peuvent mêmemettre en danger la Convention. Néanmoins, les opinions d'acteurs diffèrent : certains évoquent la « mort de la Convention », alors que d'autres décrivent ces changements comme une évolution inévitable dans le contexte contemporain, à plus de quarante ans depuis son adoption initiale et les toutes premières inscriptions. Parallèlement au développement du programme pour la protection du patrimoine mondial, le nombre d'États parties a considérablement augmenté, ainsi que de thèmes liés à la représentation des régions plus diversifiés sur la Liste. Tous ces éléments ont redonné vie aux idées et aux pratiques actuelles du patrimoine mondial.

En revanche, la raison pour laquelle le concept du patrimoine mondial reste valable jusqu'à aujourd'hui tient à la mise en œuvre stricte des critères de sélection, à la VUE universellementreconnue par les États parties, et à l'état de conservation durable des biens inscrits. Si toutes ces exigences sont abandonnées, la réputation du patrimoine mondial et ainsi les ressources du développement social et économique qu'il peut fournir aux États parties seront réduites. Seule une mise en œuvre stricte des critères et des procédures objectives et transparentes peut garantir la qualité de la Liste de manière à assurer la conservation et la protection durable des biens du patrimoine mondial. Quels effets auraient alors les mutations produites lors de ces dernières sessions ? Quels sont les facteurs clés inhérents à la procédure de patrimonialisation qui permettront la sauvegarde de la Convention ? Les effets des mutations évoquées ci-dessus sont-ils réversibles ou auront-ils pour conséquence un profond changement au sein du mécanisme du patrimoine mondial ?

Bibliographie

Cameron, C. (2005). Évolution de l'application du concept de « valeur universelle exceptionnelle » au patrimoine culturel et naturel. UNESCO, WHC- 05/29.COM/INF.9B, Paris, Unesco, 15 juin 2005, pp. 2-9.

Davallon, J. (2006). *Le don du patrimoine* : *une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris, Hermès science publications Lavoisier.

Economist. (2010).UNESCO's World Heritage Sites: A Danger List in Danger, 26 August 2010, https://www.economist.com/international/2010/08/26/a-danger-list-in- danger.

Heinich, N. (2009). *La fabrique du patrimoine*, *De la cathédrale à la petite cuillère*. Paris, Maison des Sciences de l'Homme.

Meskell, L. (2012). The rush to inscribe: Reflections on the 35th Session of the World Heritage Committee, UNESCO Paris, 2011, *The Journal of Field Archaeology*, vol. 37, nº 2, 2012, pp. 145-151.

Nora, P. (1997). *Science et conscience du patrimoine*. Paris, Fayard.

Rasse, P. (2012). Traces patrimoine, mémoire des cultures populaires, *ESSACHESS. Journal for Communication Studies*, vol. 5, no. 2(10) / 2012, pp. 245-254.

Rautenberg, M. (2007). Les « communautés » imaginées de l'immigration dans la construction patrimoniale. *Les Cahiers de Framespa*, n° 3.

UNESCO. (2010). WHC-10/34.COM/20, Paris, Unesco.

UNESCO. (2010). WHC-10/34.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2010). WHC-10/34.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2010). WHC-10/34.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2011). WHC-11/35.COM/20, Paris, Unesco.

UNESCO. (2011). WHC-11/35.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2011). WHC-11/35.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2011). WHC-11/35.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2012). WHC-12/36.COM/19, Paris, Unesco.

UNESCO. (2012). WHC-12/36.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2012). WHC-12/36.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2012). WHC-12/36.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2013). WHC-13/37.COM/20, Paris, Unesco.

UNESCO. (2013). WHC-13/37.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2013). WHC-13/37.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2013). WHC-13/37.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2013). WHC-13/37.COM/INF.8B2.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2014). WHC-14/38.COM/20, Paris, Unesco.

UNESCO. (2014). WHC-14/38.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2014). WHC-14/38.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2014). WHC-14/38.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2014). WHC-14/38.COM/INF.8B2.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2015). WHC-15/39.COM/20, Paris, Unesco.

UNESCO. (2015). WHC-15/39.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2015). WHC-15/39.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2015). WHC-15/39.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2016). WHC-16/40.COM/20, Paris, Unesco.

UNESCO. (2016). WHC-16/40.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2016). WHC-16/40.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2016). WHC-16/40.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2016). WHC-16/40.COM/INF.8B2.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2017). WHC-17/41.COM/20, Paris, Unesco.

UNESCO. (2017). WHC-17/41.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2017). WHC-17/41.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2017). WHC-17/41.COM/INF.8B1.Add2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2017). WHC-17/41.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2017). WHC-17/41.COM/INF.8B2.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2018). WHC-18/42.COM/20, Paris, Unesco.

UNESCO. (2018). WHC-18/42.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2018). WHC-18/42.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2018). WHC-18/42.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2018). WHC-18/42.COM/INF.8B2.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2019). WHC-19/43.COM/20, Paris, Unesco.

UNESCO. (2019). WHC-19/43.COM/INF.8B1, Paris, Unesco.

UNESCO. (2019). WHC-19/43.COM/INF.8B1.Add, Paris, Unesco.

UNESCO. (2019). WHC-19/43.COM/INF.8B2, Paris, Unesco.

UNESCO. (2019). WHC-19/43.COM/INF.8B2.Add, Paris, Unesco.

Forme de communication du bricolage expérientiel dans des espaces organisationnels en mouvement

Bricolage of Experience's Communication in traditional companies

Carisia ONDO, Doctorante au Laboratoire DICEN-IDF, CNAM
o.carisia@gmail.com

Mots clés : Co-expérience, *Émotion,* Intuition, Changement Exponentiel, Normes.

Keywords: Co-experience, Emotion, Intuition, Exponential Change, Norms.

Résumé

Cet article constitue une réflexion sur l'expansion de la *communication affective* (Martin-Juchat et Lépine, 2018) dans les organisations productives classiques favorisée par le basculement versle *bricolage expérientiel* face au *changement exponentiel* (Autissier et al, 2018). Contrairementà notre hypothèse, l'étude révèle une *convergence hybride* plutôt qu'un *basculement généralisé*vers ces approches intuitives, participatives et affectives qui s'inscrivent dans les nouvelles formes de travail.

Abstract

This paper describes how *affective communication* (Martin-Juchat & Lépine, 2018) is spreadingto ordinary companies. *The study shows that* with *exponential change* (Autissier et al, 2018), organizations adopt *bricolage of experience* which includes this new communication approach.Even if these news approaches emerge differently in these traditional companies.

Forme de communication du bricolage expérientiel dans desespaces organisationnels en mouvement

Carisia Ondo

Contexte : Des formes de communication dans la participation classique à la communication émotionnelle liée au Bricolage expérientiel

La question des pratiques participatives liées au changement organisationnel a été abordée en Science de l'Information et de la Communication depuis environs deux décennies peu après laremise en cause de *l'approche managériale de leadership de changement* de Kotter (1996) dominante dans les années 1990. En effet, « la relative réussite des démarches instrumentales pour les projets de changement informatique de type ERP (…) liée à cette approche managérialede Kotter (op ; cit.), s'est trouvée en difficulté pour instruire des projets de changements dorénavant conditionnés par l'innovation et la participation de toutes les parties prenantes » (Autissier et al, 2018). De sorte que « *les formes participatives et de communication étaient devenues une pièce centrale du changement organisationnel* » (De Crescenzo, 2000, cité par Pélage, 2004). Les actions participatives observées dans les secteurs privé et public *exigeaientune circulation des informations* et donc un important dispositif de communication (De Crescenzo, 2000, cité par Pélage, op ;cit.) pour accompagner ces actions participatives dans la conduite du changement.

De la crise économique de 2008 à 2014 environs, cette vision initiale des formes de participation des parties prenantes et de communication a connu une évolution vers le besoin de développement du modèle de *co-construction pour s'adapter au changement* devenu *continu* (Foudriat, 2013 ; 2014*)*. Le modèle de co-construction, en effet, semblait décrire une participation plus appropriée parce qu'elle était non seulement plus élargie vers plus de partiesprenantes, mais était aussi axée sur une réelle confrontation entre ces échelons supérieurs et inférieures. S'articulant ainsi autour d'un modèle de communication focalisé sur des itérations,des brainstormings ou encore échanges informels co-constructifs entre acteurs pour s'ajuster progressivement face à la situation réelle d'activité contre des règles prescrites souvent décaléesde cette réalité. Cependant, depuis un temps assez récent, ces formes de participation co-constructive semblentencore évoluées vers d'autres modèles participatifs et de communication. En effet, depuis quelques années, les changements semblent davantage s'accélérer en faisant partie du quotidienà un niveau macro et non plus seulement dans des micro-situations ; au point que la modélisation par la standardisation et la normalisation pour la stabilisation organisationnelle apparait comme étant *difficile*, mais surtout *révolue*. En effet, les changements ne sont plus essentiellement vus comme étant continus dans des micro-situations quotidiennes comme le démontrait la liaison entre *la théorie de l'action située* et *le changement continu* (Foudriat; idem). Ils sont devenus *exponentiels* ; c'est-à-dire « multiples, violents, rapides et étendus au niveau macro nécessitant la mise en place d'une Direction de la Transformation au niveau stratégique » (Autissier et al., idem). Ce qui suscitent de nouvelles interrogations sur l'évolution de modèles de participation et de communication émergeants. C'est dans cette optique que nous avons choisis d'effectuer notre étude. L'objet de notre article

consiste en effet à présenter l'une des démarches en réponse à la gestion du changement devenuexponentiel. Il s'agit du bricolage expérientiel qui constitue un modèle participatif basé sur l'intuition mobilisant une approche communicationnelle affective ou émotionnelle. En cela, notre objectif vise à décrire cette forme de communication émotionnelle qui s'articule autour de ce bricolage expérientiel. Pour cela, notre plan repose en amont sur la présentation de la problématisation de notre étude, qui découle sur la description du corpus théorique justifiant laconceptualisation du bricolage expérientiel et le recours à la théorie de la communication affective. Puis, nous présentons la méthodologie de recherche et les résultats obtenus avant deconclure.

Problématique, hypothèse et questions de recherche

Le changement exponentiel est la traduction d'une forme inédite de changement auquel les organisations sont actuellement confrontées. D'un précédent contexte organisationnel marqué successivement par un changement ponctuel correspondant au passage d'un point A à un pointB stable géré de façon descendante, puis par un changement continu géré de façon co- constructive dans des micro-situations, actuellement les organisations sont dans cette dynamique de changement exponentiel qui apparemment remet profondément en question la place des normes et des structures. Dans la logique des modalités ponctuelles et co- constructives, en effet, « le changement est traité comme un évènement extraordinaire de la vie d'une organisation qu'il convient de traiter pour revenir à un état de stabilité » (Autissier et al.,idem) par l'élaboration de standards ou de normes. Alors que dans le changement exponentiel

« ce n'est plus l'état de changement qui sera une situation à part mais au contraire l'état de stabilité » (Autissier et al., ibid.). Ce qui impacte fortement les formes sociales dans l'organisation de sorte que les modalités de normalisation et de structuration censées réguler les changements ne semblent plus pouvoir suivre leur mouvement pour les encadrer.

Face à cette situation, comment les organisations réagissent-elles ? Ne se sentent-elles pas obliger de s'orienter vers des approches organisationnelles plus adaptatives au changement exponentiel différentes des approches standardisées focalisées sur la normalisation visant la neutralisation du changement ? L'hypothèse que nous énonçons est que les organisations basculent vers des pratiques expérientielles et collaboratives pour anticiper et s'adapter au changement exponentiel. C'est-à-dire qu'elles adoptent du bricolage expérientiel. En effet, ne pouvant plus se baser sur des normes qui apparaissent comme étant parfois obsolètes ou non adaptées pour une gestion du changement, les acteurs en organisation bricolent en se fiant à leur expérience propre, à leur *vécu plutôt que de suivre des standards.* Ils co-construisent intuitivement entre managers et collaborateurs au sein des équipes pour trouver des solutions et inventer des pratiques. Où cetteco-organisation intuitive repose sur l'implication des collaborateurs en prenant en compte toutes leurs dimensions, c'est-à-dire tant celles leur émotion que leur capacité d'autonomisationet de responsabilisation. Chacun est donc non seulement en droit de se référer à son vécu, maisest aussi encouragé à exprimer ses émotions qui comptent pour la prise de décision et la prise d'initiative. Et pour nous, cette situation de co-construction intuitive et émotionnelle repose surle recours à un mode communicationnel tout aussi émotionnel ou affectif dont nous pensons qu'il est important de vérifier l'émergence et d'analyser les caractéristiques. Aussi, pour notrearticle, nous répondons aux questions suivantes :

- Les organisations convergent-elles effectivement vers le changement exponentiel qui entraine le basculement vers le bricolage expérientiel d'où découle la communication affective ?
- Comment s'effectue leur déploiement ?

Corpus théorique : Repenser les modèles de co-construction et de communication affective

L'évocation des formes de participation et de communication pour accompagner le changementn'est pas inédite à notre étude. Ce que nous pensons être émergeant c'est l'implication des émotions et de l'intuition face à la nouvelle donne du changement exponentiel. Aussi, pour mettre en évidence les pratiques communicationnelles émotionnelles qui s'articulent autour dubricolage expérientiel, nous mobilisons d'une part l'approche organisationnelle de co- construction (Foudriat, ibid.) qui est ici revisitée dans le concept de bricolage expérientiel. Et d'autre part nous nous référons à la théorie communicationnelle affective (Martin-Juchat & Lépine, 2018) qui pour nous, n'est plus exclusive aux organisations sanitaires, mais s'étend ausein de tous types d'organisations.

3.1 Le bricolage expérientiel : une approche revisitée de la co-construction

Les forme de participations intuitives illustrées ici par le bricolage expérientiel ne font pas encore l'objet de nombreuses études. L'intuition en elle-même a été évoquée par plusieurs auteurs sous différents vocables. Lévi-Strauss (1962) la mentionne quand il parle d'intelligencesensible et intuitive chez le primitif ou bricoleur opposé à l'ingénieur. Et Weick (1969) en parleen citant le bricolage pour désigner l'improvisation d'un acteur en situation à haut risque dansle processus d'enactement. Ainsi, Dans toutes ces perspectives, se fier à l'intuition ou au bricolage réfère donc soit à une approche essentiellement individualiste, soit à un détournement des règles prescrites. Or, dans le bricolage expérientiel, nous mettons en avant, non seulementles dimensions collaboratives qui ne sont pas évoquées dans les précédentes approches de bricolage et d'intuition ; mais aussi celles intuitives qui ne sont pas corrélées à la théorie de la co-construction telle qu'énoncée par Foudriat (op.cit.). En effet, la co-construction sous-entendessentiellement la participation et la confrontation des points de vue des différents acteurs pourrépondre à un problème situationnel ou pour initier un microchangement de façon informel.

« Pour un cadre, se référer à la co-construction c'est à la fois définir et être garant d'un espacedélibératif particulier qui introduit d'autres formes d'interactions entre les subordonnés entre eux et entre ces derniers et lui-même » (Foudriat, idem). Alors que dans le bricolage expérientiel, il s'agit du croisement de l'intuition et de la collaboration. Le bricolage expérientiel constitue donc une forme différente de co-construction.

Concrètement, dans le concept de bricolage expérientiel, nous avons bien entendu cette notionde bricolage qui fait référence à l'usage qu'en fait Lévi-Strauss (op, cit.) lorsqu'il désigne les actions intuitives du bricoleur opposées à celles rationnelles de l'ingénieur ; ou encore, la notion

« du faire ou do it yourself » ou agir en autonomie au sens décrit par Michel Lallement (2015).Mais il y a aussi la notion d'expérientiel ou d'expérienciation qui sous-entend l'expérience propre, l'empowerment ou encore l'autonomisation qui s'appuie d'une part sur la théorie de l'expérience pragmatique de Dewey (1934) ; et d'autre part sur la perspective du marketing expérientiel (Badot & Cova, 1995). A la simple différence que pour Badot et Cova (idem), il s'agit d'une conception innovante de fabrication des produits basée sur la prise en compte des émotions des consommateurs. Alors que dans le bricolage expérientiel, il s'agit de la prise en compte des émotions et de la transformation des postures des collaborateurs qui s'inscrivent dorénavant dans la co-construction, *l'empowerment collectif* ou l'*agir ensemble* (Silva, 2017).Autrement dit, pour nous, l'expérientiel traduit la co-expérience pragmatique ou co- construction pragmatique.

Le concept de bricolage expérientiel est donc constitué de ces deux « notions complémentaires » qui traduisent littéralement « le faire ensemble, non à partir de modèle préexistant, mais à partir d'une expérience propre de façon intuitive». Ce que nous transposonsdans le monde du travail comme une approche pragmatique de travail où managers et collaborateurs expériencient des projets ensemble intuitivement dans la collégialité sans se focaliser sur des process et des normes. Ce qui s'oppose à une approche traditionnelle basée surla hiérarchisation et les approches processus dominante jusque-là.

3.2 Le bricolage expérientiel : vers une expansion de la communication affective ?

Nous mobilisons la théorie de la communication affective (Martin-Juchat & Lépine, idem) pournous situer sur la place et la généralisation de l'expression des émotions dans les organisationsclassiques. L'impact de la communication affective, en effet, a déjà été étudiée dans les organisations sanitaires comme le démontrent Martin-Juchat et Lépine (op ;cit.). Et « le choix de cette population repose sur l'hypothèse selon laquelle l'hôpital est un de ces lieux où les émotions sont très présentes et demandent une régulation spécifique par les soignants et les cadres » (Martin-Juchat et Lépine, ibid.). Mais en dehors cette étude-là et de celles élaborés enpsychologie du travail, il n'y a pas d'autres effectuées dans les autres types d'organisation parceque l'expression des émotions était plutôt prohibée et mal vue jusque-là. Aujourd'hui que cettedonne semble s'inverser, nous voulons mettre en évidence leurs caractéristiques et leurs modes d'usage. Le recours à la théorie de la communication affective nous sert donc de base analytiquepour nous justifier sur l'implication des émotions dans la communication, par laquelle elles sontvéhiculées. Ainsi, nous nous inscrivons dans cette perspective émotionnelle communicationnelle qui ne selimite plus aux espaces organisationnels de santé, mais s'étend dorénavant à l'ensemble des organisations par l'émergence du bricolage expérientiel. En ce sens, notre article vise à proposerun nouveau concept qui traduit un modèle organisationnel innovant duquel découlerait une forme de communication différente des approches organisationnelles classiques utilisées jusque-là. Et dans cette optique, l'étude de terrain à consister en la vérification de notre hypothèse sur l'émergence du bricolage expérientiel et de la forme de communication affectiveface à l'émergence du changement exponentiel.

Méthodologie de terrain : Étude qualitative

Pour notre terrain, nous avons procédé à une étude qualitative par la conduite d'entretiens semi-directifs menées auprès de 33 acteurs faisant partie d'entreprises variées dont l'industrie, le service et le consulting. Nous

y avons interrogé des managers de proximité ou chefs d'équipes,des Responsables de Ressources Humaines, des Directeurs Techniques, des Directeurs de Transformation, des Directeurs de la Communication, un Syndicaliste, des Consultants et desCollaborateurs. Cet échantillon comportait 22 hommes et 11 femmes dont les âges se situent entre la vingtaine et la cinquantaine et qui ont en majorité des postes de responsabilité (30) par rapport à un nombre inférieur de collaborateurs (3). Comme nous l'avons indiqué dans le tableau ci-dessous.

Postes	**Nombre de Femmes**	**Nombre d'Hommes**	**Secteurs d'Activité**
Managers	10	15	-Service (Logiciel, Courrier, Assurance, Numérique, Banque) -Industrie (Énergie)
Collaborateurs	1	2	-Service (Logiciel, Courrier, Assurance, Numérique, Banque)
Indépendant/Consultant	-	4	-Consultant RH -Consultant Codéveloppement -Créateur d'ÉcosystèmeRésilient
Délégué Syndical	-	1	-Industrie (Énergie)

Tableau 1-Classification de l'Échantillon

Comme nous ne connaissions pas ces personnalités généralement très occupées et difficilementaccessibles, nous avons procédé par deux méthodes. Une partie de ces personnes a donc été contactée à partir d'une invitation sur le réseau numérique LinkedIn où nous avions souscris àun abonnement Premium mensuel. Alors qu'une une autre partie a été mise en relation avec nous par le bouche-à-oreille à partir de certaines de nos connaissances. Ce qui nous a permis demener des entretiens avec une connotation compréhensive et constructiviste dans la mesure oùpour notre étude « (…) les discours recueillis sont vus comme une co-construction de la réalitépar les enquêteurs et les enquêtés » (Charmillot et Dayer, 2007) . Nous avons, en effet, ajusté notre guide d'entretien au moyen de va-et-vient entre le terrain et la théorie à partir de questionsfaiblement orientées pour mieux mettre en évidence la réalité du terrain. Il nous a paru important d'interviewer plus de managers que des collaborateurs pour plusieursraisons. Premièrement, pour savoir comment était géré et considéré le changement. Ensuite pour cerner concrètement quelles pratiques communicationnelles étaient déployées dans leurs situations de travail. Et enfin pour appréhender comment ces pratiques communicationnelles étaient impulsées.

Les interviews se sont déroulées sur trois temps. Une première vague a été menée en avril 2018 ;l'autre en été 2018 (juillet/août) et la dernière s'est effectuée entre septembre et décembre 2019.Le temps d'écart entre les interviews nous a permis d'ajuster les questions à la réalité de terrainqui était souvent émergeante et donc nécessitait un temps plus long pour une évaluation murie.Les thématiques du guide d'entretien portaient sur

la nature des types de changements auxquelssont confrontées les organisations, sur les modèles organisationnels développés pour conduireces changements et enfin sur les formes de communications déployées face au modèle organisationnel développé. Nous avons ensuite traité les données recueillies manuellement en en faisant la classification et la liaison entre les réponses évoquées et l'hypothèse énoncée pourvérifier sa validité.

Résultats

Les résultats obtenus révèlent effectivement *une convergence organisationnelle* vers *nos trois variables que sont le changement exponentiel, le bricolage expérientiel et la communication affective, mais qui s'opère de façon hybride et non univoque contrairement à un basculement total que nous avions* évoqué *en hypothèse*. Le tableau suivant récapitule ses diverses approches par rapport à leurs caractéristiques, aux types d'entreprise où elles sont déployées, à leurpropension de déploiement et aux motifs de déploiement.

	ChangementExponentiel	**Bricolage Expérientiel**	**Communication Affective**
Caractéristiques	- *Plusieurs changements en cours de réalisation : Numérisation, Agilité, Politique* écologique - *Mise en place d'équipe ou de Personne pour la Transformation*	*Recours à des pratiques et outils intuitifs utilisés en individuel et/ou en collectif: MBTI, Codéveloppement, Test and Learn*	*Expression de l'humeur positive ou négative avec des* émojis, *verbalement individuellement, à deux ou en groupe plus* élargi
Propension de Développement	*100% dans les entreprises*	*30% dans toutes lesentreprises*	*70% dans toutes lesentreprises*
Motifs de déploiements	*Impératif*	*Nouvelle tendance et résistance culturelle*	*Tendance plushumaniste*

Tableau 2-Récapitulatif des Résultats

A partir de ce tableau, nous pouvons souligner que le positionnement du changement à un niveau *exponentiel et stratégique* constitue bien une réalité retrouvée dans tous les modèles d'organisations actuels. En effet, nous avons interrogé 4 TPE, 3 PME, 1 ETI, 1 Institution et 9multinationales, dans lesquelles le changement constitue à la fois un facteur de contingence transformationnel et un modèle d'action et de comportement. Autrement dit, pour l'ensemble de ces organisations, le changement est devenu à la fois le motif de transformation et la normecomportementale. L'ensemble des interviewés parle concrètement de la nécessité des personneset de l'organisation « d'être agiles, mobiles et proactives » (*Tous les Interviewés*). Ce sont doncles personnes qui se transforment face à des transformations organisationnelles substantiellement multiples, rapides et inconditionnelles car étant principalement *liées* à l'impératif de la numérisation, aux recommandations environnementales ou encore à la nécessité du développement des pratiques collaboratives. Ainsi, dans certaines entreprises, on retrouve simultanément l'ensemble de ces trois dimensions transformationnelles.

Par exemplel'une des multinationales étudiées a depuis 2015 entrepris une transformation globale désignée sous termes « les trois D » pour dénoter « Décentralisation, Décarbonisation et Digitalisation »(Syndicaliste Multinationale). Alors que dans les autres organisations, on retrouve au moins deux de ces aspects transformationnels sous des noms de projets propres dans cette logique denécessité d'agilité comportementale et organisationnelle.

Par ailleurs, de cette agilité comportementale et organisationnelle découlent des comportementset des pratiques organisationnelles innovants. Dans un premier temps, elle suscite des comportements liés à l'empowerment et la prise d'initiative des collaborateurs dans l'organisation. Mais d'après 30% des organisations interviewées, elle favorise aussi l'émergence de pratiques intuitives et collaboratives que nous avons assigné au bricolage expérientiel. Même si contrairement à ce que nous avons énoncée comme hypothèse, ces pratiques intuitives et collaboratives ne sont finalement pas essentiellement collectives, elles peuvent aussi servir à des fins individuelles. De même que leur déploiement ne s'effectue pas de la même façon dans tous les cas au sein des entreprises étudiées.

En effet, à partir des 30% des organisations qui pratiquent le bricolage expérientiel, 70% recourent à des pratiques intuitives à la fois individuelles et collectives. Toutes ces entreprisesdérogent aux pratiques standardisées, descendantes et encadrées pour adopter entre autres le *test and learn* qui est « une méthode de travail où on va essayer d'avancer en apprenant et en s'adaptant » (Responsable du Développement de la Culture et des Compétences). Dans le mêmecas, on retrouve aussi le recours au *MBTI* (Myers Briggs Type Indicator) qui est un outil d'analyse des préférences de méthodes de travail de chacun ; où la définition des méthodes detravail ne se fait plus de façon imposée. Mais « chaque collaborateur, individuellement, émet ses choix de préférences face aux situations de travail » (Directrice Transformation). Et enfin dans seulement 30%, on a aussi le recours au *codéveloppement* qui est une méthode de résolution de problème, pour le coup essentiellement collective et transversale, « où les avis etles intuitions de tous sont discutés, analysés et échangés collégialement » (Chargé d'étude).

Ensuite, comme nous l'avions évoqué, il y a un déploiement varié de ces méthodes intuitives collaboratives. Dans 80% des entreprises étudiées, ces méthodes intuitives collaboratives restent réservées à certaines équipes expérimentales et ne sont donc utilisées que pour certainsprojets et/ou situations ciblés. On a, en effet relevé un recours encore exclusif à certaines directions comme les Direction de la Transformation, les DRH et les DSI qui généralement sontles porteurs des projet de transformation et expérimentent d'abord les pratiques avant de les déployer partout. « Parce que ce sont des méthodes de travail innovantes qui se heurtent à culture au sens anthropologique des collaborateurs (…). La mentalité française n'est pas habituée aux responsabilités, à l'échange collégial ou encore à l'expression des intuitions personnelles. C'est donc d'abord un travail à faire sur cette dimension-là qui est fondamentale » (Responsable du Développement des Compétences Culturelles). Alors que

dans 20% des organisations, il y a déjà un déploiement imposé et généralisé de ces pratiques etles acteurs n'ont donc pas d'autres choix. Dans ces entreprises-là, majoritairement des multinationales, les salariés et les managers ont l'obligation de prendre des initiatives, de fairedu codéveloppement et d'être autonomes sinon ils sont sous-évalués voire licenciées pour nonatteinte des objectifs. Ici, la prise en compte de la culture

singulière et nationale n'est pas considérée. Les entreprises veulent être uniformisées ; c'est la culture du Groupe qui prime.

Enfin, nos résultats indiquent un déploiement hybride du bricolage expérientiel, qui apparemment dévoile également un usage de la communication affective qui est tout aussi *nuancé*. Ce qui distingue ces organisations, c'est le recours plus ou moins variés de ces approches communicationnelles affectives.

Nous avons notamment relevé que dans 70% des organisations, la communication étaiteffectivement devenue un canal d'expression des émotions négatives ou positives. « La considération des émotions des salariés est dorénavant importante. Il ne s'agit donc plus pour les salariés d'étouffer leurs sentiments, mais de les exprimer pour l'intelligence collective du groupe » (Directrice de la Transformation). En effet, « par la communication verbale ou non verbale, qu'on soit managers ou managés, chacun a la possibilité de manifester son humeur (colère, frustration, joie, stress, etc.) face à une situation de travail ou face à un collègue » (Responsable Technique). Au cours d'un rendez-vous d'interview, nous-avons nous-mêmes observé *des émojis* sur les ordinateurs individuels dont les collaborateurs se servaient pour indiquer leur humeur. De même, la communication affective était aussi mobilisée dans les séances de codéveloppement, les « daily-meeting », les *brainstormings* ou *en face* à *face* à *deuxpour ceux* à qui cela convient. Pour les managers interviewés, « la culture de la sincérité nécessite de tenir compte des émotions et pas seulement des idées des collaborateurs » (CEO de la Confiance Numérique). Bien que cette pratique communicationnelle affective reste encoreinappropriée pour 30% des organisations, car « *l'expression des émotions ne devrait pas être requise au travail qui reste un lieu non familier »* (Collaborateur).

Conclusion

En somme, par la confirmation de l'émergence hybride du bricolage expérienciel et de la communication émotionnelle, cette étude a mis en évidence l'une des tendances du travail actuel des entreprises pour s'adapter au mouvement organisationnel induit par le changement exponentiel. Ainsi, les entreprises misent dorénavant sur l'implication des dimensions émotionnelles et affectives des acteurs, en plus de leurs capacités cognitives et de responsabilisation. On peut donc se servir de cette étude pour identifier et cartographier une tendance des nouvelles formes de travail parmi d'autres qui peuvent faire l'objet d'autres études.

Bibliographie

Autissier, D., Johnson, K.& Metais-Wiersch, E. (2018). Du Changement à la Transformation. *Question(s) de management*, 21(2), 45-54. doi:10.3917/qdm.182.0045.

Charmillot, M., & Dayer, C. (2007). Démarche compréhensive et méthodes qualitatives:clarifications épistémologiques. *Recherches qualitatives*, *3*, 126-139.

De Crescenzo Jean-Claude & Floris Bernard, «La gestion participative comme objet de communications organisationnelles», Communications organisationnelles, objet, pratiques, dispositifs, Delcambre Pierre (textes réunis par), Presses universitaires de Rennes, 2000.

Dewey, J. (2012). Expérience et nature (trad. J. Zask). *Paris, France: Gallimard*.

Foudriat, M. (2013). 6. Le changement continu. Dans : , M. Foudriat, *Le changement organisationnel dans les établissements sociaux et médico-sociaux: Perspectives théoriques croisées* (pp. 215-244). Rennes, France: Presses de l'EHESP.

Lallement, M. (2015). *L'Âge du Faire. Hacking, travail, anarchie : Hacking, travail, anarchie*.Le Seuil.

Lépine, V. & Martin-Juchat, F. « Situations émotionnelles de cadres de santé : les émotions aucœur de l'action et de la communication », *Revue française des sciences de l'information et dela communication* [En ligne], 15 | 2018, mis en ligne le 01 janvier 2019, consulté le 01 janvier2020. URL : http://journals.openedition.org/rfsic/5114 ; DOI : 10.4000/rfsic.5114

Lévi-Strauss, C. (1962). *La pensée sauvage* (Vol. 289). Paris: Plon

Pélage Milie Théodora. Les approches du changement organisationnel dans les Sciences de l'Information et de la Communication. In: Quaderni, n°54, Printemps 2004. Cinéma français et État : un modèle en question. pp. 43-53.

Silva, F. & Peretti, J-M. (2017) L'expérientiel, nouvel habit de la fonction RH. In Peretti, J. M. (2017). *Ressources humaines : Label Fnege 2018 dans la catégorie Manuel*. Vuibert.

Gouvernance et développement durable : des interactions à l'épreuve d'un flou normatif et définitionnel

Governance and sustainable development: interactions tested by a normative and definitional blur

Benjamin Thicoïpé,
Doctorant en sciences de l'information et de la communication
CERTOP CNRS UMR 5044
thicoipe@hotmail.fr

Mots-clés : Développement durable, interactions, normes, parc naturel régional

Keywords : Sustainable development, interaction, norm, NRPs

Résumé

La notion de développement durable peut être étudiées d'un point de vue communicationnel en tant «qu'opérateurs de neutralisation de la conflictualité» (Krieg Planque, 2010). Celle-ci est souvent associée à celle de gouvernance. Les deux termes sont porteurs d'une pluralité de définitions et de normes. Notre proposition s'interroge, dans une perspective pragmatiste intégrant la définition des « normes» proposée par l'interactionnisme, sur les moyens par lesquels une gouvernance du développement durable est possible en situation de tension.

Abstract

The notion of sustainable development can be studied from a communication point of view as "operators of neutralization of conflictuality" (Krieg Planque, 2010). This is often associated with that of governance. The two terms carry a variety of definitions and standards. Our proposal questions, from a pragmatist perspective integrating the definition of «standards» proposed by actionism, on the means by which a governance of sustainable development is possible in a situation of tension.

Gouvernance et développement durable : des interactions à l'épreuve du flou normatif et définitionnel

Benjamin Thicoïpé

A travers de cette communication, nous entendons exposer certains questionnements ayant émergé autour de « normes » au sens de prescriptions et de proscriptions (Goffman, 1996a) formelles ou informelles (Becker, 2013) lors d'interactions durant la mise en œuvre d'unegouvernance du développement durable (DD). Ces interrogations ont émergé de façon annexe ànotre recherche doctorale s'interrogeant sur l'émergence d'un « public » (Dewey, 2010) lors de lamise en œuvre d'une politique de parc naturel régional (PNR). Nous insistons ici sur la construction de l'objet et des questionnements associés.

« Gouvernance » et « développement durable », des évolutions à l'épreuve d'un contexte normatif « flou »

Depuis trois décennies, les notions de « développement durable » (DD) et de « gouvernance » rencontrent un succès certain. Le DD est tour à tour mobilisé en tant que « concept rationnel » enlien avec une démarche scientifique, que catégorie juridique « associée à un système normatif », ouencore comme un oxymore lorsqu'il prend la forme d'une figure rhétorique (Micoud, 2007, p. 54).La définition canonique du DD, proposée par Gro Brundtland dès 1987, est formulée de façon suffisamment floue pour permettre de multiples interprétations (d'Almeida, 2005). Cette « formule » (Krieg-Planque, 2010) présuppose qu'une solution commune est possible en réponse àdes crises multiples : sociales, économiques et environnementales. Le DD s'inscrit dans une logiquepolitique (Rist, 2015, p. 340) de mise en commun, notamment au travers de négociations (Boutaud,2005). Cet objectif politique vise à permettre des interactions entre acteurs porteurs de visions différentes des problèmes à résoudre. DD et communication sont en ce sens « consubstantiels » (Libaert, 2010, p. 22) et procèdent d'un évitement de la conflictualité : « *La notion de Développement durable contient une promesse de réconciliation* : *réconciliation de ces dimensionscontraires que sont l'*économique, le social et l*'environnemental mais aussi réconciliation des acteurs qui reprennent cette notion* à *leur propre compte et la déclinent* à *leur manière* » (d'Almeida, 2005, p. 8).

La « gouvernance » appartient à une même « épistémè » que le DD (Béal, Pinson, 2013 : 251). Pour Jacques Theys, les politiques de l'environnement, dont le DD est une forme, ont été de « remarquables laboratoires de formes nouvelles de gouvernance » (2002, p. 1). La gouvernance estégalement caractérisée par les multiples définitions qui lui sont rattachées (Simoulin, 2003) et implique l'apport de solutions communes à des problèmes aux enjeux pluriels ainsi qu'uneinvisibilisation de la conflictualité. L'émergence de problèmes transversaux, notamment liés à l'environnement, a induit l'émergence de nouvelles formes politiques ayant pour objectif de permettre la coordination entre acteurs. Le passage d'une logique de « gouvernement » centralisé àune « gouvernance du DD » marque donc une évolution des formes de prise de décision vers moins d'opacité et impliquant davantage de parties prenantes (Duran, Thoenig, 1996).

Ces notions sont étroitement articulées dans la littérature scientifique et sur le terrain à cellesde « négociation », de « concertation », de « délibération », de « débat » ou encore de « controverse ». Dans ces perspectives, les « interactions » entre acteurs porteurs de définitions potentiellement différente du « développement durable » et de la « gouvernance » sont centrales dans la constitutionde leurs traductions politiques. À titre d'exemple, les notions « d'arène publique » (Cefai, 2016) oude « forum hybride » (Barthe, Callon, Lascoumes, 2001) ont été conçues pour rendre compte de cesprocessus.

De nombreuses recherches, à la suite notamment des travaux de Jürgen Habermas, resituent les traductions des politiques de la « gouvernance » et du DD dans un phénomène plus profond de basculement vers de nouvelles formes démocratiques porteuses de « normes » spécifiques : avènement d'une « norme participationniste », d'un « impératif délibératif » (Blondiaux, Sintomer, 2002), évolutions des modalités de légitimation des élus (Duran, 2009) ou encore constitution « d'espaces publics intermédiaires » (Melucci, 1999). Bien que la participationsoit liée à la mise en œuvre de politiques environnementales, comme en témoigne par exemple l'usage du terme de « démocratie environnementale » (Barbier et Larrue, 2011), cette relation reste problématique (La Branche, 2009) en raison des modalités de la participation par exemple dans les enquêtes publiques (Blatrix, 1996) ou de débat publics (Revel, 2007), de refus de participations (Barbier, 2005) ou des modalités de cette dernière dans le cadre d'associations (Rui et Villechaise-Dupont, 2005).

C'est ainsi qu'un phénomène différent est décrit de façon concomitante : certaines formes antérieures de prise de décision subsistent, voire se renforcent dans certains secteurs politiques ou sur certains territoires. Les politiques liées à l'aménagement du territoire associéau tourisme ont, par exemple, pu évoluer au profit d'un repositionnement des décisionspolitiques dans les collectivités locales accentuant les transferts de compétences liés à la décentralisation, transferts qui conduisaient déjà à ce phénomène (Vles, 2011). Les territoires soumis à ces logiques politiques se réinscrivent, pour certains, dans des trajectoires de spécialisations différentes du projet de transversalité du DD. Les processus décisionnels qui y prennent place sont souvent critiqués pour leurs opacités.

Sur le plan théorique, les études des formes de « gouvernementalité » d'inspirations foucaldiennes notent des retours à des formes plus « traditionnelles » de « gouvernement » n'impliquant pas la participation du « public » (Pellizzoni, Vannini, 2013). Ces approches, souvent appuyées sur des analyses s'interrogeant sur les « instruments d'actions publiques » (Lascoumes, Le Galès, 2005), montrent que des modes de légitimation parfois opposés sur le plan normatif se côtoient sur le terrain. Pour Jacques Theys (2003) par exemple, l'efficacité dela « gouvernance du développement durable » dépend de son articulation avec des formes de « gouvernement plus traditionnels ». De façon concomitante, l'avènement de nouvelles formesde « gouvernementalité », liées à un « gouvernement à distance » (Epstein, 2005) dans le cadredu « nouveau management public », vient s'ajouter à la pluralité normative déjà présente. Cettenouvelle modalité de gouvernement est enchevêtrée avec les modalités déjà observables sur leterrain (Le Galès, 2015 ; Hamman, 2019). Dans ces dernières, les décisions sont technicisées aumoyen d'indicateurs et ainsi opacifiées. Conduites par des normes visant l'efficacité, ces nouvelles formes politiques circonscrivent à nouveau les définitions des situations « problématiques » autour de « big policy issues » : gestion du réchauffement climatique, de la biodiversité, de l'énergie, de l'eau etc. ((Béal, Pinson, 2013 : 266).

Cet enchevêtrement de modalités de gouvernement s'inscrit donc dans des logiques communicationnelles et des systèmes normatifs différents : concernant la nature des publics ayant accès aux instances d'élaboration des politiques, les modalités de légitimation desdécisions, le degré de transparence, les modalités d'élaboration du contenu des politiques etc. Sur le terrain pourtant, les politiques s'inscrivant dans des logiques de « gouvernance du développement durable » conduisent encore à des changements effectifs au niveau local et cesnotions continuent à faire sens pour les acteurs qui les mobilisent. Même si ces avancées sont souvent qualifiées « d'incrémentales » ou de changements « à petits pas », elles n'en témoignent pas moins de la mise en œuvre effective, en pratique et au travers d'interactions entre acteurs hétérogènes, de ces politiques en dépit du flou normatif entourant le mode de gouvernement à privilégier.

Cette mise en œuvre d'une « gouvernance du DD », même si elle conduit à deschangements qualifiés de limités, ainsi que la coexistence dans le paysage politique de plusieurstypes de normes légitimant les décisions publiques posent question : Comment sont rendues possibles, en pratique, la coordination entre parties prenantes à la définition des politiques de « gouvernance » et de DD dans un contexte normatif « flou » ? A l'aune de la résurgence de critiques du terme de développement durable et de gouvernance (Béal et Pinson, 2015) à propos notamment de l'irréductible antinomie entre certaines modalités de gouvernance et certains enjeux, notamment poursuite du développement et préservation de l'environnement, notre question nous semble s'inscrire dans l'actualité.

Cadre théorique

Plusieurs auteurs ont mis en lien la recherche de solutions pragmatiste issue despropositions de John Dewey et le « développement durable » (Boulanger, 2004 ; Charles, Kalaora, 2007). La politique est considérée comme une « expérimentation » dans l'approche déweyienne (Zask, 2015). Celle-ci suppose qu'un « public » enquête sur les modalités de réponses à une « situation problématique » (Dewey, 1993, 2010). Or l'existence d'un « public »n'est pas donnée en soi, elle implique certaines conditions notamment la capacité à communiquer. Cette dernière renvoie notamment à certains débats ayant cours en sciences sociales concernant la possibilité du rétablissement d'une communication en dépit de la divisiondu travail social ou de sous-systèmes sociaux.

Ce nœud permet également, en empruntant à l'interactionnisme qui par certains aspects s'inscrit en continuité vis-à-vis du pragmatisme (Le Breton, 2004 ; Cefaï et Terzi, 2012 ; Zask,2015), de nous interroger sur l'influence d'une « pluralité normative » dans la recherche du DD.A la suite de cet auteur (Goffman, 1988), il est possible d'affirmer que la communication entreagents suppose un « ordre d'interaction » construit par ces agents en « situation » d'interaction.Cet « ordre » est construit en empruntant à des « normes » macrosociales que l'on peut qualifier « d'ordre institutionnel » (Bonicco-Donato, 2016). La « gouvernance », le « gouvernement », le « gouvernement à distance » ou la définition d'une situation « complexe » supposent des références à ces « normes macrosociales » au travers desquelles l'élu, le citoyen, l'expert, l'acteur privé etc. s'attribuent des « rôles » et définissent des « situations » d'interactions durantlesquelles sont constituées les politiques. Or, comme souligné plus haut, ces « normes » sont plurielles et invitent à des conduites différentes entre des acteurs qui sont pourtant contraints d'interagir pour constituer les politiques. Chez Dewey les

« normes » et habitudes peuvent êtreissues d'enquêtes et conditionnent les moyens par lesquels les acteurs « enquêtent » et expérimentent tant que celles-ci ne sont pas intégrées en tant qu'élément de l'enquête.

Pour Goffman, les interactants contribuent par leurs communications à reconfigurer les « ordres institutionnels ». L'interactionnisme et le pragmatisme sont opposés sur certains points, notamment concernant la prise en compte de la matérialité de certaines situations, du « trouble » (Cefaï et Terzi, 2012), de la dualité entre sujet et objet ou des évolutions des éléments interactants (Zask, 2015). L'importance que revêt l'interaction dans le processus d'évolution et de mobilisation des normes dans les deux perspectives incite néanmoins à interroger certains rapprochements. Ce parti pris théorique induit une autre question : La recherche de solutions communes, partagées, entre agents participant à l'élaboration despolitiques procédant d'une « gouvernance du DD », conduit-elle à une transformation des modalités de gouvernement et des « ordres interactionnels » qui y sont associés ? Ainsi à la question de la possibilité de communication s'ajoute celle des effets de celle-ci, y compris dansses modalités conflictuelles, sur les conditions d'interactions futures.

Il est également admis que la définition d'un « problème social » conduit indissociablement à la désignation des acteurs légitimes pour le traiter : des « propriétaires de problèmes sociaux » (Gusfield, 1996). Cette dernière spécificité nous invite à élargie lequestionnement concernant les modifications affectant la constitution des problèmes multiples liés au DD.

Méthodologie

Afin d'explorer le champ ouvert par ces questions, notre recherche s'appuie sur l'étudede cas de la mise en œuvre d'une politique de PNR en lien avec les politiques d'aménagementet d'urbanisme liées à l'économie des sports d'hiver. Les parcs naturels régionaux sontcouramment décrits comme « le meilleur exemple de développement durable » tout en ayant une forme politique « indéfinissable » (Cans, 2018). Les nombreuses évolutions des PNR depuis cinquante ans ont conduit à ce qu'une part importante de la traduction opérationnelle deleurs politiques s'effectue de façon itérative et au niveau des territoires. La mise en œuvre des politiques PNR implique la mobilisation « d'instruments d'action publique » (Lascoumes et LeGalès, 2005) relevant de légitimités liées à différentes formes politiques. Par exemple, les chartes renvoient à des modalités dites « contractuelle » ou procédurale associée à une « gouvernance » (Gaudin, 2007) ; les « labels » et les indicateurs peuvent être associés à un « gouvernement à distance » (Epstein, 2005) et à une logique gestionnaire ; et un maintien descompétences de certaines collectivités locales qui est lié à une logique décisionnelle de « gouvernement local » (Rangeon, 1996).

L'avenir de l'économie des sports d'hiver est au cœur de nombreuses préoccupations àla fois par les pouvoirs publics et dans la recherche. Les communes supports de stations sont pour la plupart au sein du PNR étudié gérantes de leur domaine skiable. Les projets d'aménagement sont élaborés dans le cadre d'un « gouvernement local qui suppose une part d'autonomie. Signataires de la charte du parc, ces collectivités sont également tenues d'inscrireleurs politiques en compatibilité avec les objectifs qu'elles s'y sont fixé. Cette inscription se traduit par certaines procédures impliquant notamment la participation d'autres acteurs institutionnels (techniciens, élus, services de l'Etat etc.) mais également d'associations locales.L'articulation

entre des pratiques politiques différentes devient observable au sein et autour des instances destinées à ces procédures.

Les enjeux liés à l'aménagement et à l'urbanisme des communes support de domaines skiables et au sein de leurs intercommunalités sont propices à la constitution de « tensions » entre acteurs en interaction : préservation de l'environnement, maintien d'une activité économique et d'emplois, maintien de populations locales etc.

Le développement des activités économiques entre donc parfois en tension avec une « gouvernance du DD » telle que définie dans l'actuelle charte du PNR étudié ainsi qu'avec un « gouvernement à distance » ayant conditionné l'octroi du label PNR à l'intégration de certaines mesures contraignantes pour les stations de sports d'hiver. Au flou relatif aux modalités de gouvernance à privilégier s'ajoute celui lié à la définition du développement durable à retenir. Dans un cas il s'agit d'une recherche de pérennisation de l'activité économique, dans l'autre d'une adaptation de celle-ci à de nouveaux enjeux.

L'observation directe (Arborio, Fournier et Singly, 2010) des pratiques et interactions liées à la mise en œuvre cette politique a été mobilisée de façon privilégiée dans notre recherche. Plus de cent cinquante réunions ont été observées et les discours ont fait l'objet de prises de notes exhaustives. Cette méthodologie qui avait vocation à répertorier les conditions positives et négatives à la mise en œuvre de la politique du PNR a également permis de faire apparaitre certaines récurrences dans les interactions, leurs effets mais également certaines situations de tensions durant lesquelles certaines « sanctions » positives ou négatives étaient explicités et mobilisées de façon à redéfinir un « ordre d'interaction ». Enfin, un suivi thématique des thèmes abordés des les discours a permis de faire apparaitre comment en pratique le maintien d'un objectif de développement durable était possible y compris lorsque les propositions des différents participants se révélaient antagonistes. Une série d'une trentaine d'entretiens et une analyse documentaire a permis de compléter ces observations et de soutenir les interprétations.

En guise de conclusion : synthèse des premiers résultats

Le premier résultat de l'enquête confirme une pluralité de « normes » à l'œuvre lors des interactions au sein des différentes instances comme le laissait envisager la pluralité des « instruments » mobilisés. Certaines étapes de l'élaboration de projets s'inscrivent dans une démarche peu participative et répondent à une définition de l'intérêt général qui suppose une moindre influence sur la décision. La mise en compatibilité des projets implique des phases de travail technique ou d'échanges avec une pluralité d'acteurs renvoyant davantage à une norme gouvernance plus ouverte. Lors de discussions en marge des réunions, les tenants de l'approche plus fermée tiennent des discours visant à dénoncer les défauts de l'approche ouverte, et inversement.

Deuxièmement, les désaccords relatifs à la nature des projets, à leur substance, se traduisent souvent en dissensus implicites concernant les normes à privilégier. Ce deuxième constat induit deux spécificités : d'abord la prise en compte de la dimension normative doit permettre de décrire certains facteurs qui expliquent la nature des projets de DD qui émergent in fine ; ensuite, le caractère implicite des désaccords sur les normes induit l'absence d'enquêtes communes sur ces normes de la part des acteurs. Le « public » reste pluriel dans cette perspective et une éventuelle transition vers une modalité de gouvernance définie et admise n'a pas été

observée. De façon indissociable, le DD semble persister en raison de flou relatif aux objectifs politiques qu'il contient. Les procédures associées à sa définition forment une condition à une forme de communication, par les pratiques relatives à ces procédures, entre participants et ce en dépit du caractère incrémental des avancées observables.

Bibliographie

Arborio A-M, Fournier P, Singly F. de. (2010). *L'observation directe*, Paris, Armand Colin,128 p.

Barbier R. (2005). « Quand le public prend ses distances avec la participation. Topiques de l'ironie ordinaire », *Nature Sciences Sociétés,* n°13, p. 258-265.

Barbier R, Larrue C. (2011). « Démocratie environnementale et territoires : un bilan d'étape », *Participations*, Vol 1, p. 67-104.

Barthe Y, Callon M, Lascoumes P. (2001). *Agir dans un monde incertain* : *Essai sur la démocratie technique*. Paris, Editions du Seuil, 357 p.

Béal V, Pinson G. (2013). Gouvernance et durabilité sont-elles (encore) les deux mamelles de l'aménagement et de l'urbanisme ?, in Pasquier R et al., *La gouvernance territoriale*, Librairie générale du droit, Paris, p.247-268.

Becker H-S. (2013). *Outsiders* : *études de sociologie de la déviance,* Paris, A.-M Métailié,248 p.

Blatrix C. (1996). Vers une démocratie participative ? le cas de l'enquête publique. *La gouvernementalité*, Paris, Presses universitaires de France, 400 p.

Blondiaux L, Sintomer Y. (2002). L'impératif délibératif, *Politix*, n°57, p.17-35.

Bonicco-Donato, C. (2016). « Que nous apprend l'interactionnisme des normes ? Une approche philosophique de l'interactionnisme symbolique et de l'interactionnisme réaliste ».pp. 61-76, in André Tunc, *Interactionnisme et norme* : *approche transdisciplinaire.* Paris, IRJS Editions.

Boulanger P-M. (2004). Les indicateurs de développement durable : un défi scientifique, un enjeu démocratique, *Gouvernance mondiale*, n°21, p.1-24.

Boutaud A. (2005). *Le développement durable* : *penser le changement ou changer le pansement ? Bilan et analyse des outils d'*évaluation des politiques locales en matière de *développement durable en France* : *de l'*émergence d*'une changement dans les modes de faire au défi d'un changement dans les modes de penser,* Thèse de doctorat en sciences de l'environnement, Saint Etienne, Ecole Nationale Supérieure des Mines de Saint Etienne, 513p.

Cans C. (2018). De la difficulté de définir les PNR depuis un demi-siècle, *Revue juridique de l'environnement*, Volume 43, p.245-262.

Cefai D, Terzi C. (2012). « Présentation », in Cefai D, Terzi C et al., *L'expérience des problèmes publics*, Paris, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, p. 9-50.Cefai D. (2016). Publics, problèmes publics, arènes publiques… Que nous apprend le pragmatisme ? *Questions de communication*, n°30, p.25-64

Charles L. Kalaora B. (2007). De la protection de la nature au développement durable : versun nouveau cadre de savoir et d'action ?, *Espaces et sociétés*, n°130, p. 121-133.

D'Almeida N. (2005). De l'environnement au développement durable, l'institution d'un objetEt la configuration d'une question, *Communication et organisation*, n°26, p. 12-24

Dewey J. (1993). *Logique, la théorie de l'enquête,* Paris, Presses universitaires de France.Dewey J. (2010). *Le public et ses problèmes*, Paris, Gallimard.

Duran P. (2009). Légitimité, droit et action publique, *L'année sociologique*, Vol. 59, n°2,p303-344.

Gaudin J.-P. (2007). *Gouverner par contrat*, Paris, Presses de Sciences Po, 275 p.

Goffman E. (1988). *Les moments et leurs hommes*, Paris, Editions Le seuil. 304 p.Goffman E, (1996). *Les relations en public*, Paris, Ed. de Minuit, 372p.

Goffman E. (1996). *La présentation de soi*, Paris, Ed. de Minuit, 251 p.

Gusfield Joseph R. (1996). *Contested meanings, the construction of alcohol problems*,Madison, University of Winscosin Press.

Hamman P. (2019). *Gouvernance et développement durable* : *une mise en perspective sociologique*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, 160 p.

Krieg Planque A. (2010). La formule « développement durable » : un opérateur deneutralisation de la conflictualité. *Langage et société*, n°134, p.5-34.

Lascoumes P, Le Galès P. (2005). *Gouverner par les instruments*, Paris, Presses de sciencePo., 370 p.

Le Galès P. (2013). Postface. La gouvernance territoriale sous pression de la crise et de larestructuration de l'Etat, in Pasquier et al. *La gouvernance territoriale*, Paris, Librairie générale du droit, p.289-300.

Libaert T. (2010). *Communication et environnement* : *le pacte impossible*, Paris, Presses universitaires de France, 182p.

Melucci A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*, México, El ColegioMicoud A. (2007). Le succès social du « développement durable » ou : qu'est-ce que le

« développement durable » pourrait faire aux sciences sociales ? *Responsabilité et environnement*, n° 48, p.52-57.

Pellizzoni L, Vannini L. (2013). Une idée sur le déclin ? Evaluer la nouvelle critique de ladélibération publique, *Participations,* n°6, p. 87-118.

Rangeon F. (1996). « Le gouvernement local », i, Chevallier J, Gautier C (dirs). *La gouvernabilité*, Paris, Presses universitaires de France, p. 166-173

Revel M. (2007). *Le débat public* : *une expérience française de démocratie participative*,Paris, La Découverte, 412 p.

Rist G. (2015). *Le développement, Histoire d'une croyance occidentale*, Paris, Presses deSciences Po, 512 p.

Rui S, Villechaise-Dupont A. (2005). « Les associations face à la participation institutionnalisée : les ressorts d'une adhésion distanciée », *Espaces et sociétés*, Vol. 4, N°123, p. 21-36

Simoulin V. (2003). « La gouvernance et l'action publique : le succès d'une formesimmélienne », *Droit et société*, n°54, p. 307-326

Theys J. (2003). La gouvernance, entre innovation et impuissance, *Développement durable etterritoires*, Dossier 2, p. 1-32.

Vles V. (2011). Le tourisme, *Dictionnaire des politiques territoriales*, Paris, Presses descience Po, p.537-543.

Zask J. (2015). *Introduction* à John *Dewey*, Paris, La découverte.128 p.

Sensorialité et émotions, vers une co-construction du sens. Approche qualitative de l'expérience de visite à la Cité du vin de Bordeaux

Sensoriality and emotions, towards a co-construction of meaning. Qualitative approach to the experience of visiting the Cité du Vin in Bordeaux

Audrey Moutat, Maître de Conférences
CeReS, Université de Limoges
audrey.moutat@unilim.fr

Cristina Badulescu, Maître de Conférences
CEREGE MSHS – USR CNRS 3565, Université de Poitiers
cristina.badulescu@univ-poitiers.fr

Mots-clés : Médiation sensorielle, iconicité, médiatisation du sensible, expographie

Keywords : Sensory mediation, iconicity, media coverage of the sensitive, expography

Résumé

Cette communication propose d'étudier les dispositifs de médiation sensorielle engagée par la Cité du vin de Bordeaux dans son atelier polysensoriel. Nous tâcherons, dans un premier temps, de déterminer les conditions de production du sens sensoriel et/ou sensible de ce dispositif expographique puis, dans un second temps, nous mesurerons la manière dont ces effets de sens peuvent être produits dans un contexte de médiation sensorielle.

Abstract

This communication proposes to study the sensory mediation systems initiated by the Cité du vin de Bordeaux in its multi-sensory workshop. First of all, we will try to determine the conditions of production of the sensory and / or sensitive sense of this expographic device. Then, in a second step, we will measure the way in which these sense effects can be produced in a context of sensory mediation.

Sensorialité et émotions, vers une co-construction du sens. Approche qualitative de l'expérience de visite à la Cité du vin de Bordeaux

Audrey Moutat, Cristina Badulescu

Introduction

Ouverte le 1er juin 2016, la Cité du vin de Bordeaux se présente comme un « site de loisir culturel »[1] s'inscrivant au cœur du quartier des bassins à flot, sur le site des anciennes forges du port de Bordeaux au bord de la Garonne.

Dédiée aux « civilisations du vin »[2], la Cité rappelle aux étrangers qui découvrent Bordeaux comme à ses habitants l'influence considérable et le rayonnement international des vins de la région bordelaise. Parce qu'elle valorise une forme d'imaginaire culturel et social associé au vin, la Cité peut être pensée comme un lieu de légitimation du vin. Or, cette légitimation opère à travers un ensemble de discours et de dispositifs censés cadrer cette réception et cette reconnaissance du vin comme objet culture auprès des publics visés. Apparaît ainsi une tension inévitable entre les diverses formes de savoirs et de savoir-faire, locaux, territoriaux ou nationaux, associés au vin et le rapport forcément personnel et sensible de chacun par rapport à la consommation de vin. Comment la médiation sensorielle développée par la Cité du vin tente-t-elle alors de résoudre cette tension ?

Dans le cadre de cette recherche, nous avons focalisé notre analyse sur le dispositif polysensoriel, atelier de médiation culturelle mis en place par la Cité du vin en prolongement du parcours permanent. L'invitation à l'immersion commence ainsi par la projection d'images accompagnées de notes de musique et de diffusions d'odeurs. Cette stratégie polysensorielle intègre une dégustation de vin faisant référence à l'univers symbolique, à un terroir particulier et à une pratique sociale commune (le marché). L'expérience polysensorielle recherche une adéquation entre dégustation de vin, images, odeurs et musique pour éveiller dans l'esprit du visiteur des imaginaires et des sensations cachées au fond de sa mémoire.

Entre information et émotion, la Cité du vin vise non seulement à renseigner le public mais aussi à lui faire vivre un « voyage immersif et sensoriel » dans le but de modifier son regard sur le vin.

Dès lors émerge la problématique suivante : Comment cette intention de conquête des publics et de réorientation du regard se matérialise-t-elle dans les dispositifs et les pratiques de médiation sensorielle développés au sein de la Cité du vin ? L'objectif de ce travail de recherche est de déterminer les facteurs de sémiose, c'est-à-dire les conditions de production du sens sensoriel et/ou sensible.

1 Selon la présentation en ligne de la Cité du vin sur le site officiel de la ville de Bordeaux : http://www.bordeaux.fr/p47144/la-cite-du-vin (page consultée le 26/11/2018).

2 Selon la page d'accueil du site internet de la Cité du vin : http://www.laciteduvin.com/ (page consultée le 03/12/2017).

Cadre épistémologique

Sémiotique de la perception, expérience sensible, iconicité

Notre recherche s'inscrit dans une perspective sémiotique, théorie des systèmes de signes et de leur signification dont le but est de déterminer le processus d'émergence du sens. Ainsi, la sémiotique ne cherche pas tant à déterminer la signification d'un ensemble signifiant que de mettre en évidence la manière dont il fait sens. En d'autres termes, elle consiste à montrer comment ces signes se configurent dans la création d'une structure signifiante.

Plus particulièrement, nous nous appuierons sur le concept d'iconicité proposé par Bordron (2000, 2002, 2011) dans sa sémiotique de la perception. Hérité de la phénoménologie, ce concept part du postulat selon lequel nous ne percevons pas les objets en eux-mêmes mais leurs esquisses. Ainsi, le dégustateur ne peut saisir l'ontologie matérielle du vin (ce qui relève de la chimie) mais expérimente sa phénoménalité à travers un ajustement de ses actes perceptifs aux propriétés sensibles du vin, lesquelles peuvent être plus ou moins subtiles ou évidentes. D'où les mouvements de rotation et d'inclinaison du verre pour déterminer la consistance des « larmes » et l'intensité lumineuse, les actes d'olfaction répétés, nez au-dessus du verre, afin de mesurer l'évolution des arômes et leur harmonie, et la « mâche » afin d'apprécier la consistance de la matière et la texture en bouche.

Telle est la particularité des objets de sensation qui, selon Bordron (2011), se manifestent dans le champ perceptif selon une dynamique articulée par deux moments : (i) l'appréhension : l'événement sensible apparaît de manière indicielle sans que l'on puisse clairement l'identifier. En dégustation, il peut s'agir d'un nez dit « fruité », adjectif renvoyant à une catégorie aromatique générique qui ne permet pas de qualifier avec précision les propriétés perçues ; et (ii) l'iconisation (voir Bordron, 2005)[3] : cette présence prend forme et se configure en une structure phénoménale complexe, ou « icône ». Dans notre exemple, le nez du vin se développe et prend alors forme « sur des fruits rouges, avec des arômes de myrtilles et de mûres en tête et une note de fraise des bois en retrait ».

Cette structure phénoménale est articulée par trois catégories que Bordron (2000) emprunte à Kant :

- la Quantité, matière de la sensation, qui correspond à ses différents constituants et à leur ordonnancement,
- la Qualité, intensité de cette sensation régulée par une force et qui affiche des seuils,
- la Relation, forme générale du phénomène, dotée de contours, de limites, *etc*.

Liées par une triple relation de dépendances internes, ces propriétés se configurent dans le champ sensible sous la forme d'une morphologie pouvant être schématisée comme une « molécule phénoménale », assimilable à la représentation de Cram pour les molécules chimiques :

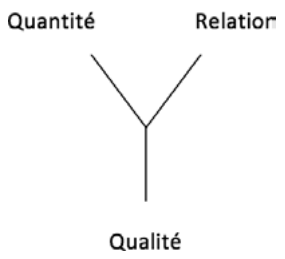


Fig. 1 – Structure iconique élémentaire[3]

Cette structure phénoménale élémentaire, dont les « atomes » sont unis par des liaisons, est susceptible de se déployer encore en d'autres ramifications, selon la complexité du phénomène sensible. Cette schématisation permet ainsi de représenter les propriétés caractéristiques de chaque expérience, de les comparer et de les classer.

Approche communicationnelle du sensible

Notre réflexion s'inscrit également dans une approche communicationnelle du sensible dont l'intérêt a déjà été précisé par certains sémiologues (Boutaud, Veron, 2007). Comme d'autres objets sensibles, par le biais des dispositifs polysensoriels, le vin dessine un espace figuratif ouvert à la communication, construit selon un modèle tryptique à la fois esthésique, esthétique et éthique (Boutaud, 2007).

La dimension esthésique représente la sollicitation des sens dans un espace de communication (atelier de médiation sensorielle, séance de dégustation) qui se produit soit par condensation synesthésique (dimension transmodale des sens), soit par imbrication polysensorielle (dimension multimodale des sens). En effet, elle correspond à la sémiose perceptive (évoquée en page 2), c'est-à-dire au moment où le sujet appréhende les phénomènes sensibles (ou icônes). Concrètement, dans un espace de communication et de médiation polysensorielle, cela correspond à la mise en scène d'un sens, le visuel, par exemple, qui, par un processus synesthésique, opère ou par correspondance (sensation dynamique liée à une forme, sensation thermique liée à une couleur), ou par permutation (toucher avec les yeux, sentir en regardant). Ainsi, la composante plastique et figurative de l'univers de référence du vin (le paysage, le lieu) renvoie-t-elle, par glissement, aux propriétés organoleptiques et symboliques du vin. Contrairement à la synesthésie, les processus polysensoriels mobilisent plusieurs sens à la fois, les condensent, les juxtaposent. Les ateliers de médiation polysensorielle autour du vin proposent une communication symbolique du vin qui le charge inextricablement d'une dimension sociale et culturelle. L'univers conceptuel du vin se compose de plusieurs « sémiotiques-objets » où le visible (l'étiquette, les éléments du monde naturel) s'associe aux autres modes du sensible (la dégustation) pour opérer des traductions, des passages intersémiotiques entre l'imaginaire, l'identité et les propriétés organoleptiques du vin.

3 Ce schéma se lit du centre vers la périphérie, à la manière de l'exfoliation sensible qu'il représente. Chaque trait continu figure une liaison entre les catégories actualisées. Chacune d'entre elles peut encore se subdiviser en sous-catégories, comme dans la figure 2, où la catégorie de la Quantité se trouve exprimée à travers la sous-catégorie de la Répartition corrélée à celle de la Disposition. Lorsqu'une catégorie ne se manifeste pas dans le phénomène sensible décrit, son absence est matérialisée par l'absence de trait continu au sein de la représentation schématique.

En préfigurant l'interaction, la médiation du sensible joue sur un autre registre – esthétique – de la mise en forme des sens. En employant ainsi une stratégie de communication de la présentification, la Cité du vin s'inspire des techniques de conception de l'espace propres au marketing expérientiel (Roederer, Filser, 2015) centrées sur le dépaysement, la recherche des émotions et des sensations fortes qui conditionnent l'interaction. Alors que le polysensoriel concerne la combinaison des cinq sens proprement dits, le syncrétisme sensoriel se définit par l'implication de différents modes de signification et de communication pour rendre compte de l'activité sensorielle. Cette fois-ci, ce ne sont plus les sens, les combinaisons et permutations sensorielles qui interviennent, mais les modes sémiotiques du sensible tels que le verbal, non verbal, gestuel, proxémique, spatial.

À travers la sollicitation des sens, les objets, le cadre et les relations créent des espaces fortement scénarisés dont objectif est de transporter le visiteur dans un ailleurs, opérant par là même une rupture diégétique avec son monde quotidien.

L'approche éthique du sensible se définit par le niveau profond des valeurs. Ce cadre éthique fait évoluer notre analyse vers une sociosémiotique du sensible qui prend en compte la valorisation identitaire, authentique, locale, ritualisée, structurante de l'univers du vin et des pratiques culturelles auxquelles il réfère.

Protocole d'enquête

Avant de démarrer la visite, nous proposons au public un questionnaire de sept questions permettant de déterminer des profils de publics. Plus précisément, ces questions portent sur les habitudes de consommation du vin (les circonstances et la fréquence), les types de vin, (cépages et pays producteurs), les critères de sélection d'une bouteille ainsi que leur degré d'expertise en dégustation.

L'observation directe (Bougenies, 2014, Martin 2012) nous permet d'analyser l'expérience du dispositif polysensoriel à travers trois principaux items : conditionnement (organisation de l'espace, interférence polysensorielle), expressions non verbales (interactions entre les groupes de visiteurs, expressions kinésiques, intéressement au dispositif, interactions verbales (expressions et réactions verbales).

L'approche émotionnelle développée dans le questionnaire post visite étudie le caractère performatif de l'expérience. Plus précisément, les questions portent sur le caractère immersif et spectaculaire de l'atelier, le vin préféré par chacun et les sensations ressenties lors de sa dégustation.

Les réponses au questionnaire précédant l'atelier nous permettent de positionner chaque participant dans son rapport au vin. La fréquence mais aussi la diversité des critères de sélection d'un vin, ainsi que le nombre de cépages et de nationalités permettent de distinguer un consommateur ponctuel d'un amateur éclairé. De ce fait, l'expérience de l'atelier est étudiée en considération de l'acculturation au vin.

Analyse et discussion des résultats

Notre panel est constitué de personnes qui déclarent avoir un niveau amateur en matière de consommation, de connaissance du vin et des cultures auxquelles il réfère. Leur fréquence de consommation du vin est de 2 à 5 fois par mois avec une préférence pour les vins rouges.

Nos participants évoquent deux hypostases de consommation du vin : soit lors des occasions spéciales, soit le vin fait référence à une association du type accord mets et vin.

Ainsi, d'un côté on observe une logique qui considère le vin comme un objet sémiotique qui participe à une dynamique sensorielle gérée par des rapports de complémentarité ou d'ajustement avec les propriétés organoleptiques des plats.

De l'autre côté, la valeur ritualisée du vin s'inscrit dans une approche éthique et apparaît incrémentée dans les pratiques commensales. La dégustation du vin relève d'une pratique sociale et s'inscrit dans une forme de transmission et de partage.

Concernant les critères pris en compte dans les décisions d'achat des participants, le prix ainsi que l'origine géographique sont cités en première position. On en déduit que l'imaginaire du vin se dessine autour de l'identité régionale, parfois locale ou territoriale. L'origine géographique exerce notamment une influence sur la préférence des sujets pour les cépages tels que le Merlot, qui occupe la première position, et le Cabernet. La France apparaît comme une référence en matière de production du vin et l'origine géographique garantit la qualité du vin.

Le questionnaire post visite met en évidence le caractère immersif de l'expérience à travers différents points-clés tels que les sensations perçues (l'expérience esthésique) les émotions ressenties ainsi que les imaginaires qui y sont associés. En effet, le dispositif est considéré par la totalité des participants comme immersif à des degrés divers, mais pas nécessairement spectaculaire. En revanche, il n'est pas perçu comme naturaliste au sens de faire référence à la nature. D'où notre première hypothèse, que des enquêtes ultérieures permettront de vérifier, à savoir que le cadre, voire le contexte de communication, c'est-à-dire la dimension esthétique du dispositif, conditionnent les représentations associées à l'expérience vécue. En effet, le choix de la Cité du vin d'associer chaque dégustation à une pratique sociale ritualisée (le marché) ainsi que la conception expographique (espace cylindrique blanc et gris, sans fenêtres et porte dissimulée) préfigurent des formes d'interaction avec le public par une neutralisation de leur perception et de leur imaginaire.

Plusieurs articulations de la signification, ou sémioses, entrent ainsi en action :

1. Une sémiose émotionnelle qui, dès l'entrée dans la salle, immerge le sujet dans le dispositif et le conditionne à la pratique de dégustation à suivre. Les images de nuages tournoyant autour des sujets, accompagnées d'une musique jouée à la flûte de pan, neutralisent leur sensibilité et leurs états affectifs. Elles constituent un degré zéro, à l'origine d'un horizon d'attente (Jauss, 1972) à partir duquel seront mesurées les qualités perçues. Cette première phase du dispositif produit un effet somatique apaisant que le public a verbalisé en « bien- être », « légèreté » et « apaisement » lors de l'enquête post-visite.
2. C'est lors de la diffusion d'odeurs et la projection d'images qu'opère la sémiose sensorielle : odeurs,

paysages, étals de marché et ambiances sonores associées interagissent avec les qualités organoleptiques des vins servis. Cet éveil sensoriel soudain opère selon des transferts expérientiels de l'ambiance ainsi créée aux qualités olfacto-gustatives de ces vins. L'immersion progressive des sujets repose en premier lieu sur un effet de réalité produit par un ancrage dans la pratique du marché, référent commun aux participants, quelle que soit leur culture. Elle tient également en une profusion de signes hétérogènes sur une étendue spatiale réduite. Le dispositif alterne entre plans d'ensemble sur des paysages (vision macroscopique qui situe le lieu) et plans serrés sur des étals de marché (vision micro qui inscrit les participants dans la pratique ritualisée du marché). Ce discours polysensoriel repose sur des corrélations réglées entre images, odeurs et sons : ces derniers ponctuent les images sur des événements considérés comme représentatifs de la scène projetée et fonctionnent ainsi comme une rime sonore des éléments visuels. Quant aux odeurs, plus subtiles, elles fonctionnent comme des index qui recentrent l'attention du public sur les arômes-clefs à percevoir. L'ensemble de ces qualités sensibles produisent une configuration complexe articulée dans un rapport figures/fond qui fonctionne : (i) comme une expérience proprement dite, en faisant appel aux investissements sensoriels et affectifs des sujets. Le dispositif produit une « parenthèse enchantée » (Hetzel, 2002) qui transporte le participant et suspend alors, temporairement, son jugement cognitif ; (ii) comme un « texte » à interpréter, dans le but d'identifier les corrélations entre cette atmosphère et le vin servi. Certains sujets portent alors le verre à leur nez à multiples reprises, goûtent le vin puis le sentent de nouveau afin d'établir des corrélations avec les éléments du dispositif polysensoriel. Engagés dans un programme performatif, les participants cherchent alors à déterminer les odeurs et les saveurs du vin et à identifier le lieu dans lequel ils sont transportés. À cet égard, le dispositif présente une ambiguïté : s'agit-il du lieu de production ou de consommation du vin ? Car, au début de l'atelier, les participants ont des difficultés à déterminer si ce dispositif opère par référenciation, autrement dit s'il reconfigure les propriétés organoleptiques du vin servi dans un discours visuel, sonore et olfactif (ce qui induit une expérience synesthésique) ou par référentialisation, c'est-à-dire s'il consiste à tisser des relations entre ce discours et le vin dégusté (ce qui engage une expérience polysensorielle). Dans le second cas, le dispositif entretient un méta-discours sur le vin à déguster en figurant un accord avec un mets, dans un lieu spécifique.

De la dimension esthésique à la dimension esthétique de l'atelier

Cette sémiose sensorielle repose également sur un arrière-plan culturel construit qui oriente la perception des sujets par un glissement de l'image sensorielle et perceptive (arômes et saveurs) vers une représentation figurative et discursive (mets représentés) : les images diffusées se fondent sur des référents culturels où les aliments et les arômes convoqués sont considérés comme prototypiques du pays en question. Cette immersion polysensorielle, véritable « voyage » pour les participants, les transporte dans un ailleurs, dont l'identification constitue le premier point du débrief avec l'animateur. Cette rupture diégétique repose également sur un imaginaire construit autour du terroir, à savoir le cépage et son territoire de production, imaginaire prégnant chez les sujets qui déclarent, avant la visite, choisir une bouteille en fonction de la région de production du vin.

Vient ensuite la sensibilisation aux arômes et aux propriétés gustatives du vin par un protocole de présentation fondé sur la séquence ritualisée de la dégustation œnologique, mais limitée au nez et à la bouche. La stratégie de discours de l'animateur repose sur des descripteurs aromatiques simples, liées aux porteurs-types des

arômes (agrumes, citron) et génériques (fruité, floral), empruntés à la roue des arômes de Ann Noble (1984) auxquels s'ajoutent les descripteurs classiques des saveurs (acidité, astringence). Cette stratégie permet à l'animateur d'entrer dans un référentiel commun avec les participants (peu familiarisés avec la dégustation pour 70% d'entre eux), grâce à un langage plus concret que le lexique « structurel » (complexe, intense, etc.) peu utilisé par l'animateur. Ainsi, l'image sensorielle médiée est relativement pauvre, essentiellement articulée par des valeurs d'intensité (catégorie de la Qualité) et de Quantité (Matière du vin).

Néanmoins, cette simplicité peut être relativisée au regard des réponses formulées par les participants dans le questionnaire post-visite : le vocabulaire utilisé pour justifier le choix de leur vin préféré permet de mettre en évidence une structure sensible plus élaborée, bien qu'essentiellement articulée par ces valeurs qualitatives et quantitatives. Le nez est décrit comme « aromatique », doté d'une certaine « intensité », « complexité », parfois d'une « senteur moins agressive » ou au contraire possédant une véritable « force des arômes » ; ce qui permet de dresser le profil de l'armature olfactive :

- Désignant la richesse d'un vin en arômes volatils, dont certains s'exhalent plus facilement que d'autres, le descripteur « aromatique » réfère à l'intensité du nez, et plus particulièrement à la force de son exhalaison, opposée à une certaine résistance.
- Quant à la « senteur moins agressive » du vin préféré par un participant, elle met en évidence un seuil critique au-delà duquel le vin peut engager des affections somatiques.
- Un vin « complexe » présente une certaine harmonie des senteurs, où les arômes, nombreux et divers, évoluent à l'aération. Il met en évidence la matière du vin, dont la structure aromatique repose sur des liens ténus entre ses différents constituants.

D'où cette représentation schématique de l'armature olfactive du vin préféré type du public sondé :

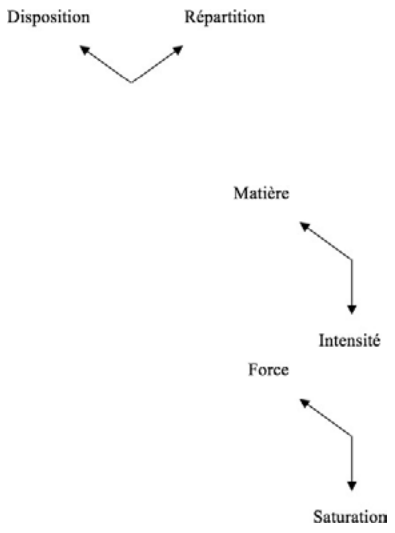


Fig. 2 – Structure olfactive du vin préféré

Le profil sapide retenu au terme de l'atelier se résume à l'aide des descripteurs « léger », qui désigne un vin relativement faible en alcool (et réfère aux sous-catégories de l'intensité et de la saturation de la Qualité),

« acide » (qui renvoie à ces mêmes sous-catégories) et « tannique », qui décrit un vin tonique doté d'une certaine aspérité en bouche. La « longueur en bouche », quant à elle, concerne la persistance aromatique du vin une fois ingéré et recraché (autrement dit sa forme spatio-temporelle).

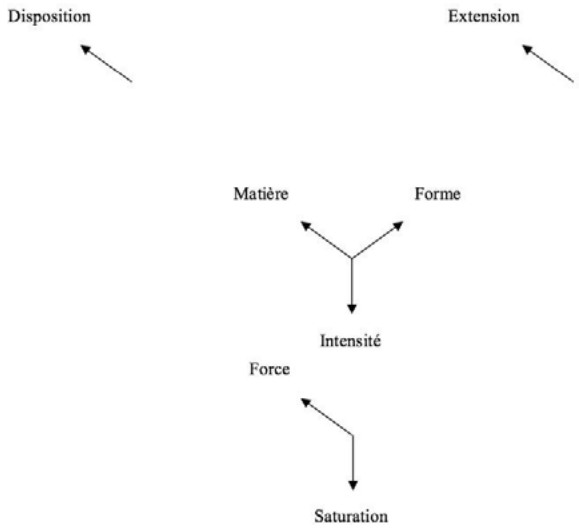


Fig. 3 – Structure gustative du vin préféré

Conclusion

Rien ne nous permet de dire à ce stade de l'étude si le vocabulaire employé est maîtrisé par les sujets ou si l'ambiance du lieu et le contenu pédagogique de l'atelier les ont influencés dans l'usage de ces descripteurs propres à la dégustation. Toutefois, cela atteste du caractère marquant de l'expérience à partir de laquelle ils ont pu produire une image sensorielle de leur vin préféré.

Si l'on croise les réponses formulées par les participants dans le questionnaire post-visite avec nos observations faites durant l'atelier, on constate que la posture didactique adoptée par la Cité ne peut rendre le dispositif spectaculaire puisque sa démarche est plus orientée vers une socialisation du goût que vers une médiation susceptible de produire une expérience créatrice de lien. En effet, le déroulé de l'atelier se fonde sur le protocole de la dégustation et s'ouvre sur l'association mets-vin (en accord avec les images et les sons diffusés par le dispositif). Elle se poursuit sur une explication des process de fabrication du vin dégusté et des cépages dont il est issu.

Cette médiation opère de manière indirecte car elle consiste à entrer dans les références socio- culturelles des sujets.

Si la dimension d'expérience extraordinaire apparaît clairement identifiée dans l'analyse des dispositifs polysensoriels permettant au public de vivre *hic et nunc* une parenthèse enchantée comme « un moment de suspension de l'incrédulité » (Boutaud, 2007), la nature de ces médiations et des liens sociaux auxquelles elles font référence mérite d'être questionnée.

Pour ce faire, nous définissons la médiation culturelle comme un processus dynamique qui met en lien l'objet de médiation (le vin, en l'occurrence) avec le produit de la médiation qui passe par les relations syncrétiques, la création des liens sociaux, la connivence avec le public. La médiation devient ainsi un processus

symbolique dont la signification émerge à partir des sens qui permet d'interpeller le public en le faisant agir et réagir au contact de l'objet sensible.

Dans la mesure où l'atelier immersif « Prendre un verre au marché du monde » proposé par la Cité du vin ne vise pas prioritairement une expérience sensible en lien avec la dégustation du vin, mais plutôt un échange illustratif avec le public autour de la culture du vin, nous interrogeons la nature des médiations qui se jouent autour de ce dispositif polysensoriel. S'agit-il d'une médiation sociale, qui grâce à un tiers, permet au public de passer à la fois un moment enchanté et d'incorporer des connaissances œnologiques grâce à une dégustation qui lui est proposée ? Ou peut-on parler de médiations conjointes où la médiation sensorielle vient compléter la médiation numérique et sociale car au-delà des bénéfices cognitifs que toute expérience de visite revendique, l'immersion dans l'espace muséal tend vers une médiation conjointe permettant d'organiser une expérience créatrice de liens ?

Bibliographie

Bordron J-F. (2000). Catégories, icônes et types phénoménologiques. *Visio* : *La catégorisation perceptive, les frontières du Soi et de l'Autre*, vol. 5, n°1, p. 7-18.

Bordron J-F. (2002). Perception et énonciation dans l'expérience gustative. L'exemple de la dégustation d'un vin. *Questions de sémiotique*. Paris, PUF, p. 639-665.

Bordron J-F. (2011). *L'iconicité et ses images*. Paris, PUF.

Bougenies F. (2015). *Expérience de visite muséale for all: visite augmentée et construction de sens: le cas d'enfants avec et sans handicaps au Palais des Beaux-Arts de Lille.* [en ligne]. Valenciennes. [Consulté le 4 mai 2020]. Disponible à l'adresse : http://www.theses.fr/2015VALE0042.

Boutaud J-J. (2007). *Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible*. Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté.

Boutaud J-J. & Verón, E. (2007). *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*. Paris, Hermès-Lavoisier.

Hetzel P. (2002). *Planète conso. Marketing expérientiel et nouveaux univers de consommation*. Paris, Ed. D'Organisation.

Jauss H. R. (1972). *Pour une esthétique de la réception*. Paris, Gallimard.

Martin T. (2012). *L'expérience de visite des enfants en musées de sciences dans le cadre des loisirs* : *logiques d'interprétation et enjeux d'un dispositif communication.* [en ligne]. Lille. [Consulté le 4 mai 2020]. Disponible à l'adresse : http://www.theses.fr/2011LIL3004.

Roederer C & Filser M. (2015). *Le marketing expérientiel : vers un marketing de la cocréation*, Paris, Vuibert.

Vers un système d'évaluation du degré de maturité de la ville « intelligente »

Towards an assessment system for the maturity of "smart" city

Monia BENAISSSA, Doctorante en Sciences de GestionUniv Lyon, Jean Moulin, iaelyon, Magellanmonia.benaissa@univ-lyon3.fr

Sabrina BOULESNANE, Maître de Conférences en SICUniv Lyon, Jean Moulin, iaelyon, Magellansabrina.boulesnane@univ-lyon3.fr

Laïd BOUZIDI, Professeur des UniversitésUniv Lyon, Jean Moulin, iaelyon, Magellan
laid.bouzidi@univ-lyon3.fr

Eric THIVANT
Univ Lyon, Jean Moulin, iaelyon, Magellan
eric.thivant@univ-lyon3.fr

Mots-clés : Ville intelligente ; TIC ; Gouvernance ; Smart score ; Dimensions humaine etsociale.

Keywords: Smart City; ICT; Governance; Smart score; Human and social dimensions.

Résumé :

Dans cet article, nous proposons d'évaluer le degré de maturité d'une ville, fondé sur le croisement de différents axes et niveaux. L'identification des indicateurs nous permet de construire une matrice qui évalue le « smart score global » d'une ville et le « smart score spécifique » d'une fonction et/ou d'un service. Pour illustrer notre démarche, nous présentons une instanciation sur un service public : la petite enfance d'une commune française. La crise sanitaire ayant généré de nouveaux indicateurs, que nous avons tenté de mettre en relief l'importance de leur intégration dans les « smart scores ».

Abstract:

In this article, we propose to evaluate the degree of maturity of a city, not only on different axis and levels. The identification of new indicators can help us to build a new matrix which can help us to calculate the 'global smart score' of a city and the 'specific smart score' for a service or a function in the city. In order to illustrate our approach, we propose an instantiation of the public service : the early childhood of a French town. The health crisis has generated new indicators, that we should take into account in smart score.

Vers un système d'évaluation du degré de maturité de la ville « intelligente »

Monia Benaissa, Sabrina Boulesnane, Laïd Bouzidi, Eric Thivant

Introduction

La transformation de la ville est impactée par la croissance globale démographique, lesphénomènes de la mondialisation et de la globalisation des échanges, les crises financières et les changements climatiques. Ces transformations ont imposé une reconfiguration sociale, culturelle et économique de l'espace urbain. Depuis plusieurs années, nous voyons apparaître des expressions qui qualifient l'évolution de la ville : ville inclusive (inclusion des citoyens) ; ville durable (prend en considération le développement durable) ; ville juste (lutte contre les inégalités sociales) …

Récemment, le néologisme 'ville intelligente', ou Smart City, a été employé pour désigner un axe « novateur » du développement de la ville. Dès lors que l'on évoque la ville intelligente, le premier réflexe est celui de se questionner sur ce qui rendrait une ville intelligente. Les travaux de recherche à ce sujet se concentrent sur l'apport des TIC, sur la place des ressourceshumaines ainsi que sur les modes de gouvernance des villes. On peut donc logiquement s'interroger sur la complexité des processus de gestion de tous les services rendus par une ville et les politiques de gouvernance. À cette complexité s'ajoute, aujourd'hui, l'introduction des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) dans l'usage des services des villes qu'on appellera alors villes intelligentes.

Avec l'Internet des objets (IoT), les nouvelles capacités de calculs automatisés (algorithmes)et de stockage (le cloud), les élus peuvent gérer des données massives (big data) et les intégrerà leurs systèmes d'information. La ville, ainsi numérisée facilite, la gestion de nouveaux services optimisés pour les citoyens. Les principes de simplification des problèmes et d'optimisation de ces algorithmes présents au cœur de la ville intelligente (représentée souvent sous la forme d'un centre de contrôle urbain déshumanisé), ne doit pas oublier de s'appuyer sur les citoyens acteurs (ou « smart citizens ») dans ces villes, qui créent, coopèrent et partagent des ressources au quotidien, pour développer ces services (Caglioni, 2019).

Notre travail a pour objectif de proposer un ensemble d'indicateurs couvrant plusieursdomaines, nous permettant d'évaluer le degré de maturité des villes que l'on qualifie de villes« intelligentes ». Nous verrons, dans un premier temps, les processus d'intégration des outilstechnologiques au sein d'une ville. Nous identifierons ensuite les domaines clés de la ville « intelligente » à travers lesquels nous instancierons trois niveaux de maturité et enfin nous proposerons une matrice mettant en relief le croisement des domaines de la ville « intelligente » et des niveaux de maturité de ces derniers.

De la ville à la ville intelligente

TIC et ville : une intégration complexe ?

L'intégration massive des TIC affecte les pratiques et les usages au sein de l'espace urbain, tant au niveau technologique, au niveau humain qu'au niveau de la gouvernance. En effet, les TIC permettraient de rendre une ville plus intelligente puisqu'elles fluidifient, automatisent et optimisent son fonctionnement. Nous pouvons ici citer le discours de Siemens qui revient sur ce concept de ville intelligente : « dans quelques décennies les villes disposeront d'une infinité de systèmes informatiques, autonomes, intelligents, qui auront une connaissance parfaite des habitudes des utilisateurs en matière d'habitudes et de consommation d'énergie pour fournir un service optimal. La finalité d'une telle ville est de réguler et de piloter de manière optimale les ressources au moyen de systèmes informatisés autonomes ». (Discours de Siemens, Source : Greenfield, (2013). Les TIC seraient donc une innovation qui améliorerait la qualité des services rendus au citoyen. Nous constatons, sept ans après ce discours, que la vision de Siemens était très réaliste. En effet, il existe aujourd'hui des services entièrement automatisés et pour lesquels l'humain intervient peu si ce n'est dans le cadre de la maintenance et du paramétrage. Le port de Shangaï en est une excellente illustration puisqu'il a été entièrement automatisé grâce aux technologies 5G développées par Ericsson et China Unicom. (Briodagh, 2019). Greenfield (2013), est très critique quant à une vision de la ville intelligente et quant aux discours des grandes firmes qu'il juge particulièrement technophile et orienté vers l'objectif de vendre leurs technologies. Rochet (2018) conforte ce point de vue et pour lui « ce sont des firmes qui sont à l'origine du discourssur les « smart cities ». [...] Les acteurs proéminents dans ces réalisations ont pour nom IBM, Cisco, Siemens » [..] D'autres firmes comme Samsung, Intel, Philips, Hitachi ont des offres qui prennent place dans le discours sur les smart cities ».

Pour renforcer leurs propositions, ces firmes vont réaliser des partenariats avec des villes déjà existantes comme à Rio de Janeiro pour vendre leurs technologies ou pour investir dans des villes nouvelles comme la ville de Songdo en Corée du Sud, la ville de Masdar à Abu Dhabiet l'IT Valley au Portugal toujours avec Cisco et Microsoft. (Sources : Cisco Ville Intelligente, Cisco Innovation Center Songdo ; IBM Smarter Cities ; Microsoft CityNext). Au-delà de ce discours purement technologique et/ou à caractère commercial *(*Poussevy, Ennor, 2019)*,* le monde de la recherche va développer ses propres définitions. Ainsi, dans la littérature scientifique, bien que le vecteur commun soit le recours aux TIC, (Lee et al., 2013 ;Odendaal, 2003 ; Walravens, 2012), De Wijs et al. (2017) constatent que des définitions confuses co-existent (voir les définitions de Batty et al. 2012a-b ; Caragliu et al. 2011 ; Lombardi et al. 2012 ; Stimson et Pettit, 2016). Il n'est pas si simple de définir une ville intelligente et la définition de (Caragliu et al., 2011) nous semble cependant bien résumer les enjeux cachés derrière. Pour (Caragliu et al., 2011), une ville est intelligente «…lorsque les investissements dans le capital humain et social et les infrastructures de communicationtraditionnelles (transports) et modernes (TIC) alimentent une croissance économique durable et une qualité de vie élevée, avec une gestion avisée des ressources naturelles, grâce à une gouvernance participative » (Caragliu et al., 2011). En somme, la ville intelligente se caractériserait par l'humain et le social ; les transports et les TIC ; l'économie durable ; le niveau de vie ; la gestion des ressources naturelles ; la gouvernance.

Dans ses travaux, Offner (2018) qualifie d'« intelligibilité des usages » le changement des regards des acteurs à l'égard des villes, dû à l'intégration sans cesse grandissante du numérique (Offner, 2018). L'amélioration et/ou la création de services innovants, permettant de faciliter les usages et les pratiques des acteurs, au niveau individuel et collectif, constituent le socle des approches liées aux projets Smart City. Selon (Picon, 2016), la ville intelligente s'appuie sur les TIC, « le développement de contenus électroniques et leur hybridation » et ce dans les processus de digitalisation des services.

Sous l'effet de la révolution numérique, l'intégration des TIC touche la multiplicité et la diversité des fonctions de la ville et de l'offre de services urbains : l'organisation du transport et de la mobilité, les services publics dématérialisés, la gestion des déchets et de l'eau et bien d'autres services ont été chamboulés.

Un mode de gouvernance « intelligent » ?

Selon les données récentes des Nations Unies, le monde compterait, d'ici 2030, 43 « mégapoles ». Si l'on se projette vingt ans plus tard, selon le même rapport, près de 2,5 milliards d'individus de plus seront amenés à vivre dans les villes. En effet, d'ici 2050, ceci représenterait 68 % de la population mondiale, contre 55 % en 2018 (ONU, 2018). Ce changement, loin d'être négligeable, suppose que le fondement même de la ville est à revoir etde surcroît l'essence de la ville intelligente serait à redéfinir. L'État, et en particulier les instances de gouvernance locale, seraient les garants du maintien de la ville intelligente et de sa légitimité.

La ville constitue, par définition, le noyau du développement économique et de l'innovation. La question de la manière de gouverner la ville, en particulier la ville intelligente, constitue une condition pour garantir l'amélioration de la qualité de vie des citoyens : on parle de gouvernance intelligente. Dans ce contexte « les gouvernements des villes sont confrontés à toute une série de défis : ils doivent produire de la richesse et de l'innovation, mais aussi assurer la santé et la durabilité » (Meijer, Rodríguez Bolívar, 2016).

Le développement des projets de villes intelligentes est intrinsèquement lié à la gouvernance administrative. Il existe différents discours autour de la Smart city : certains prônent l'idée du renouvellement du sens civique, de l'inclusion citoyenne pendant que d'autres se veulent plus critiques quant à la question de la place de l'écologie, de la protection des données et de l'implication réelle des citoyens dans le processus de prise de décision. Ce constat oblige à prendre en compte la question de la gouvernance, car au-delà de l'aspect technique, la dimension politique et institutionnelle demeure fondamentale. Le projet Smart city s'adosse sur des choix stratégiques, fonctionnels et techniques, lesquels sont dictés par les instances de gouvernance.

Dans cette perspective, la gouvernance de la ville intelligente s'appuie sur une « gouvernance participative » (Caragliu et al., 2011), des actions visant à « assurer la coordination des multiples composantes qui constituent la ville intelligente » (Batty et *al.,* 2012a), un renforcement de la coopération entre les parties prenantes qui « revient à collaborer entre les départements et avec les communautés » (Batagan, 2011), fondée ainsi sur « les structures de gouvernance proactives et ouvertes d'esprit, qui associent l'ensemble des acteurs » (Kourtit et *al*., 2012).

Certains auteurs identifient les éléments qui caractérisent la gouvernance urbaine. Nous citons(De Montalivet, 2011) qui définit neuf éléments, parmi lesquels figurent : les objectifs politiques, le style politique et

la relation ville-citoyen. En somme, le paradigme de la gouvernance de la ville intelligente serait « basé sur la collaboration entre les parties prenantes locales, la participation citoyenne, l'innovation expérimentale et une approcheholistique de l'élaboration des politiques locales » (Nesti, 2020).

Une vision « réaliste » de la ville intelligente ne doit pas ignorer l'essence même de la ville :le citoyens et les autres parties prenantes. Le processus de gestion d'une gouvernance intelligente doit s'intégrer, certes dans une logique de développement économique, sans pour autant négliger les actions d'inclusion sociale des acteurs dans l'espace urbain.

Si le rôle joué par la ville intelligente dans le développement économique et celui desressources humaines, sont largement discutés dans la littérature, la question des indicateurs de gouvernance commence à s'imposer dans le monde de la recherche. Il ne faut pas perdre de vue qu'un chalenge important auquel doivent faire face les instances de gouvernance de la ville intelligente relève de la « durabilité à long terme aux niveaux stratégique et politique » (Nesti, 2020). Pour répondre à ce défi, nous partons du postulat que l'identification d'indicateurs de mesure permettrait d'évaluer le degré d'intelligence d'une ville, constituant, ainsi, un outil de mesure sur lequel peuvent s'appuyer les administrateurs des villes pour une gouvernance efficace et efficiente. Il s'agit de recentrer la vision globale de la ville intelligente et de son design autour de l'expérience urbaine faite par les ressources humaines.

Les outils d'évaluation de la ville intelligente

Une évaluation en plusieurs domaines…

Au sein du paysage de la Smart City, nous trouvons divers niveaux d'application. Nous citonsceux qui sont orientés vers l'amélioration de l'infrastructure avec des espaces interactifs ausein de la ville (Mellot, 2016). Plusieurs travaux soulignent la place de la Smart City auniveau de « l'espace urbain », mais aussi au niveau de « l'espace industriel » (Mellot, 2016). Rochet (2018) rappelle que, dans le cadre d'un projet de recherche pour l'Union Européenne,le professeur Rudolf Giffinger, de l'Université Technologique de Vienne définissait déjà en2007 la ville intelligente comme une addition de domaines « intelligents ». Ces domaines sontreprésentés dans le tableau ci-dessous.

Domaines Clés	Indicateurs
Economie Intelligente	Esprit d'initiative, Entrepreneuriat, image de l'économie, productivité, flexibilité du marché du travail, intégré internationalement, capacité à se transformer
Des citoyens ou habitants intelligents	Niveau de qualification, apprentissage tout au long de la vie, pluralité sociale et ethnique, flexibilité, créativité, ouverture d'esprit/cosmopolisme, participation dans la vie public
Gouvernance ou Administration Intelligente	Participation dans les décisions de la vie publique, Les services publics et sociaux de la cité, la transparence de la gouvernance, les stratégies politiques et perspectives
Mobilité Intelligente (transport & TIC)	Accessibilité locale, accessibilité national & international, disponibilité des infrastructures TIC, systèmes de transport durable, innovant & sûr
Environnement Intelligent (ressources naturelles)	Attractivité des conditions naturelles, pollutions, protection de l'environnement, management des ressources durables
Cadre de Vie Intelligent (qualité de vie)	Equipements culturels, conditions de santé, nombre d'établissements d'enseignement, attractivité touristique, cohésion sociale, sécurité individuelle, qualité des logements

Tableau 1 - Domaines clés et indicateurs d'une ville intelligente (adapté des travaux de (Giffinger et al., 2007).

À partir de chaque domaine défini, des caractéristiques précises sont ensuite choisies et des indicateurs proposés. Giffinger et *al.* (2014) proposent un outil de benchmarking basé sur ce modèle. Afin de comparer les différents indicateurs, il effectue une standardisation des valeurs disponibles pour les différentes villes étudiées (90 villes au total). La méthode de standardisation utilisée est la transformation en Z. Cette méthode transforme toutes les valeursdes différents indicateurs en valeurs standardisées et comparables (Lohninger, 2012). La moyenne des valeurs de l'échantillon transformé sera donc 0 et sa déviation standard 1. Cet outil a été utilisé afin de comparer trois villes européennes : Bordeaux, Amsterdam et Turin (voir figure 1). La formule de calcul est la suivante :

$$z_i = \frac{x_i - \bar{x}}{s}$$

avec

z_i	Observations de l'échantillon transformées en Z et donc standardisées
x_i	Valeurs d'origine de l'échantillon
$\bar{x}$	Moyenne de l'échantillon
s	Déviation standard de l'échantillon

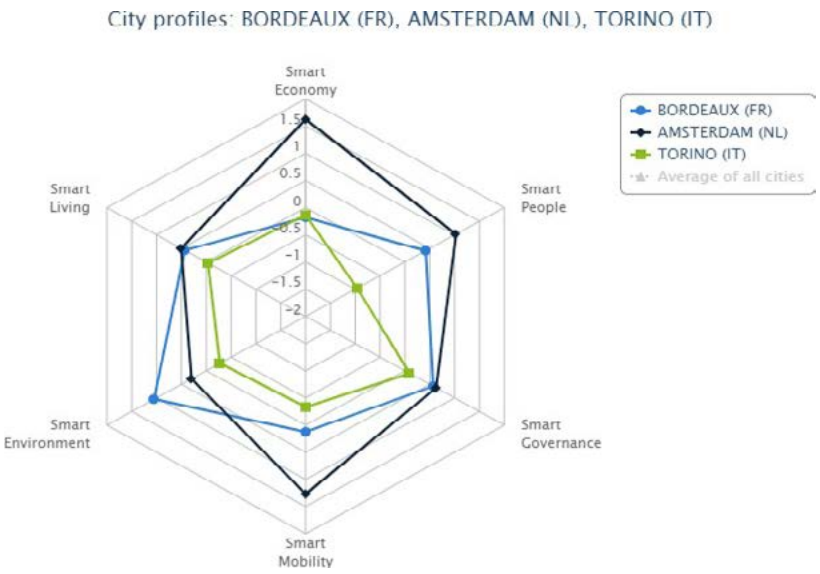


Fig. 1 - Comparaison de 3 villes européennes - matrice de (Giffinger et al, 2014) (Europeansmart 4.0).

Nous pouvons ainsi aisément visualiser le score de chacune des villes pour un domaine donné et également comparer les trois villes selon chacun des six domaines clés de la ville intelligente.

Les travaux de Giffinger et *al.* (2007), peuvent prendre en compte entre quatre-vingt et quatre-vingt-dix indicateurs (3ème et 4ème modèle de smart cities, 2014-2015). Sharifi (2019, 2020) complète leur modèle en y ajoutant un domaine (le domaine « données ») et une dizaine d'indicateurs (quatre-vingt-dix-huit au total). Son travail se base sur l'analyse et la comparaison de trente-quatre modèles. Il conservera les indicateurs ayant une occurrence supérieure à 25% sur l'ensemble des modèles étudiés. Voici un extrait de l'ensemble des indicateurs, par domaine, que nous avons trié et réorganisé par occurrence de la plus élevée à la plus faible.

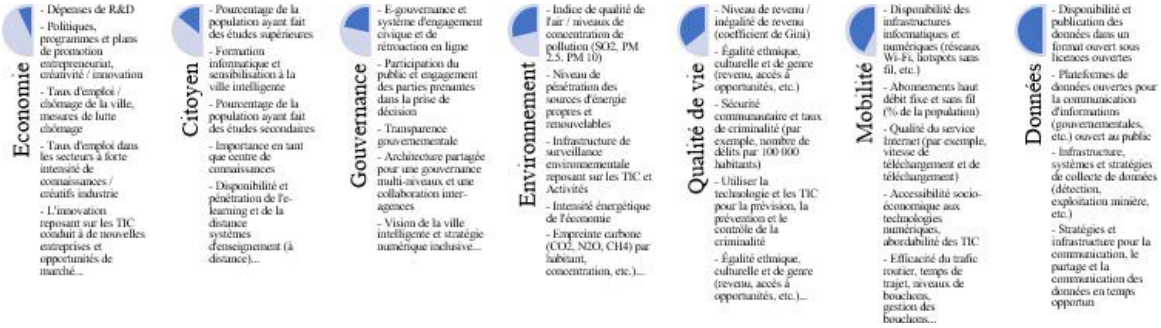


Fig. 2 - Extrait des domaines et indicateurs de la ville intelligente selon Sharifi (2020)

Ainsi, nous avons vu que, d'une part, l'utilisation des TIC est aux prémices et au cœur des villes intelligentes et nous nous sommes ensuite penchés sur les domaines clés qui les définissent (Caragliu et *al.*, 2011 ; Giffinger et *al.*, 2014 ; Rochet, 2018 ; Sharifi, 2019, 2020) et qui peuvent être comparés. Cependant, une prise en compte appropriée d'autres dimensions et de leurs interconnexions est essentielle pour une mise

en œuvre efficace et pour le succès immédiat et à long terme des villes intelligentes (Manville et *al.*, 2014 ; Bolivar & Meijer, 2016).

Et plusieurs niveaux d'analyse

Lorsqu'on évoque l'utilisation des TIC dans les administrations publiques, on ne se réfère pas uniquement aux villes intelligentes. En effet, d'une façon plus générale, si cette utilisation desTIC est associée à des changements organisationnels permettant d'améliorer les services publics et les processus démocratiques, on parle alors de « e-government » ou « e- gouvernement » (Brown, 2005 ; Conférence de Come, 2013). Remarquons que cette définition englobe la totalité des administrations sans tenir compte de l'échelon étatique (région, département, commune).

Ce concept de « e-gouvernement » peut être décliné en trois notions qui sont : l'administrationélectronique, qui correspond à l'intégration des TIC dans les services de l'État au senspurement technique du terme ; le gouvernement en ligne, qui ferait référence à la refonte des processus étatiques permettant d'optimiser les services, les liens avec les politiques publiques et les processus démocratiques ; et enfin la démocratie en ligne, qui permettrait de créer unlien direct avec les citoyens en leur proposant des plateformes de consultation ou de vote en ligne pour tous les échelons de l'État (Benyekhlef K., 2004).

Suite à ses recherches de précisions terminologiques, Benyekhlef (2004a) considère qu'« on assigne au mot gouvernement un contenu moins étendu que son contenu habituel, en prenantle tout gouvernement pour la partie administration ». On peut donc logiquement se demander s'il est possible de considérer la ville intelligente comme étant un « e-governement ».

Nous nous sommes donc penchés sur les travaux de Meijer et Bolivar (2016) qui distinguent trois angles de la ville intelligente : un angle technologique, par l'utilisation des TIC ; un angle gouvernance permettant une collaboration intelligente des acteurs ; et un angle ressources humaines faisant référence aux personnels (agents) et aux citoyens.

Ainsi nous identifions également trois dimensions de la ville intelligente. Certains auteurs comme Viévard (2014) parle également de typologie. Il existerait trois typologies de ville intelligente : la techno-cité, fruit des grands fournisseurs de TIC ; la ville contributive et collaborative, à la main des utilisateurs et de leurs usages ; et la e-cité, ville utilisant les TIC pour renforcer la gouvernance et le pouvoir d'agir des habitants.

Un rapprochement est donc facilement identifiable entre les dimensions de la ville intelligenteet du « e-government ». De même, les définitions des dimensions du e-government s'apparentent à celles des dimensions de la ville intelligente. Nous considérons, donc, que la ville intelligente est un système régi par les dimensions du e-gouvernement. C'est à partir de ce constat que nous allons tenter de définir un outil permettant de qualifier, voire quantifier, ledegré de maturité de la ville intelligente.

La ville intelligente est un système défini en trois dimensions : technologique, gouvernance et humaine. Dans la pratique, ces dimensions interagissent entre elles et sont, plus ou moins, développées en fonction de la ville traitée.

Pour plusieurs auteurs, l'utilisation des TIC constitue la pierre angulaire et la base de développement des villes intelligentes (Chourabi et *al.*, 2012 ; Debnath et *al.*, 2014 ; Degbelo et *al.*, 2016 ; Meijer et Bolivar, 2016). Nous pouvons donc considérer que la dimension technologique doit être la condition sine qua non à l'évaluation du degré de maturité d'une ville intelligente.

Concernant les dimensions humaines (citoyen/utilisateur) et gouvernance, nous pouvons nous appuyer sur les travaux de (Benyekhlef, 2004) qui présentait l'e-gouvernement sous cette forme :

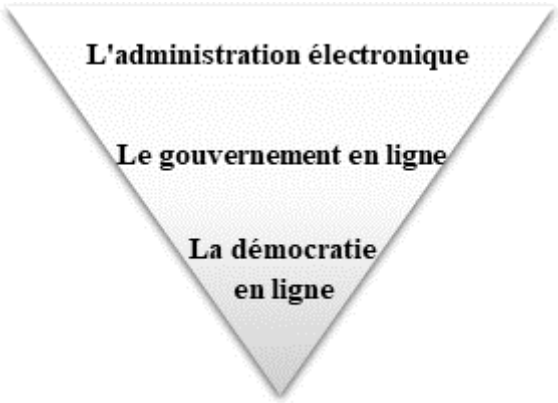


Fig. 3 - Le « e-government » en trois notions (Benykhlef, 2004)

La mise en place d'un e-gouvernement, et donc d'une ville intelligente, serait un processus incrémental dont l'objectif ultime serait d'améliorer la collaboration, la contribution et la participation des citoyens/usagers. On obtient donc un modèle à trois niveaux de maturité à savoir : Niveau 1 : Technologique ; Niveau 2 : Gouvernance ; Niveau 3 : Humain. Nous tenterons, dans ce qui suit, d'identifier des indicateurs relatifs aux six domaines de la ville intelligente (économie, citoyen, gouvernance, environnement, qualité de vie, mobilité et données).

Vers un modèle hybride…

…Permettant de qualifier la ville intelligente…

Selon l'Académie française, une ville serait un « assemblage ordonné d'un nombre assez considérable de maisons disposées par rues, et limitées souvent par une enceinte ». Elle se dit par extension de « l'ensemble des Habitants d'une ville ». La ville se définirait donc, stricto sensu, par ses infrastructures, ses habitants et son activité économique. Ces mêmes habitants, afin d'exercer leur activité économique à travers les infrastructures présentes, consomment unensemble de services au sein des villes. Ce sont ces services qui constituent l'essence d'une ville et qui la qualifient. On parle de ville « attractive » lorsque la ville propose un panel de services variés, qui permettront aux citoyens et aux entreprises de s'implanter. La présence d'écoles ou de crèches et de transports en commun sont de parfaits exemples de services permettant de qualifier une ville. Nous proposons donc de qualifier la ville intelligente par un agglomérat de services intelligents.

Dans ce contexte, il nous semble inapproprié d'évaluer une ville intelligente sans passer par l'évaluation des services qui la composent. En effet, une ville est un système extrêmement complexe au sein duquel les interactions, régies par divers acteurs, sont innombrables. Il devient alors possible de confondre les aspects relatifs à la ville intelligente et ceux relatifs aux autres acteurs qui interagissent en son sein. Afin d'illustrer nos propos, nous vousproposons de prendre pour exemple le parcours d'un citoyen usager d'un service de gardepour un enfant en bas âge (service petite enfance d'une ville). Le parcours retenu est celui de l'accueil d'un enfant en crèche (une étude détaillée est en cours au sein d'une commune Française). Voici, de façon très synthétique, nous représentons dans la figure ci-dessous les différentes étapes du parcours et les services associés ainsi que l'instance régisseuse duservice en question.

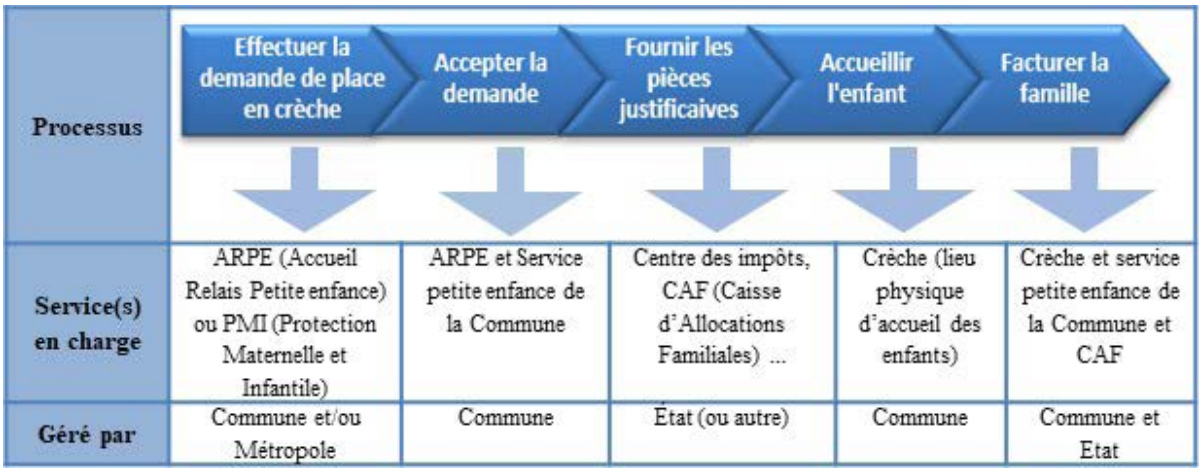


Fig. 4 - Parcours simplifié de l'accueil d'un enfant en crèche et des services associés

Nous constatons, ainsi, que pour un seul et unique parcours citoyen, les services sont rendus par au moins trois instances (ici la commune, la métropole et l'État). Prendre l'ensemble

« ville » pour la partie « service » engendrerait une évaluation non pertinente en ce quiconcerne le contexte et le niveau d'analyse. Bien que ces aspects soient transparents pour les citoyens, qui consomment un ensemble de services, nous considérons pour la suite, uniquement les services gérés par la commune (ou ville). Nous ne proposons pas, dans cet article, la liste globale des services d'une ville intelligente, car ces derniers dépendent de la ville dans laquelle nous nous trouvons (un même service peut être géré par la ville ou par la métropole en fonction de la commune dans laquelle nous nous situons).

Et de quantifier l' « intelligence » d'une ville

Afin de quantifier l'intelligence d'une ville, nous proposons de quantifier l'« intelligence » de chacun des services qui la composent. Notre outil se constitue d'une matrice croisant les niveaux de maturités et les domaines transversaux de la ville intelligente vus précédemment. Ainsi, nous pourrions, pour un service donné, identifier son degré de maturité.

Nous nous interrogeons ensuite sur les indicateurs à mettre en place au sein de cette matrice. Nous avons précédemment identifié des indicateurs permettant de mesurer l'intelligenced'une ville, et non d'un service. Nous proposons donc, en nous inspirant des indicateurs précités et issus de la revue de la littérature, une batterie d'indicateurs pour un service précis (le service petite enfance). Ces indicateurs sont issus de

travaux de recherche en cours et en lien avec les différents services d'une commune de la Métropole de Lyon. Nous proposons, ici, un extrait des soixante-treize indicateurs qualitatifs et quantitatifs que nous avons défini :

Accessibilité des crèches aux personnes à mobilité réduite

- Accessibilité des crèches en transport
- Accidents du travail agents
- Accidents enfants
- Arrêts maladie
- Chaleur et bruit généré par les outils
- Consommation en électricité des structures
- Consommation en gaz des structures
- Couverture du territoire en EAJE (Établissements d'Accueil des Jeunes Enfants)
- Couverture horaire
- Crèches équipées de système de refroidissement de l'air
- Dépenses (part du budget de la ville) dans le développement des outils numériques
- Dépenses dans les projets pédagogiques
- Dépenses en formation du personnel
- Dépenses liées à l'achat de jouets
- Dépenses liées à l'achat de matériel de puériculture
- Dépenses liées à l'éveil culturel des enfants
- Disponibilité de tutoriel d'utilisation des outils informatiques à destination des parentset des agents
- Etc…

Afin d'illustrer notre démarche, nous l'avons instanciée sur le service petite enfance, en remplissant le tableau ci-dessous. Cette matrice est loin d'être complète. En effet, nous avons juste énuméré un indicateur par domaine et par niveau. Il s'agira par la suite de quantifier et qualifier l'ensemble des indicateurs constitutifs de cette matrice.

	Économie	Citoyen	Gouvernance	Environnement	Qualité de vie	Mobilité	Données
Niveau 1 - Technologique	Dépenses (part du budget de la ville) dans l'insertion des TIC …	Taux d'inscription dématérialisée …	Part de participation des agents « crèches » dans l'élaboration des outils technologiques…	Emprunte carbone des outils numériques du service …	Chaleur et bruit générés par les outils …	Applications dédiées et accessibilité aux outils …	Sécurité des données (enfants/ parents) …
Niveau 2 - Gouvernance	Transparence processus et coûts …	Processus participatifs des parents et autres acteurs …	Fréquence de regroupement des instances de décisions (Elus/ Direction générale de la commune/le service/les acteurs eux-mêmes) …	Nombres de stratégies orientées développement durable …	Participation des parents dans la définition des activités de la crèche …	Présence de cartographies des moyens d'accès …	Exploitation de l'ensemble des données quantitatives et qualitatives afin d'avoir des reportings …
Niveau 3 - Humain	Revenus des parents …	Bénévolat dans les activités des crèches (sorties, cours de cuisine) …	Interaction « top-down » et « bottom-up » dans la prise de décision (Remontés d'information pour la prise de décision au niveau des Elus) …	Sensibilisation aux problématiques liés au développement durable (enfants/ parents/ agent) …	Nombre d'arrêt maladie …	Taux d'usage des outils numériques Mise en place de covoiturage au sein des structure Parking à l'entrée de la crèche…	Protection des données non-numériques (respect de l'affichage des habitudes alimentaires de l'enfant…) …

Tableau 3 – Proposition d'indicateurs pour le service petite enfance d'une ville.

Notre modèle ne prétend pas permettre la comparaison de villes entre elles, mais il a pour but de pouvoir donner des indications à une ville afin qu'elle puisse améliorer ce que nous définissions comme son « smart score ». Le « smart score » permet de qualifier et de quantifier le niveau d'« intelligence » d'une ville et de ses services. D'une façon plus précise, nous élaborons actuellement un référentiel global regroupant l'ensemble des services fondamentaux d'une ville et un référentiel spécifique à un service (le service petite enfance précité). Ces référentiels comporteront des indicateurs qualitatifs et quantitatifs permettant de définir respectivement un « smart score global » pour une ville et un « smart score spécifique » pour un service ou une fonction.

Nous tenons à préciser qu'il serait illusoire de prétendre couvrir l'ensemble des domaines et/ou des dimensions liées aux villes intelligentes, tant au niveau global qu'au niveau spécifique. De même qu'il serait difficile de ne pas prendre en considération des facteurs exogènes, c'est-à-dire des phénomènes externes comme une catastrophe naturelle, une crise financière ou une crise sanitaire, pouvant perturber le fonctionnement d'une ville intelligente et, par conséquent l'évaluation de son « smart score ». La situation que nous vivons actuellement, relative au COVID-19, génère d'autres critères ou indicateurs qu'il conviendrait de prendre en considération.

Les centres urbains regroupent près de 90 % des cas COVID-19 recensés (ONU, 2020). La crise sanitaire impacte l'ensemble des services d'une ville (transport, scolarité, administrations, installations sanitaires, gestion des déchets, etc), mais aussi les pratiques et les usages (essor du télétravail, télémédecine, enseignement à distance, consommation axée sur l'e-commerce, déplacements en vélos ou co-voiturage …). Les

décisions et/ou les mesuresprises par le gouvernement, pour endiguer la pandémie, peuvent, en plus d'un réaménagementdes services d'une ville, en limiter l'accès et, par conséquent les pratiques et les usages. La crise sanitaire s'est accompagnée par un changement social auquel l'ensemble des acteurs se sont adaptés rapidement. Des mesures ont été mises en place au fur et à mesure que la situation a évolué (mesures d'hygiènes, distanciation physique, port du masque obligatoire…). Ce nouveau contexte a changé nos habitudes sociales et notre rapport à laville. Les indicateurs de mesures d'une ville intelligente doivent faire l'objet de réajustements et de profondes transformations et ce en fonction de l'évolution de la situation sanitaire.

Si l'on se réfère à l'exemple des services de la petite enfance, nous assistons, depuis le début de la crise sanitaire, à des mesures de réajustement et à une modification des usages et des pratiques dans le but de limiter le risque de contamination. En effet, des mesures strictes ont été appliquées, nous citons le renforcement des règles d'hygiène, le réaménagement de l'espace d'accueil des enfants, la réorganisation des repas et des activités, l'interdiction aux parents l'accès aux lieux d'accueil des enfants. La proposition d'indicateurs de mesure d'un service petite enfance doit se focaliser sur des critères spécifiques à la situation de la crise sanitaire, tout en se posant la question de leur degré d'importance.

L'identification d'indicateurs de mesure d'une ville intelligente devrait nous permettre de considérer celle-ci comme étant un écosystème complexe (facteurs endogènes) et en perpétuelle évolution (facteurs exogènes). Nous avons vu qu'au niveau des facteurs exogènes,la crise sanitaire que nous vivons « chamboule » les usages et les pratiques, tout en impactant le fonctionnement même d'une ville. Au niveau des facteurs endogènes, nous estimons, qu'au moins, deux points essentiels mériteraient d'être examinés : le rôle des collectivités locales et l'inclusion sociale des acteurs.

Le rôle des collectivités locales, dans le développement des villes intelligentes en période de pandémie, doit être synonyme de « relance » et de « reconstruction » (ONU, 2020). Or, actuellement, les collectivités locales doivent faire face, avec le ralentissement dudéveloppement du tissu socioéconomique à cause du COVID-19, à la réduction de leurpérimètre d'actions urbaines. En effet, cette crise aurait comme conséquence la perte des revenus moyens des collectivités de « 15 à 25 % » en 2021 (OMT, 2020). Les difficultés financières risqueraient fortement de ralentir les projets de développement des villes dites « intelligentes » et ce en matière d'installations sanitaires, de développement d'infrastructures adaptées ou de services divers. Si l'on se focalise sur le service petite enfance, nous avions vu précédemment que parmi les indicateurs de mesure, la question des dépenses estfondamentale (développement d'outils, projets pédagogiques, formation du personnel, achat d'outil et de matériel divers). Nous en conviendrons donc que la mesure du « degré d'intelligence » d'une ville sera corrélée aux conséquences de la crise sanitaire qui se transforme en crise financière : l'identification d'un « smart score », à travers des indicateurs, doit être évaluée au regard des conséquences sociales, économiques, écologiques induites par la pandémie du COVID-19.

Dans la pratique, la crise sanitaire creuse les inégalités sociales (fermeture d'entreprises, perted'emploi, problèmes financiers, cadre de vie précaire, fracture numérique, etc) et impacte, par conséquent, l'inclusion des citoyens au sein de l'espace urbain. Parler de « ville juste » ou même de « ville inclusive » reviendrait à adopter des choix politiques (au niveau des collectivités locales et du gouvernement) en mesure de résoudre les problèmes de la « crise del'accès urbain, de l'équité urbaine, des financements urbains, de la sécurité, du

chômage, des services publics, des infrastructures et des transports » (ONU, 2020). Dans le cas d'un service de petite enfance, la crise sanitaire et ses conséquences économiques, génèrent de la disparité de l'accès au TIC, des inégalités dans l'usage du numérique et donc dans l'accès aux informations et/ou services en ligne, entre autres.

C'est essentiellement sur la question des usages et des pratiques des acteurs que doivent se forger les trajectoires d'identification des indicateurs de mesure d'une ville dite intelligente.

Conclusion

Nous avons identifié des indicateurs de mesure permettant de définir les fondements d'un système d'évaluation du degré de maturité de la ville « intelligente ». Nous avons établi des indicateurs pour évaluer ce que l'on a nommé « smart score » qui se décline sur trois niveaux (Technologique, Gouvernance et Humain) et ce à travers plusieurs domaines (Économie, Citoyen, Gouvernance, Environnement, Qualité de vie, Mobilité, Données). Nous avons proposé un système d'évaluation d'un « smart score » sur deux strates différentes : la première qui couvre l'ensemble des fonctions et/ou des services d'une ville intelligente « le smart score global » et la seconde strate, qualifiée de « smart score spécifique », qui couvre uniquement un service et/ou une fonction de la ville intelligente.

À travers notre article, nous avons, dans un premier temps, instancié notre approche sur le service petite enfance, d'une commune située sur le territoire français. Actuellement, nous essayons d'élargir le périmètre de validité de notre approche sur plusieurs communes situées dans plusieurs régions. Il est clair que notre proposition, relative au concept de « smart score global » ou de « smart score spécifique », doit être validée à une grande échelle.L'approche que nous proposons vise à mettre en relief l'intérêt et l'impact de l'évolution des villes « classiques » vers des villes dites « intelligentes » et ce au service du citoyen.

Références bibliographiques

Batagan L. (2011). Smart Cities and Sustainability Models. *Informatica Economica*, Vol. 15, n°3, p. 80-87.

Batty M., Axhausen K., Fosca G., Pozdnoukhov A., Bazzani A., Wachowicz M., et *al.* (2012a). *Smart cities of the future*. UCL Centre for Advanced Spatial Analysis, n°188, p. 1–40.

Batty M., Axhausen K.W., Giannotti F., Pozdnoukhov A., Bazzani A., Wachowicz M., Ouzounis, G. & Portugali, Y. (2012b). Smart Cities of the Future. *European Physical Journal,* n°214, p. 481-518.

Benyekhlef K. (2004). L'administration publique en ligne au Canada : précisions terminologiques et état de la réflexion. *Revue française d'administration publique*, Vol. 2004/2, n°110, p. 267-277.

Briodagh K. (2019). Ericsson and China Unicom Announce 5G Smart Harbor at the Port of Qingdao. *Smart City Sentinel Journal*, https://www.smartcitysentinel.com/news/articles/ 441433-ericsson-china-unicom-announce-5g-smart-harbor-the.htm

Brown D. (2005). Le gouvernement électronique et l'administration publique. *Revue Internationale des Sciences Administratives*, Vol. 71, n°2, p. 251-266.https://doi.org/10.3917/risa.712.0251

Caglioni M. (2019). Smart City, un changement de perspectives, in Vanin, L. (eds.) *Smart City, une autre lecture de la ville. Sous la direction de Boris Cyrulnik* (p.57-73). Les éditions Ovadia.

Caragliu A. & Del Bo C.F. (2016). Do Smart Cities Invest in Smarter Policies? Learning from the Past, Planning for the Future. *Social Science Computer Review*. Vol.*34, n°*6, p. 657- 672. https://doi.org/10.1177/0894439315610843

Caragliu A., Del Bo C. & Nijkamp P. (2011). Smart Cities in Europe. *Journal of Urban Technology*, Vol. 18, n°2, p. 65-82, Taylor & Francis, https://doi.org/10.1080/10630732.2011.601117 Disponible sur:https://research.vu.nl/ws/portalfiles/ portal/2474218

Chourabi H., Nam T., Walker S., Gil-Garcia J. R., Mellouli S., Nahon K., Pardo T. A. & Scholl H. J. (2012). Understanding Smart City Initiatives: An Integrative and Comprehensive Theoretical Framework. In: *Proceedings of the 45th Hawaii International Conferenceon InternationalConference on System Sciences* (p. 2289-2297).https://doi.org/10.1109/HICSS.2012.615

Cisco Innovation Center Songdo (n.d.) : https://www.cisco.com/c/m/ko_kr/innovation-center/songdo/en.html

Cisco Ville intelligente. https://www.cisco.com/c/m/fr_fr/never-better/core-networking- 2.html

Conférence de Come (2013), *Proceeding of the 13th European Conference on eGovernment (ECEG 2013*), Come, 13-14 juin 2013.

De Montalivet, P. (2011). *Gouvernance et participation*, éd. Bruylant.

De Wijs L., Witte P., De Klerk D. (2017). Smart city trends and ambitions. 20th AGILE Conference on Geographic Information Science, *Association of Geographic Information Laboratories in Europe,* Wageningen, 9-12 may.

Debnath A., Chin H., Haque Md. Ma., Yuen B. (2014). A methodological framework for benchmarking smart transport cities. *Cities*, 37. 47-56, https://doi.org/10.1016/j.cities.2013.11.004

Degbelo A., Granell C., Trilles S., Bhattacharya D., Casteleyn S., Kray C. (2016). Opening upSmart Cities: Citizen-Centric Challenges and Opportunities from GIScience. *ISPRS Int. J.Geo-Inf.*, 5, 16.

Giffinger R., Fertner C., Kramar H., Kalasek R., Milanović N. & Meijers E. (2007). *Smart cities – Ranking of European medium-sized cities*, Centre of Regional Science.

Giffinger R., Kramar H., Haindlmaier G. & Strohmayer F. (2014). *European Smart Cities 3.0.*

Benchmarking, http://www.smart-cities.eu Greenfield, A. (2013). *Against the smart city*, Do projects

IBM Smarter Cities (2020).http://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_cities/

overview/ (consulté le 20 septembre).

Kourtit K., Nijkamp P. & Arribas D. (2012). Smart cities in perspective – a comparative European study by means of self-organizing maps. *Innovation : The European Journal of Social Science Research,* Vol.25, n°2, p. 229-246.

Lee J.H., Hancock M. & Gand Hu M.C. (2013). Towards an effective framework for building smart cities lessons from Seoul and San Francisco", *Technological Forecasting & social Change*, Vol. 80, n°2, p. 286-306.

Lohninger H. (2012). *Fundamentals of Statistics. Function z-Transform*. Disponible surhttp://www.statistics4u.info/fundstat_eng/ee_ztransform.html

Lombardi P., Giordano S., Farouh H. & Yousef W. (2012). Modelling the smart city performance. Innovation. *The European Journal of Social Science Research*, Vol. 25, n°2, p. 137–149.

Manville C., Cochrane G., Cave J., Millard J., Pederson J.K., Thaarup R.K., Liebe A.,Wissner M., Massink R. & Kotterink B. (2014). Mapping Smart Cities in the EU.

Cisco Innovation Center Songdo (n.d.) : https://www.cisco.com/c/m/ko_kr/innovation-center/songdo/en.html

Cisco Ville intelligente. https://www.cisco.com/c/m/fr_fr/never-better/core-networking- 2.html

Conférence de Come (2013), *Proceeding of the 13th European Conference on eGovernment (ECEG 2013*), Come, 13-14 juin 2013.

De Montalivet, P. (2011). *Gouvernance et participation*, éd. Bruylant.

De Wijs L., Witte P., De Klerk D. (2017). Smart city trends and ambitions. 20th AGILE Conference on Geographic Information Science, *Association of Geographic Information Laboratories in Europe,* Wageningen, 9-12 may.

Debnath A., Chin H., Haque Md. Ma., Yuen B. (2014). A methodological framework for benchmarking smart transport cities. *Cities*. Vol. 37. p. 47–56. https://doi.org/10.1016/j.cities.2013.11.004.

Degbelo A., Granell C., Trilles S., Bhattacharya D., Casteleyn S., Kray C. (2016). Opening upSmart Cities: Citizen-Centric Challenges and Opportunities from GIScience. *ISPRS Int. J.Geo-Inf.*, 5, 16.

Giffinger R., Fertner C., Kramar H., Kalasek R., Milanović N. & Meijers E. (2007). *Smart cities – Ranking of European medium-sized cities*, Centre of Regional Science.

Giffinger R., Kramar H., Haindlmaier G. & Strohmayer F. (2014). *European Smart Cities 3.0.*

Benchmarking, http://www.smart-cities.eu Greenfield, A. (2013). *Against the smart city*, Do projects

IBM Smarter Cities (2020). http://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_cities/

overview/ (consulté le 20 septembre).

Kourtit K., Nijkamp P. & Arribas D. (2012). Smart cities in perspective – a comparative European study by means of self-organizing maps. *Innovation : The European Journal of Social Science Research,* Vol.25, n°2, p. 229-246.

Lee J.H., Hancock M. & Gand Hu M.C. (2013). Towards an effective framework for building smart cities lessons from Seoul and San Francisco", *Technological Forecasting & social Change*, Vol. 80, n°2, p. 286-306.

Lohninger H. (2012). *Fundamentals of Statistics. Function z-Transform*. Disponible surhttp://www.statistics4u.info/fundstat_eng/ee_ztransform.html

Lombardi P., Giordano S., Farouh H. & Yousef W. (2012). Modelling the smart city performance. Innovation. *The European Journal of Social Science Research*, Vol. 25, n°2, p. 137–149.

Manville C., Cochrane G., Cave J., Millard J., Pederson J.K., Thaarup R.K., Liebe A.,Wissner M., Massink R. & Kotterink B. (2014). Mapping Smart Cities in the EU.

directorate general for internal policies, policy department a: economic and scientific policy https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET(2014)507480_EN.pdf

Masdar City, Available online: https://masdarcity.ae/

Meijer A. & Rodríguez Bolívar M. (2016). La gouvernance des villes intelligentes. Analyse de la littérature sur la gouvernance urbaine intelligente. *Revue Internationale des Sciences Administratives*, Vol. 82, n°2, p. 417-435. https://doi.org/10.3917/risa.822.0417

Mellot S. (2016). Les dispositifs exploratoires de la ville (dé) font-ils les nouveaux explorateurs ? *Sciences du design,* Vol. 2016/1, n°3, p.79-91.

Microsoft CityNext. Available online: https://partner.microsoft.com/en-US/ Solutions/CityNextx-special/nautilus-clipboard (consulté le 20 septembre).

Nesti G. (2020). Définir et évaluer la nature transformationnelle de la gouvernance des villes intelligentes : observations issues de quatre cas européens. *Revue Internationale desSciences Administratives*, Vol. 86, n°1, p.23-40. https://doi.org/10.3917/risa.861.0023

Odendaal N. (2003). Information and communication technology and local governance: understanding the difference between cities in developed and emerging economies. *Computers, environment and Urban Systems*, Vol. 27, n°6, p.585-607.

Offner J.-M. (2018). « La smart city pour voir et concevoir autrement la ville contemporaine

», *Quaderni* [En ligne], 96 | Printemps 2018, mis en ligne le 15 mai 2020, consulté le 31 mai 2018. URL : https://doi.org/10.4000/quaderni.1172.

OMTOrganisation mondiale du tourisme (2020). *Le nombre de touristes internationauxpourrait chuter de 60* à *80 % en 2020*. 7 mai 2020. Disponible sur : https://www.unwto.org/fr/news/covid-19-le-nombre-de-touristes-internationaux-pourrait- chuter-de-60-a-80-en-2020.

ONU Nations Unies (2020). *Note de synthèse : le COVID en milieu urbain*. Juillet 2020. ONU Nations Unies (2018). United Nations, Department of Economic ans Social Affairs,

(2018). Department of Economic and Social Affairs, Population Division, (2018). *Word Urbanization prospects: The 2018 Revision*.

Picon A. (2016). L'avènement de la ville intelligente, *Sociétés,* Vol. 2016/2, n° 132, p. 9-24. https://doi.org/10.3917/soc.132.0009.

Poussevy E., Ennor V. (2019). Des villes intelligentes ?, *Dossier Smart Cities, villes du futur, Revue Long Cours*, n°10, hiver, 79-86.

Rochet C. (2018). *Les villes intelligentes, réalité ou fiction*, ISTE Editions, 208 p.

Sharifi A. (2019). A critical review of selected smart city assessment tools and indicator sets.

Journal of Cleaner Production. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.172

Sharifi A. (2020). A global dataset on tools, frameworks, and indicator sets for smart city assessment, *Data in Brief*, *29*, 105364. https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.105364

Stimson R. & Pettit C. (2016, May 8–10). Smart cities, big data: An overview. *Paperpresented at the IGU Applied Geography Commission Workshop*. Rhodes Island, Greece.

Viévard L. (2014). La ville intelligente : modèles et finalités, Rapport - FRV100, *Métropole de Lyon direction de la prospective et du dialogue public*, 36 p. Disponible sur https://www.millenaire3.com/ressources/la-ville-intelligente-modeles-et-finalites

Walravens N. (2012). Mobile business and the smart city: Developing a business model framework to include public design parameters for mobile city services. *Journal oftheoretical and applied electronic commerce research*, Vol. *7,* n°3, 121-1

De la transition à la permaculture : analyse d'un marcottage social et communicationnel
From transition to permaculture : analyse of a marcotage social and communicational

Frédérique Sussfeld,
Doctorante, IMSIC, Aix-Marseille Université
frederique.sussfeld@gmail.com

Céline Pascual Espuny,
Professeur des Universités, IMSIC, Aix-Marseille Université
celine.pascual@univ-amu.fr

Mots-clés : ancrage territorial, communication, culture, action, pratiques sociales.

Keywords : territorial anchorage, communication, culture, sociale practises.

Résumé

Le mouvement culturel de la transition s'implante sur les territoires dans de nombreux pays. Nous nous intéressons au contexte d'émergence de ce mouvement en France et son apport en communication environnementale. Nous revenons sur une évolution du discours environnemental pour identifier les causes d'un désaveu du concept de développement durable, puis nous introduisons l'influence de la permaculture auprès des acteurs de la transition. Nous présentons les procédés et les processus communicationnels développés par les acteurs qui élaborent une communication "énergisante".

Abstract

The cultural movement of transition is taking hold in many countries. We are interested in the context of the emergence of this movement in France and its contribution to environmental communication. We go back over an evolution of the environmental discourse to identify the causes of a disavowal of the concept of sustainable development, then we introduce the influence of permaculture for transition's actors. We present the communication processes and procedures developed by the actors who elaborate an «energizing» communication.

De la transition à la permaculture : analyse d'un marcottage social et communicationnel

Frédérique Sussfeld, Céline Pascual Espuny

Dans la vaste matrice idéelle et rhétorique de la prise en compte de l'environnement dans l'espace public, le développement durable, plastique et régulièrement vidé deson sens, a petit à petit cédé de son empreinte narrative à un mouvement qui s'est retrouvé autour du concept de Transition. Porté par Rob Hopkins, inspiré de la permaculture, cette émergence est représentative aujourd'hui d'un vaste mouvement social, ancré dans le territoire, porteur de logiques constructives et hybrides, où la culture et l'échange ont autant de place que les gestes et le travail de la terre dans l'urbain.

Parmi les territoires les plus remis en question et investis par la Transition, celui de notre agriculture, au travers du rapport à la Terre mais aussi à sa culture, à sa fertilité. L'agriculture est un des secteurs les plus touchés par le changement climatique et un des secteurs les plus controversés. Très pollueur, dépendant de la pétrochimie, le système agricole mondial est remis en question et des propositions sont faites pour cultiver une nourriture saine localement, sans pesticides et sans pétrole. L'alimentation devient pour de nombreux citoyens un enjeu de santé publique, sur lequel ils peuvent agir directement. Choix de consommation alimentaire et modèle agricole renouvelé illustrent une partie des changements de société en cours : agriculture relocalisée en périphérie des villes, agriculture urbaine et maraîchage sur petites surfaces, agro écologie, permaculture, distribution en circuit courts, recherche de résilience des territoires. Ces pratiques sociales interrogent le paysage et les usageset sont représentatives de la transition écologique au niveau local.

Est-ce une forme sociale renouvelée dans un territoire réinvesti ? Est-ce une nouvelle logique qui émerge et qui s'organise sur un espace identifié, familier, collectif ?

Nous postulons que de nouvelles formes communicationnelles sont nées de ce mouvement, ancrées dans le territoire et dans nos liens à une nature nourricière. De nouvelles communautés se sont appropriées cet espace pour en faire un lieu social et culturel, mais aussi pour réinventer un savoir-être ensemble qui passe par de nouvelles voies sémantiques et communicationnelles.

L'analyse in situ que nous proposons revisite un travail doctoral et questionne l'espace à l'aune de cet impératif environnemental porté par le contexte national, que de nombreuses communautés ont investi à contre-pied, au travers de la permaculture, sur du très local, sur un espace de voisinage, de partage, de culture et d'agriculture. Lacommunication ici joue un rôle majeur, que nous rapprochons d'un phénomène d'ancrage dans le local, et que nous qualifions de marcottage, pour filer la métaphore jardinière. Initialement théorisée par Bill Mollison et David Holmgren en 1978 comme un nouveau modèle agricole qui s'inspire de la nature, les principes de la permaculture sont actuellement adaptés à différents contextes, à différents écosystèmes (un jardin, une ville, une entreprise).

Notre question de recherche est la suivante : dans cette émergence sociale de la transition inspirée de la permaculture, comment la communication est-elle saisie, questionnée, réinvestie ? Joue-t-elle un rôle moteur ? Comment la qualifier ?

Nous proposons de répondre à notre question de recherche en trois temps: une première partie nous permettra de comprendre le désaveu et la disqualification progressive du concept de développement durable auprès d'une frange de la société. La communication qui portait la matrice développement durable a toute sa place dans ce désaveu, et c'est sans surprise que de nouvelles voies ont été privilégiées. Une deuxième partie nous permettra de qualifier ses nouvelles voies communicationnelles.Pour finir, nous nous focaliserons dans notre troisième partie sur les conséquences de ce mouvement au regard des questions de territoire, avec un focus particulier sur la notion d'ancrage.

Naitre d'un désaveu pour se réapproprier l'espace : l'histoire des transitionneurs et de la transition

Partons de deux constats, relativement consensuels: le concept de développement durable a fait long feu chez les plus investis. Particulièrement plastique, désaxéimmédiatement de l'esprit de son texte (introduction du chapitre 2 du rapport Brundtland Our common Future, 1987), le développement durable a bénéficié de son ambivalence sémantique pour devenir immédiatement populaire et être propulsé universellement dans tous les secteurs de la société. Notre deuxième constat est qu'en même temps, perçu comme dévoyé par les communautés historiquement les plus sensibles et investies aux dégradations environnementales planétaires, il a déçu et fait l'objet d'un désaveu.

Une communication immédiatement pointée du doigt et la recherche d'un renouveau discursif et pragmatique

La communication a joué un rôle non négligeable dans ce désaveu. Le greenwashing qui a pu paraître comme pratiqué à large échelle a provoqué une levée de bouclierchez les plus actifs, qui se sont attelés à la tâche de dénoncer les écarts, qualifier les pratiques de greenwashing, encadrer les propos, édicter des règles de bonnes conduites. Il y a eu une belle unanimité pour critiquer une communication jugée coupable : la première initiative consensuelle prise lors du Grenelle de l'environnement a été d'interrompre l'activité du Bureau de Vérification de la Publicité, qui avait failli, pour lui préférer la création de l'Autorité de régulation des professionnels de la Publicité (Pascual Espuny, 2008, 2012).

Mais le mouvement a été plus vaste et plus profond et a conduit à l'émergence d'un nouveau concept, celui de la Transition. Nous envisageons donc l'émergence de ce nouveau discours dans l'espace public comme conséquence et réaction à la saturation de trois autres discours qui, parallèlement, ont constitué une trame interdiscursive riche centrée sur la nature, la RSE ou le développement durable :

- un discours moralisateur et basé sur la reconnaissance d'une faute primitiveanthropocentrée,
- un discours autour du sublime, de l'amour et de la vie et sa mise en spectacle,
- un discours technocentré, autour de la science, voire de la science-fiction et dela capacité de

l'homme à lutter contre l'adversité.

Le discours moralisateur, basé sur la faute primitive anthropocentrée est historiquement à la fois le premier mais aussi le plus conséquent des discours portés sur le développement durable. Gill Branston (2016) évoque l'évolution de cette heuristique de la peur dans les discours environnementaux, qui, pour lui, prend la forme d'une habitude, voire d'un goût pour le catastrophisme. Cette heuristique se décline de la mise en scène de lutte pour la survie contre les éléments, contre les désastres naturels, à celle de la faute collective. Robert Cox (2007), avait qualifié la communication environnementale de communication de crise arguant qu'il s'agit d'une crise morale et éthique. Butler (2006) soulignera le pouvoir de l'usage du sentiment de deuil et de la violence concernant la communication sur la fragilité de certaines espèces.

Cette première voie communicative est elle aussi ambivalente dans ses effets. Elle est un levier d'action pour certains, elle va bloquer l'autre partie de la population (Ferguson et Brandscombe, 2009), voire une paralysie (Lertzman, 2015), voire avoir un effet circumvalatoire (O'Neill et Nicholson-Cole, 2009). Ce type discursif et communicationnel a eu un impact non négligeable: il a durablement connoté les messages environnementaux et a instauré un bruit difficilement occulté par les efforts de pédagogie, d'alerte et d'autres rhétoriques tentées après. Il a également bloqué l'un des canaux d'expertise habituel : l'explication scientifique, trop lente et précautionneuse par rapport à une peur démesurée.

Une deuxième voie de communication, à l'opposé dans l'échiquier discursif et attitudinal a éclos peu après. Il s'agit de proposer un monde sublimé, vierge, basé avant tout sur les relations symboliques qu'entretiennent les hommes avec la nature et la culture. La nature est humanisée, personnalisée, elle éprouve et ressent. Deux mouvements sémantiques convergent dans cette même direction : d'un côté, la conversion lente mais sûre d'une vision de la Nature soit sauvage et sublime, soit outilde l'homme, en un réceptacle discursif beaucoup plus profond où elle est envisagée par le symbolique, la culture et les valeurs (Williams, 1972; Haraway, 1989, Cantril etOravec, 1996, Cronon, 1996). De l'autre côté, l'apparition de la thématique de la disparition des espèces. En termes de linguistique, on passe d'une tendance à cataloguer les animaux par des quantités, par des masses (« troupeau, bétail, gibier, volaille, nuisible ») (Stibbe, 2001), d'une conception de la nature comme objet et de l'homme comme agent (Harre, Brockmeier, and Muhlhauser, 1999), à une nature personnifiée, ce que Soward (2006), nomme l'» *animal centric anthropomorphism* ». Une proximité s'installe, qui ouvre la voie à un rapprochement général mais aussi à ceque Milstein appellera une « *Bambification* », à savoir le fait de considérer ces animaux de manière angélique et de leur attribuer des comportements humains, ce qu'il considère comme un outil discursif extrêmement puissant. Berger (1980) qualifiera les représentations d'une nature « *vibrante et vivante* », Cheryl Lousley (2016) de « *charismatic life* ».

Une troisième voie discursive est suivie en parallèle: il s'agit d'une approche techno- centrée des discours, qui accorde une large place à la science et à la technologie et qui creuse un écart entre discours expert et écoute/discours profane. Cette approche fait rapidement long feu : Doyle (2016) a montré que les représentations visuelles notamment des crises environnementales sont aujourd'hui utilisées pour comme principal moyen d'explication, à la fois par les scientifiques et les académiques, mais aussi par le grand public et les médias.

Ce discours est pourtant celui qui régit l'univers institutionnel du développement durable et de l'environnement, pierre angulaire des grands écrits et des textes diplomatiques signés lors des Sommets de la Terre. Ces propositions scientifiques sont orientées vers la technologie, la comptabilité mais aussi la possibilité d'agir, soit au niveau des politiques publiques, soit au niveau des actions individuelles. En termesde communication environnementale, elles ont fixé un cadre cognitif qui nous régit depuis 2009 : celles d'une course contre la montre, contre la catastrophe, sur des horizons courts et scientifiques, à des échelles qui nous dépassent.

C'est une quatrième voie discursive qui est actuellement portée par les discours sur la Transition, une approche basée sur la proximité, l'humilité et la légèreté qui porte aujourd'hui ces mouvements sociaux et un renouveau dans l'espace public de la thématique environnementale (Cox, 2007, Cantrill & Oravec, 1996). Nous remarquons une certaine déconstruction ou démystification autour de l'heuristique de la peur devenue usuelle en matière de climat qui d'années en années a pu marquer les esprits et s'imposer comme une vérité.

L'émergence de la Transition et de sa matrice communicationnelle

Ce désaveu progressif du concept de développement durable a laissé place à l'émergence de celui de Transition. Pour envisager la Transition comme un concept singulier qui ne serait pas affilié à un concept 'mère' de Développement Durable maisqui aurait une légitime autonomie, il faut s'intéresser au mouvement de la transition engagé par Rob Hopkins, et théorisé dans son livre *The transition handbook,* paru en France en 2010 sous le nom de *Manuel de transition, de la dépendance au pétrole* à*la résilience locale.* Ce manuel donne des clefs de compréhension du concept de Transition notamment son lien particulier avec la permaculture. La permaculture est à l'origine une proposition agricole fondée par Mollison et Holmgren, basée sur la gestion des ressources entre espèces animales et végétales dont une des conséquences serait la résilience de l'écosystème. Un système agricole permacole pourrait s'affranchir de l'utilisation d'énergies fossiles en utilisant des ressources produites localement par une pluralité d'espèces, de l'énergie solaire et de l'eau de pluie. En dehors du modèle d'ingénierie que propose la permaculture il faut envisager la portée éthique que cette proposition représente. Les notions d'interconnexion et d'interdépendance entre individus replacent l'homme au sein d'un écosystème où ses actions ont des répercussions sur les autres espèces et rendent compte de la vision holiste de la permaculture. Se dessine une proposition où l'individualisme rendrait fragile, alors que le groupe permettrait la survie du système. Transposer les principes éthiques de la permaculture à nos sociétés fait apparaitre la vision d'une société où l'individualisme, la fragmentation seraient perçues comme dangereux pour l'ensemble du groupe.

« *Il n'est jamais inutile de s'interroger sur la façon dont des évolutions culturelles peuvent être des vecteurs possibles d'essor de mouvements sociaux* », (Neveu, 2015 : 7).

La Transition devient un concept singulier qui porte des valeurs morales, éthiques, sensibles, issues des principes de la permaculture. Ce mouvement va fédérer une pluralité d'acteurs en invitant à participer à un mouvement international, qui se constituerait d'une diversité de projets engagés localement par des citoyens qui tous ont en commun une vision du vivre ensemble en rupture avec notre tradition. Inclusif, le mouvement de la transition se conçoit presque comme « le contraire » d'une lutte, optant pour « une approche positive centrée sur les solutions », il pourrait désorienter certains mouvements de lutte écologique. (Bednick, 2013

Un mouvement culturel qui utilise la culture de la Terre

La culture du mouvement de la transition circule au travers de médias dont le média cinématographique et au travers d'initiatives de transition sur les territoires.

Une étude des productions audiovisuelles et une observation des échanges interpersonnels lors d'un projet de transition écologique envisagés dans un travail doctoral (Sussfeld, 2020) nous permettent de considérer que le mouvement de la Transition écologique est un mouvement social culturel dont la mobilisation passe parune phase identitaire où les groupes s'agrègent pour faire mouvement autour d'une culture partagée entre pairs. Nous nous focaliserons sur un processus discursif narratifemployé par les acteurs puis sur des éléments d'ancrage local d'une culture quimodifie le paysage.

Le film documentaire, média privilégié de la Transition

Les documentaires et les jardins permacoles peuvent être considérés comme desespaces de vie où les activités humaines font advenir ce qu'elles énoncent ou représentent, ce que l'on désigne sous le terme de performativité, (Cervulle & Quemener, 2015 : 68). Ils vont apparaitre en filigrane, en arrière-plan ou au devant de la scène, comme cadre et objet de vie et de partage, dans de très nombreux films documentaires liés à la Transition.

Le cinéma documentaire raconte des faits réels qui seront scénarisés mais l'histoire ainsi racontée ne doit pas trahir la réalité c'est à dire qu'elle ne doit pas détourner le sens de ce qui a été filmé. Le film documentaire n'est pas un film de fiction, maisc'est un film, le procédé cinématographique est donc présent et si ce film est projetéau cinéma, cela convoque les effets du dispositif cinématographique. Se met alors en place tout un procédé sensoriel propre à la salle de cinéma (Denizart, 2017), à l'activation de notre *désir de fiction,* (Odin, 2000). Les notions de mémoire collective,et d'identité collective, participeront à la fonction sociale du cinéma qui devient alors un lieu privilégié de la mémoire collective, (Deng, 2014).

Parallèlement aux effets sur le spectateur de la salle de cinéma, un processus discursifnarratif activera la part *fictionnalisante* du film documentaire (Odin, 2000) et ouvrira un espace pour l'imaginaire, pour la croyance. *L'entrée du spectateur dans le documentaire ,* (Odin, 2005) sera d'autant plus rapide selon la diégèse choisie. Il en résulte un processus communicationnel qui mobilise les sens, le corps : le film documentaire informe, montre le réel d'individus ordinaires et entre autre par la*diégétisation* opère, comme le dit Odin *une mise en phase efficace* pour *susciter la projection-identification*, (Odin, 2005 : 4).

La proposition documentaire va permettre de présenter des personnages qui agissent, montrer des attitudes, qui serviront d'instruments d'orientation pour le spectateur à travers lesquels il pourra fabriquer, reconstruire le réel. De ces représentations cinématographiques peut émerger une « autre » culture, le cinéma devient un vecteur possible de changement culturel.

Dans ce cadre, à travers le jeu discursif narratif qui répond au *désir de fiction* du spectateur, à sa *mise en phase*, les paysans « ordinaires » présents dans ces films, deviennent aux yeux des spectateurs des héros ordinaires et ce sont des incarnations de ses héros que nous pouvons rencontrer dans les jardins partagés de l'agriculture urbaine et peut-être lors des avant premières des films documentaires.

Se rapprochant tout autant d'une pratique agricole que d'une pratique culturelle, la permaculture devient un outil de montée en compétences, où l'acculturation d'un groupe social vers un autre opère, permettant une montée en capacité des acteurs et une circulation des savoirs. Transversale, opérant à travers ces divers paliers la pratique culturelle ouvre des espaces liminales où le corps de l'individu devient acteurpour lui-même, devant les autres, avec les autres, et sous la protection des autres (participants, encadrants, spectateurs). Les acteurs de la transition souhaitent à travers leur communication (films documentaires et initiatives locales), raconter une histoire, pour offrir « d'une vision positive de l'avenir », mis bout à bout les films et les initiatives de transition formeraient une sorte de récit potentiel de la transition (Jalenques-Vigouroux, 2006).

« *Une culture c'est d'abord un ensemble de pratiques qui procèdent de la vie sociale et qui l'organisent. On peut penser la culture comme unsystème de communications qui unit les membres d'une société dans leurs différentes dimensions et les relie avec ce qui les concerne* » (Fleury, 2002 : 10).

Le jardin permacole filmé: l'espace réapproprié comme ancrage culturel

Accepter que le mouvement culturel de la Transition s'appuie sur la diffusion d'une vision renouvelée de la relation homme-nature, c'est envisager que certaines dynamiques de changement dans la société occidentale sont proposées en marge d'un modèle de pensée institutionnalisé et culturellement partagé dans lequel la nature est plutôt considérée comme étant « au service » de l'homme.

Dans le contexte climato-socio-historique actuel le concept de désorganisation socialepeut donner un éclairage sur le besoin de changement de certains acteurs. Selon Coulon, le concept de désorganisation sociale permet de comprendre comment, dans certaines circonstances, les règles sociales ne font plus consensus, "*Il y a désorganisation lorsque des attitudes individuelles ne peuvent trouver satisfaction dans les institutions, jugées périmées, du groupe primaire*", (Coulon, 1992 : 29).

La transition écologique se construit sur les territoires, au niveau local et les jardins travaillés sous l'approche de la permaculture vont être l'occasion de former les citoyens à des techniques d'entretien et de production végétales correspondant àcertains « égards » envers le vivant (Morizot, 2020). D'un point de vue théoriquenous rapprochons ces méthodes de formation de la notion d'acculturation (ou de mouvance des cultures). D'après Fleury, la définition de l'acculturation a été fixée en 1936 par Robert Redfield, Ralph Linton et Melville Herskovits dans le « Memorandum pour l'étude de l'acculturation : *l'acculturation est l'ensemble des phénomènes qui résultent d'un contact continu et direct entre des groupes d'individus de cultures différentes et qui entraînent des changements dans les modèles culturels initiaux de l'un ou des deux groupes* », (Fleury, 2002 : 112).

Assister à la projection au cinéma d'un documentaire ou participer à l'élaboration et à la mise en place d'un jardin permacole seraient des pratiques sociales et culturellesqui permettraient d'opérer *la synthèse entre la mémoire sociale et la projection vers l'avenir de la communauté*, (Wulf, 2010 : 9)[1].

1 Au sujet du rituel.

C’est au travers des discours des personnages des films (Chalvon-Demersay, 1994) et plus particulièrement des néo-paysans ou de paysans qui ont opéré un changement de pratiques qu’apparait l’ancrage de cette culture sur les territoires.

Vers une heuristique de l’appartenance et du partage

Nous proposons dans notre troisième partie de revisiter une partie de notre recherche doctorale au regard de notre question de recherche autour de la notion d’ancrage local et d’espace.

Les initiatives de transition représentent tout à la fois des lieux d’expérimentation, de formation, d’échanges de pratiques et de connaissances. Les individus vont évoluer aufil du temps, et monter en capacité sur les questions climatiques au regard de l’éthiquepermacole. Les jardins pédagogiques sous l’approche de la permaculture ne sont pas « culturels », ils ne répondent pas à une catégorisation culturelle comme le cinéma. En revanche leur statut pédagogique et leur dimension de médiation permettent d’envisager les jardins comme des lieux de diffusion d’une culture. Pour transmettre l’idéologie permacole, les permaculteurs vont faire, et en faisant ils souhaitent donner aux autres individus l’envie de faire. C’est une pensée par le processus et par l’exemplarité qui d’initiatives en initiatives envahit le territoire et modifie le paysage.

La permaculture, au-delà du paradigme agricole différent, une réappropriation de l’espace par des échanges communicationnels ancrés et proches

La permaculture repose sur un paradigme agricole différent de celui qui a été enseigné depuis les années d’industrialisation de l’agriculture ; de la semence aucircuit de distribution, de l’élevage à la consommation, le secteur agroalimentaire est désigné comme polluant et peu respectueux du vivant. Des films accompagnent cet état des lieux et montrent des paysans dépassés entre incompréhension et déni. Les néo-paysans ou les paysans qui ont choisi l’agriculture biologique s’inscrivent dans une autre culture agricole imposant à ce secteur une implantation culturelle avec des valeurs et des pratiques.

Le concept de la permaculture propose un système agricole sur des petites surfaces, redonne aux paysans une autonomie financière (non endettés), elle revalorise le travailagricole par une proximité avec le consommateur (le paysan est identifié comme celuiqui nourrit). Le paysan devient un acteur local incontournable, il n’est plus relégué dans les campagnes. Les paysans « vedettes » des films de notre corpus sont invités sur des radios nationales, ont un portrait en quatrième de couverture de journaux nationaux et sont cités dans des séminaires et des colloques. Autant d’occasionsd’expliquer leur choix et de promouvoir une agriculture « à taille humaine » et « dans le respect de la terre », pour « une terre vivante sans pesticides », et pour protéger la santé des citoyens. Ces paysans et *néo-paysans* montrent une connaissance maitrisée de la chimie des sols, une compréhension des échanges inter-espèces et modifient la représentation sociale du paysan qui aurait abandonné son tracteur et ses hectares pourremettre les mains dans la terre et valoriser un savoir savant et oublié. Ce savoir pourrait avoir séduit des individus en « quête de sens » plutôt intellectuels

qui voient dans cette science redynamisée un champ inépuisable et l'opportunité de « redécouvrir la nature » à travers un métier central sur les problématiques environnementales.

Relier l'acte à la pensée, le discours à l'échange et au faire ensemble

L'action permacole va redonner du sens en offrant une identification de l'action forte (n'oublions pas que le mouvement de la transition essai de sauver la planète). L'étude des personnages de quatre films documentaires révèle des individus qui agissent sur leterritoire auxquels ils "appartiennent", ils ont conscience de leur impact sur le paysageet se disent "progressistes". Tous partent d'un constat d'échec de politiques territoriales qui auraient privilégié l'économie à d'autres valeurs du territoire, des attitudes du groupe primaire semblent être jugées périmées (Coulon, 1992). Plusieurs éléments ressemblent à des propositions de réorganisation sociale dans ce contexte particulier de changement climatique.

Le territoire deviendrait un lieu où peuvent s'exprimer les innovations, où une reconnaissance des pairs se concrétiserait au sein d'un système redimensionné àéchelle humaine. Une liberté retrouvée de faire selon ses propres connaissances sur sa parcelle, en plus d'une liberté économique. En discussion avec des biologistes, des ingénieurs, ou avec le Ministre de l'agriculture, les néo-paysans présents dans lesfilms semblent à l'aise avec les acteurs de différents milieux socioprofessionnels. De même "culture" les individus se reconnaissent, et construisent un réseau d'acteurs,une reconfiguration du territoire se met ainsi en place sans lutte visible mais par la multiplicité d'initiatives en apparence isolées mais culturellement liées.

Conclusion

Le mouvement de la transition écologique prend naissance sur les territoires à travers des initiatives citoyennes locales. Rob Hopkins, propose une réorganisation des échanges sociaux et commerciaux des villes moyennes qu'il théorise dans un ouvrage qui servira de base pour des projets appelés les villes en transition. Puis initiatives de transition sera le terme courant et la formule s'effacera au profit d'une reconnaissance finalement identitaire entre les parties prenantes. Peu d'individus se reconnaissent comme acteurs de la transition pourtant si nous leur demandons, ils répondent qu'évidemment ils adhèrent à ce mouvement. Il y aurait donc une reconnaissanceentre pair partageant une culture commune qui se traduirait dans les actes et au traversd'une idéologie partagée. En terme de communication nous pouvons identifier une circulation des idées à partir de films documentaires, de presse spécialisée, de vidéos sur YouTube, d'initiatives locales. Plutôt positive cette communication se veut en rupture avec la communication environnementale catastrophiste des années 2000 et sebase sur l'énergie déployée par des individus dans la vie quotidienne. Cette communication autour du temps présent se distingue d'une rhétorique sur le futur et sur des prévisions, redonnant consécutivement un pouvoir à l'action citoyenne qui apu séduire des individus lassés des politiques et des communications environnementales. L'apport de la permaculture dans l'interprétation du concept de transition nous semble important pour ne pas limiter la transition à une réponse technique, la notion de résilience est un exemple de l'appropriation par l'acteur publicd'un concept fort de la transition. Sans l'idéologie permacole qui la soutient, la résilience ne traduit pas la même gestion du territoire et des incompréhensions peuvent apparaitre entre les parties.

Bibliographie

Bahuchet, S. (2017). *Les jardiniers de la nature*, édition Odile Jacob.

Bednik, A. (2013). Conflits. chocs et résiliences: L'extractivisme questionne-t-il latransition ?. *Mouvements*, 75(3), 44-52.

Cantrill, J.G., & Oravec, C.L. (Eds.). (1996). The symbolic Earth: Discourse and ourcreation of the environment. Lexington, KY: University Press of Kentucky.

Catellani, A., *(*2017). Sémiotique de la communication environnementale, *Lacommunication environnementale*, Les essentiels d'Hermès, CNRS Editions.

Cervulle, M., Quemener,N. (2015). *Cultural Studies, théories et méthodes*, ArmandColin.

Chansigaud, V.(2017). *Les français et la nature. Pourquoi si peu d'amour ?,*

Collection Mondes sauvages, Acte Sud.

Chalvon-Demersay, S. (1994) Mille scénarios, une enquête sur l'imaginaire en tempsde crise, Editions Métailé.

Coulon, A. (1992). *L'*école *de Chicago*, PUF.

Cox, R. (2007). Nature's "crisis disciplines": Does environmental communication have an ethical duty? Environmental Communication: A Journal of Culture and Nature, 1(1), 5-20.

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, Aix-Marseille Université.

Descola, P., et Ingold,T. (2014). *Etre au monde, quelle expérience commune ?* PUL.Fleury, J., (2002), *La culture*, Bréal, Editions et débats.

Hopkins, R. (2010). *Manuel de transition, de la dépendance au pétrole* à *la résilience locale*. Les éditions écosociété.

Jalenques-Vigouroux,B. (2006). *Dire l'environnement* : *le métarécit environnementalen question,* thèse en SIC.

Lacroix, L. (2012). La permaculture : un rapport différent à la nature. *Relations*, (33–35).

Morizot, B. (2020). *Manières d'*être *vivant*, Collection Mondes sauvages, Acte Sud.

Mollison & Holmgren. (1986). *Permaculture 1. Une agriculture pérenne pourl'autosuffisance et les exploitations de toutes tailles*. Editions Debard.

Neveu, E.(2015). *Sociologie des mouvements sociaux*, collection repère, Editions Ladécouverte.

Odin, R. (2000). *De la fiction*, Editions De Boeck Université.

Perraton, C. (1998). Les dispositifs de médiation dans le passage de l'architecture aucinéma. *Cinémas*, 9 (1), 25–42

Pierre, F. et Montillaud-Joyel, S. (2018). Jeunes générations et modes de viedurables, pouvoir citoyen, pouvoir d'avenir, *Développement durable, une communication qui se démarque*, Presses de l'université du Québec.

Wulf, C. (2010). *Les rituels, performativité et dynamiques des pratiques sociales*, Lesessentiels d'Hermès, CNRS Editions. Paris p. 127-146.

Films documentaires corpus :

En quête de sens, co-réalisation Marc de la Ménardière, Nathanaël Coste

Demain, co-réalisation Mélanie Laurent et Cyril Dion

On a vingt ans pour sauver le monde, réalisation Hélène Médigue

Nul homme n'est une île, réalisation Dominique Marchais

CHAPITRE 3

POLITIQUES ÉDUCATIVES, CORRECTIVES ET CONTROVERSES

Institutionnalisation des dépistages organisé des cancers : entre changements organisationnels et controverses.

Institutionalization of organized cancer screening: between organizational changes and controversies.

Pierre Mignot, Maître de Conférence
pierre.mignot@iut-tlse3.fr

Dorsaf Omrane, Maîtresse de Conférence
LERASS, Université Toulouse III - Paul Sabatier
dorsaf.omrane@iut-tlse3.fr

Mots-clefs : Dépistage, cancer, prévention, pratiques info-communicationnelles

Keywords: Screening, cancer, prevention, info-communication practices

Résumé

En France, le programme de Dépistage Organisé du Cancer du Sein (DOCS) a vu le jour en 2004. Ce programme repose sur un cahier des charges publié au Journal officiel du 21 décembre 2006. Toutes les femmes de plus de 50 ans et jusqu'à leurs 75 ans – soit 9,5 millions de femmes - sont ainsi appelées tous les deux ans à passer une mammographie entièrement prise en charge par l'assurance maladie. Les enjeux sont importants du point de vue de la santé publique. Plus de vingt-deux millions de dépistages par mammographie ont ainsi été organisés. Le taux de survie nette à cinq ans d'un cancer du sein est de 86 % pour les personnes diagnostiquées entre 1989 et 2004. Nous analyserons les formes d'institutionnalisation du dépistage et les conséquences qu'elles ont sur les discours de controverses. Nous nous interrogerons dans ce contexte sur les changements organisationnels et les liens avec l'organisation des médecins à l'origine des controverses.

Abstract

In France, the Organized Breast Cancer Screening (DOCS) program was launched in 2004. This program is based on specifications published in the Official Journal of December 21, 2006. All women over 50 years of age and up to at their 75 years - that is to say 9.5 million women - are thus called every two years to undergo a mammogram entirely covered by the health insurance. The stakes are high from a public health point of view. More than twenty-two million mammography screenings have been organized in this way. The five-year net survival rate for breast cancer is 86% for people diagnosed between 1989 and 2004. We will analyze the forms of institutionalization of screening and the consequences they have on controversial discourse. In this context, we will examine the organizational changes and the links with the organization of physicians at the origin of the controversies.

Institutionnalisation des dépistages organisé des cancers : entre changements organisationnels et controverses

Pierre Mignot, Dorsaf Omrane,

La prévention des cancers est au cœur des politiques de santés publiques en France depuis 2003. Ainsi, une suite de « plans cancers » sont lancée par le gouvernement français dont l'objectif est la lutte contre le cancer et l'amélioration de la prise en charge des malades. Le troisième plan cancer 2014–2019 contient 17 objectifs qui se traduisent en actions opérationnelles. Ces objectifs s'articulent autour des quatre niveaux à savoir :

- guérir davantage de personnes malades ;
- préserver la continuité et la qualité de vie ;
- investir dans la prévention et la recherche ;
- optimiser le pilotage et les organisations.

Dans ce contexte, nous axons notre travail dans le domaine prévention des risques autour du cancer. Aujourd'hui, les politiques et les actions de prévention se heurtent à plusieurs bouleversements dues à une crise sanitaire plus globale. Un climat de défiance vis-à-vis des experts et des institutions de santé s'est instauré progressivement, à la suite des différentes affaires politico-sanitaires, conflits d'intérêt, mais aussi en raison des craintes suscitées par l'émergence de maladies, de pathologies ou de virus que nous ne maîtrisons pas. Nous assistons également à certains scandales des laboratoires pharmaceutiques (Médiator, Vioxx, etc.) ou à la prolifération des produits de consommation considérés comme cancérigènes. Parallèlement, se développent des formes d'individualisation des pratiques de santé et de choix de vie comme le refus de la vaccination ou l'appel aux médecines parallèles. Certains praticiens parlent de crise de confiance des citoyens à l'égard du système sanitaire. La prévention est un phénomène complexe auquel nous sommes confrontés au quotidien, il est alors essentiel comprendre la manière dont évolue la prévention en tant que phénomène social. Notre réflexion va se porter plus particulièrement sur la question des dépistages organisés des cancers et leurs pratiques info-communicationnelle.

En France, le programme de Dépistage Organisé du Cancer du Sein (DOCS) a vu le jour en 2004. Ce programme repose sur un cahier des charges publié au Journal officiel du 21 décembre 2006, qui définit et encadre ses modalités, son suivi et son évaluation. Toutes les femmes de plus de 50 ans et jusqu'à 75 ans sont ainsi invitées tous les deux ans à passer une mammographie entièrement prise en charge par l'assurance maladie. En 2014, plus d'une femme sur deux a participé à ce dépistage soit près de 2 520 000 personnes selon l'Inca. Depuis le 1er janvier 2019 les structures départementales ont laissé la place à des structures régionales que nous appelons des Centres Régionaux de Coordination des Dépistages des Cancers (CRCDC). Le cahier des charges des CRCDC a été publié par arrêté du 23 mars 2018. Les centres régionaux ont pour missions :

- de gérer et d'assurer la sécurité des fichiers des personnes ciblées par les dépistages ;

- d'inviter les populations concernées au dépistage ;
- de participer à la sensibilisation et à l'information des populations concernées ;
- d'organiser la formation des médecins et professionnels de santé sur les dépistages ;
- d'assurer le suivi des dépistages ;
- de veiller à la qualité du dispositif ;
- de collecter les données pour le pilotage et l'évaluation des programmes.

Nous avons à faire ici à une institutionnalisation de la prévention avec une normalisation des pratiques. La normalité et la normativité sont essentielles à l'acte de prévention. Par l'institutionnalisation et sa recherche de la normalisation, c'est bien la mise en place d'un pouvoir de contrôle sur la maladie et en particulier la santé. La structure est la garante de la bonne santé et la prévention est un argument de mise aux normes de cette santé. La normalité est l'acceptation de normalisation de la santé, c'est une acceptation collective de la norme pour comprendre que ce pouvoir exerce un pression positive sur l'individu. Ce dernier comprend que parce qu'il respecte la prévention, en tant qu'espace normalisé, il accepte donc le pouvoir de l'institution.

Dans ce contexte de remise en cause que nous avons évoqué, nous constatons l'apparition d'espace de contre-discours autour du dépistage. Face à cette structure des médecins ont développés une « site anti campagne octobre rose ; pour vous informer de toutes les données et controverses.[1]» L'objectif est d'offrir un espace d'information autour de ce que l'on appelle la « controverse ». « Tous les ans en octobre le monde est rose pour la cause du cancer du sein. La course ne fait pas reculer le cancer, mais avancer les affaires. Le don ne réduit pas la mortalité, mais fait vivre les marques. Le spot ttélévisé profite aux médias et associations, mais vous désinforme. Eteignez la télé, ôtez le ruban, cessez de courir et entrez ; ici cinq médecins indépendants ont créé ce site pour vous, pour relayer informations, controverses et outils de compréhension du cancer et des abus du dépistage.[2] » La question des controverses est une remise en cause des normes car celle-ci ne sont pas gravée dans le marbre par les pratiques des médecins. La quantification des besoins de santé ne va donc pas de soi, et n'est pas principalement de nature technique. L'exercice est complexe à tous points de vue, mais nécessaire pour mener à bien une politique de santé, analyser et faire des préconisations sur la répartition territoriale de l'offre de soins. Pour ce faire, il n'existe pas de méthode unique. Il est souhaitable de travailler sur divers jeux d'indicateurs (déterminants environnementaux et comportementaux de la santé, mortalité, morbidité et recours aux soins) et d›en confronter les résultats. La discussion sur les constats avec les experts, mais aussi avec l›ensemble des acteurs du système de santé et les usagers est certainement nécessaire pour établir et faire partager la prévention.

Nous avons observé la forte participation d'un collectif de médecins publiant des articles scientifiques et des études réfutant l'utilité du dépistage organisé du cancer du sein en France. Les publications de ce collectif « cancer rose »[3] ont pour objectif de de mettre en avant les informations qu'ils estiment non communiqués ou mal communiqués auprès du grand public ou des professionnels, « Nous militons pour une information loyale, neutre et indépendante. ». Les praticiens de la santé ont ainsi des pratiques proches des celles des

1 [URL] site en ligne https://cancer-rose.fr

2 [URL] site en ligne https://cancer-rose.fr

3 Nomination attribuée au collectif et son espace de publication : le site web et la page Facebook

Community managers. Ils assurent ainsi la rédaction web, le référencement, l'analyse de contenu et maîtrise leurs publications. Dès lors, à l'instar des autres organisations fortement présentes sur le web, ils adopteraient une stratégie de communication basée sur « l'attention » et la « captation » (Omrane, 2016) destinées à leurs pairs et à une population concernée par le dépistage organisé du cancer submergée d'offres et d'informations.

Nous analysons les formes d'institutionnalisation du dépistage et les conséquences qu'elles ont sur les discours de controverses. Nous nous interrogerons dans ce contexte les changements organisationnelles et les liens avec l'organisation des médecins à l'origine des controverses. Nous comparerons alors deux

Nous mobilisons ainsi des techniques de recueil et d'analyse différentes mais complémentaires que nous questionnons dans le cadre de ce chapitre :

- Tout d'abord, une approche exploratoire quantitative. Celle-ci permet de mieux appréhender les acteurs, le contexte et la réalité du terrain que nous étudions : analyse lexicométrique des contenus des échanges en ligne et questionnaire auprès des médecins généralistes de la Haute Garonne afin de recenser leurs pratiques info-communicationnelles et leurs perceptions du dépistage.
- Ensuite, une approche qualitative, d'abord avec une analyse des contenus des échanges en ligne de l'association « cancer du sein parlons-en » et de la concertation citoyenne et scientifique ; puis avec des entretiens menés à partir des constats de la première phase quantitative.

L'analyse quantitative nous a permis d'obtenir des items de recherche à approfondir et de créer une grille d'analyse. C'est à partir de cela que nous avons pu structurer notre approche qualitative qui se veut compréhensive. Les travaux de Bardin et de Kaufman sont au centre de notre approche pour l'analyse des contenus sur le web (Bardin 07) et pour mener les entretiens avec les médecins (Kaufamn,20 11). Nous entendons ici que « l'ethnographie a pour but de lire une culture comme un texte afin de comprendre un corps étranger au chercheur ».

Entre mise en scène comme pratique d'institutionnalisation

Dans le cadre de notre travail, la norme est un cadre important pour analyser la prévention. En effet, la question médico-technique voir même biologique est l'élément premier qui structure " la maladie entendue comme lésion organique localisable, classable, dont on peut retracer la genèse et mettre en évidence les signes particuliers" (Klein, 2018). Elle devient le principal objet de la médecine qui ne traite alors de la santé qu'au travers du pathologique. C'est le dogme positiviste établi par Auguste Comte et habillement dénoncé par Georges Canguilhem (Canguilhem 1943, p.86) : "le pathologique est le miroir grossissant du normal, et la santé est vidée de son contenu original pour être définie comme une norme biologique absolue. "

La norme biologique qui vise à définir le bon fonctionnement de l'organisme et la santé est chiffrée statistiquement grâce au développement de la médecine sociale. Ainsi nous pouvons tous connaître rapidement notre état de santé par des références statistiques et des comparaisons avec une moyenne réalisée par l'ensemble des personnes subissant un traitement ou un examen. Il est bien question ici d'une normalisation qui implique in fine l'ensemble du fonctionnement médical moderne, de la machine biomédicale. Cette dernière

propose, par la normativité, une grille de lecture des rapports à la santé, et nous mène à nous interroger sur la définition de la prévention dans ce contexte.

En effet, si nous analysons le travail de Georges Canguilhem sur la norme dans le domaine de la santé deux éléments semblent important :

- la normalité se définit comme l'état normal le plus fréquent, le plus habituel. La norme définit donc un état qualifié comme sain.
- la normativité renvoie à la norme qui est alors calculée, métrique : une norme quantitative et objectivable. La normativité permet donc de définir la pathologie.

Il n'y a de normalité que subjective, puisque comme normativité, c'est-à-dire capacité de création de nouvelles normes, le normal n'existe pas en soi, dans une construction intellectuelle, mais se fait jour dans les expériences vécues des individus. La norme n'est donc pas prédéfinie, c'est un processus de création constant de nouvelles normes. C'est la normativité qui fait la santé du point de vue de l'expérience vécue, c'est-à-dire cette capacité du vivant à se redéfinir au cours de son évolution. La santé se caractérise par « la possibilité de dépasser la norme qui définit le normal momentané et d'instituer des normes nouvelles dans des situations nouvelles » (Canguilhem 1966, 130). Chez Canguilhem, l'expérience que le vivant construit autour de son existence s'impose comme la nouvelle norme de compréhension de la maladie et de la santé. Ce processus de normation est un passage obligé dans l'institutionnalisation de la prévention. Ce cadrage théorique nous permet aussi de comprendre en quoi le processus d'institutionnalisation est important pour la mise en place d'un processus de prévention.

Il faut au départ penser la prévention dans le cadre de la communication des politiques publiques de santé. C'est ce cadre-là qu'il nous faut au départ définir. C'est une communication institutionnelle que nous analysons ici en tant que technique de gouvernement ou encore comme « instrument de l'action publique », c'est-à-dire comme un « dispositif à la fois technique et social qui organise des rapports sociaux spécifiques entre la puissance publique et ses destinataires en fonction des représentations dont il est porteur »

L'institution est ici porteuse de la politique et du discours de l'état par délégation. Ainsi les centres de dépistages de l'importance des enjeux de définition et de catégorisation des problèmes publics et simultanément de la capacité d'action de l'État à leur égard. Le contexte est ainsi complexe, car constituée des « réseaux de sociabilité et [des] agences d'information, [des] groupes de pression et [des] ordres d'institution ainsi que [des] ressources financières ou organisationnelles ». Dans cette perspective, les problèmes publics « n'existent et ne s'imposent comme tels qu'en tant qu'ils sont des enjeux de définition et de maîtrise de situations problématiques, et donc des enjeux de controverses et d'affrontements entre acteurs collectifs dans des arènes publiques ».

Dans le cadre du dépistage l'institutionnalisation passe par les réseaux l'utilisation des réseaux sociaux numérique comme Facebook ou twitter. Quand nous analysons les contenus produits nous pouvons retenir plusieurs éléments importants :

- Le recours aux vidéos et photo d'autres institutions comme l'InCa. Nous retrouvons le logo de

la république français et surtout la validation scientifique d'une institution scientifique reconnue. Nous retrouvons ainsi sur la période Septembre 2019 juillet 2020 82 publications de ce type.

- La création d'outils locaux, propre à l'institution sur le modèle de ce qui est déjà fait par ailleurs. L'objectif est de conserver
- Montrer que l'action répond à des attentes collectives et que la foule y répond présent. La masse est mise en scène comme pour valider l'action. Comme par exemple pour Octobre Rose. Cette dernière est la plus importante car elle représente de 64% des publication de la page Faccebook

Ainsi l'action publique peut ainsi être saisie dans sa dimension relationnelle et par la mise en scène de celle-ci. Il est possible de saisir le processus de normation par sa mise en scène et donc « la matérialisation discursive et communicationnelle des positions de chacun des groupes impliqués constitue un enjeu majeur de la construction des problèmes publics, ainsi qu'un prisme pertinent de son analyse ». Dans ce cadre, la politique du discours éclaire les modes de fonctionnement de l'une des composantes de l'arène publique : elle met en évidence le processus de normation et donc de légitimation de l'institution. Face à cela un discours critique se développe. La question se pose de savoir comment celui se développe.

Un « contre discours » qui s'institutionnalise

Nous avons analysé Cancer rose, pour reprendre la présentation de leur page Facebook « ici des médecins indépendants vous donnent les vraies informations sur le dépistage du cancer du sein, celles dont la campagne d'octobre rose vous prive. » Ce site fait partie des références le plus souvent cité sur les échanges (dans le cas notre étude Facebook) que nous avons analyser dans nos recherches précédentes. Le processus de normalisation est ici en lien avec l'institutionnalisation du contre discours qui se développe autour du dépistage.

Nous pouvons constater que le processus d'institutionnalisation est ce balancement entre l'instituant et l'institué ou bien ce rapport étroit et parfois contradictoire. « C'est aussi la description de l'accès d'un mouvement social au titre d'institution au travers d'une reconnaissance dans l'opinion qui ne s'appuie pas exclusivement sur des pratiques légales. » Ainsi l'ensemble des relations sociales participe à l'institutionnalisation d'un mouvement comme celui de Cancer Rose. Les réseaux sociaux numérique ont un rôle important dans ce contexte. Les mêmes forces qui portent le discours

L'institutionnalisation n'est pas le seul résultat possible de cette relation entre l'institué et l'instituant, la disparition ou la dissolution des forces instituantes sont aussi des résultats socialement connus.

La encore nous pouvons constater la reprise des codes qu'utilisent les institutions que nous avons déjà évoqués :

- Comme avec l'INCA l'institution de référence est ici Formindep[4]
- La reprise des vidéos et de codes comme ceux que l'on peut voir lors d'octobre rose.

4 « Notre association se nomme Formindep car son premier combat a été pour une FORMation médicale continue INDEPendante. Elle n'est absolument pas un organisme de formation. » [URL] https://formindep.fr/nous-connaitre/

- Mais nous avons aussi la présence très forte du médecin. L'institution est validée par l'image du médecin spécialiste.

La mise en scène ou théatralisation, c'est-à-dire la mise en forme spectaculaire de l'organisation ou des rapports sociaux dans l'organisation, est ici un élément central de la critique. Cette forme d'institutionnalisation, souvent contraire ou éloignée de la bureaucratisation, est tout aussi importante que la première. L'institutionnalisation dans leur environnement est pleine de ces divers phénomènes que nous venons d'évoquer et qui ne sont pas obligatoirement présents dans le même moment. Les apports de la sociologie des organisations sont utiles pour comprendre l'application des formes d'institutionnalisation.

Le choix qui est fait ici est de mettre en scène le médecin et pas les aidants ou les patients. Ainsi des livres ou des études sont proposés sur le site web et sur le Facebook, des cours sont mêmes disponible en ligne sur les questions autour du surdiagnostic.

Conclusion : la prévention comme espace de co-construction

La prévention pour de multiples raisons est un espace de débat et de co-construction. Face à ces difficultés et freins, ces dernières années ont vu apparaître, dans le domaine de la prévention en santé et plus précisément dans le domaine de la communication sur la prévention des risques, un certain nombre d'actions qui s'opposent. Cependant la prévention, y compris dans les contre-discours participe à la construction du message de prévention. C'est une logique de co-construction des messages, c'est-à-dire qui essaient de faire passer le message préventif en s'appuyant sur les contre discours. Ainsi l'utilisation d'approche commune et d'une forme de théatralisation révèle l'importance de l'implication des acteurs par les réseaux sociaux. Au cœur de cette approche thématique, ce sont les formes de co-construction des messages qui apparaissent, avec leurs logiques, leurs incertitudes, leurs tensions et leurs contradictions, mais toujours avec cette singularité qui est la leur : laisser la place aux différents acteurs, laisser chacun d'eux s'exprimer.

Bibliographie

Omrane D., (2016), « Médiation numérique de la Responsabilité Sociale d'Entreprise : prévention contre le cancer du sein », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 9 | 2016, mis en ligne le 01 septembre 2016, consulté le 16 décembre 2019. URL : http://journals.openedition.org/rfsic/2328 ; DOI : 10.4000/rfsic.2328

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

Cardon, D. (2011). *Réseaux sociaux de l'Internet*. Communications, (1), 141-148.

Mignot, P., & Omrane, D. (2018). « Online Info-Communication Practices in the Face of a Crisis of Trust in Breast Cancer Prevention. » In Paganelli C., *Confidence and Legitimacy in Health Information and Communication* , ISTE Group 1, 107-134.

Cazaentre, A., Plas, P., (2016), *Le regard du médecin* généraliste sur le dépistage organisé du cancer du sein en Haute-Garonne: é*tude qualitative par focus groups.* Thèse de doctorat.

Junod, B. Et R. Massé, « Dépistage du cancer du sein et médicalisation de la santé publique », *Sant*é publique, vol. 15, n° 2, p.125-129.

Ollivier-Yaniv, C. (2010). De l'opposition entre» propagande» et» communication publique» à la définition de la politique du discours: proposition d'une catégorie analytique. *Quaderni. Communication, technologies, pouvoir,* (72), 87-99.

Bellegarde, P. (2003*). Institutionnalisation, implication, restitution*. L'Homme la Societe, (1), 95-114.

Canguilhem, G. (1966). *Le normal et le pathologique*, PUF, 300

Lascoumes Pierre, Le Galès Patrick, (2010) « Instrument », dans : Laurie Boussaguet éd., *Dictionnaire des politiques publiques. 3e édition actualisée et augmentée.* Paris, Presses de Sciences Po, « Références », p. 325-335. URL : https://www.cairn.info/dictionnaire-des-politiques-publiques--9782724611755-page-325.htm

Bellegarde Patrick, (2003) « Institutionnalisation, implication, restitution. Théorisation d›une pratique associative », *L›Homme & la Société*, 2003/1 (n° 147), p. 95-114. DOI : 10.3917/lhs.147.0095. URL : https://www.cairn.info/revue-l-homme-et-la-societe-2003-1-page-95.htm

Regards sur un espace hétérotopique : les associations de prévention du suicide et leurs dispositifs d'écoute.

Insights into a heterotopic space: suicide prevention associations and their listening systems.

Romain Huët, Université Rennes 2, Laboratoire Prefics.
rhhuet@gmail.com

Mots clés : hétérotopie, souffrance, critique, technologie

Keywords : heterotopia, suffering, social critique, technology

Résumé

Inscrite dans l'axe 1 « Institutions, organisations, formes sociales », cette communication invite à travailler la notion « d'espace » à partir du terrain particulier de la souffrance et de la lassitude morale. Elle s'intéresse à la façon dont la société s'est organisée pour traiter ces problèmes. En effet, depuis de nombreuses années, se généralisent des espaces de communication dont le but est d'accueillir les personnes en situation de détresse, de précarité psychologique ou en proie à des idées suicidaires. Ces espaces ont pris la forme de « cellules d'écoute », de « numéros verts », de « groupes de parole et de partage » sur des thématiques variées : traitement du suicide, des violences conjugales, de soutien aux familles endeuillées, d'addictions aux drogues ou à l'alcool, etc. Ces espaces de communication sont équipés techniquement (téléphone, chat, messagerie électronique) et visent à objectiver par le langage les troubles existentiels qui agitent bon nombre d'individus.

Cette communication ne portera pas son attention sur ce qu'il se dit dans ces espaces. Il s'agira plutôt de questionner la performativité du dispositif de communication dont la visée essentielle est de rendre possible une narration et d'ouvrir à une réélaboration de ces situations critiques de telle sorte que celles-ci soient domestiquées. L'écoute est alors considérée comme le mode privilégié du traitement de ces problèmes. Elle est notamment censée faciliter une bifurcation existentielle au moyen d'une mise en mots. Cette mise en récit de soi est supposée aider l'individu à interroger, interpréter, et produire un sens et de nouvelles représentations de son vécu. En d'autres termes, l'essentiel de ces dispositifs d'écoute s'appuie sur une évidence institutionnelle tout à fait contestable ; énoncer son malheur, ses états d'âme et ses affects auprès d'un tiers anonyme pourrait non seulement apaiser l'individu mais aussi approfondir la connaissance qu'il a de lui-même. Ces espaces sont relativement peu étudiés par les chercheurs en communication à l'exception de quelques auteurs comme P. Sedda, F. Cooren, A. Jolivet. L'ouvrage de D. Fassin (Fassin 2004) propose une sociologie des lieux d'écoute mais n'aborde pas les récits des malheureux, les formes que prennent les conversations, et la nature des problématiques qui y sont débattues en leur sein. L'absence d'études sur ces espaces est particulièrement problématique. Dans le sillage de M. Foucault, on pourrait les considérer comme des « hétérotopies ». Ces espaces sont en quelques sortes des « nuls parts anthropologiques » au sens où ils sont retranchés des espaces de visibilité commune (Augé 1992). La société crée un dehors où sont accueillies les personnes en proie à un désajustement avec le monde. Ces lieux localisent l'altérité négative et la séparent du reste de

la société. On comprend bien que le problème n'est pas seulement que le commun ne sache rien de ce qui se dit au sein de ces espaces. Il est surtout, qu'en se soustrayant du regard, ces vies n'enseignent rien. Elles ne se réfléchissent pas. Elles deviennent alors inaccessibles à la pensée. Évidemment, il nous faudrait aller plus loin et interroger les raisons qui conduisent les pouvoirs publics à séparer et confiner une altérité indésirable de l'espace commun. Autrement dit, comment se fait-il que l'État localise sa propre marge, ses lieux, ses territoires de l'abandon où s'accumulent ainsi les désordres, les colères et les désespoirs.

Abstract

This communication invites us to work on the notion of "space" from the particular field of suffering and moral weariness. We will be interested in how society has organized itself to deal with these issues. Indeed, for many years, communication spaces have become widespread, the aim of which is to welcome people in distress, psychological precariousness or suffering from suicidal thoughts. These spaces took the form of "listening cells", "hotlines", "talking and sharing groups" on various themes: treatment of suicide, domestic violence, support for bereaved families, addictions to drugs or alcohol, etc. These communication spaces are technically equipped (telephone, chat, electronic messaging) and aim to objectify through language the existential disorders that agitate a large number of individuals.

This communication will not focus on what is being said in these spaces. Rather, I will question the performativity of the communication device, the essential aim of which is to make a narration possible and to open up to a reworking of these critical situations so that they are domesticated. Listening is therefore considered the main method of dealing with these problems. In particular, it is supposed to facilitate an existential bifurcation by means of putting it into words. This self-narrative is supposed to help the individual to question, interpret, and produce a meaning and new representations of his experience. In other words, the essence of these listening devices is based on quite questionable institutional evidence; expressing their unhappiness, states of mind and affects to an anonymous third party could not only appease the individual but also deepen their knowledge of themselves.

These spaces are not studied by communication researchers with the exception of a few authors such as P. Sedda, F. Cooren, A. Jolivet. The work by D. Fassin (Fassin 2004) offers a sociology of listening places but does not address the accounts of the unfortunate, the forms that conversations take, and the nature of the issues that are debated within them. The lack of studies on these spaces is particularly problematic. In the wake of M. Foucault, we could consider them as "heterotopias". These spaces are cut off from spaces of common visibility (Augé 1992). Society creates an outside where people who are in the throes of an imbalance with the world are welcomed. These places locate negative otherness and separate it from the rest of society. It is easy to understand that the problem is not only that the common people do not know anything about what is being said within these spaces. Above all, by withdrawing from the gaze, these lives teach nothing. They don't reflect. They then become inaccessible to thought. Obviously, we would have to go further and question the reasons which lead the public authorities to separate and confine an undesirable otherness from the common space. In other words, how is it that the state locates its own margin, its places, its abandoned territories where disorder, anger and despair accumulate.

Regards sur un espace hétérotopique. Les associations de prévention du suicide et leurs dispositifs d'écoute.

Romain Huët

Cette communication vise à interroger le concept « d'espace » à partir du cas empirique de la prévention contre le suicide. Depuis de nombreuses années, se généralisent des espaces de communication dont le but est d'accueillir des personnes en situation de détresse, de précarité psychologique ou en proie à des idées suicidaires. Ces espaces ont pris la forme de « cellules d'écoute », de « numéros verts », de « groupes de parole et de partage » sur des thématiques variées : traitement du suicide, des violences conjugales, de soutien aux familles endeuillées, d'addictions aux drogues ou à l'alcool, etc. Ils sont équipés techniquement (téléphone, chat, messagerie électronique) et visent à objectiver par le langage les troubles existentiels qui agitent bon nombre de personnes.

J'ai réalisé une ethnographie de sept années au sein d'une association de prévention contre le suicide, intitulée ici « Stop Suicide ». J'occupais une fonction de « bénévole écoutant » par téléphone. À cette expérience, s'ajoute la récolte de toutes les correspondances écrites entre les malheureux d'un côté et les bénévoles de l'autre tant sur le chat de l'association que sur sa messagerie électronique. Ces correspondances s'étalent entre 2001 et 2018 et représentent plusieurs dizaines de milliers de conversations. Ces matériaux empiriques ont fait l'objet d'une étude collective au cours de deux programmes de recherche entre 2014 et 2019[1]. L'équipe de recherche, résolument interdisciplinaire, s'est intéressée aussi bien aux statistiques lexicales du corpus qu'au contenu de ces conversations. Le projet général de ces recherches est double : d'abord, il est de se plonger à l'intérieur de ces vies défaites pour apercevoir comment ces milliers de personnages ordinaires expriment leur désaveu pour la vie et énoncent les causes de leur souffrance. Ensuite, cette étude descriptive ouvre à une seconde perspective plus spéculative ; quel est le devenir politique de la souffrance ? Pour le dire de façon lapidaire et pour situer le projet intellectuel qui préside à cette communication, il s'agit de contribuer à une anthropologie de la vulnérabilité et de la détresse. Ceci suppose au moins trois niveaux d'analyse. Le premier consiste à décrire ces vies qui se manquent. Le second, quant à lui, interroge la puissance d'interpellation de ces témoignages c'est-à-dire comment ces vies qui n'adhèrent pas à leur actualité sont susceptibles de mettre en crise les normes communes de la vie bonne. Enfin, le troisième s'intéresse à la façon dont la société s'organise pour accueillir ces vies en peine. En d'autres termes, il s'agit d'examiner les pratiques institutionnelles de soins et d'attention qui prennent en charge ces vies, qui tentent de les soutenir, de les maintenir ou de les réparer.

Dans cette communication, c'est précisément ce dernier niveau d'analyse que je voudrais réfléchir. Autrement dit, je ne m'intéresserai pas directement à ce qu'il se dit dans ces espaces. Je questionnerai plutôt la performativité de ces espaces de communication. Mon interrogation sera triple : d'abord, il s'agira qualifier ces espaces afin de montrer comment les SIC pourraient les problématiser de façon singulière (1.). En-

1 Le premier programme a été réalisé au moyen d'un financement par l'INEPES. La recherche ne concernait que le dispositif de messagerie électronique (2012-2014). Le second a été réalisée sous l'égide de l'Institut de Recherche de Santé Publique et portait sur le chat.

suite, je m'attacherai à déconstruire les perceptions sociales qui se dégagent de ces dispositifs. En somme, et pour reprendre une formulation foucaldienne (Foucault 1973), toute la question est de savoir quelle est la conscience politiquequi anime ces pratiques de soin ? De façon élémentaire, l'écoute vise à accueillir les âmes agitées afin de leur procurer du réconfort et de les aider à faire face à leurs situations. Mais, la visée est aussi politique puisqu'il s'agit d'affronter ce qui, en l'homme, nuit à ses capacités d'expression. La question est alors de savoir comment ces organisations entendent faire émerger la parole et par quelles méthodologies ? (2.). Enfin, dans un dernier temps, je tenteraide montrer que ces espaces sont des hétérotopies au sens de M. Foucault. La souffrance est localisée dans les « à côté » de la société, dans ses bords si bien que leur non-apparition dans ledomaine public témoigne d'une crise majeure de notre démocratie (3.)

Espaces de l'intime : narration de soi et intersubjectivité

Ces espaces de communication regorgent d'existences agitées sinon saturées. Il s'y exprime undésaveu de la vie telle qu'elle est menée et, dans certains cas (environ 20 % des correspondances), un refus véritable du vivre. Les malheureux se confient. Ils parlent de leur éloignement avec un monde qui leur apparaît inintelligible, incompréhensible et décevant. Ils abordent des problèmes existentiels des plus classiques. Ils s'interrogent tant sur le (non) sens de la vie que sur le pourquoi de leur quotidienneté, le sens de leurs poursuites acharnées à accomplir des choses dans lesquelles ils ne se reconnaissent plus vraiment. Parfois, ils énoncentces communes mais non moins troublantes questions : que suis-je devenu au fil des années ? Existe-t-il quelque chose de tangible dans ma vie où j'ai exprimé quelque chose de moi ? Dansquelles joies, dans quels désirs ou dans quels espoirs puis-je me reconnaître ?

Les malheureux ne se posent pas toujours ces questions métaphysiques. Ils exposent aussi dessituations critiques ordinaires qui entravent la vie. L'ethnographe rencontrera alors de nombreuses vies en peine : celle d'un homme devenu tétraplégique suite à un accident routier et qui est dorénavant précipité dans la solitude et l'ennui. Il écoutera une jeune femme habitéepar la peur et la colère en raison d'un conjoint violent. Il rencontrera bien d'autres personnagescrépusculaires ; une jeune femme qui ne se remet pas du décès de l'un de ses parents, un hommeplongé dans la confusion en raison de sa découverte de ses préférences sexuelles, une dame âgée seule et ressentant le poids de la vie s'étaler sur ses épaules, un jeune homme qui se qualifieluimême de schizophrène et qui raconte désespérément son expulsion du travail et sa réclusiondans son sinistre chez lui. On pourrait s'étendre indéfiniment sur ces différentes vies dévastéesou simplement en désordre. L'enjeu n'est certainement pas de compiler ces malheurs vécus. Ilest plutôt de comprendre que ces espaces d'écoute – ces mondes souterrains- sont habités par des hommes et des femmes qui souffrent, qui attendent et parfois espèrent des jours meilleurs.Ils ruminent aussi leurs blessures, se résignent ou encore désespèrent.

La société n'est pas restée indifférente au problème de la souffrance. Les pouvoirs publics ontpensé et mis en place des dispositifs d'écoute dans le but de modérer la violence de la souffrance. Ces lieux d'écoute sont des espaces de communication tout à fait particulier. Premièrement, ils sont pensés pour l'objectivation et la mise en partage du vécu intime dans cequ'il a de plus problématique. Les malheureux sont incités à se

réfléchir avec un tiers, un autrui inconnaissable (un bénévole anonyme) dans une relation à distance médiée par des technologies(chat, téléphone, messageries électroniques)[22].

Les conversations sont relativement courtes. Par téléphone, un appel sur deux dure entre 10 et 30 minutes. La durée moyenne des conversations est de 18 minutes. Par chat, les conversationssont sensiblement plus longues. 33 % d'entre-elles durent entre 10 et 30 minutes, 29 % de 31 à50 minutes. Enfin, cette association n'envisage pas de suivi personnalisé de ses appelants. Si ces derniers peuvent rappeler, ils sont tenus de raconter à nouveau leur problématique. Cela indique donc que ces conversations, de nature existentielle, se réalisent dans un temps contractédans le ici et le maintenant de la co-présence. La question est alors de se demander si, dans cesconditions, il est possible d'instaurer une présence ?

1. Les perceptions sociales de la souffrance

Dorénavant, la question est de savoir comment est problématisée la souffrance sociale. En d'autres termes, il convient d'examiner les modes de perception de la souffrance.

1.1. Le protocole méthodologique de l'écoute : une approche « centrée sur la personne »

Au sein de Stop Suicide, il existe un protocole méthodologique qui encadre l'activité de l'écoute. Pour l'essentiel, celui-ci trouve son inspiration dans le psychologue américain K. Rogers. Il s'agit d'une approche « centrée sur la personne » (Rogers 1979). Elle définit le rôle de l'accompagnant comme celui ou celle qui est capable de créer une circonstance favorable afin que l'appelant puisse à nouveau se réfléchir. Le changement n'advient alors que depuis l'appelant assisté par le bénévole. La relation d'aide se caractérise avant toute chose par de la bienveillance et un regard positif inconditionnel. En effet, selon Carl Rogers, écouter l'autre avec empathie rend possible pour lui de s'écouter avec plus de considération. La dimension égalitaire de la relation est structurante dans la pratique de soin en tant que « la politique de l'approche centrée sur la cliente revient, pour la thérapeute, à abandonner et à éviter l'exercice d'une quelconque autorité sur la cliente, la prise de décision à sa place. ». La façon dont ils se nomment comme « facilitateurs » dans la relation de soin est une façon d'insister sur l'autonomie du « client »[3] laissé responsable du cheminement vers son mieux-être. Ils s'opposent à la technicisation des approches et des réflexions autour des « cas », de la catégorisation des névroses ou des psychoses pour remettre l'individu au centre de la cure. La pratique est ainsi qualifiée de bénévole : elle réfute la position d'autorité du corps médical. De façon encore plus significative, l'anti-autoritarisme propre à cette critique est prégnant dans la proposition d'une approche non-directive, fondée sur l'autonomie du sujet. La pratique de soina un caractère émancipateur : l'enjeu est de libérer la personne pour qu'elle puisse aller à nouveau de l'avant.

Au sein de Stop Suicide, ces principes se concrétisent dans des formations à l'écoute et dans une charte censée guider l'écoute. Celle-ci préconise une écoute « anonyme et confidentielle, non directive et non jugeante ». L'écoute est censée être « centrée sur la personne et non sur laproblématique décrite par l'écrivant

2 Dans une publication antérieure (2005), cette question de la technique et en particulier de la différence entre letéléphone et l'écriture a été traitée.

3 Terme utilisé par K. Rogers

»[4]. Cela signifie que l'essentiel de l'activité d'écoute consiste à aider l'individu à formuler par lui-même ses problèmes et les solutions qu'il pourraitenvisager. Les bénévoles s'abstiennent de formuler des conseils et de donner leurs avis sur lespropos des malheureux. En règle générale, ils se contentent de reformuler leurs mots pour les inciter à préciser, approfondir et réfléchir davantage la souffrance qu'ils énoncent. La finalité revendiquée est de desserrer l'angoisse des malheureux et de les aider à clarifier leur situation pour reprendre le goût de l'initiative et retrouver une vie créative.

Le bénévole est donc tenu à une rigoureuse neutralité c'est-à-dire qu'il est censé s'abstenir de conseiller ou d'exposer ses hypothèses quant à la situation du malheureux. Cette obstination à reformuler systématiquement les propos du malheureux produisent parfois un certain malaise conversationnel. Le dialogue perd sa spontanéité de l'être ensemble. L'aisance relative à la présence sensible de deux êtres s'enrayent car le bénévole n'emploie rien de ses qualités singulières. Il peine à faire montre d'une attitude de connivence avec son interlocuteur et ne risquent aucune hypothèse interprétative face à ce qu'il entend. Ces conversations diffèrent d'une rencontre au sens classique. D'emblée phénoménologique une rencontre implique une présence sensible des êtres, une circulation d'affects, une densification des êtres, des sensationssi bien que les interlocuteurs n'en sortent jamais indemnes (Didi-Huberman 2012 : 36). La rencontre contient toujours un éprouvé dont la densité réside dans une certaine spontanéité inhérente à la relation. La rationalisation des pratiques de soin a évidemment ses raisons et répond à des nécessités. Cependant, son revers est d'entraîner un défaut de présence pourtant si important dans l'expérience de la souffrance.

1.2. Psychologisation de la souffrance

Au-delà de l'exemple de Stop Suicide, ces dispositifs d'écoute ont en commun de considérer que la souffrance est essentiellement liée à des complications psychologiques et internes au sujet. La souffrance n'est pas appréhendée comme un effet des structures et des formes actuellesdu pouvoir. Elle est concrètement dépolitisée au sens où elle n'est jamais rapportée à des expériences sociales qui pourraient la favoriser. Pour être plus précis, dans ces lieux d'écoute, la souffrance est comprise comme une altération subjective vis-à-vis de laquelle la mise en motsde ses douleurs et l'écoute aboutiraient à un mouvement de libération personnelle et de retour à soi. Le partage de sa souffrance avec un « autrui anonyme » est considéré comme un temps privilégié où le malheureux approfondira la connaissance qu'il a de lui-même. La souffrance est alors essentiellement réfléchie à partir du rapport à soi dans la perspective d'une auto- clarification.

Pour traiter la vie violentée, l'écoute et l'incitation à la mise en mots de la souffranceapparaissent comme une des principales modalités de prise en charge de la souffrance. Pour résumer, l'essentiel de ces dispositifs d'écoute s'appuie sur une évidence institutionnelle tout à fait contestable ; énoncer son malheur, ses états d'âme et ses affects auprès d'un tiers anonymepourrait non seulement apaiser l'individu mais aussi approfondir la connaissance qu'il a de lui-même. Ainsi, au moment même où le malheureux expose son mal par les voies qui sont les siennes (lamentations, pleurs, colère), ce traitement de la souffrance contraint au langage, à la nécessité de raconter les sentiments qui l'agitent. Le sujet est alors soumis à un protocole dont

4 Extrait de la charte d'écoute de l'association Stop Suicide.

l'essentiel est d'exiger que les pensées soient systématiquement verbalisées et qu'elles fassentl'objet d'une représentation.

Il y a plusieurs problèmes associés à cette conception de la souffrance et aux moyens envisagéspour y faire face. Premièrement, cette évidence institutionnelle laisse entendre que tous les hommes peuvent avoir un rapport assez clair à leur propre intériorité. Ceci revient à prétendre que le sujet peut se connaître et qu'il est en capacité de déchiffrer toutes les tensions qui le traversent. Au final, elle sème l'illusion que chaque homme est dans un rapport transparent à lui-même. En outre, cette évidence institutionnelle engage une conception de l'homme tout à fait intenable : l'homme serait en capacité de se réconcilier avec lui-même et, à force de délibération, il pourrait se sentir parfaitement chez lui dans le monde. Toujours selon cette idée,le fait de se raconter engagerait des processus réflexifs qui, à leur tour, engendreraient des réformes existentielles substantielles. En somme, il s'agit ici d'un fantasme : celui de l'expressivité du sujet qui n'est autre qu'une figure narcissique d'une individualité puissante qui se réfléchit, qui s'auto-rassure et qui est dans la reprise raisonnée de lui-même.

Le second problème réside dans cette tentative de dénouer systématiquement les problématiques vécues par un travail continu de mise en mots de soi centré quasi-exclusivementsur ses ressentis ou sur sa propre conscience. Le malheureux est tenu de s'écrire, mais plus particulièrement, d'écrire ses sensations, ses sentiments et sa douleur. Les conversations entre les malheureux et les bénévoles ont alors tendance à ne se rapporter qu'à l'intériorité de l'individu et à ses ressentis. L'individu est alors pensé comme une pure intériorité sans ancragesocial ou politique. Ce type de pratique laisse penser que l'essentiel du travail à accomplir poursurmonter sa souffrance est de se tourner vers soi et de se clarifier en se racontant. Cette focalisation sur la dimension intime de la souffrance occulte le fait pourtant évident que la vieest constamment liée à autrui et au monde et que dès lors, la souffrance vécue trouve égalementson origine en dehors de l'individu. L'existence échappe alors au sujet puisque ces dispositifs tendent à évacuer ce trait ontologique. En accréditant une conception purement privée et intérieure de la souffrance, on lui ôte sa dimension symbolique, collective et politique.

En outre, contrairement à ce que les chartes indiquent, les bénévoles ne s'abstiennent pas de donner des conseils implicites. Par exemple, outre le fait que les bénévoles ont tendance à renvoyer quasi-systématiquement les malheureux aux instances autorisées (aller voir un psychologue, consulter un médecin, se rapprocher d'institutions psychiatriques, etc.). D'autresconseils implicites sont énoncés par les bénévoles et s'appuient plutôt sur des affirmations générales, généreuses et relativement convenues :

> « Ayez confiance en vous (…) Prenez soin de vous (…) Faites-vous du bien (…)Vous allez vous en sortir car vous êtes forte »

Ces conseils implicites, d'apparence tout à fait inoffensifs, sont problématiques. D'abord, par ces suggestions implicites, le bénévole trace les voies par lesquelles une vie se reprend. Il se fait norme de la vie acceptable et naturalise le désir de vivre. Ensuite, sur le plan du contenu dela conversation, à chaque malheur exprimé, le bénévole tend à re-singulariser la personne comme si la plus haute mission de l'écoute consistait à remplir un vide. Le risque est alors de maintenir l'individu enfermé sur lui-même. Par ailleurs, et c'est là le problème le plusimportant, cette posture tend à relayer l'affect. Au fond, les reformulations ou le jeu de questions posées par le bénévole tendent à favoriser l'inclination affective de la conversation. Or, l'in-

clination affective est en soi un acte d'interprétation particulier. Le danger est de réduireles malheureux sous l'instance de leurs émotions. De tous les malheurs que celui-ci raconte avec plus ou moins d'intensité, seuls demeurent comme pertinents et dignes d'attentionl'émotion et le ressenti. Le malheureux est alors incité à se limiter à une lecture pure de sa vie intérieure et à scruter ses sentiments. Dès lors, en procédant ainsi, il pourrait occulter la réalitéobjective dans son processus de réflexion. Autrement dit, la réflexion pourrait évacuer ce qui, dans la situation vécue du malheureux, n'a rien de personnel et doit l'essentiel de son origine àun ordre social problématique. Par exemple, le deuil après la perte d'un proche n'est pas seulement une question d'affects. Il s'agit d'un problème ontologique (quel est mon rapport à la finitude de la vie), une question de sociabilité (quelle dépendance excessive ai-je placée en la personne défunte ou quelle place vacante laisse-t-elle dans mon environnement existentiel),un problème juridique (combien de temps la Loi prévoit-elle pour que je puisse vivre mon deuil)et un problème de société (comment la société m'incite-elle à faire mon deuil). Réfléchir sur l'écoute du deuil peut alors difficilement se passer d'une appréhension interdisciplinaire de cette expérience (sociologique, philosophique, anthropologique, psychologique) afin d'éviter toute réduction interprétative. Lorsque la scène interprétative se limite à la verbalisation des affects, la souffrance demeure inchangée car la souffrance apparaît toujours comme une « étrangeté incompréhensible ». En quelque sorte, en s'en tenant à une lecture sentimentale desa situation, le souffrant échoue à organiser une relation de familiarité avec ses souffrances caril ne peut en comprendre l'origine et les causes au-delà de son histoire singulière. Plus encore,les questions des bénévoles pourraient avoir tendance à se limiter à approfondir la condition dumalheureux particulier, c'est-à-dire sa propre historicité et ses propres sentiments intérieurs comme si le malheureux était porteur d'une singularité irréductible. Or, nous le savons bien, une grande partie des situations vécues ne relève aucunement de la responsabilité de l'esprit mais provient du dehors soit d'un ordre social brutal soit d'une question élémentaire d'injusticeau sens où la distribution de la précarité psychologique ou sociale est différentielle selon les individus (Butler 2005).

Les techniques de cadrage de la souffrance permettent certes de soulager temporairement la douleur des appelants et de leur procurer une sorte de consolation mais elles contribuent en même temps à éloigner les sujets des problématiques sociales et à individualiser les causes et les remèdes possibles de la souffrance. Ainsi, face à la dénonciation d'une ambiance de travaildifficile où les problèmes dans les relations nuisent au collectif et à la sérénité des individus, un écoutant bénévole répond de cette façon :

> Chat-Accueil (21:06:55): le principal n'est il pas de faire son travail et c'est tout ? est-ce important de connaître les rumeurs ?... négocier avec vous même pour rester et vous endurcir pour rester froide face aux rumeurs, ne pas y prêter attention

Même lorsque l'on incite le malheureux à l'action, cette dernière est « coupée » d'un rapport conflictuel au monde et n'implique jamais une mise en question de la réalité que l'on considérera aisément comme « hors de portée » du malheureux. En somme, ces réformes individuelles seraient les seules choses appropriables dans un monde inappropriable. Et, dans les rares cas où les malheureux pointent explicitement l'ordre social comme étant à l'origine desa situation, les bénévoles s'obstinent à incliner la conversation vers la dimension individuelle.Les solutions envisagées ne concernent alors que la sphère de l'individu, son savoir être, son style de vie, sa nutrition, ses sorties mais n'impliquent jamais une démarche de nature collectiveet politique.

L'activité communicationnelle et réparatrice du bénévole vise ainsi à ordonner les désordres dumalheureux et de les purifier de tout type de conflictualité. Ainsi, confronté au discours critiqued'une dame qui objective un problème lié à la sphère du travail et dénonce ouvertement l'absence d'esprit d'équipe, l'hypocrisie et la lâcheté des gens, un bénévole répond simplement

« Chat-Accueil (21:28:42) : c'est hélas assez fréquent ». Or, cette phrase conciliante a pour effetde normaliser une situation qui devrait être considérée comme exceptionnelle, de banaliser l'injustice et les conflits sociaux en encourageant, d'une manière implicite, l'acceptation. En effet, dans de nombreux cas étudiés, l'écoutant pousse l'appelant à se changer soi-même plutôt qu'à espérer de changer le monde. Dans une autre conversation, face à la lenteur de la bureaucratie, il est suggéré au fonctionnaire reclassé et déprimé de prendre acte de la normalité de sa situation et d'attendre de recevoir une formation. Bien que visant à apaiser la douleur, lesstratégies de prise en charge de la souffrance semblent pousser à une acceptation de la réalité sociale telle qu'elle est. Une fois assumées la normalité et l'évidence de l'injustice, il ne reste plus qu'à espérer pouvoir se changer soi-même pour s'adapter à un monde qui nous refuse. Lesphrases du type « je comprends votre situation », « ça a dû être difficile pour vous », sont souvent accompagnées par des conseils qui se fondent sur des représentations générales autourde la souffrance et de ses remèdes potentiels. Les écoutants fournissent donc des guides sur la manière dont les souffrants pourraient se prendre en main, aller vers les autres, prendre soins de leur corps. Ces dernières constituent des manières de penser plutôt standardisées : « être néeen France est plus rassurant », « personne n'est prêt à partir », « faire un régime adapté et suivipar un médecin », « les relations à distance sont souvent difficiles », « votre mental est fragilisépar la fatigue physique aussi », « essayez de profiter au maximum de vos temps libres ». L'écoute psychologisante accentue la dissociation entre le monde et le moi. Elle induit une tendance à l'exil dans une intériorité amendable. Spiritualisé, le mal se trouve affranchi de sonrapport privilégié à la finalité politique. Nous pourrions dire de manière lapidaire que ces dispositifs d'écoute proposent une méthode pour apprendre à s'accommoder du monde[5].

2. Les associations de prévention contre le suicide comme « espaces hérérotopiques ».

2.1. L'écoute comme contre-espace

La fonction sociale de ces dispositifs de communication est de combler le refoulement de la souffrance. Ces espaces sont des contre-mondes, aux marges de la société, où se murmurent lesdésaveux du monde. En suivant les mots de Michel Foucault à propos des « hétérotopies » (Foucault 2009), ces espaces d'écoute représentent des « espaces de passage » au sens où chacun peut témoigner momentanément de sa détresse circonstancielle ou de son dégoût existentiel. Ils sont alors saturés de propos qui violentent les normes du commun parce qu'il seraconte combien la vie est désavouée. Ce sont plus largement les constituants classiques de cequ'est une vie bonne (Butler 2014) qui sont interrogés et souvent précarisés. C'est ainsi que la société a décidé de concentrer sa douleur dans ces espaces. Elle a ménagé un territoire, dans sesmarges, où

5 Un prolongement de cette critique se trouve dans une publication antérieure (Huët, 2005).

les « déchus du monde » peuvent trouver une consolation par la parole et l'écoute àla violence que la société leur inflige.

Le problème principal de ces dispositifs réside dans le fait que ces vies ne pénètrent pas l'espacecommun d'apparition. Si elles interrogent inévitablement le commun, elles ne font pour autantl'objet d'aucune audition particulière. La question est alors de savoir comment l'on pourrait donner une visibilité et une audibilité à une déclaration d'existence ? Comment donner une existence publique à ces vies blessées et déçues ? Comment les sortir de l'ombre et de l'inexpressivité ?

2.2. Les enjeux politiques de la visibilité

Ainsi, les mots de la souffrance s'accumulent mais sans rien accomplir. Ce sont des témoignages sans effets alors mêmes que ces relations déceptives au monde pourraient constituer des ressources précieuses pour que la société se réfléchisse elle-même. Or, dans le cas de figure qui nous intéresse, ces témoignages n'accéderont jamais au domaine public. Ils sont confinés dans une zone, un à-côté de la société, dont l'archivage ne produit aucune autre conséquence que de simples statistiques annuelles (Rapport Observatoire Nationale contre le Suicide). Cette zone n'est pas pensée pour que la souffrance se réfléchisse. Elle est imaginée pour être un abri, un lieu de confidences. Le revers est que ces témoignages sont voués à disparaître, à maintenir anonymes et inaudibles ces milliers de plaintes.

L'exposition est pourtant un enjeu fondamental de la vie publique et politique. Pour l'essentiel,il tient dans la capacité qu'une société à d'exposer et de réfléchir les vies qui la contestent. Le fait que ces vies soient soustraites du domaine public est symptomatique d'une crise de la démocratie en tant que les conditions de certaines formes de vies sont rigidifiées sinon bloquées.Il y a une sélection violente entre les vies racontables d'un côté et les vies que l'on tait et que l'on tient soigneusement à l'écart. Or, ces vies, parce qu'elles sont enrayées, exigent d'être soutenues et ont à paraître, à être vues, entendues, approchées et interrogées.

Enfermées dans ces espaces, empêchées d'apparaître, ces vies demeurent des abstractions, sansvisages, sans voix et sans corps. Dans la conception d'H. Arendt, le propre du politique est de constituer l'espace qui est entre les hommes. Or, ce lien est absent. Certaines vies sont retirées du domaine public et n'ont guère de chances d'accéder à l'espace commun d'apparition. L'enjeu politique est alors de faire en sorte qu'apparaissent *malgré tout* ces vies en tant qu'ellesenseignent, qu'elles requièrent du soin, qu'elles résistent en dépit qu'elles soient parfois extrêmement violentées. Autrement dit, comment rendre visible et lisible la gigantesque part maudite de la société, ceux dont on ne veut rien consigner ? (Didi-Huberman, 2012). Pour reprendre les mots de G. Didi-Huberman (2012), la tâche de la critique est d'organiser le pessimisme en exposant malgré toutes ces vies défaites.

Parce que ces vies sont soustraites des espaces communs d'apparition, la souffrance peine à être réfléchie. Ce constat conduit alors à interroger le rôle du chercheur. Son geste d'écriture fait sortir du silence ces voix oubliées. Il donne à écouter et à éprouver ce langage qui vient d'en bas et d'ailleurs. Il met en forme une image de ces vies qui se débattent avec leurs environnements existentiels, leurs histoires biographiques, le pouvoir et l'ordre social. Il fait entendre des voix qui se heurtent aux structures oppressives et aux contraintes de la vie. En quelques sortes, il fait exister ces vies inessentielles et incertaines. La vie médiocre

de tous lesjours accède alors dans l'agenda de la critique. Son travail est de débusquer comment l'existence quotidienne est mise en crise. Il rend visible ce qui est invisibilisé.

Ce thème de la visibilité n'est pas nouveau. Il est omniprésent dans le champ de la philosophiesociale. Le visible est ce qui rend intelligible le monde, qui donne à la réalité sociale un caractère indentifiable et reconnaissable. La visibilité est un enjeu de lutte (Voirol 2005). La visibilité, telle qu'elle est médiatisée et ordonnée par le chercheur, permet d'accéder à des réalités, d'apercevoir la vie des autres au sens de G. Didi-Huberman (Didi-Huberman 2018). Comme O. Voirol le souligne, la question de la visibilité est centrale dans la réflexion d'H. Arendt. Pour elle, un monde commun partagé suppose que chacun peut se rendre visible. S'assembler est le fait de se rendre mutuellement visible. Ceci permet à l'Homme de se sentir homme. Apparaître, c'est « exister dans un espace d'action et d'interrelations réciproques » (Voirol 2005 : 93). Le geste d'une recherche sur la souffrance est alors d'arracher les pensées au privé, de les désindividualiser pour les constituer en un objet digne de paraître en public. C'est susciter un mode de présence des malheureux aux autres.

Ces réflexions indiquent un des enjeux de la recherche. Il est d'assurer une présence des malheureux face à autrui. L'enjeu est de toute importance quand on sait que sans possibilité dese faire voir et de se faire entendre, la vie devient incertaine et non-assurée. L'écrit de recherchedonne alors un nouvel horizon d'apparence au monde ; il tente d'élargir la sphère publique d'attention vers ces vies qui se débattent avec cette difficulté à exister. G. Leblanc avait d'ailleurs fait de la question de l'invisibilité sociale une problématique centrale de ses recherches (Le Blanc 2009). Pour lui, à partir du moment où la voix est « sans timbre et hypothéquée », les justifications sociales qui soutiennent une vie deviennent incertaines (Le Blanc 2010). La vie perd alors de son évidence. Les motifs de l'existence deviennent minorés ou incertains. Il ajoute que les vies sont précipitées dans l'invisibilité, l'effacement et l'incertitude. L'individu en vient à se désaffilier progressivement de la plupart de ses inscriptions sociales (professionnelles, amicales, familiales). L'homme fragilisé doute alors deses attaches et de ses liens. C'est alors la vie qui ne va plus de soi. Sans soutien social, qui passe notamment par une certaine reconnaissance sociale par le droit, l'amour ou la communauté (Honneth 2006), il n'a plus qu'à s'en remettre à lui-même pour se réinscrire dans le réel. Maiscomme une vie ne peut s'extraire de la dépendance aux autres et que toute vie est intersubjectivement constituée (Butler et Athanasiou 2016), aucune scène intérieure n'est disponible pour le « sans attache ». La voix a ce besoin impérieux d'être soutenue et retenue. L'effacement des voix contribue à « l'écroulement de toutes les capacités pragmatiques que lecorps fait surgir de manière inventive dans le monde » (Le Blanc 2010). A en voir comment, au sein de l'association Stop Suicide, les voix sont hésitantes, tiraillées et incertaines, on saisitcombien leur existence paraît à leurs yeux comme incertaine. Par exemple, dans mes propres pratiques d'écoute, j'ai pu constater qu'il n'était pas rare d'entendre au téléphone uniquement la respiration des malheureux. Je n'entendais que leur respiration angoissée. Ce cas de figure montre des hommes et des femmes en recherche d'une co-présence jusque dans le silence. Cettevisée existentielle est assurée pour partie par les bénévoles de Stop Suicide. Le chercheur y ajoute toutefois sa part.

À cet enjeu existentiel de la visibilité, s'ajoute son but politique. Écrire sur la souffrance consiste à lutter contre l'effacement des contributions narratives. Or, on sait bien que les formesde la visibilité et de la narration ne sont pas distribuées équitablement. Certaines vies sont survisibilisées alors que d'autres, au contraire, sont invisibilisées. Ceci signifie alors que c'est la légitimité qui soutient les vies qui n'est pas la

même. Certaines vies sont accréditées médiatiquement, politiquement ou socialement tandis que d'autres sont fragilisées voire disqualifiées. Il y a les vies consacrées et les vies effacées (Le Blanc 2010 : 41). J. Butler ira encore plus loin en évoquant la figure de ce qu'elle appelle les « sans-deuils » (Butler 2010). La question de J. Butler concerne les cadres à travers lesquels nous appréhendons ou, au contraire, nous échouons à appréhender les vies autres, en particulier celles qui sont sujettes à la blessure ou à la perte. J. Butler affirme qu'il y a une distribution différentielle des conditionsde possibilité du deuil parmi les populations. Certaines morts provoquent des affects comme l'horreur, la culpabilité, le sentiment de perte ou d'indifférence (Butler 2010 : 28-29). Cette distribution différentielle de l'attention pour les vies est un problème tout à la fois matériel et perceptif. Certaines vies, celles des sans-deuils c'est-à-dire les vies qui ne seront jamais pleurées, sont en charge de porter le fardeau de la famine, des guerres, du sous-emploi et de laprécarité.

> « Qui suis-je pour décréter que l'autre est un sans voix, une vie à ce point privée depuissance d'agir qu'elle ne peut exister que de manière déléguée selon un ensemble de représentations ? N'y-a-t-il pas le risque de situer l'autre en position d'absence radicale de moyens de parole, de toute forme d'action et, ainsi, de le considérer précisément comme unautre ? » (Butler 2010 : 88-89).

Écrire à partir de la vie des malheureux est une mince tentative d'élargir les cadres d'appréhension des vies dignes d'être vécues. La nature de l'enjeu est évidemment politique tant cette distribution différentielle de l'attention est organisée dans chaque société. Le pouvoira cette possibilité d'exposer certaines vies à l'abandon, à la perte et à la mort, alors que d'autressont considérées comme digne de soin et de protection (Mbembe 2006). Écrire sur ces vies négligées et abandonnées est alors un acte politique. Il n'est pas seulement de les faire sortir dusilence. Il est de lutter contre la « police des récits » qui invisibilise ou qui minore certaines voix et qui empêchent certains récits d'accéder à l'intelligibilité politique. Les contributions narratives des malheureux se heurtent à des structures de domination qui les empêchent d'accéder à l'intelligibilité politique. Ceci peut s'expliquer par le fait que ces récits ne prennentpas la forme de la grammaire politique à laquelle on s'est habitués. Il peut aussi s'agir d'étoufferces voix en tant qu'elles griffent le pouvoir car elles en montrent ses lacunes et sa négativité. Les vies ordinaires, dans leurs souffrances quotidiennes, ne parviennent donc généralement pasà accéder à des espaces d'audition politique. G. Leblanc assure que, pour être auditionnés par le pouvoir, ces récits ordinaires doivent se conformer aux catégories normatives du politique (Le Blanc 2009). C'est précisément le rôle de la police des récits que de gouverner l'épreuve sociale de l'audition ; qu'est-ce qui fait que le politique accepte d'entendre telle ou telle voix ? Comment élargir, percer et étendre les catégories normatives du politique afin que ces voix fassent l'expérience de l'écoute ? Comment raconter ces vies pour que le politique entreprennedes actions en vue de réparer les injustices vécues ?

La tâche du chercheur est d'opérer à cette visibilisation. Il lutte pour rendre visible les modes ordinaires de souffrir afin de réactiver par la suite l'espoir d'une participation des individus aupolitique, c'est-à-dire d'un lien qui se restaure entre l'individu et le monde. Face à la police desrécits, sa tâche est de traduire ces paroles en des exigences de justice afin d'interpeller les structures d'encadrement politique. C'est alors que l'on en vient à l'enjeu crucial de cette recherche critique ; celui de la requalification des récits. Ces développements indiquent que lacritique n'est pas un grognement contre la réalité. Elle est un grondement qui porte l'espoir d'un rassemblement des êtres qui se soucient du monde et de la densité de la vie. La critique suggérera de gronder sourdement. Mais surtout, elle cherche ces devenirs enfouis sous un monticule de complications

existentielles. Cet inconnu est ce qui agite la pensée critique ; chercher l'avenir, les jours qui viennent et dépasser le présent où tant de choses sont encloses.Plutôt que d'accabler en se contentant d'exprimer la négativité du monde, il nous faut nous tenirau plus près des devenirs et des possibles. En somme, y-a-t-il de l'avenir à vivre au creux du tragique présent ? Par quelles portes dérobées accéder au monde ?

Bibliographie

Agamben G. (2016). *Homo Sacer. L'intégrale 1997-2015*. Le Seuil. Paris.

Bauman Z. (2006). *Vies perdues : la modernité et ses exclues*. Payot. Paris.

Butler J. (2005). *Vie précaire. Les pouvoirs du deuil et de la violence après le 11 septembre2001*. Amsterdam. Paris.

Butler J. (2010). *Ce qui fait une vie. Essai sur la violence, la guerre et le deuil*. Zones. Paris.

Butler J. (2014). *Qu'est-ce que la vie bonne ?* Payot. Paris.

Butler J. & Athena A. (2016). *Dépossession*. Diaphanes Éditions. Paris.

Chamayou, G. (2013). *Théorie du drone*. La Fabrique. Paris.

Didi-Huberman, G. (2012). *Peuples exposés, peuples figurants. L'oeil de l'histoire, 4.* LesÉditions de Minuit. Paris.

Didi-Huberman, G. (2018). *Aperçues*. Les Éditions de Minuit. Paris.

Foucault, M. (1973). *Histoire de la folie* à *l'âge classique*. Gallimard. Paris.

Foucault, M. (2009). *Le corps utopique - les hétérotopies*. Lignes. Paris.

Honneth, A. (2006). *La société du mépris. Vers une nouvelle théorie critique*. La Découverte. Paris.

Le Blanc, G. (2009). *L'invisibilité sociale*. Presses Universitaires de France. Paris.

Le Blanc, G. (2010). *Dedans, dehors. La condition d'étranger*. Le Seuil. Paris. Mbembe, A. (2006). « Nécropolitique ». *Raisons politiques* 1(21), p. 29-60.

Rogers, C. (1979). *Un manifeste personnaliste, fondaments d'une politique de la personne*.

Dunod. Paris.

Voirol, O. (2005). « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique ». *Réseaux,* 1(129-130), p. 89-112.

Le Brexit et la crise des imaginaires européens
Brexit and the crisis of European imaginaries

Clémentine Leroy, doctorante-Université Lumière Lyon2, Laboratoire ELICO – EA 4147
clementine.leroy@univ-lyon2.fr

Mots-clés : imaginaires, discours, Union Européenne, Brexit **Keywords** : imagined communities, discourse, European Union,

Résumé

Le Brexit est un événement qui crée une rupture dans l'histoire de l'Union Européenne (UE). C'est pourquoi il appelle à une redéfinition des représentations de l'UE dans les discours médiatiques. La figure du citoyen joue dans ce contexte un rôle primordial, acteur du référendum, enjeu de légitimation de l'Europe politique, figure centrale des discours populistes, elle incarne les tensions conflictuelles des imaginaires européens et nationaux au sein des discours.

Abstract

The Brexit is an event which marks a break in the European Union (EU) history. A consequence is the need for a redefinition of the EU representations in the media discourses. In this context the citizen figure plays an essential role as the referendum actor, the political European legitimation challenge and the main figure of populist discourses. That's why the citizen figure embodies the conflicting tensions of the European and the national imaginaries within discourses.

Le Brexit et la crise des imaginaires européens

Clémentine Leroy

Le référendum britannique sur la sortie de l'Union Européenne (UE) est un événement qui crée une rupture dans l'intelligibilité de l'Europe « et par sa capacité de désordre distribue un avant et un après. » (Arquembourg, 2006). Les médias se retrouvent confrontés au besoin de donner sens à ce qui est appelé le Brexit et à l'UE, remise profondément en cause.

En tant qu'objet de discours, L'UE est formée par une constellation d'imaginaires en tension permanente dans les différents débats publics. En effet, « les communautés [telles celles composantes de l'UE] se distinguent (…) par le style dans lequel elles sont imaginées. » (Anderson, 2002). Les multiples projections des discours médiatiques sur l'UE peuvent être comprises comme un ensemble hétérogène constitué à plusieurs échelles ; celle, d'une part,de *l'espace* entre la perspective nationale, transnationale ou interétatique et enfin européenne et celle, d'autre part, du *temps*. L'UE reste en effet inscrite dans l'idée du « projet européen » que le Brexit remet en cause en obligeant à repenser les normes fondatrices des discours sur l'UE.

Le Brexit, en tant qu'événement, nous permet d'observer ces imaginaires sur l'UE dans les discours médiatiques. Ainsi, « les événements véhiculent, en effet, des significations symboliques qui font qu'ils sont considérés comme faisant événement. La mise en récit de l'événement fait donc émerger des symboles qui, s'ils sont inhérents à l'événement, peuvent cependant induire des lectures différentes de ce qui s'est produit. » (Garcin-Marrou, 1996). L'analyse du Brexit dans les discours médiatiques permet donc de comprendre les constructions symboliques attachées à l'UE, ces dernières n'étant pas forcément partagées mais propres à chaque pays voire à chaque média.

Le Brexit nous permet donc d'analyser les imaginaires européens au travers notamment des « fictions » politiques. Nous comprenons cette notion de fiction dans le sens de Michel Foucault « le discours de vérité suscite, «fabrique» quelque chose qui n'existe pas encore, donc «fictionne». On «fictionne» l'histoire à partir d'une réalité politique qui la rend vraie, on «fictionne» une politique qui n'existe pas encore à partir d'une vérité historique » (Foucault, 1984). Cette question du vrai est d'autant plus importante que le Brexit s'inscrit dans le contexte de la montée des populismes et de la remise en question de la notion de vérité, comme en témoigne en 2016 le terme de « post-truth » désigné comme mot de l'année de l'Oxford Dictionaries. Les journalistes se retrouvent directement confrontés et remis enquestion, dans leur fonction même, par cette question du vrai au travers de ces évènements que sont le Brexit mais aussi l'élection de Trump et la montée des extrêmes droites dans différents pays membres de l'UE.

Au cœur de ces fictions politiques, la figure de citoyen occupe une place centrale dans ces discours, au travers de la référence au peuple pour les discours populistes (Ivaldi et Zaslove, 2015) mais aussi parce que l'imaginaire européen se construit sur une redéfinition de la citoyenneté. En effet, le citoyen est une figure double. Il incarne dans un premier temps les enjeux de l'intégration européenne : « la citoyenneté européenne constitue un défi politique (...). Elle devait favoriser l'émergence d'un sentiment d'appartenance à une entité commune en formation qu'elle contribuait à légitimer » (Catala, 2016). Cette première figure

sollicite lanotion d'identité européenne, débouchant *in fine* sur un espace public européen, objectif politique au profit duquel autant la recherche que les médias sont mis à contribution pour interroger la création d'une identité européenne. Dans un deuxième temps, le citoyen apparaîtcomme une figure menaçante pour l'UE, notamment au travers des référendums, marqueurs des grands échecs européens : ceux en 2005 pour la constitution européenne en France et aux Pays-Bas et celui en 2016 du Brexit.

L'objectif de cet article est ainsi de voir comment, dans le contexte du Brexit, les discours médiatiques instrumentalisent la figure du citoyen pour redéfinir le système de représentation de l'UE. En effet, le Brexit est une rupture dans l'histoire européenne mais aussi « dans les idéalisations du monde, la déstabilisation pas seulement d'un état stable, mais aussi d'un horizon d'attentes, de croyances, largement partagées et stabilisées. » (Mercier, 2006). De plus, le Brexit, par sa nature référendaire, fait du citoyen l'acteur de cette rupture.

Nous verrons ainsi, dans un premier temps, la nécessité de constituer une méthode autant pour récolter le corpus que pour l'analyser, permettant de rendre compte de la pluralité de discours et des imaginaires qu'ils portent. Nous montrerons ensuite que cette pluralité s'appuie sur la figure commune du citoyen pour revendiquer une vision politique sur l'UE.

Composition du corpus et analyse

Cette analyse s'inscrit dans un travail de thèse en cours pour lequel nous avons constitué un corpus d'articles de presse[1] à partir des bases de données Europresse et Factiva quand cela était possible, et le cas échéant, à partir d'une collecte des articles sur les sites web des journaux. Notre analyse porte sur trois pays clés des représentations de l'UE, le Royaume- Uni en tant qu'acteur du Brexit, l'Allemagne et la France en tant qu'acteurs essentiels de la construction européenne.

Trois journaux par pays ont été sélectionnés, tout d'abord la presse d'information générale avec *Le Monde*, *Le Figaro* pour la France, le *Süddeutsche Zeitung* et le *Frankfurter Allgemeine Zeitung*[2] pour l'Allemagne et le *Guardian* pour le Royaume-Uni. Le nombre de tirage a ensuite permis de sélectionner le *Daily Mail* et le *Bild* et enfin, la presse économique, qui joue un rôle primordial dans la représentation de l'UE avec le *Financial Times* et *Les* Échos. La sélection des articles s'est ensuite faite à partir d'un assemblage de mots-clés, permettant d'envisager l'UE selon plusieurs perspectives. Tout d'abord celle de la rupture avec les mots-clés « Brexit » et « crise » et ensuite les grands enjeux en question, notamment le territoire avec « frontière », les discours contestataires avec « populis* » et la question de la souveraineté avec « national »[3]. Ces enjeux permettent d'identifier les interprétations transnationales du Brexit. (Bijsmans, Galpin et Leruth, 2017). Notre analyse porte sur les années 2016 à 2018 pour appréhender le Brexit comme un objet d'étude au-delà du seul référendum britannique de 2016.

1 La presse constitue un objet d'analyse qui permet un corpus de grande ampleur (près de 6000 articles), qui peut êtretraitée de manière automatique grâce à la forme brute du texte.

2 Pour cette analyse, nous n'avons pas pu inclure le *Frankfurter Allgemeine Zeitung* pour des problèmes d'accessibilité aux articles

3 Ce choix des mots clés a été constitué à la suite d'une première exploration du corpus, en prenant en compte la proximité sémantique dans les trois langues.

Nous avons ajouté, aux mots clés que nous avions, celui de « citoyen » pour constituer le sous-corpus que nous présentons ici. Une première analyse quantitative par le logiciel Iramuteq nous a permis d'avoir, pour chaque journal, et, par année, la classification des mots. Cette classification mise sous la forme de dendogrammes (voir annexe 1) nous permetd'établir des premières hypothèses sur le corpus avec l'identification de thématiques communes. Par exemple, le mot « populisme » ainsi que celui de « migration » sont présents dans une majorité de dendogrammes, on peut donc les identifier comme deux enjeux principaux dans le traitement journalistique du Brexit.

Cette analyse se révèle aussi pertinente pour observer les évolutions par années. L'année2017 était particulièrement sensible en effet elle comportait plusieurs élections déterminantes pour l'UE, les présidentielles en France, les fédérales en Allemagne, les législatives en Autriche et aux Pays-Bas. Ce sont ces élections qui vont déterminer si « l'effet domino » du Brexit, redouté par les partisans de l'UE, va se concrétiser. On retrouve ici cette idée de rupture provoquée par le référendum du Brexit, il devient un cadre d'interprétation des actualités nationales et internationales.

Après cette première approche, nous avons entrepris la lecture des articles du corpus pour permettre une analyse qualitative. Cette dernière repose sur le relevé des champs sémantiques(Rastier, 2009). Elle permet de voir les thématiques en contexte et de comparer au-delà des spécificités d'écriture journalistique propres aux pays ou aux genres de presse. Nous nous sommes également concentrés sur les façons de désigner les citoyens et l'énonciation journalistique particulièrement déterminante. C'est, en effet, sur ce point que se trouve une différence fondamentale entre la presse d'information générale et celle *tabloïd* (Bastin, 2018) du *Daily Mail* et du *Bild :* cette dernière repose essentiellement sur des témoignages, des citations, des tweets ou des interviews. Nous avons relevé les différents éléments sous forme de tableau (annexe 2) avec, tout d'abord, toutes les méta-données concernant la date, le rubriquage, quand nous l'avions, le type d'article etc. Ensuite, nous avons, dans un premier temps, sélectionné les passages résumant l'article et nous avons enfin repéré les éléments importants pour notre analyse sur la thématique du citoyen. Cette méthode permet par la suited'avoir une vue d'ensemble rapide et efficace sur le corpus et ainsi rendre possible lacomparaison entre les années et les journaux.

Imaginaires européens et systèmes de représentations autour de la figuredu citoyen

Le référendum, en tant que mise en œuvre d'un questionnement binaire, amène les journaux àse situer par rapport à l'UE. Pour rappel, la question qui a été posée aux Britanniques le 23 juin 2016 est celle-ci : « Should the United Kingdom remain a member of the EuropeanUnion or leave the European Union ? ». Pour autant, la position des journaux ne peut pas être limitée à une structure binaire pour / contre l'UE, les ramifications sont plus complexes. Ce contexte invite à la polémique telle que développée par Ruth Amossy « la polémique en tant qu'orchestrée par les médias contribue à la construction identitaire du corps social par la définition, la contestation et la négociation des critères qui fondent une identité citoyenne » (Amossy, Burger, 2011).

Nous identifions ainsi dans notre corpus deux principales figures du citoyen, l'une nationale, l'autre européenne, reposant toutes deux sur une conception de l'espace public, clé de voûte du modèle politique européen.

La désignation de l'adversaire

Une première acception de l'espace public rejoint celle développée par Jürgen Habermasavec une caractérisation de l'espace public sans le peuple mais par des élites bourgeoises cherchant à se constituer comme force politique (Farge, 1987). Elle s'appuie sur des récits mythologiques envisagés comme fondateur de l'Europe.

Un premier élément caractéristique est le rappel aux Lumières comme par exemple dans *Les Echos* :

> « Le peuple est souverain, oui, mais ça ne veut pas dire qu'il a toujours raison et qu'il fautapprouver tous ses choix, estime Comte-Sponville. Il y a une responsabilité des politiques d'éclairer le peuple, d'apporter recul, intelligence et sérénité face au déchaînement des passion » (Catherine Chatignoux, « Les démocraties d'Europe dans le piège des référendums », *Les Echos*, 25/11/2016)

> « En Europe centrale nous sommes en train d'assister à la revanche de Rousseau sur Montesquieu ? Viktor Orbán met en avant « la volonté générale du peuple » par opposition à « l'Etat de droit » cher à l'auteur de « De l'esprit des lois ». Armé d'une vision rousseauiste de la démocratie, il s'attaque à l'indépendance des médias et à la neutralité de l'administration publique. » (Dominique Moïsi, « L'Europe face au défi dela régression démocratique », *Les Echos*, 28/11/2016)

Dans *le Figaro*, l'évocation de la démocratie athénienne permet, de son côté, de disqualifier les mouvements populistes. La représentation de cet idéal d'une construction politique européenne démocratique rejette les émotions reléguées à la figure d'un peuple passionné, inorganisé et irrationnel :

> « Le moment populiste voit ainsi le laos, plèbe inorganisée, prendre sa revanche sur le demos, peuple constitué politiquement par des citoyens libres. » (Nicolas Baverez,

> « Démocratie contre populisme », *Le Figaro*, 28/11/2016)

Enfin, cet idéal politique se retrouve également dans l'utilisation de métaphores religieuses :

> « Il faut ressusciter le projet européen et chasser les marchands du temple » (Paul Jorion,

> « La City paye le sabotage du projet européen », *Le Monde*, 26/11/2016)

À ces représentations discréditant le peuple, s'opposent celles de journaux tels que le *Süddeutsche Zeitung* ou *The Guardian* qui remettent en question le rôle des élites, et, parmi elles, des médias, dans cette construction européenne.

> L'UE a perdu beaucoup de citoyen en son sein. Ils sont devenus des opposants à l'Europe, pour lesquels les nationalistes se donnent de la peine. Les élites souvent citées dans la politique, la culture et les médias ont été tellement prises par surprise qu'elles se sont retranchées en partie dans de l'arrogance (traduc-

tion par l'auteur, voir annexe 3 pour la version originale) (Stefan Ulrich, « Selbstbehauptung:Europa muss in den Kampfmodus schalten », *Süddeutsche Zeitung*, 29/01/2017)

Les gens ne se sentent pas protégés. Ils voient dans l'UE plus un danger qu'une protection. Nous devons nous poser la question de « comment nous en sommes arrivés là(…) » . Nous avions tellement peur de défendre l'Europe avec le coeur, que nous ne l'avons fait que de manière rationnelle (traduction par l'auteur, voir annexe 3 pour la version originale) (Daniel Brössler, « Frans Timmermans über die Zukunft der EU: «Ein richtiger Patriot ist auch Europäer". », *Süddeutsche Zeitung*, 22/03/2017

« For those of us who support the European project, it is a bitter irony that this vote of noconfidence is aimed at a Europe that we never wanted: a Europe of business tycoons, of bureaucratic busybodies and over-regulation, of elites and the punishing austerity of the troika (...) supporters of greater European integration must bring more to the debate than open borders and Europe's success as a project for peace. Instead, they must seek to generate the same emotional momentum achieved by the leave campaign» (Daniel Cohn-Bendit, Claus Leggewie et Patrizia Nanz, « The EU of business-as-usual is dead. Long live the EU. », *The Guardian*, 08/07/2016)

« I used to believe that the media's diet of misery was good for the morale of ordinary people. Bad news has become a toxin of public debate » (Simon Jenkins, « Here is the news: it's usually bad – and that's bad for us », *The Guardian*, 21/04/2016)

Ici, au lieu de la notion de peuple, on retrouve les termes de « gens », « citoyens » ou « électeurs ». Cette dichotomie rappelle une deuxième conception de l'espace public, celle analysée par Arlette Farge : « Que l'émotion du peuple et ses démonstrations séditieuses soient aussi des déchiffrements de sens et des actes posés comme autant de prises de positions rationnelles, reste totalement inimaginable pour une élite aux prises avec la constitution de sa propre rationalité. » (Farge, 1987). On observe ici une axiologie orientée entre la raison et la passion,déterminante pour comprendre comment le citoyen se retrouve en position d'adversaire à la construction européenne perçue comme un idéal politique.

Le citoyen comme réaffirmation de l'identité nationale

Le citoyen occupe cependant une place centrale dans le traitement médiatique, notamment dupopulisme. Le *Daily Mail* est le parfait exemple de cette utilisation de la figure du citoyen comme outil polémique pour asseoir une identité nationale forte. Ainsi, en amont du référendum, le *Daily Mail* affirmait :

« EU MIGRANTS COMMIT 700 CRIMES IN BRITAIN EVERY WEEK, FIGURES REVEAL
In a fresh blow for EU backers, figures show that Europeans have been found guilty of 146,100 crimes – including murder and rape – since 2012. » (Tim Sculthorpe et John Stevens, « There is no guarantee of a deal,' says EU chief running crunch talks on Britain's future in Europe. », *Daily Mail*, 18/02/2016)

« The housing revelations follow the news that there are now 2.1million EU workers in the UK. Some 800,000 citizens arrived last year, many more than previously thought. » (James Slack, « Migrants spark housing crisis: Now EU tells Britain to build more homesas open borders send population soaring. », *Daily Mail*, 19/05/2016)

On remarque ici que les citoyens européens sont qualifiés de « migrants » ou « workers », ils sont représentés comme une menace. La construction de l'adversaire ne se fait pas uniquement sur les institutions européennes, ni sur la vague de migration extra-européenne, bien que celle-ci joue un rôle important. Cette construction d'un « Autre », adversaire d'un

« Nous, » joue un rôle essentiel dans l'analyse des nouvelles dynamiques entre l'échelle nationale et internationale qu'impose le récit du Brexit, comme on peut le voir dans le *Financial Times* :

> « Mrs May also stated that "if you believe you're a citizen of the world, you're a citizenof nowhere". She denied the possibility that one might be both a citizen of the world and a citizen of somewhere. But many of the skilled foreigners on whom the UK depends view themselves as just that. Why should they wish to stay in a country whose prime minister appears to despise them? Xenophobia was also an important part of the Brexit campaign, whatever Brexiters claim. » (Martin Wolf, « The markets teach May a harsh lesson. », *Financial Times*, 12/10/2016)

Conclusion

La figure du citoyen nous permet d'appréhender les imaginaires européens en crise avec l'irruption du Brexit dans le processus européen. Nous avons ainsi pu voir comment les conceptions de la notion de l'espace public, notamment dans une perspective de construction d'un espace public européen, se confrontaient dans une même posture pro-européenne. Ce premier constat permet d'illustrer le fait que l'« Europe [est] plurielle et déployée dans une multitude d'arènes » (Aldrin, 2014). De ce foisonnement, on peut voir comment la relation entre l'UE en tant qu'*imagined community* (Anderson) et l'imaginaire national est problématique. En effet « aucune nation ne s'imagine coextensive à l'humanité. Les plus messianiques des nationalistes ne rêvent pas au jour où tous les membres de l'espèce humainerejoindront leur nation » (Anderson, 2002). Pour autant, les imaginaires nationaux et Européens s'entremêlent et c'est autour de la figure du citoyen que se cristallisent ces ensembles de relations symboliques. Le citoyen pose en effet les questions de l'identité, du territoire, de la représentativité et ainsi de la légitimité de l'UE. Le *Daily Mail*, seul journal soutenant le Brexit dans notre corpus en est aussi l'exemple, l'enjeu n'étant pas uniquement de rallier les électeurs mais de définir une identité précise face à un « Autre » menaçant.

Bibliographie

Aldrin P. (2014). *Les médiations de l'Europe politique*. Sociologie politique européenne.Strasbourg: Presses Universitaires de Strasbourg.

Amossy R. & Burger M. (2011). Introduction : la polémique médiatisée. *Semen. Revue desémio-linguistique des textes et discours*, n° 31 (avril), p.7-24.

Anderson B. R. O'G. (2002). *L'imaginaire national: réflexions sur l'origine et l'essor dunationalisme*. Traduit par Pierre-Emmanuel Dauzat. Paris: La Découverte/Poche.

Arquembourg J. (2006). De l'événement international à l'événement global : émergence et manifestations d'une sensibilité mondiale. *Hermes, La Revue* n° 46 (3), p.13-21.

Bastin G. (2018). *Petit lexique du journalisme*. Presses universitaires de Grenoble.

Bijsmans P. & Galpin C. & Leruth B. (2017). 'Brexit' in Transnational Perspective: An Analysis of Newspapers in France, Germany and the Netherlands. *Comparative EuropeanPolitics*, juillet, p.1-18.

Catala M. (2016). *L'Europe des citoyens et la citoyenneté européenne* : évolutions, *limites et perspectives*. Dynamiques citoyennes en Europe 07. Bern ; New York : Peter Lang.

Farge A. (1987). Suspect d'excitation dangereuse : le peuple de Paris au XVIIIe siècle. *LeGenre humain* N° 15 (1), p.161-71.

Foucault M. (1984). Les rapports de pouvoir passent à l'intérieur des corps, *Dits et* écrits, Vol. III, Paris : Gallimard.

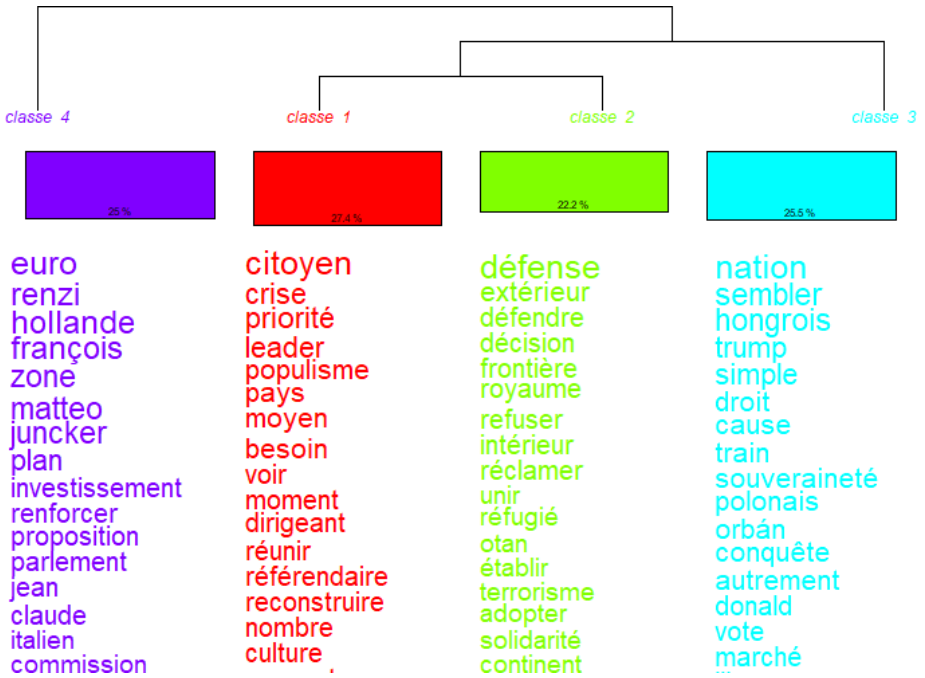
Garcin-Marrou, I. (1996). L'événement dans l'information sur l'Irlande du Nord. *Réseaux. Communication - Technologie - Société* 14 (76), p.47-60.

Ivaldi G.& Zaslove A. (2015). L'Europe des populismes : confluences et diversité. *Revue européenne des sciences sociales. European Journal of Social Sciences*, n° 53-1 (mai) p.121-55.

Mercier A. 2006. Logiques journalistiques et lecture événementielle des faits d'actualité. *Hermes, La Revue* n° 46 (3) p.23-35.

Rastier F. (2009). *Sémantique interprétative*. Presses Universitaires de France.

Annexes



Annexe 1 : Dendogramme à partir du corpus citoyen du journal *Les* Échos 2016

Annexe 2

Date	Rub	Type	Titre	Auteur	Extrait	Éléments
2016/04/09	Idées En lumière international	Comm Récit	Chronique d'une mort annoncée	Arnaud Leparmentier	L'Europe est-elle mortelle ? Loin de son âge d'or. La mort annoncée de l'Europe, c'est un peu comme la fin des empires, tombés sans qu'on y prenne garde. Un siècle plus tard, toute sécurité s'est envolée. La déraison l'emporte. L'âge d'or européen est révolu. Son ambition politique, forger une « union sans cesse plus étroite entre les peuples européens », comme le stipule le traité de Rome de 1957, se fracasse sur la montée des populismes et sur la menace du « Brexit », prolongement du « non » français au référendum de 2005. BHL : « Elle peut mourir de nouveau si on continue d'être des Européens paresseux ». A Bruxelles, les vétérans de la machine européenne sont plus circonspects. « Il y a une fascination pour les décadences, les	// avec la fin des empires. Lecture historique : Brexit, prolongement du non français en 2005 L'Europe peut succomber de cinq manières : par la guerre, par les valeurs, par les peuples, par l'euro, par le droit ou par l'insignifiance Élargissement des années 2000 : Espace sans frontières, elle a fini par perdre son identité.

					empires finissant, assure Pierre Sellal, représentant permanent de la France auprès de l'Union européenne. Titrer tous les trois jours sur la dislocation de l'Europe, son effondrement, c'est ridicule. » son incarnation politique fait l'objet d'un rejet des peuples. Mort de l'Europe, angoisse ancienne. L'Europe peut succomber de cinq manières : par la guerre, par les valeurs, par les peuples, par l'euro, par le droit ou par l'insignifiance. Élargissement des années 2000 : Espace sans frontières, elle a fini par perdre son identité. Il ne s'agit plus de propager ses valeurs via la promesse d'adhésion faite à la Turquie, mais de sceller des accords entre puissances. Bienvenue dans la Realpolitik. Les valeurs : Les néoconservateurs américains, qui reprochaient à l'Europe, au moment de la guerre en Irak, d'être une Vénus éprise d'amour et de paix, ne reconnaîtraient pas le Vieux Continent. Ce rejet des valeurs européennes s'incarne dans la dérive des pays d'Europe de l'Est. Les peuples : Michel Foucher tempère la sévérité des autres Européens vis-à-vis de ceux de l'Est : « Ces pays sont des pays de Contre-Réforme. Ils ont une conception ethnique de la nation et une identité nationalo-religieuse. Un printemps des peuples occidentaux contre l'Europe est-il possible? Allemands : réfléchissent à 20 ans, les Français non : la preuve le non en 2005. L'euro : « Le rêve de l'Europe fédérale est mort, mais je ne crois pas que les citoyens de l'Union européenne soient prêts à abandonner leurs voyages en avion low cost et tous les avantages concrets qu'apporte l'UE. »	Europe comme Vénus éprise d'amour et de paix Est VS Ouest Printemps des peuples occidentaux Mention du Grexit : MLP n'ira pas jusqu'au bout, la Grèce a refusé le Grexit. Paradoxe de Zénon. Écart réalité – légitimation politique. La « troïka » soit on détricote la réalité, soit on construit la fiction. Solution : capacité de leadership.

Annexe 3

« Im Inneren hat die EU viele Bürger verloren. Sie sind Europagegner geworden, um die sich die Nationalisten bemühen. Die viel zitierten Eliten in Politik, Kultur und Medien waren davon so überrumpelt, dass sie sich teilweise in Arroganz flüchteten. » (Stefan Ulrich,

« Selbstbehauptung:Europa muss in den Kampfmodus schalten », *Süddeutsche Zeitung*, 29/01/2017)

« Die Menschen fühlen sich nicht beschützt. In der EU sehen sie eher Gefahr als Schutz. Wirmüssen uns fragen, wie es dazu kommen konnte. (…) Wir hatten so viel Angst davor, Europamit dem Herzen zu verteidigen, dass wir das nur noch rational gemacht haben. » (Daniel Brössler, « Frans Timmermans über die Zukunft der EU:»Ein richtiger Patriot ist auch Europäer“. », *Süddeutsche Zeitung*, 22/03/2017).

Le fablab comme nouvel espace de savoirs : vers une évolution de la forme scolaire ? Etude de cas
The fablab as a new space of knowledge: towards an evolution of the school form? Case studies

Karel Soumagnac,
maître de conférences en sciences de l'information et de la communication
Université de Bordeaux, IMS-RUDII
Karel.soumagnac-colin@u-bordeaux.fr

Mots-clés : forme scolaire, forme sociale, fablab, espace de savoirs

Keywords : school form, social form, fablab, knowledge space

Résumé

Les fablab représentent des nouveaux espaces de savoirs qui renouvellent la forme scolaire. Considérés comme des tiers lieux, ils sont représentatifs d'apprentissages nouveaux permettant des modes de socialisation inédits grâce au numérique. L'introduction de savoirs plus techniques en lien avec la fabrication d'objets, le développement de l'autonomie dans lespratiques informationnelles des élèves rendent compte d'une logique d'institutionnalisation des fablab et questionne la place de l'expérimentation sociale dans le renouvellement de la forme scolaire.

Abstract

The fablab represent new spaces of knowledge that renew the school form. Considered asthird places, they are representative of new forms of learning that enable new modes of socialization thanks to digital technology. The introduction of more technical knowledge related to the manufacture of objects and the development of autonomy in the informational practices of students reflect a logic of institutionalization of fablab and questions the place of social experimentation in the renewal of the school form.

Le fablab comme nouvel espace de savoirs : vers une évolution de la forme scolaire ? Etude de cas

Karel Soumagnac

La question de la forme scolaire interroge ces dernières années les nouveaux espaces de savoirs déployés dans et en dehors de l'école. Considérée comme un mode de socialisation permettant l'être au monde scolaire, la forme scolaire est devenue aujourd'hui une forme sociale qui se transforme de l'intérieur, étant de plus en plus perméable au reste de la société. La forme scolaire évolue notamment par rapport à la place qu'y occupe le numérique. L'évolution du contexte technologique a permis également aux fablabs de se développer. Espaces ouverts à tous, lieux d'expérimentation et d'échanges autour de la fabrication d'objets, les fablabs permettent à des publics multiples d'apprendre et de construire ensemble autour d'une culture du faire. Ces espaces partagent des intérêts similaires avec le domaine de l'éducation dans le sens où leur fréquentation est l'occasion de développer de nouveauxusages des technologies au nom d'une forme d'innovation éducative et sociale. Nous nous interrogeons sur ce mouvement auquel participe l'école et qui consiste à prendre en compte les transformations issues des pratiques sociales dans le cadre de la transmission des savoirs. Comment, avec le cas des fablabs, l'école peut-elle renouveler sa forme scolaire en faisant de ces espaces des lieux d'expérience et d'accompagnement des apprentissages scolaires ? Tout d'abord, nous présenterons l'ancrage théorique sur lequel nous nous appuyons pour questionner l'évolution de la forme scolaire selon une approche sociologique et info- communicationnelle. Il s'agira également de montrer en quoi les fablabs peuvent être des espaces de construction des pratiques collectives des savoirs servant les apprentissages. Ensuite, nous développerons l'approche méthodologique utilisée pour étudier la fréquentation d'un fablab par des élèves de 3ème dans un projet portant sur la persévérance scolaire. Dansune troisième partie, nous reviendrons sur les résultats partiels de l'analyse issue de nos observations. Nous aborderons les conditions d'une possible généralisation des résultats notamment au regard des partenariats que l'école en tant qu'institution pourrait nouer avec lesfablabs pour faire évoluer la forme scolaire.

Forme scolaire et fablab à l'heure du numérique : des espaces en mouvement

L'arrivée du numérique dans l'école a bouleversé son organisation au niveau des dispositifs, des espaces et des temporalités dédiés aux apprentissages. Les espaces se sont fragmentés, l'unité de la classe a été confrontée à d'autres types de lieux que la classe et à d'autres formes d'espaces de savoirs, virtuels ou réels. Les fablabs constituent ces nouveaux espaces de construction des savoirs. Les expérimentations que les enseignants et les élèves y développentinterrogent le rapport à la forme scolaire.

Approches sociologique et info-communicationnelle de la forme scolaire

Sur le plan historique et sociologique, l'école peut être considérée comme un espace social avec ces spécificités. Elles sont de plusieurs ordres : un rapport marqué à l'écrit dans la construction des savoirs et de

la relation maître-élève (Lahire, 2008), une organisation des espaces temps propres à la progressivité des apprentissages (Maulini, Perrenoud, 2005) et des savoirs spécifiques à l'école (savoirs scolaires) transmis de manière descendante, le tout s'inscrivant dans une « configuration sociale d'ensemble » (Vincent, 1994). Selon les préconisations émanant de l'UNESCO, c'est sur le plan de la socialisation de l'élève que la forme scolaire doit se réinventer dans le cadre des réformes du système éducatif, la forme organisationnelle devant prendre en compte de nouvelles pratiques sociales et des formes d'activités scolaires novatrices. La forme scolaire représente un modèle conceptuel qui, au sein de la société et face à ses transformations, permet de parer aux difficultés liées au déploiement du numérique et à la diffusion de valeurs prônant l'individualisme et la personnalisation des parcours et des pratiques des acteurs (Cerisier, 2017). L'individualisationde l'acte éducatif, la flexibilité à introduire dans les modalités d'apprentissage, la personnalisation des parcours via le numérique viseraient à répondre davantage aux besoins des élèves, en prenant en compte leurs capacités et leur environnement social et culturel. Si ons'intéresse à l'école sur le plan des dynamiques info-communicationnelles qui la traverse, on peut invoquer certaines formes de ruptures et de continuités dans le fait pour elle d'ingérer le numérique dans l'organisation des pratiques de travail et d'apprentissages (Moeglin, 2005). Depuis une vingtaine d'années, l'école a intégré le numérique suivant des logiques contradictoires souhaitant d'une part, intégrer les TIC comme nouveaux outils de transmissiondes savoirs intellectuels et disciplinaires, et d'autre part comme vecteurs de pratiques informationnelles et communicationnelles issues des innovations sociales jusqu'à présent peu considérées par l'école pour permettre l'épanouissement de l'élève et l'acquisition de compétences sociales. Il est ainsi difficile de s'interroger en sciences de l'information et de la communication sur la forme scolaire dont l'analyse s'inscrit dans « … Une démarche d'observation des médiations et des phénomènes qui a plus à voir avec une forme d'études anthropologique d'une refonte des dynamiques communicationnelles qu'avec une analyse des discours, de l'étude des faits ou des impacts des « TIC » (Durampart, 2013, cité dans Durampart, 2016). A ce titre, travailler sur la forme scolaire dans son rapport aux nouveaux espaces de travail et d'accès aux savoirs qui se situeraient hors de l'école implique deconsidérer son étude à partir de travaux théoriques dont les questionnements sur les principes d'auto-organisation de l'activité (Ecole de Montréal), d'intelligence collective (Lévy, 1997) ou d'approche communicationnelle (Bouillon et alii, 2007) peuvent nous aider à comprendrele hiatus posé entre l'apprentissage individuel et collectif, transmission et cognition, individu et objet, règles formelles et informelles. Nous nous appuyons donc sur le courant de l'ethnométhodologie (Suchman, 2007) et sur la sociologie de l'action distribuée et de l'engagement (Conein, 2004, Thévenot, 2006) pour saisir le rapport à l'activité de travail dansl'espace de l'école et les nouveaux espaces de savoirs comme les fablabs.

Les fablab, entre nouvel espace de savoirs et logique d'institutionnalisation ?

Sur le modèle des tiers-lieux dont le concept est hérité de la sociologie des années 1980 (Oldenburg, 1989), les fablabs constituent des espaces d'expérimentation intéressants pour l'école qui cherche à favoriser des pédagogies actives par le biais de la fabrication d'objets. Maillon institutionnel fort s'inscrivant dans le mouvement de l'éducation populaire, les fablabs, apparus dans les campus universitaires, sont dorénavant des espaces qu'on aménage aussi dans les centres scientifiques et/ou associatifs pour accueillir des jeunes de collèges ou de lycées. Le but est de réorganiser les apprentissages des élèves et d'intégrer l'usage du numérique au sein des programmes dans un lieu différent de l'école. Le fablab, en tant qu'espace de travail,

devient un moyen d'accompagnement et de transmission desconnaissances qui ne passe pas par la transmission descendante des savoirs. Pour autant, il existe encore peu de littérature sur les usages pédagogiques des fablabs qui « s'inscrivent selon une triple logique : une revalorisation des compétences pratiques, le travail par projet, etune focale sur les usagers et les usages des outils numériques » (Lhoste, 2017 : 16). Le fablab devient un « lieu pratiqué », « animé par l'ensemble des mouvements qui s'y déploient » (Certeau, 1990 : 173). Son inscription dans des contextes géographiques et institutionnels variés (Lhoste, Barbier, 2016 ; Gallan, Musiani, 2016) implique qu'on s'interroge sur ce qui s'y fait. Dans cet espace, la « configuration des positions » (Certeau, 1990 : 173) est-elle modifiée par rapport à ce qui se passe à l'école ? Le « cadre de l'expérience » (Goffman, 1991) nous invite à considérer ce lieu de pratique comme un espace régi par des règles de vie des groupes, de respect des consignes d'utilisation des machines et de la relation aux médiateurs. Il existerait donc dans les fablabs une « logique d'institutionnalisation » du faire en commun défini comme « un processus de formalisation, de pérennisation et d'acceptation d'un système de relations sociales défini par des règles, normes et conventions » (Lhoste,2017 : 15). A l'aune de notre questionnement sur la transformation possible de la forme scolaire par le fablab, il s'agit de comprendre en quoi l'usage de ce type d'espace (re)valorisait le développement de compétences pratiques, sociales et créatives sur le plan des usages pédagogiques.

Méthodologie de la recherche

Dans le cadre d'un projet de recherche sur la persévérance scolaire[1], nous avons investi particulièrement un fablab d'une structure éducative et scientifique accueillant des élèves de collège de 3ème pour identifier ce que les nouveaux espaces et les dispositifs numériques et techniques associés changeaient dans le rapport aux savoirs et aux modalités d'organisationde l'école.

Investir les lieux pour mieux comprendre les acteurs

L'équipe de recherche du projet s'est interrogée entre autre sur ce que le changement d'espaces de travail avait comme impact dans la relation aux autres, la construction des savoirs, l'acculturation au numérique en travaillant sur les pratiques et les représentations des acteurs, qu'il s'agisse des élèves ou des enseignants. Notre démarche méthodologique de type ethnographique et anthropologique nous a fait considérer la mise en activité des élèves dans lefablab comme une nouvelle configuration des modalités de travail réorganisant la relation auxobjets et aux individus pour réaliser ensemble des tâches débouchant sur la fabrication d'un jeu de société. Les travaux de Conein nous invitent principalement à prendre en compte une action qui serait distribuée dans l'espace de travail avec des objets de savoirs (consignes, modes d'emploi, schémas, croquis). En ce sens, on s'appuie sur le concept de communauté depratiques (Wenger, 1998) pour comprendre l'organisation du travail en groupe, lamutualisation des pratiques et la création d'un sentiment d'appartenance pour construire, archiver et conserver les ressources et documents permettant la réalisation de la tâche qui est demandée (et qui serait décontextualisée de ce qui se passe à l'école). Cependant la question de l'engage-

1 Projet E-FRAN Perseverons, piloté par Anne Lehmans, PU en Sciences de l'information et de la communication de l'équipe RUDII du laboratoire IMS - UMR 5218 – CNRS avec Vincent Liquète, PU en SIC, Franc Morandi, PU en Sciences de l'éducation, Camille Capelle, Clément Dussarps et Karel Soumagnac, MCF en SIC.

ment des élèves dans la réalisation du projet et la compréhension de la demande institutionnelle de création d'un objet à l'aide d'imprimante 3D et d'utilisation de machine de découpe laser reste posée au sens où il existe d'autres normes et règles à respecter au sein du fablab mais dont l'appropriation ne se fait pas de la même manière qu'à l'école.

Dans le cadre de la recherche menée, le travail dans les fablabs a pour but d'aider les élèvesen difficulté ou en décrochage scolaire et de les accompagner à persévérer dans leurs apprentissages. Les différentes activités proposées dans ces espaces de savoirs permettent d'une part de les valoriser, de leur redonner confiance en eux dans le cadre d'un espace-tempsqui n'est pas celui de la classe ; d'autre part, il est l'occasion de travailler en mode projet, de réfléchir et de concrétiser un projet commun dans lequel ils s'investissent et reprennent confiance en eux. Sur deux années, nous avons observé deux classes de 3ème ; la première, issue d'un collège en réseau d'éducation prioritaire, a été suivie en 2017-2018 autour d'un projet de construction de jeux de société anciens impliquant le fablab et les médiateurs du centre de culture scientifique et technique et des enseignants de la classe (toutes disciplines confondues) ; la deuxième classe en 2018-2019, travaillant également sur les jeux de société anciens, a bénéficié du déplacement du même fablab en médiathèque, sise à côté du collègeen milieu rural, et a été encadrée par un enseignant de physique-chimie et un enseignant de technologie.

Méthodes d'approche du réel et des objets

Pour approcher et saisir l'expérience des acteurs en fablab, l'équipe a développé une méthode d'approche en contexte des activités. Le fait de travailler dans un environnement qui n'est pas celui de l'école mais qui utilise en partie les codes de l'école, interroge les modes de relations interpersonnelles et collectives mises en place au sein du fablab mais aussi avec les objets. Nous avons observé la mise en place des groupes, leur capacité à se saisir des outils de communication numérique pour diffuser l'information entre eux, et comprendre comment ils s'autorégulaient dans la prise en charge des tâches collectives à effectuer. L'observation des déplacements des élèves a été important pour percevoir la façon dont ils organisaient leur présence et leur utilisation auprès des machines et comment ils les opposaient à ce qu'ils vivaient en classe dans le rapport à la construction de savoirs liés à l'expérience et au sensible.Dans le même temps, nous avons pu suivre les formes de « prescription » (Hatchuel, Le Masson, Weil, 2010) par rapport au travail à faire dans un environnement et un espace qu'ils venaient de découvrir. Par petits groupes d'élèves, chaque chercheur a suivi le processus de fabrication du jeu de société, à l'aide d'un dictaphone, de photo, de vidéo et de prises de notes *in situ* en rassemblant les matériaux utilisés par le groupe. Un journal de bord a complété les enregistrements et a permis la description des dispositifs d'organisation du travail avec le déroulement des activités.

Avec les entretiens semi-directifs menés à mi-projet auprès des élèves, on a cherché à retrouver le croisement entre affectif, cognitif, conatif, socio-affectif et les dimensions technique, organisationnelle, relationnelle, cognitive de l'activité pour comprendre les facteurs de la persévérance scolaire dans le contexte socio-technique du fablab et du projet de production. Concernant les élèves, les entretiens ont porté sur la caractérisation des modalités d'activité dans le lieu fablab, la perception et la caractérisation du contexte technique, les stratégies de travail mises en place, les interactions sociales, l'engagement cognitif à travers laproduction, les représentations et les systèmes de valeurs associés au projet au fablab. Nous avons aussi réalisé des en-

tretiens avec les enseignants sur la perception et les représentations qu'ils avaient des activités des élèves au sein du fablab. Nous avons supposé qu'ils étaient les témoins privilégiés des activités des élèves dans un environnement qui pouvait favoriser leur persévérance scolaire et que leurs représentations du projet qu'ils étaient en train de mener au fablab avaient des effets sur les élèves.

L'impact des Fablab sur la forme scolaire : vers une expérimentation sociale ?

Comprendre le mouvement induit par de nouvelles pratiques collaboratives au sein d'espaces investis par l'école comme le fablab est important pour saisir les changements apportés au sein des apprentissages scolaires. Il existe des dynamiques réelles aperçues dans l'observationmenée, de nombreuses potentialités mais aussi des contraintes qui ne rendent pas forcément possible une réelle transformation de la forme scolaire par les espaces de type fablab.

Vers une action distribuée autour de formes sociales en tension

La dynamique de construction des savoirs en fablab repose sur l'image d'un mouvement : celui qui permet à l'élève d'être dans l'agir relationnel, actionnel, communicationnel à travers des espaces de cognitions distribuées impliquant des outils, des documents, des personnes, destemps diversifiés pour avoir une prise sur l'action. La fréquentation du fablab permet la construction d'une forme d'action chez les élèves à travers l'occupation de l'espace et sa dimension matérielle et sociale. Pour maintenir la cohésion du groupe tout au long du processus de fabrication, les modalités de travail proposées dans le fablab contribuent à « se serrer les coudes » par rapport à l'accès à de nouveaux outils de travail (les logiciels 3D qu'ondécouvre en arrivant avec une « formation accélérée »). Dans le cadre de cet apprentissage collectif, il n'y a plus de hiérarchie entre celui qui sait et celui qui ne sait pas, entre celui qui prend toujours la parole en classe et celui qui n'ose pas s'exprimer, les « objets de travail » deviennent également des « objets de connaissances » (Hatchuel et alii, *op. cit.).* La connaissance passe par l'utilisation des machines (et leur dimension imposante), et s'inscrit dans un processus de fabrication d'objets très attirante pour les élèves surtout pour ceux qui sont en grande difficulté scolaire. Le fait de pouvoir fabriquer par soi-même est très valorisantet va à l'encontre de la culture développée encore en collège fondée sur des savoirs intellectuels qui n'ont que peu de prises avec la réalité d'un métier ou d'un domaine d'activitéprofessionnel. Le fait enfin que l'espace soit ouvert, circulaire avec des tables de travail et destabourets au centre et les machines autour est à la fois déstabilisant pour les élèves etmotivant. En classe, l'organisation frontale des chaises et des tables ne permet pas le mouvement. Il est interdit de se lever, on travaille encore seul à sa table que l'on partage avec son voisin. Pour autant l'exploration du potentiel du lieu fablab ne représente pas systématiquement un attrait pour les élèves dont les représentations d'espaces de travailrestent associées à un espace clos sur lui-même.

On voit également que l'expérience du projet collectif relève d'une forme de partage des savoirs que l'on est en train de construire. Ce partage des savoirs s'appuie sur des formes de « redocumentarisation » (Zacklad, 2005) des écrits rédigés rapidement sans aucune forme ou format imposés contrairement à ce qui se passe en classe. Les élèves sont allés récupérer des informations sur Internet parfois le soir ou avant de venir au fablab. Ils ont pu prendre des photos des croquis de montage avec le smartphone pour les avoir sous la main

au fablab ; sinon les croquis sont réalisés à la main, sur des feuilles parfois déchirées, et les enseignants annotent les brouillons, les commentent avec les élèves quand ils n'y arrivent pas pour les aider à faire aboutir la tâche. On est donc dans une dynamique de bricolage, où on apprend surle tas, les élèves pouvant revenir sur leurs erreurs et progresser de manière individuelle. Ainsi le travail en groupe qui permet d'agir avec les autres, a un caractère formant, il offre la possibilité aux élèves de s'exprimer, de prendre la parole, d'expliciter les modalités de leur travail, de comprendre leurs erreurs, ce qui n'est pas toujours le cas au sein de la classe. Pour autant certains restent en retrait, la possibilité de gagner en autonomie dans ses mouvements, déplacements ou prises de position, la possibilité d'expression ou de création ne s'applique pas à tous les élèves. Le fablab représente un lieu de savoir qui a ses propres codes de fonctionnement tout comme l'école. Finalement, au sein du fablab, les élèves importent des modèles de comportement et d'action de l'école qu'ils croisent avec ceux du fablab pour ce type de projet.

Des formes de partenariat à repenser pour la continuité des apprentissages ?

Les potentialités d'exploration des nouvelles manières de faire et d'apprendre dans un espace comme le fablab nous semblent limitées par une absence de continuité éducative entre les deux espaces. Les partenariats entre ces deux types d'institutions pourraient s'appuyer sur certaines dimensions que nous soulevons juste ici à partir de trois exemples issus de nos observations. Les fablabs appartiennent tout d'abord à d'autres territoires que ceux connus parles élèves puisque ceux-ci doivent sortir de leur quartier et de celui du collège pour entrerdans un espace issu de la culture *maker*. En tant qu'infrastructure de connaissances, le fablab est bien ouvert à la fois au monde académique et à celui de l'école, mais le fait d'institutionnaliser les apprentissages au coup par coup dans un autre espace que celui de l'école n'est pas garant de la persévérance des élèves sur le plan des apprentissages, ni de la mise en place de formes sociales résolument inédites qui viseraient la sociabilisation etl'autonomie des élèves. On pourrait également penser que cette culture du faire propre aux pratiques développées dans les fablabs pourrait être un levier dans la connaissance et l'appropriation des savoir-faire techniques liés à l'utilisation de machines dans le monde professionnel. Là encore, le savoir-faire technique n'est que peu recherché notamment chez les élèves habitant en ville et qui se démarquent des élèves habitant à la campagne pour qui le rapport à l'outil-machine peut faire écho à des pratiques professionnelles connues dans l'entourage familial. Dans cette optique, il n'est pas garanti que l'utilisation des machines, le travail en équipe, la création d'un objet au fablab participent à un questionnement sur leur poursuite d'études ou sur leur future insertion professionnelle dans le milieu de l'industrie ou de l'informatique. Enfin, la question de l'interdisciplinarité des enseignants venant expérimenter le fablab interroge car elle penche très largement en défaveur des disciplines de sciences humaines et sociales. Il y a une forme de hiérarchie des disciplines pouvant prétendreentrer dans le fablab. Pour les enseignants des matières scientifiques et techniques, c'est l'occasion de vulgariser la science et la technologie auprès des élèves, de faire connaître l'établissement par rapport à des projets novateurs, de donner une bonne image de l'établissement et des pratiques pédagogiques mises en place vis-vis de l'injonction institutionnelle de participer à des projets innovants en lien avec le numérique. Du côté des enseignants issus des disciplines des sciences humaines interrogés, il s'agit de remobiliser les élèves sur leurs apprentissages selon une approche créatrice et sensible.

On peut donc s'interroger sur la manière dont l'école cautionne le travail des élèves dans les fablabs au nom de l'innovation pédagogique, qui s'appuie avant tout sur des activités permettant leur inscription dans des formes d'innovation sociale valorisant le faire, la créationet la fabrication collectives d'objets pouvant servir la société. Ces lieux différents de l'écoleen termes de philosophie, de ressources pédagogiques, d'outils mis à disposition, de cadre de l'activité, sont en rupture avec l'expérience scolaire. Il s'agit encore, et pour l'instant, d'instaurer un partenariat avec des établissements publics scientifiques qui doit contribuer au déploiement d'une forme de culture numérique et pour laquelle l'école s'est donnée comme but de former aux littératies qui vont avec. La question de l'accueil et de la familiarisation avec les outils numériques pour les enseignants et les élèves venus de champs disciplinaires très différents interroge la stratégie institutionnelle pour inciter les enseignants à travailler avec le numérique. L'engagement de l'école dans ces nouveaux lieux de savoirs a pour but principal d'accompagner la transformation numérique de l'école.

Conclusion

La forme scolaire évolue au gré des changements liés aux nouvelles technologies au sein de lasociété. L'impact du numérique au sein de l'école est souvent interrogé au prisme de pratiquessouvent codifiées de la transmission des savoirs. Il s'inscrit dans des temps et des lieux soumis à des normes de régulation et de comportements ou d'attitudes peu enclines à changer.Les fablabs en introduisant de nouvelles formes de collectifs à l'école, réinterrogent les façonsde travailler. Les fablabs invitent les élèves à fabriquer des objets qui leur permettent d'apprendre, de communiquer entre eux, de produire des documents, de s'informer pour penser, grandir et devenir autonomes. La forme scolaire comme forme sociale est renouvelée au prisme de l'introduction d'un nouvel espace de savoirs qui reconfigure les modes d'organisation de l'enseignement et les pratiques enseignantes, le rapport à l'autorité, le moded'être au monde de l'élève. Espace imbriqué dans des structures le plus souvent scientifiques, le fablab questionne en fait la forme scolaire dans ce qu'elle autorise la société à être invasive dans ses composants structurels d'organisation des temps et lieux d'apprentissage. La vision émancipatrice de ce nouveau type d'espace de savoirs doit être mise en rapport avec le parcours d'apprentissage et de formation des élèves pour être bénéfique tout au long de la vie.

Bibliographie

Bouillon J.L., Bourdin S., & Loneux C. (2007). De la communication organisationnelle aux « approches communicationnelles » des organisations : glissement paradigmatique et migrationsconceptuelles. *Communication & Organisation,* n° 31, p. 7-25.

Cerisier J-F. (2017). *La forme scolaire* à *l'*épreuve *du numérique*. En ligne : https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01216702/document

De Certeau M. (1990). *L'invention du quotidien. T. 1 Arts de faire*. Paris, Gallimard.

Conein B. (2004). Cognition distribuée, groupe social et technologie cognitive. *Réseaux*, nº 124(2), p. 53-79.

Durampart M. (2016). La forme scolaire en action traversée par l'école numérique. *RFSIC*, n°

9. En ligne : https://journals.openedition.org/rfsic/2492

Galan J. & Musiani F. (2016). Créer un fablab à l'université : enjeux humains et institutionnels. *Sociologies pratiques*, 38(1), p. 35-48.

Goffman E. (1991). *Les cadres de l'expérience*. Paris, Editions de Minuit.

Hatchuel A., Le Masson P. & Weil B. (2002). De la gestion des connaissances aux organisations orientées conception. *Revue internationale des sciences sociales*, 171(1), p. 29- 42.

Lahire B. (2008). *La Raison scolaire. École et pratiques d'*écriture entre savoir et pouvoir. Rennes, Presses universitaires de Rennes.

Lévy P. (1997). *L'intelligence collective* : *pour une anthropologie du cyberspace*. Paris, La Découverte.

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

Lhoste É. (2017). Les fablabs transforment-ils les pratiques de médiation ?. *Cahiers de l'action*, 48(1), p. 15-22.

Maulini O. & Perrenoud P. (2005). « La forme scolaire et l'éducation de base : tensions internes et évolutions », in : Maulini O. et Montandon C., dirs., *Les formes de l'*éducation : *variété et variations*. De Boeck Supérieur, p. 147-167.

Moeglin P. (2005). *Outils et médias éducatifs. Une approche communicationnelle*. Grenoble, Presses de l'Université de Grenoble.

Oldenburg R. (1989). *The Great Good Place. Cafés, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts and How They Get You Throught the Day*, Paragon House, Saint Paul (États-Unis).

Suchman L. (2007). *Human-Machine reconfigurations. Plans and situated action*. New York, Cambridge University.

Thévenot L. (2006). *L'action au pluriel: Sociologie des régimes d'engagement*. Paris, La Découverte.

Vincent G. (1994). *L'*éducation *prisonnière de la forme scolaire* ? : *scolarisation et socialisation dans les sociétés industrielles*. Lyon, Presses universitaires de Lyon.

Wenger E. (1998). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge, Cambridge University Press.

Zacklad M. (2005). *Processus de documentarisation dans les Documents pour l'Action (DopA): statut des annotations et technologies de la coopération associées* (nouvelle version corrigée). Documents pour l'Action (DopA): statut des annotations et technologies de « Le numérique: Impact sur le cycle de vie du document pour une analyse interdisciplinaire », 13- 15 Octobre 2004, Editions de l'ENSSIB, Montreal (Quebec), May 2005.

Éducation aux médias, Jeunesse empêchée, Mème et Folklore Numérique
Media Education, Prevented Youth, Meme and Digital Folklore

Laura Huret, doctorante,
LIRCES, Université Côte d'Azur
Laura.HURET@univ-cotedazur.fr

Mots-Clefs : Education aux Médias, Pratique réflexive, Folklore numérique, Humanités numériques

Keywords: Media Education, Reflective Practice, Digital Folklore, Digital Humanities

Résumé

L'Education aux Médias et à l'Information est un réel enjeu citoyen contemporain. Dans le cadre d'une « Practice-as-research », nous allons analyser trois années d'ateliers journalistiques (2018-2020) à Nice, au sein de quartiers prioritaires. L'objectif est de mettreen lumière un retour d'expérience concernant une pratique réflexive de la transmission des savoirs auprès de jeunes dits empêchés. Nous allons rendre compte de la construction de la mise en place d'une méthodologie de « lutte » contre les dérives complotistes, plaçant la parole de la jeunesse au cœur de la démarche.

Abstract

Media and Information Literacy is a real contemporary citizen issue. As part of a «Practice-as-research», we will analyze three years of journalistic workshops (2018-2020) in Nice, in priority areas. The objective is to shed light on experience feedback concerning a reflective practice of transmitting knowledge to disabled young people. We will report on the construction and implementation of a methodology to «fight» against conspiratorial abuses, placing the voice of youth at the heart of the process.

Éducation aux Médias, Jeunesse empêchée, Mèmeet Folklore Numérique

Laura Huret

« Tout est faux, c'est de l'info. Complot Généralisé » (Huret, 2021 : 17)

Introduction

Théories du complot, parole des journalistes remise en cause, défiance envers l'information : Le doute envers les médias se généralise en ce siècle 21, en particulier chez les jeunes, « fake native », si l'on peut dire. Toutefois, cette approche paranoïaque de la société ne concerne passeulement notre jeunesse, ce serait une erreur de l'affirmer mais la part grandissante de la désinformation chez le reste de la population n'est pas notre propos. Pour preuve, une étude réalisée par IPSOS, publiée en juillet 2019 sur le site du journal le Figaro[1] où les chiffres sont alarmants : Plus d'un français sur deux, selon un panel de 1000 personnes âgées de 16 à 64 ans, considèrent que les médias publient de fausses informations. La culture du mème et du f@ux (pour fausses informations sur internet), la fabrication et la diffusion de fausses informations comme culture 2.0 construisent visiblement au fil des années tous les outils nécessaires à une fabrique de la peur chez les jeunes et les moins jeunes. Peur grandissante menant, dans certains cas, au développement d'une véritable approche complotiste de la société. Ces représentations faussées et fantasmées de notre monde amènent à la création de fractures nouvelles basées sur le recours aux « Fake Médias » et à la diffusion partagée de mèmes définissant les contours d'une inquiétante interprétation du réel par le prisme du faux. Le développement de cette défiance envers l'information est considéré comme inquiétant pourles pouvoirs publics qui, à ce titre, ont développé le financement d'actions réalisées par des professionnels, liées au décryptage des médias, en-dedans et en-dehors du temps scolaire. L'Education aux Médias et à l'Information est ainsi un réel enjeu citoyen du XXIème siècle. Avec le soutien du Ministère de la Culture, du Ministère de la Cohésion Sociale, de la Région SUD, du Département des Alpes-Maritimes, de la Ville de Nice et de la Caisse d'Allocations Familiales des Alpes-Maritimes, je mène en tant que chercheuse praticienne réflexive journaliste, une démarche de recherche-création depuis 2018, une action d'Education aux Médias et à l'Information en-dedans et en-dehors des bibliothèques du Département des Alpes-Maritimes. Dans un contexte de défiance vis-à-vis des informations son but est de permettre à tout un chacun de se réapproprier l'information et de mieux la comprendre. Cette action s'appuie sur les trois piliers de l'Éducation Artistique et Culturelle, c'est-à-dire la rencontre avec un objet culturel, l'apprentissage et la pratique avec une professionnelle dans le but d'un développement de la connaissance. De janvier 2018 à mars 2020, plus de mille personnes ont participé à mes actions, total incluant plus de cinq cent jeunes issus de Quartiers Prioritaires de la Ville de Nice. Au fil de ces ateliers, une réflexion s'est imposée d'elle-même, autour de la question de la centralité de la parole des jeunes dans le cadre d'une théorisation de la transmission du décryptage de l'information : cette réflexion doit-elle être lapremière étape dans la conception d'action de sensibilisation à la compréhension des médiaset à la découverte du mécanisme du folklore numérique ? L'Éducation aux Médias et à l'Infor-

1 Grand H. (2019). La moitié des Français estime que les médias publient des fausses informations. (https://www.lefigaro.fr/medias/la-moitie-des-francais-estime-que-les-medias-publient-des-fausses-informations-20190705)

mation peut-elle permettre de déconstruire cette méfiance grandissante envers les médias dits traditionnels ? Avec pour base ces questionnements, notre recherche s'est construite concrètement dans une étude d'une pratique réflexive personnelle et s'est développée par des cycles heuristiques, chacun d'eux, comportant une phase d'exploration, deproduction et de compréhension suivant les questionnements initiaux. Les avancées constatéesont été mises en lien avec un discours conceptuel en rapport avec l'épistémologie constructiviste, base d'une synthèse. Par cette approche, nous avons pu explorer avec rigueur cette question du rapport entre les jeunes dits empêchés, avec le folklore numérique actuel et en particulier les mèmes, qui constituent un risque dans la construction d'un futur citoyen et ledanger que cela implique vis-à-vis de jeunes parfois isolés, dans leur construction sociale. Nous allons ainsi analyser l'ensemble des enjeux liés à ces ateliers « Éducation aux Médias et à l'Information » (E.M.I), dans le cadre d'une pratique réflexive. Nous allons tout d'abord nous intéresser à la mise en place des ateliers et aux questionnements liés au rapport entre la jeunesse et son utilisation d'Internet, en particulier son rapport à l'information. Une fois cette première étape de notre étude effectuée, nous irons plus loin dans notre questionnement en nous intéressant à nos différentes expérimentations théoriques et à l'implication des jeunes dans ce processus de transmission. Cela nous amènera à définir une méthodologie de mise en place de ces ateliers. Puis en étudiant les résultats obtenus, nous nous questionnerons au sujet de l'éventuelle capacité à créer des communs par l'accès à l'interprétation de l'information et la recherche d'une choralité retrouvée vers un hypothétique unanimisme médiatique.

Du vécu des ateliers à la théorisation

Débutée en janvier 2018 par des ateliers en direction des jeunes Migrants et jeunes précaires de la Ville de Nice afin de mettre en place une action d'intégration par la pratique etl'appréhension de leurs propres représentations dans les médias, cette démarche de recherche- création s'est, en tout premier lieu, construite avec des associations liées à l'inclusion sociale avant de se poursuivre sous une forme plus officielle et institutionnalisée en partenariat avecle centre de création numérique, nouvellement Fabrique Numérique de Territoire, le Hublot à Nice. L'objectif premier était de découvrir le journalisme, les médias et l'information tout en permettant aux jeunes dans un premier temps, puis à tous les publics dans un second temps, d'identifier les bibliothèques comme un lieu central concernant l'accès aux informations. Le second objectif était de mettre en place une méthodologie du décryptage de l'information par la centralité de la parole des publics. Du 01/01/2018 au 16/03/2020, action écourtée par lacrise sanitaire, cinquante-deux ateliers ont été réalisés, impliquant la présence de 500 jeunes (entre 11 et 25 ans). Ces 500 jeunes étaient issus en majorité des quartiers prioritaires de la Ville de Nice (Nice Centre, Saint André de la Roche, Paillon, Palais des Expositions, Pasteur, Ariane), à hauteur de 61%. Très vite, le constat de la réalité de culture du « faux » a été évident. Du 11 septembre, en passant par les illuminatis, ou encore du complot des complots derrière tous les événements, majeurs ou non, la fracture face à l'information était criante. Notre société, en tant que système, est de plus en plus « fantasmée à travers le prisme du complot » (Taguieff, 2006 : 14). Théories complotistes, légendes urbaines et défiance enversla réalité, cette inversion du raisonnement rationnel n'est pas novatrice, la sociologie bourdieusenne définissait déjà les contours de cette logique et le travail de Pierre-André Taguieff dessine clairement le développement d'une nouvelle pensée irrationnelle et conspirationniste au sein de la génération des enfants du numérique, les « digital native ». L'être humain, comme nous le démontre l'histoire, a toujours développé des théories du complot, faisant parfois figures d'échappatoire, l'historicité

met en lumière la persistance de celles-ci et de plus, les faits attestent que des complots ont existé au fil de l'humanité. Cette donnée n'est pas à oublier et renforce les différentes théories d'ailleurs. Ainsi, le folklore numérique est un prolongement « en ligne » d'une symbolique sociétale qui existe depuis la naissance de l'oralité. Chaque époque en fait une synthèse, la peur renaissant sous des formes actualisées, du monstre au complot, recréant des mythes fondateurs, contextes culturels d'une époque, altérés et enrichis dans le temps par l'histoire des peurs. L'enfant se construit avec ces récits, en particulier les enfants esseulés, en décalage. Au sein de l'espace numérique contemporain, le mème, concept lié à l'homme de répétition cyclique d'une histoire, a trouvé, avec l'émergence du Web 2.0, plus participatif que le Web 1.0, un moyen de communication idéal de transmission virale, telle une épidémie numérique. Les mèmes sont le fruit d'une tradition millénaire inconsciente décrivant les luttes universelles de l'humain. L'exemple de l'étranger qui arrive en ville, avec un plan caché pour apporter la terreur, à la manièredu Joueur de flûte des contes de fées, peut terroriser une jeunesse sans repaire ni existence sociale à la façon du « Slenderman », version contemporaine de ce Joueur de flûte. Cette logique de construction de pensée existait chez les jeunes migrants, au sein des ateliers, qui eux-mêmes se retrouvaient face à un miroir déformant face à cette logique complotiste. Ils lisaient des informations sur des sites qui les dépeignaient comme un danger imminent et cela ne les aidait pas à se sentir sur le chemin de l'intégration. Car la notion de « fake news » a un impact sur la construction personnelle des jeunes. Elles ont un effet sur le rapport à l'autre mais aussi un impact sur le ressenti propre de chaque jeune. Qui suis-je au regard des réseaux sociaux ? Thématique centrale de la construction de la jeunesse, cette volonté de paraitre par l'outil numérique crée des peurs et des interprétations « douteuses » de leur propre existence. Existante bien souvent par les applications et ne s'informant que par celles-ci, toute une jeunesse se construit alors avec une appréhension du réel guidée par le prisme du faux. Que cesoit dans sa propre interprétation de son être mais aussi dans son rapport à l'autre.

Le concept de Réalité est flou et les nouvelles technologies, pour ces jeunes, tout comme pourun nouvel arrivant dans un pays, rendent ce concept encore plus opaque. Les réseaux sociaux sont bien souvent l'espace de cette transmission et donnent naissance à un effet de groupe chez des jeunes isolés, peu ou pas habituées, à cet effet et permet de se sentir « spécial », « initié » et rend l'adhésion à une idée encore plus grande. Alors le virus de l'esprit se propageet le cerveau « contaminé » se sent obligé de le transmettre. De plus, l'aspect invérifiable d'unmythe rend crédible sa propre existence. Les mèmes et la mauvaise interprétation du réel, fruits du folklore numérique, déforment et parasitent la construction d'un citoyen et constituent un danger pour les institutions, les organisations et les formes sociales. Au cœur des médias de masse, ce folklore numérique interroge, parfois dangereusement, les normes sociales et constitue une menace aujourd'hui concrète, pour des jeunes. A ce titre, la « crise des gilets jaunes » a été révélatrice d'une paranoïa, parfois justifiée, envers la presse traditionnelle. Pas un atelier durant des mois ne s'est pas déroulé sans une remise en cause desmédias à la solde d'un hypothétique complot-illuminati-judéo-maçonnique-à-tendance- reptilienne. La réalité médiatique des jeunes et celle de l'Information semblent s'opposer.

D'un côté, le journalisme pose une réflexion sur la société que nous vivons, que nous posons, que nous inventons, que nous subissons, que nous sollicitons, que nous construisons et que nous transgressons parfois. Il retranscrit les époques et éclaire la réalité. Le véritable journaliste ne peut pas parler d'autre chose que du réel, des faits. De l'autre, le folklore numérique tord la réalité en laissant rentrer une part de surnaturel. Le développement des *fakes news* et des mèmes sur Internet place le fantasme au cœur de la construction de ce

rapport au réel. Afin de pouvoir construire une action permettant la mise en place d'une finalité permettant aux jeunes de mieux appréhender les médias et donc de se rendre comptede l'existence de ce folklore numérique, il a été nécessaire de théoriser de façon scientifiquela logique de ces ateliers.

Une méthodologie contre le mécanisme du f(aux)lklore numérique

« Tout un public part de l'a priori que les seules explications intéressantes sont de caractère mythique ; aussi tend-il à négliger entièrement les réfutations factuelles des mythes, qu'il perçoit comme étant par essence non pertinentes » (Boudon, 2004 : 159). Ce constat lors des ateliers a été limpide dès les premiers échanges. Très vite, l'approche conflictuelle, c'est-à- dire le rejet par le contraire de ces thèses chez les jeunes a montré ses limites. En effet, ce n'est pas en les contredisant, peu importe les arguments avancés, que la parole scientifique l'emportait. Paradoxalement, mon identité de chercheuse universitaire et de journaliste titulaire de la carte de presse semblait être un frein. Je représentais à leurs yeux, la figure même du complot ou celle de de « l'idiote utile » au service des puissants, des « ils ». Car le cœur de leur appartenance à ceux qui savent démasquer le complot, est l'idée d'appartenir à un groupe de « sachants » par-delà les mensonges médiatiques que je représentais a priori. Cette appartenance hypothétique se trouve renforcée par l'âge, en effet : « c'est ainsi que la forme du secret donne aux formes les plus diverses de sentiment de la propriété une nuance caractéristique, parce que dans cette forme, la valeur propre du contenu dissimulé disparaît assez souvent derrière le fait que les autres n'en savent rien. Les enfants se vantent souvent avec orgueil de pouvoir dire aux autres : "Je sais quelque chose que tu ne sais pas" » (Simmel,1999 : 365-366). Afin de pouvoir échanger avec les jeunes et de lutter contre ces dérives complotistes, j'ai donc dû mettre en place une méthodologie propre à ma démarche universitaire de recherche-création, c'est-à-dire les cycles heuristiques, méthode définie par Sean Ferguson, Emmanuel Mahé et Louis-Claude Paquin lors du colloque *La recherche-création dans l'Université du vingt-et-unième siècle*[2]. Afin de construire ces ateliers, j'ai fait de la parole des jeunes le centre de la réflexion, je ne suis pas allée contre, j'ai construit avec celle-ci. J'ai tout d'abord présupposé leurs théories complotistes en me renseignant sur les réseaux sociaux, avant de leur donner la parole puis de trouver la façon d'interagir et de permettre la vérification des théories. L'idée n'était pas de réfuter mais de les écouter et de leur apprendre à vérifier l'information selon un postulat assez clair : Tout est faux ; ainsi tout doit être vérifié. Chaque atelier, était introduit par une question ou un problème lié à l'information, comportant une phase d'exploration. Cette phase était suivie d'une tentative de compréhension où les informations constatées et vérifiées étaient mises en lien avec undiscours conceptuel rapporté aux médias. A partir de cela, intervenait la nécessité de mettre enplace une synthèse faisant du lien entre les différentes interrogations. Le recours à « l'épistémologie constructiviste »[3], le fait de faire de l'expérience une connaissance, nous permettait de mettre en place une synthèse globale. Par cette épistémologie constructiviste, j'étais en mesure de me détacher de la simple étude des informations et des complots, en développant une réflexion en interaction avec la réalité des participants et de transmettre une méthode claire d'analyse des contenus. J'ai procédé par étapes, en écrivant au fur et à mesure des notes, des mémos, des carnets de recherche, concernant ce travail.

2 Ferguson S. et Mahé E. et Paquin L-C. (2012). La recherche-création dans l'Université du vingt-et-unième siècle, Colloque Nord-américain, Calenda.

3 Le Moigne J-L. (2012). Les épistémologies constructivistes, Paris, PUF.

Cette pratique réflexive a permis de se confronter à une réalité du faux par la construction d'un commun non complotiste : Ne pas lutter frontalement contre les fake news, théories du complot et autres mèmes mais donner les outils afin de savoir comment vérifier. Si Internet est la source de la transmission des fausses informations, Internet, par les Humanités Numériques est le moyen de lutter contre. Les bibliothèques constituaient dans ce cadre un espace de neutralité, propice à l'élaboration du projet afin d'en faire l'espace-réflexe pour ces jeunes dans l'optique de la vérification d'une information. La centralité de la prise de parole dans l'élaboration de cette démarche était la donnée principale, capitale même, dans l'hypothèse de l'édification d'un moment entre apprentissage, compréhension et pratique des jeunes, faisant de l'espace partagé, un lieu de vérité et de liberté en-dedans et en-dehors des conventions, où chacun pouvait se retrouver dans les paroles, les contestations et les doutes. L'appréhension personnelle de l'information, et ses dérives complotistes, n'était plus unrefuge mais une terre de toutes les paroles où chacun pouvait se libérer dans une interaction avec la réalité du propos car sa liberté de parole le plaçait au centre des questionnements. L'intermédiaire d'une pratique réflexive, dans le cadre du décryptage de l'information et de lacentralité de la parole, permet d'effacer tout ce qui nous sépare, pour mieux retrouver ce qui nous rassemble, le besoin de vérifier une information. Cela nécessite de donner les outils pourle faire. Ainsi, la pratique des ateliers a fait naitre un constat concret : La lutte contre les théories du complot, de surcroît chez les jeunes, est vaine de façon frontale. Il n'est pas nécessaire de lutter contre, il faut apprendre aux jeunes à vérifier et à rechercher la véracité d'une source, d'un article, d'un complot. Il est nécessaire de construire le raisonnement « avec » et non pas « contre ». La pratique nous incite à les écouter et à leur montrer commentanalyser ces théories afin de construire le raisonnement avec eux, par leurs paroles afin qu'ils deviennent eux-mêmes chercheurs de Vérité. Cette éducation au décryptage de l'information devient ainsi le socle vivant de l'égalité vis-à-vis des médias et de la révolution numérique du partage 2.0. L'apprentissage des outils de vérification est la clé de l'Éducation aux Médias et àl'Information et peut permettre à ces jeunes d'avoir les outils permettant de mettre en place une méthodologie du décryptage des médias, afin de ne pas tomber dans les pièges du « f@ux » contemporain.

L'Education aux Médias en tant que fabrique de communs

Le folklore numérique, favorisé par la transmission des mèmes est la source d'un « {...} modenarratif de la représentation, si naturel à la conscience humaine, si resplendissant dans l'action de l'homme et de la réaction, est intrinsèquement lié à la théorie du complot quand le texte de la vie prend un tour fantastique » (Skinner, 2001 : 94). Les jeunes s'identifient aisément à ce besoin d'une vérité parallèle, cachée et peuvent ainsi connaitre « le plaisir du décodage » (Taguieff, 2006 : 196). L'expérience de ces ateliers nous amène à une réponse concrète afin de lutter contre ces théories du complot et la diffusion de fausses informations : Offrir les clés d'un autre plaisir, de décodage, c'est-à-dire apprendre à vérifier les informations et ainsi savoir repérer le faux. Lors d'un atelier quand un jeune soutenait une « Fake News », plutôt que de lui montrer la vérité officielle en opposition, je lui transmettais les outils pour vérifier tout simplement, une méthodologie de la recherche. Dans cette optique, l'Éducation aux Médias et à l'Information doit se construire comme la volonté de s'élever non pas contre mais avec, dans une volonté de fraternité. Il est ici question de construction commune, afin de renforcer l'esprit critique. Penser le décryptage de l'information comme nécessité de ne pas parler d'autre chose que du réel et transmettre une méthodologie de vérification des faits, à l'écoute

de la parole de chacun. Voilà le cœur de ma démarche. Il s'agit de donner sens aux participants, en réinvestissant le champ de l'information par leurs propres yeux, leurs histoires, leurs impressions et en cherchant avec eux la place et la résonance de ce rapport auxmédias. Afin de favoriser cela, la mise en place de temps d'échange, de réflexion, de tissagede liens avec et entre les individus, a permis de proposer un espace partagé aux différentes paroles afin de faire naître une nouvelle unité. Ainsi, afin de favoriser le développement de l'Éducation aux Médias et donc d'offrir une alternative au folklore numérique complotiste chez les jeunes, notre expérience aboutit à la nécessité de faire de ces ateliers des Tiers-Lieux mouvants et itinérants, au sein de bibliothèques ou partout où la possibilité existera. Espace libre, ces ateliers, basés sur notre postulat de la centralité de la parole et de la recherche d'un commun par le développement de la méthodologie de la vérification d'une information,développent une construction commune d'idées, d'initiatives et de concepts dans des espaces que nous pouvons considérer comme lieux de culture et d'expression libres. En mars 2020, la crise sanitaire a stoppé la réalisation des ateliers en présentiel. Après une courte période de flottement, ces ateliers ont pu se reconstruire numériquement, sur les réseaux, par des vidéos, par l'échange numérique… De fait, ce Tiers-lieu réinventé que nous proposons, ne nécessite pas forcément d'espace physique, il s'agit théoriquement d'un Tiers-Lieu sans lieu physique, si besoin. « Une raison importante de l'impuissance de la critique est l'asymétrie entre les critères de l'utile et du vrai. Il est facile de mesurer si une théorie est utile ; si elle répond à une demande. Il est beaucoup plus difficile de discerner si elle est vraie » (Boudon, 2004 : 158). L'apprentissage des outils journalistiques et universitaires de vérification et d'analyse decontenus permet le décryptage et donne la possibilité aux jeunes d'avoir les armes symboliques en main pour éviter toutes dérives complotistes. Afin de lutter contre la désinformation naissant bien souvent par les réseaux, l'utilisation de ces mêmes réseaux est une clé pour la construction de notre méthodologie de vérification de l'information.

Nos ateliers menés de 2018 à 2020 sont l'exemple de cette nécessité et nous amènent à définirl'Education aux Médias et à l'Information comme l'espace idéal pour initier l'édification de communs, d'un Commun à tous. La clé de la transmission de cette méthodologie est la centralité de la parole et le respect de celle-ci, ne pas la juger mais donner les moyens de la comprendre et de l'analyser. Ainsi le cœur de cette réflexion est de s'adresser à l'intelligence des participants, dans ce cas les jeunes. Nous avons construit notre démarche autour d' un questionnement permanent sur la représentation d'une information et de ses interprétations. Le postulat initial se construisait ainsi : constituer une recherche de l'identité d'une information et de ce qu'elle représente, son rapport avec le citoyen et l'espace commun à tous. Il y a autant d'avis et de déformations possibles d'une information, qu'il y a d'êtres humains et il n'existe pas d'information où le doute ne soit pas impliqué. Ces ateliers ont été pensés comme une rencontre des réalités, fantasmées ou non, dans le cadre des écritures du réel, en quête d'un « vrai » appréhensible par tous. Ce qui déclenche un doute en lien avec une information, ou au contraire son acceptation sans doute, a était notre point commun de constitution des matières. Une information et ses interprétations, en tant que cadre d'expériences communes à tous. La construction d'une interprétation commune par l'écoute de la parole de chacun a permis de faire émerger l'hypothèse d'une information comme fabrique de liens par l'intermédiaire des ateliers. Ensemble, nous avons construit et déconstruit des mythes, des archétypes, partant par principe du réel, pour mieux en définir les contours afin de tendre vers une parole unanimiste, telle une Choralité antique retrouvée.Dans ce cadre, l'Education aux Médias et à l'Information se meut en fait relationnel. Elle s'aborde de manière ludique, pédagogique et réfléchie en tant que vecteurs de rites de nouvelles convivialités. Les destinataires du

folklore numérique deviennent des protagonistes de la vérification d'une information. Le développement d'un fanzine créé avec les participants a permis la vérification concrète de la mise en pratique de la théorie. Celaa été l'occasion d'établir une relation claire entre les Personnes et les Mémoires qui les innervent afin que chacun concoure au processus et questionne la construction d'une information. Par le travail d'écriture, en réinvestissant le champ journalistique, par la pratique,ces jeunes ont pu se confronter à l'ensemble de la méthodologie qui mène à la production d'une information. L'exemple ci-dessous d'un article du jeune Abdoulatouf, âgé de 12 ans, publié dans le fanzine *Le Petit Claudel*, développé et créé avec les jeunes participants de ces ateliers, est frappant. Au commencement des ateliers, Abdoulatouf ne construisait sa vision de la société que par l'intermédiaire de *fake news*. Par l'acquisition d'une méthodologie de la vérification d'une information, les mythes, mèmes et folklore en ligne se retrouvent mis en cause par les jeunes eux-mêmes.

JEUX DANGEREUX SUR INTERNET

Durant l'atelier d'Éducation aux médias et à l'information, nous avons pris conscience de la fascination des enfants pour les histoires d'horrifiques, les légendes, les challenges... Ceci n'est pas nouveau mais aujourd'hui cela s'est déplacé sur le net. Décryptages de quelques « jeux » malsains qui ont effrayé les enfants cette année, si vous n'avez pas encore entendu parler du Momo Challenge, d'Annabelle ou d'Ayuwoki, notre rédaction va vous éclairer.

Pour commencer il est nécessaire de définir ce qu'est un challenge : C'est un défi que l'on se donne à soi-même ou que l'on reçoit d'une personne, d'une force extérieure. Le challenge s'effectue sur une durée limitée et permet souvent au participant gagnant d'obtenir une récompense. En quoi consistent les challenges sur internet ? Ils sont très divers cela peut être une chanson, des vidéos, des images ou bien d'autres choses. Par exemple certains challenges demandent de partager une photo de soi sur les réseaux sociaux et de défier d'autres internautes ou bien parfois plus dangereux de se prendre en vidéo en avalant de la lessive puis de la poster sur les réseaux. Le public est large des adultes, des adolescents, aux enfants. Pourquoi les défis fonctionnent-ils aussi bien ? Internet permet aujourd'hui la diffusion de contenu très rapide et accessible à tous. On parle alors d'un **phénomène viral**. Ainsi les challenges intriguent et divertissent le plus grand nombre. Les partages sur les réseaux sociaux se multiplient et donnent naissance à ce qu'on appelle **le Buzz**.

Quel exemple de challenge a récemment créé le buzz ?

Le challenge **Ayuwoki**, le soi-disant fantôme de Michael Jackson a dernièrement suscité beaucoup d'intérêt auprès d'un public très jeune. Il s'agit d'un animatronix* qui fait un cri diabolique Hee hee ! très fort comme une célèbre chanson du chanteur. Le personnage dit aux enfants qu'il va venir les tuer comme Adam le rigolo, à 3:00 du matin, s'ils ne réalisent pas des défis et cela suffit pour créer la psychose. Un certain nombre de youtubers se sont accaparés le personnage et ont alimenté ce mythe. Le **Momo Challenge** c'est un peu la même base sauf qu'il s'agit d'une sculpture japonaise. Dans le même esprit il y a le **Slender man** un homme grand maigre, sans visage en costume noir et avec des tentacules. Cette histoire a fait grand bruit car la fiction a été dépassé par la réalité car une jeune fille aux États-Unis a fait du mal à une de ses copines, pour satisfaire le Slender. Ces histoires peuvent révéler des comportements atypiques, et instables mentalement. A la base toutes les histoires viennent du site **Creepypasta** ou l'on trouve d'innombrables fables qui parfois deviennent virales.

Comment appelle-t-on ces mythes ?

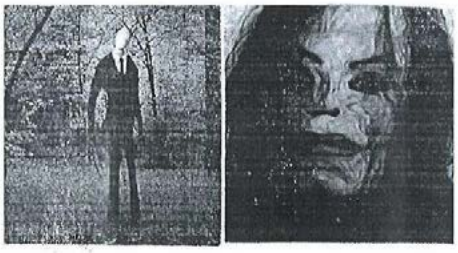
On qualifie ces mythes de **folklore numérique**, c'est-à dire des vielles histoires recyclées qui ressurgissent sur la toile pour continuer à effrayer. Il y a aussi de nombreux films d'horreurs qui utilisent le net comme plateforme publicitaire, les films comme **Annabelle, La malédiction de la dame blanche, La Purge**, se racontent dans les cours d'école comme des histoires d'horreur.

Faut-il avoir peur de tout cela ?

Il est important de connaître ce qui existe et de déceler la vérité. Conseils aux lecteurs : Se demander qui parle ? Qui se cache derrière le site, la page facebook ou qui partage cela ? Internet est accessible à tous et n'importe qui peut lancer une **rumeur**, une **fakenews**, une **intox**... Face à la multitude des contenus et des informations qui nous sont exposés, il est conseillé de vérifier l'information et de prendre du recul sûr celle-ci en se forgeant son propre avis, et d'échanger avec les autres sur cela. De plus personne ne peut être forcé à faire quoi que ce soit. Il faut savoir se mettre des limites et être attentif aux autres. Il faut ouvrir le dialogue sur ces sujets au sein des familles et des écoles pour se protéger des dangers que cela peut représenter.

*Animatronix : contraction d'animation et d'électronique, c'est une créature robotisée ou animée à distance par des câbles ou radiocommandée, réalisée en général avec une peau en latex et un mécanisme interne lui donne une apparence vivante.

Abdoulatuf



Abdoulatouf (2019), *jeux dangereux sur Internet*, In Le Petit Claudel de Laura Huret, Nice, p.3

En définitive, quatre temps ont structuré nos ateliers et notre méthodologie : tout d'abord la théorisation puis l'écoute de la parole des jeunes, sans jugement. Ensuite la transmissiond'une méthode permettant de vérifier une information en s'appuyant sur une culturescientifique et universitaire proche des humanités numériques. Et enfin la réalisation d'articles mettant en pratique la théorie. L'article d'Abdoulatouf résume parfaitement la finalité recherchée des ateliers et notre volonté commune de chercher des processus, des esquisses, autant de chemins, d'hypothèses qui tissent peu à peu l'espace de l'information, sa nature, son esthétique, sa temporalité, sa place, sa teneur et son sens. Le questionnement de notre rapport aux médias peut se développer par

la recherche des sources et des faits sous la forme d'un développement de l'acquisition d'une méthode et la mise en pratique de celle-ci. L'intermédiaire de la recherche d'un unanimisme et d'une choralité, constitue un ciment, un point de rencontre, un ancrage momentané mais qui peut s'avérer constant dans l'inconscient collectif.

Conclusion

« De la source naît le doute » (Huret, 2021 : 53)

L'étude de notre démarche d'Education aux Médias et à l'Information nous amène à la théoriedu lieu commun, c'est-à-dire de faire de ces ateliers un outil de renforcement de l'esprit critique, un espace pour bâtir un Commun. Dans ce cadre ces ateliers sont à concevoir comme le lieu des communs, non pas au sens négatif mais comme lieu nouveau pour une construction commune. Cela nécessite d'accepter dans un premier temps les paroles complotistes car après tout : « Rien n'interdit plus d'imaginer que les dieux et les démons sont partout » (Taguieff, 2006 : 194). A partir de cette écoute, en permettant une parole libre la méthodologie à transmettre de la vérification de toute information permettra de lutter contre les dérives du folklore numérique sans avoir besoin d'aller contre. L'objectif est de construire avec les publics qu'ils puissent mettre en pratique ces connaissances nouvellement acquises. La centralité de sa parole permet la naissance d'un temps commun dans un lieu commun, espace libre de constitution des matières communes, par le mythe, les archétypes et l'accès à un inconscient collectif, au cœur de cette pratique réflexive tournée vers l'autre. La référence aux mythes liés à ce que nous avons qualifié de « f(aux)lklore numérique » mène à une universalité salvatrice dans une recherche d'un commun partagé par tous, pour que « tous » puissent se retrouver dans un espace et une recherche commune. L'Education aux Médias et à l'Information, selon les résultats concrets de nos ateliers et la théorisation de ceux-ci, ne doit pas se concevoir comme une « guerre » contre les fausses informations mais comme latransmission au public des moyens de mieux comprendre la logique et la construction d'une information et lui permettre de revenir et de se retrouver au sein de théories moins dangereuses. En définitive, afin de finir sur une note poétique, nous pourrions dire que notre expérimentation nous confronte à une image homérique et que nous avons privilégié laperspective du Retour, thématique primordiale de *l'Odyssée*[4] à l'approche de la Guerre dans *l'Illiade*[5], et développé l'idée d'un retour chez soi, un retour à une vérité commune, acquise par la recherche et la vérification plutôt que révélée par des sites internet et des sources peu recommandables. A ce stade de notre démarche, afin d'aller plus loin dans notre apport scientifique, notre volonté est de poursuivre ces ateliers, à l'échelle départementale dans un premier temps et d'organiser des événements publics consacrés à l'Education aux Médias et à l'Information. Ces événements prendront la forme de conférences et de temps performatifs et artistiques liés à notre expérimentation. La mise en place d'une proposition artistique en lien avec notre réflexion a été évidente. Elle permettra la diffusion à l'échelle nationale de notre méthodologie et prendra la forme d'un écrit pluriforme, théâtral et numérique nommé *EMI 21*.L'écriture d'une œuvre et la poursuite de nos ateliers permettront de construire ensemble un possible, dans l'échange, parfois le débat, mais toujours dans la fraternité qui constituera le socle d'une volonté collective de décryptage et de recherche de la vérité. Et cette recherche semble être notre Ithaque à tous, là où

4 HOMERE, L'Illiade et l'Odyssée, Paris, Robert Laffont,1995.

5 Idem.

on peut se retrouver, se découvrir et s'humaniser ensemble par le partage et la construction commune d'une Éducation aux Médias et à l'Information, de, pour, par et vers tous.

Bibliographie

Boudon R. (2004). *Pourquoi les intellectuels n'aiment pas le libéralisme ?* Paris, OdileJacob.

Bourdieu P. (1980). *Questions de sociologie*, Paris, Éditions de Minuit.

Bruneau M. et Villeneuve M. (2007). *Traiter de recherche création en art : entre la quêted'un territoire et la singularité des parcours*, Québec, Presses de l'Université de Québec.

Champagne P. et Maler H. (2010). *La théorie du complot en version France Culture.*

(www.acrimed.org/article3298.html).

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

Ferguson S., Mahé E. et Paquin L-C. (2012). *La recherche-création dans l'Université du vingtéunième siècle*, Colloque Nord-américain, Calenda.

Grand H. (2019). *La moitié des Français estime que les médias publient des fausses informations*. (https://www.lefigaro.fr/medias/la-moitie-des-francais-estime-que-les-medias- publient-des-fausses-informations-20190705)

Heinich N. (2007). *Pourquoi Bourdieu*, Paris, Gallimard.Huret L. (2019). *Le Petit Claudel*, Nice, Le Hublot.

Huret L. (2021). *EMI 21*, en cours de publication.

Homère (1995). *L'Illiade et l'Odyssée*, Paris, Robert Laffont.

Latour B. (2004). Why Has Critique Run out of Steam? From Matters of Fact to Mattersof Concern, *Critical Inquiry*, vol. 30, n° 2, University of Chicago.

Le Moigne J-L. (2012). *Les* épistémologies *constructivistes*, Paris, PUF.

Lilley S. (2001) Conspiracy, what conspiracy?: Social science, funding and the politics of accusation theory, in Parish J. & Parker M. *The Age of Anxiety*: *Conspiracy Theory and the Human Sciences*, p. 166-190.

Parker M. (2001). Human science as conspiracy theory, in Parish J. & Parker M. *The Age of Anxiety*: *Conspiracy Theory and the Human Sciences*,p. 191-207.

Simmel G. (1999). *Sociologie*, Paris, PUF.

Taguieff P-A. (2006). *L'imaginaire du complot mondial, Aspects d'un mythe moderne*, Paris, Mille et Une Nuits.

Taguieff P-A. (2013). *Court traité de complotologie*, Paris, Mille et une nuits.

Tarle A. (2019). *La fin du journalisme* ?, Ivry-sur-Seine, les Editions de l'atelier/EditionsOuvrières.

Formation universitaire en communication comme un espace physique et symbolique de construction du territoire des relationnistes par leur professionnalisation

University studies in communication as a physical and symbolic space for building the territory of public relations officers through their professionalization

Alexander Kondratov,
PROTAGORAS et Communication et Sociétés, université Clermont Auvergne,
alexander.kondratov@uca.fr

Elise Le Moing-Maas,
PROTAGORAS, Institut des Hautes Études des Communications Sociales (IHECS),
elise.maas@galilee.be

Mots clés: Espace, formation, relations publiques, professionnalisation

Keywords: space, studies, public relations, professionalization

Résumé :

Cette communication présente les premiers résultats de notre étude de l'espace physique et symbolique dans lequel les « jeunes » relationnistes se construisent et se définissent en tant que groupe socioprofessionnel dans le contexte de professionnalisation. Cet espace est pensé et animé à travers la circulation des représentations que les jeunes diplômés en relations publiques proposent sur le métier des relationnistes et les critiques qu'ils portent sur les stratégies, les pratiques et les outils des communicants professionnels.

Abstract :

Our contribution studies the physical and symbolic spaces in which "young" professional of public relations build and define themselves as a socio-professional group in the context of professionalization. These spaces are built and animated through the circulation of representations that young graduates in public relations build on the profession of communicators and the critiques they carry of the strategies, practices and tools of professionals in corporate communication.

Formation universitaire en communication comme un espace physique et symbolique de construction du territoire des relationnistes par leur professionnalisation

Alexander Kondratov, Elise Le Moing-Maas

Cette communication s'intéresse aux dynamiques de fonctionnement de l'espace physique et symbolique universitaire dans le processus de professionnalisation des jeunes communicants. Cet espace se situe à l'intersection de l'espace privé, de l'espace professionnel et d'un espace public partiellement ouvert, mais hautement contrôlé. Il est construit et animé au travers de la circulation des représentations que les futurs et jeunes diplômés en relations publiques construisent sur les métiers des communicants, les critiques qu'ils portent sur les stratégies, les pratiques et les outils des professionnels en communication d'entreprise et sur la défiance qu'ils expriment par rapport aux métiers de communicant/relationniste. Ces représentations, ces critiques et cette défiance s'inscrivent dans une critique sociétale des communicants qui se déploie dans la sphère publique. Au sein de cet espace, les « jeunes » relationnistes se construisent et se définissent en tant que groupe socioprofessionnel dans le contexte de l'évolution des mouvements de professionnalisation, mouvements non-linéaires et contraints à des tensions qui impactent particulièrement les métiers des relations publiques et de la communication (Lépine, 2018). Les objets des études sur la professionnalisation des communicateurs sont nombreux et, nous appuyant sur la catégorisation proposée par Valérie Lépine, nous nous intéresserons plus particulièrement aux « imaginaires » de ces futurs communicateurs quant aux « logiques d'acteurs et d'actions ». Ces imaginaires participent de la construction d'un espace de reconnaissance de la profession de relationniste et de la construction de l'éthos de ces futurs professionnels de la communication.

Dans le cadre de cette recherche, nous comprenons les mécanismes de relations publiques comme les dispositifs de communication constitués par l'ensemble d'éléments reliés les uns aux autres et remplissant une fonction déterminée pour le fonctionnement des relations publiques. Quant à l'appréhension des termes relations publiques et communication en tant que « métiers de la communication », nous nous appuierons sur la proposition de Guy Versailles pour qui les relations publiques relèvent « de la mise en relation de l'organisation avec son environnement, caractérisée par une compétence d'analyse de l'environnement, de planification stratégique et de mise en œuvre de dialogues » (2020, p. 239). C'est justement l'évolution du rapport à l'environnement des futurs et jeunes communicants que nous observerons dans cette communication. Le concept d'outils des relations publiques que nous employons pour cette recherche renvoie aux supports concrets fabriqués qui sont utilisés pour réaliser une opération déterminée. Chouchan et Flahault (2011) définissent les outils des relationnistes comme les « moyens techniques au service d'une stratégie[1] ».

Dans ce contexte, nous considérons l'espace universitaire comme un espace se situant en marge du champ professionnel des relationnistes bien qu'il lui soit relié. Nous prenons les notions de territoire et d'espace

1 Nous comprenons la stratégie des relationnistes comme une coordination des actions et des manœuvres pour atteindre un but de communication. Dans le contexte des relations publiques, une stratégie « est une orientation d'intervention ou un angle d'action pour une problématique à résoudre ou pour un projet particulier à réaliser » (Maisonneuve, St-Amand, Lamarche, 2003).

comme entrées pour interroger les pratiques de professionnalisation des relationnistes et, en même temps, comme des lieux de réflexion, de critique, et de renouvellement des mécanismes, des techniques et des outils des relations publiques dans le contexte de méfiance et de défiance de publics. Nous avons choisi de favoriser l'utilisation du concept d'espace par rapport à celui de territoire en nous appuyant sur Isabelle Pailliart qui définit l'espace comme un territoire où les stratégies d'acteurs se déploient (Pailliart, 2013). Au sein de ces espaces, les relationnistes se positionnent, délimitent leur territoire afin de construire leur éthos de communicateurs face à la défiance et la critique des médias et du public plus globalement (Maas, Domenget, Catellani, 2017). Nous déterminons la défiance des publics des relationnistes comme un manque de confiance dans les actions des relationnistes, voire de désapprobation et de méfiance systématique (Billiet, 2017).

Après avoir présenté notre terrain, nous analyserons dans un premier temps la compréhension des termes relations publiques, des enjeux du métier, les raisons de leur choix de filière en RP des étudiants en bachelier (licence 3) qui commencent leur formation en relations publiques à la suite de deux années plus généralistes en SIC, des masters 1 et 2 et des jeunes professionnels. Puis, dans un deuxième temps, il nous paraît intéressant de comprendre les médiations mises en place par les futurs relationnistes et les jeunes professionnels pour légitimer leur profession tant dans le contexte des humanités numériques que dans celui de méfiance des publics et des parties prenantes. Enfin, et pour conclure, nous reviendrons sur la manière dont les jeunes relationnistes cherchent à renouveler leur profession, l'espace dans lequel ils se positionnent.

Représentation de l'espace professionnel des relationnistes au sein de l'espace public vue par les étudiants et les jeunes professionnels

Pour cette recherche, nous avons, dans un premier temps, réalisé 12 focus groupes (120 étudiants au total en master 1 Relations Publiques) et une vingtaine d'entretiens semi-directifs auprès d'étudiants en formation universitaire en relations publiques au sein d'une haute école, équivalente à une école d'ingénieur avec un diplôme d'état, à Bruxelles. Nous nous sommes intéressés aux étudiants en troisième année de bachelier (licence en France), qui correspond à la première année d'orientation en relations publiques et à ceux de master 1 et 2, soit une population estudiantine d'environ 250 étudiants. Nous avons complété ces entretiens par une dizaine d'entretiens avec des jeunes professionnels en communication ayant terminé leurs études au sein de cette haute école 2 ans auparavant. Ces entretiens visaient à révéler plus profondément les aspects contradictoires de la perception des relations publiques et de leur territoire légitime et à explorer la tension entre les critiques des relations publiques et le désir de s'intégrer dans ce métier.

L'intérêt de groupe socio-professionnel d'étudiants pour notre projet de recherche réside dans son statut particulier au moment de l'étude. Nous considérons que ces étudiants représentent un groupe socio-professionnel constitué de jeunes qui se sont déterminé un projet professionnel (Maunaye, 2013). Au début de leur parcours universitaire de Master professionnel en communication, ce groupe fonctionne avec une logique d'autonomie et de révélation de soi (Felouzis, 2001) et représente un public des relationnistes en étant la cible de leurs actions de communication. En tant que public, les étudiants peuvent faire la démonstration d'une attitude critique par rapport aux relationnistes. Ensuite, au cours des deux ans de formation universitaire en master, les étudiants, à travers le processus de professionnalisation, deviennent eux-mêmes professionnels de relations publiques suivant la logique du placement professionnel (Erlich, Verley, 2010). Cette

professionnalisation se fait notamment à travers l'enseignement des matières spécialisées en communication et relations publiques, d'études de cas, de rencontres avec les professionnels de la communication et des relations publiques et, finalement, d'un mémoire théorique en SIC et d'un stage professionnel. La particularité de la formation tient dans la réalisation, sur les deux années de master, d'une campagne de communication pour un commanditaire (WWF, La STIB, Kenzo…) qui par la suite peut utiliser la campagne. Par groupes de huit, les étudiants se retrouvent ainsi dans une situation concrète, professionnalisante, comme s'ils étaient en agence de communication. Ils font face aux contraintes du métier : faible compréhension des enjeux communicationnels par les différentes parties prenantes, exigences managériales face aux problématiques de terrain, appréhension de leurs compétences de relationnistes et parfois non reconnaissance de celles-ci…

Choisir les Relations Publiques : méconnaissance de leur espace professionnel et justification auprès de leur entourage

Il est intéressant de constater qu'il ressort aussi bien des entretiens que de l'enquête auprès des plus jeunes que la majorité des étudiants qui choisissent de poursuivre leur master en relations publiques ne savent définir ni les relations publiques, ni les métiers de la communication au moment de rentrer en 3ème année de bachelier (65 % non et pas vraiment et 32 % à peu près). À la question « savez-vous définir les activités et les missions d'un communicant », ils sont 30 % à répondre « non » et 66 % à répondre « à peu près ». « En commençant mes études en relations publiques, je ne savais pas où j'allais » nous dit cette ancienne étudiante aujourd'hui jeune professionnelle. Pour ces jeunes, aussi bien que pour leurs parents et leur entourage, l'association des termes communication, relations publiques à un métier, une fonction, des pratiques… demeure floue. « Mes parents ne savent pas vraiment ce que je fais, ils auraient préféré que je fasse du journalisme » raconte cet étudiant en bachelier 3. « Mes parents (…) sont sceptiques et ont des appréhensions. Ils ne savent pas où ce métier va m›amener » nous dit cet autre. Libaert et Catellani (2014) évoquent les tensions et les malaises relatifs à la légitimité et à la réputation des métiers des relations publiques. La reconnaissance des études de relationnistes, tout comme le métier souffrent d'un déficit de connaissance de la part de leur entourage qui amène au manque de reconnaissance et à une justification des étudiants face aux critiques de leurs proches. «Je devais sans cesse justifier mon choix d'étude, en expliquant les différents métiers, les compétences nécessaires, au-delà des savoirs techniques », nous explique un jeune professionnel. Les capacités humaines, relationnelles propres au métier de relationniste, fondamentales dans la professionnalisation des communicants (Lépine, 2018) ne sont que très peu abordées par les bacheliers 3 alors qu'elles sont souvent mises en exergue par les masters 2 et les jeunes professionnels. « La communication fait le lien entre l'opérationnel et la stratégie, notre métier est d'être traducteur, passeur… », nous dit aussi cette jeune professionnelle. Malgré la défense de leur choix de métier, les étudiants sont conscients des critiques sociétales et de la mauvaise image des communicants. Ils sont cependant persuadés qu'ils pourront l'exercer différemment de leurs aînés : « au-delà de la vision manipulatrice du métier de relationniste, je trouverai un moyen de l'exercer qui me corresponde », nous dit cet étudiant en master 1. A travers les entretiens, on observe leur volonté de redéfinir leur territoire de relationniste en déconstruisant les critiques et en convoquant les notions d'engagement, de visibilité et d'utilité du métier de relationniste dans l'espace public, mais aussi comme ils le prétendent, par une meilleure maîtrise des outils et des techniques de la communication numérique voire une meilleure

appréhension du fonctionnement de l'écosystème médiatique contemporain. Ils vont tenter de construire ce nouvel espace en opposition avec les pratiques des communicants actuels.

La critique des relationnistes par les jeunes diplômés en information-communication comme une forme conflictuelle de professionnalisation

En mars 2016, une étude publiée par le magazine PR Weeket réalisée par l'institut d'étude d'opinions londonien Reputation Leaders a révélé que 69% des personnes interrogées ne font pas confiance aux communicateurs. D'après Gagné et Mongeau (2011), ces problèmes s'expliquent souvent par le non-respect de la promesse de communication de la part des relations publiques, et leurs difficultés à prendre en compte les intérêts et les préoccupations des publics. Les difficultés des relations publiques s'expliquent, également, par leur position ambiguë « à l'intersection du management, des dimensions médiatiques et des problématiques sociétales » (Appel, Boulanger, Lavigne, 2017). Les relations publiques tiennent à appréhender simultanément des enjeux parfois contradictoires. Elles contribuent à la meilleure performance de la communication pour atteindre les objectifs de l'organisation et, en même temps, prennent en considération les attentes et les objectifs de l'ensemble des parties prenantes à une situation donnée (Sauvé, 2010). Une autre complexité du métier des relationnistes réside dans la nécessité de prendre en compte la diversité, les particularités, les intérêts et les rôles actifs des publics dans la co-construction du message ainsi que de tenir compte de la multitude des espaces numériques et non-numériques où ces publics se déploient. La multiplication des outils numériques et leur maîtrise technique participent également du contexte principal de cette étude.

Dans les discours des jeunes diplômés, la critique des communicants s'inscrit sous des formes variées. Nous avons identifié quatre formes de critiques. Tout d'abord, nous identifions les critiques sur les dynamiques de l'espace professionnel. Ensuite, nous relevons les critiques sur la dimension stratégique des communicants au sein de cet espace. Puis les critiques qui sont focalisées sur l'organisation de l'espace professionnel et, finalement, celles sur le contenu des messages. L'analyse de ces critiques nous permet de comprendre les représentations de l'espace professionnel des communicants que les étudiants se font et leurs stratégies de renouvellement de cet espace.

Une remise en cause de la temporalité des pratiques des communicants d'aujourd'hui

Une majorité des étudiants interrogés porte une critique sur la dynamique de fonctionnement de l'espace professionnel des communicants et, notamment, sur sa temporalité. Ces critiques sont contradictoires. D'une part, les jeunes diplômés évoquent le temps de réaction trop lent des relationnistes. Les relationnistes ne réagissent pas à temps ou réagissent avec retard. Les étudiants décrivent l'espace des organisations comme un espace clos, détaché des espaces sociaux et médiatiques. Selon les étudiants, le temps de l'espace des communicants est beaucoup plus ralenti par rapport au temps « social » à celui des publics et au temps médiatique. Cet espace possède sa propre temporalité qui ne s'accorde pas toujours avec les autres espaces sociaux. Comme les étudiants de focus groupe 7 l'expliquent : « ils [les communicants] n'ont pas perçu les signaux ou en tout cas, ils n'ont pas voulu les voir ». D'autre part, les critiques portent sur une sur-réactivité des relationnistes. Cette critique relève davantage de la temporalité plus rapide des relationnistes dans leur objectif de répondre immédiatement face à une crise sans prise de recul pour réfléchir sur les pratiques. Les

étudiants expliquent cette rapidité par la pression sur les communicants de la part du management (« ils n'ont pas suffisamment le temps parce qu'ils doivent aller trop vite parce qu'on est dans un monde qui va très vite, maintenant » focus groupe 3.). La réponse à cette difficulté réside dans le recours aux pratiques de veille « il fallait mettre en place une veille médiatique », focus groupe 2 et aux outils des métiers émergents et connexes aux communicants comme un info-stratège qui est capable de défendre la réputation de l'entreprise en gérant rapidement des relations publiques tendues et possiblement conflictuelles « la veille médiatique permet vraiment de prévenir les crises », focus groupe 6. Le recours à ces pratiques et à ces outils, selon les étudiants, permet de synchroniser la temporalité des relationnistes avec les temporalités des médias et des publics et d'ouvrir un espace professionnel pour les communicants.

Une fonction stratégique critiquée dans sa mise en pratique mais reconnue par les étudiants

La deuxième forme de critique observée relève davantage les difficultés des relationnistes liées à la dimension stratégique de la communication. Pour les étudiants interrogés, la réaction trop rapide des communicants s'explique par le manque voire l'absence de stratégie cohérente vers l'ensemble des parties prenantes. Cette communication répond aux enjeux tactiques à court terme, ne prend pas en compte les tendances lourdes et ne s'inscrit pas dans les stratégies de l'entreprise. Souvent, les étudiants évoquent la multitude des stratégies des organisations qui ne sont pas coordonnées ou sont contradictoires. Comme les étudiants l'expliquent : « Ils (les relationnistes) mixent différentes stratégies et donc ils perdent un peu de la cohérence et du sens à vouloir faire différentes choses. Au final, il vaut mieux qu'ils se stabilisent sur une stratégie, qu'ils la fassent par étapes » (Focus groupe 4.). Cette dimension stratégique de la communication critiquée par les étudiants dans sa mise en pratique par leurs aînés fait partie des enjeux de professionnalisation des communicateurs depuis déjà un certain nombre d'années et est une préoccupation majeure dans la reconnaissance du métier de communicateur (Le Moing-Maas, Domenget, 2018). Leur vision optimiste de la reconnaissance par les acteurs des organisations des dimensions stratégiques et le fait que ces dimensions ne font pour eux aucun doute participent de l'évolution voire de l'accroissement de l'espace d'action aussi bien symbolique que concret des relationnistes.

Un espace communicationnel paradoxal au sein des organisations

Un troisième type de critique des jeunes diplômés porte sur l'organisation hiérarchique de l'espace physique et symbolique des relationnistes. Dans leurs discours, cet espace se présente comme paradoxal. D'une part, cet espace est décrit comme trop structuré où les communicants profitent d'une très faible autonomie. Les communicants ne possèdent que très peu de pouvoir décisionnel et agissent selon les directives de leur hiérarchie. D'autre part, cet espace est décrit comme mal organisé voire chaotique. Les acteurs de la communication des organisations sont dispersés au sein des structures organisationnelles et n'interagissent qu'occasionnellement entre eux. Selon les étudiants, cette dispersion d'acteurs de communication ne permet pas d'organiser une campagne de communication coordonnée. Au niveau de l'espace physique, les acteurs de la communication travaillent dans différents bureaux ; au niveau de l'espace professionnel, ils interviennent sur

différents projets ou sur différentes parties de projets. Dans ce contexte, pour les étudiants, la communication d'entreprise se montre comme un processus fragmenté, désordonné et incohérent sous plusieurs contraintes.

Un contenu de la communication qu'ils qualifient de simpliste

Un quatrième type de critique porte sur le contenu de la communication des organisations au sein de l'espace professionnel. Cette critique s'articule autour de trois points. Premièrement, les étudiants évoquent que la prise de parole de l'organisation au sein de l'espace public est, principalement, liée avec la communication marchande. Deuxièmement, les étudiants relèvent une pauvreté de sujets abordés par la communication qui, en dehors des crises, porte principalement sur les sujets de la communication durable et de l'environnement. Comme les étudiants du focus groupe 7 le soulignent : « Ils (les communicants) n'arrivent pas spécialement à se démarquer. Ils suivent, un peu tous, le même chemin. Ils proposent, à peu près tous, la même chose et ils veulent absolument communiquer sur le fait qu'ils changent, mais derrière, ils n'ont pas spécialement les actions qui le prouvent ». Troisièmement, la critique porte sur la non-prise en compte des particularités culturelles, et les revendications de groupes « minoritaires » ethniques et religieux au sein de l'espace public. Comme les étudiants du focus groupe 3 le suggèrent : « (on observe) une tendance à l'uniformisation, à mettre tout le monde dans le même sac. Et au niveau de la communication, l'image qu'on renvoie, on ne fait pas spécialement attention à ces personnes-là.». Même si cette vision des étudiants peut paraître parfois simpliste et ne tient pas forcément compte des multiples contraintes, en particulier managériales auxquelles sont soumis les professionnels des relations publiques, il est intéressant de constater leur volonté de renouvellement de l'espace d'expression des communicateurs. Paradoxalement, ils souhaitent inclure les discours sociétaux actuels comme les thématiques de l'inclusion mais dénigrent la manière dont les communicants actuels les mobilisent comme par exemple la communication durable.

Une impression d'une meilleure maîtrise des outils numériques et de leur éco-système comme proposition d'évolution de leur espace de professionnalisation

Pour de nombreux chercheurs en communication organisationnelle, la généralisation des outils informationnels numériques au sein des organisations est un symptôme d'une évolution actuelle des pratiques des communicants, et, notamment, une tendance sociétale de rationalisation (Lépine, Bouillon, Durampart, Guyot…), de normalisation (Perriault, 2013) et de standardisation des outils informationnels selon les principes tayloriens de l'organisation scientifique du travail. Le constat important que nous pouvons faire est que les « jeunes » communicants, après avoir critiqué l'espace des relationnistes, déclarent posséder les compétences et les savoir-faire que les « anciens » professionnels de communication ne possèdent pas. Ces compétences et ces savoir-faire portent, principalement, sur la maîtrise des stratégies, les techniques et les outils de la communication numérique. Dans ce contexte, les jeunes communicants cherchent à tirer leur future légitimité professionnelle des savoirs et des pratiques qu'ils possèdent « naturellement » car «ils sont nés avec l'Internet », dans l'originalité de leurs parcours personnels ou universitaires. Les étudiants qualifient les formations des « anciens communicants » comme dépassées par les réalités de terrain car elles sont trop « techniques » ou trop « sociales ». Dans le discours des étudiants, le fait de remplacer les « anciens » par les « nouveaux » se présente comme un ordre naturel des choses, un « progrès ».

Conclusion : vers une normalisation et une codification des pratiques

Selon notre hypothèse, devant faire face à des logiques organisationnelles souvent contradictoires, et face à la méconnaissance des métiers de la communication et aux diverses critiques qu'ils inspirent, les étudiants en relations publiques et les jeunes professionnels sont contraints de redéfinir et de réajuster constamment leurs métiers et leur champ d'action, soit leur territoire légitime. L'étude des discours et des représentations de ce groupe socio-professionnel d'étudiants et de jeunes relationnistes nous a permis de comprendre la manière dont les relations publiques arrivent à s'approprier les critiques faites par les publics et ainsi à renouveler leurs mécanismes, techniques et outils afin de répondre aux attentes des publics. L'étude du processus de professionnalisation des étudiants montre comment ces étudiants, qui sont au début de leur parcours de professionnalisation et qui portent la critique sur les relationnistes deviennent eux-mêmes les professionnels des relations publiques, passant par un processus de professionnalisation tout en adaptant un discours de défense de leur métier. Nous considérons que ce groupe, en même temps, produit les critiques des relationnistes en tant que public, construit l'auto-réflexion sur leurs pratiques professionnelles en tant que public en cours de professionnalisation et, finalement, prend en compte ces critiques et produit le discours de défense d'un métier en tant que jeunes professionnels en fin d'études. L'étude des différentes critiques, portées par les jeunes diplômés en relations publiques par rapport aux stratégies, pratiques et outils des relationnistes, nous a permis de comprendre les modalités et les dynamiques de construction et de fonctionnement de la formation universitaire en communication comme un espace physique et symbolique. Nous considérons ce processus comme une forme conflictuelle de la professionnalisation. À travers la prise de position au sein de cet espace et les critiques apportées sur les stratégies, les pratiques et les outils des communicants, les étudiants, à la fin de leur formation professionnelle, s'inscrivent dans le processus de la professionnalisation. À partir de la critique des « anciennes » pratiques de la communication médiatique, les étudiants des Masters Professionnels cherchent à renouveler aussi bien les mécanismes des métiers de la communication, au niveau des pratiques liées au développement des outils et des pratiques numériques, que la représentation des métiers dans l'espace public.

Bibliographie

Appel V. & Boulanger H et Lavigne A. (2017). Relations publiques. *Communication* vol. 34/2

Billiet S. (2017). *Les relations «publics» - Refonder la confiance entre l'entreprise, les marques et leurs publics*. Paris, Dunod.

Chouchan, L. & Flahault, J. (2011). Les outils des relations publiques. *Les relations publiques*. Paris : Presses Universitaires de France.

Durampart, M. (2007). Les TIC et la communication des organisations : un dispositif révélateur des émergences ambivalentes de nouvelles formes organisationnelles. *Communication & Organisation,* 31, (1), 10-10.

Erlich V. Verley E. (2010). Une relecture sociologique des parcours des étudiants français : entre segmentation et professionnalisation. *Education et sociétés*, n° 26, 2010/2.

Felouzis G. (2001). *La condition étudiante. Sociologie des étudiants et de l'université*. Paris, Presses Universitaires de France.

Gagné A.-M. & Mongeau P. (2011). La relation de confiance en relations publiques : vers un modèle d'adéquation contextuelle optimale. *Communiquer, 6 | 2011*.

Le Moing - Maas E. Domenget J.C. (2019). De l'atypie des parcours à un « modèle » de DIRCOM. *Communication & professionnalisation N° 7.* Presses Universitaires de Louvain.

Lépine, V. (2016). Penser la professionnalisation comme une mise en mouvement : les communicateurs. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 9.

Lépine, V. (2018).*Communications organisationnelles et managériales : dynamiques de professionnalisation et enjeux de normalisation, valuation, évaluation*. Sciences de l'information et de la communication. Université Grenoble - Alpes, 2018.

Libaert T., Catellani A. (2014). « Les relations sont-elles publiques ou avec les publics ? ». *Communication et organisation 45.*

Maas E., Domenget JC., Catellani A., Dir. (2017). Professionnalisation et éthique de la communication (1) : des principes à la formation. *Communication & professionnalisation n° 5*. Presses Universitaires de Louvain.

Maisonneuve D., St-Amand Y., Lamarche J.-F. (2003). *Les relations publiques dans une société en mouvance.* Québec, Presses Universitaires du Québec.

Maunaye E. (2013). Les cheminements des étudiants vers l'insertion professionnelle : entre se « placer » et se « trouver, *Formation emploi*, 124 | 2013, 7-22.

Pailliart, I. (2013). *Les territoires de la communication*. Grenoble. PUG

Perriault, J. (2013). Deux disciplines en germe : la normalisation et l'évaluation des politiques publiques. *Hermès, La Revue*, n°67, p. 151-158.

Sauvé M. (2010). *Les relations publiques autrement. Vers un nouveau modèle de pratique, Communication Vol. 31/2 | 2013*.

Versailles, G (2019*). Le temps des relations publiques*. Québec, Presses de l'Université du Québec.

Webgraphiehttps://resiproc.org/publications-du-resiproc/cahiers-du-resiproc

L'enseignement délocalisé de l'histoire.
Une reconfiguration des espaces de communication parla visite scolaire (les cas de visites à Auschwitz-Birkenau et sur les champs de bataille de la Somme)
The Delocalized Teaching of History: Reconfiguration of Communication Spaces by the School Visit (Cases of Visits to Auschwitz-Birkenau and on the Battlefields of the Somme)

Nathanaël Wadbled,
docteur en Sciences de l'Information et de la CommunicationChercheur associé au Centre de Recherche sur les Médiations, Université de Lorraine
n.wadbled@yahoo.fr

Mots-clefs : éducation, musée, patrimoine noir, sortie scolaire

Keywords : education, museum, dark heritage, school visit

Résumé

La visite scolaire d'un lieu historique est pour les enseignants une annexe du cours d'histoire, seul lieu légitime de transmission d'un savoir devant avoir une

forme réflexive. Les guides peuvent alors admettre que leur rôle n'est pas de transmettre unsavoir historique ou affirmer leur légitimité à le faire. Quoi qu'il en soit, l'espace muséal ne devient pas un espace scolaire : les élèves n'ont pas l'expérience attendue : ils apprennent

l'histoire de façon sensible.

Abstract

The school visit to a historic site is for teachers an addition to the history course, the only legitimate place for transmitting knowledge that have a reflexive form. Guides can then admit that their role is not to transmit historical knowledge or assert their legitimacy to do so. In any case, the museum space does not become a school space: the students do not have the expected experience: they learn history in a sensitive way.

L'enseignement délocalisé de l'histoire : reconfiguration des espaces de communication par la visite scolaire (les cas de visites à Auschwitz-Birkenau et sur les champs de bataille de la Somme)

Nathanaël Wadbled

Introduction. La sortie scolaire comme mise en mouvement de l'espace muséal

La visite scolaire d'un site historique est un déplacement qui met en mouvement l'espace professionnel des enseignants vers celui des médiateurs culturels et des guides- conférenciers. L'autonomie relative de chacun occupant un espace-temps propre est alors perturbée. Ce mouvement reconfigure l'espace de la transmission du savoir historique. Bien qu'un musée ou un site historique[1] soit une matérialité située dans un lieu physiquement défini, cette territorialisation est une contrainte qui n'implique pas que l'espace soit figé. Il se déforme en fonction de son appropriation lorsque différentes pratiques professionnelles s'y rencontrent. Une telle conception implique que je m'inscris dans la perspective de la géographie culturelle pour laquelle l'espace est configuré et produit par ses usages. C'est ce qui permet son mouvement. L'espace n'est pas envisagé comme un donné en lui-même indifférencié que chacun peut s'approprier.

La visite scolaire rend ainsi dynamique l'espace de l'école puisqu'il s'étend au musée et celui du musée puisqu'il reçoit l'école. Cette dynamique se joue en fait à trois termes. Le musée est en effet en lui-même le lieu de rencontre et de tension entre deux logiques d'appropriations hétérogènes : les muséographes et les médiateurs culturels ne le pratiquent pas de la même manière que les guides-conférenciers. Les premiers en font un lieu pédagogique. Les seconds en font un lieu d'expérience. La perspective des enseignants pour lesquels le musée est un espace parascolaire s'y superpose. Si chaque acteur s'approprie le musée, les différents espaces ainsi produits ne se superposent pas indépendamment les uns des autres. Ces acteurs sont en effet en interaction : les guides ou les médiateurs culturels accompagnent le groupe scolaire mené par l'enseignant dans unlieu organisé par le muséographe. Ils existent en interrelation : les interventions de chacun sont situées, contenues et mises en relation avec les positions des autres.

La question se pose alors des effets de cette situation sur la nature communicationnelle du lieu visité. Pour l'examiner, il faut considérer à la fois l'expérience des enseignants et des guides, ainsi que celle des élèves. Cette dernière permet de caractériser le nouvel espace produit par ces transformations, alors que l'expérience des guides et des enseignants permet de rendre compte de sa constitution — c'est-à-dire du mouvement lui-même.

1 Je parlerai de musée et de muséographie indistinctement pour qualifier les espaces muséaux au sens propre et les sites historiques. Dans les deux cas, il s'agit de présenter des éléments matériels dans des lieux délimités et suivant des principes d'organisation prédéfinis

Pour répondre à cette question, je considérerai à la fois l'expérience des enseignants et des guides, ainsi que celle des élèves dans le cas particulier de visites scolaires de sites associés à l'horreur de la Grande Guerre et de la Shoah : ceux de la Bataille de la Somme de 1916 et d'Auschwitz-Birkenau. Le point de vue des enseignants et des guides peut permettre de comprendre le mouvement par lequel se constitue l'espace communicationnel du musée dans le cas d'une visite scolaire. Le point de vue des élèves peut permettre de le caractériser à partir de ses effets. S'ils n'ont pas directement conscience des reconfigurations sociales et spatiales qui se jouent, leur expérience en est le résultat.

Dans le cas d'Auschwitz-Birkenau, j'ai suivi des visites en tant que visiteur et ai interrogé les participants d'une visite scolaire organisée par le Mémorial de la Shoah de Paris le 15 janvier 2015. J'ai réalisé des entretiens des enseignants, des guides du Mémorial de la Shoah ainsi que de vingt-cinq élèves suivant une méthode visant à rendre intelligible le point de vue des acteurs pour rendre compte de leurs perspectives subjectives propres (Wadbled, 2019). Cela signifie que l'ambition de ce travail n'est pas de proposer une réflexion théorique générale fondée sur une analyse de la fonction sociale de institutions visitées ou sur des modèles de psychologie de l'apprentissage. Il s'agit de se fonder sur le constat et la description de la manière dont les acteurs racontent leur expérience sans prétendre les subsumer dans des catégories d'analyses ou des théories.

Dans le cas des champs de bataille de la Somme, j'ai travaillé directement comme guide conférencier à l'Office du Tourisme du Pays du Coquelicot à Albert. Cela a été l'occasion d'observer et de partager l'expérience des guides durant six semaines entre le 11 novembre et le 25 décembre 2019. J'ai pu percevoir de l'intérieur comment ils se positionnent par rapport aux enseignants. En plus des nombreux partages d'expérience et d'entretiens informels avec mes collègues, j'ai mené des entretiens systématiques avec eux suivant la même méthode que celle employée pour la visite d'Auschwitz-Birkenau. Lors des visites, j'ai également observé et mené des entretiens informels avec les enseignants accompagnant leurs élèves ainsi qu'avec ces derniers.

Poser la question de la visite scolaire à partir de telles données implique de ne considérer qu'une situation particulière. Il s'agit donc d'une étude de cas. Elle ne permet pas de proposer des analyses ayant une valeur générale, même à l'échelle des lieux visités. D'autres acteurs auraient pu avoir une autre expérience. Si des conclusions générales peuvent être tirées, elles doivent être envisagées comme des hypothèses ou des « propositions théoriques » (Yin, 2013 : 40-49 ; Wadbled, 2016a) : des points de départ pour d'autres études et non comme un résultat général.

Les trois approches du musée qui se rencontrent au moment de la visite scolaire

La visite scolaire d'un musée ou d'un site historique est l'occasion de la rencontre sur un même lieu de trois pratiques professionnelles qui ont un rapport différent aussi bien aux éléments matériels présentés qu'à l'institution muséale : l'usage scolaire des musées par les enseignants, la culture matérielle par les conservateurs et la visite guidée par les guides- conférenciers. Chaque pratique apporte un rapport différent au savoir et aux espaces où il est transmis. Elle correspond également à une certaine idée de ce qu'est ou devrait être l'expérience de visite et aux intérêts propres d'une institution : l'école, le musée en tant que tel et les guides. Si les guides constituent à proprement parler une corporation plus qu'une institution culturelle, ils composent

un groupe d'intérêt distinct de celui des agents dumusée. En ce sens, ils se distinguent institutionnellement des médiateurs culturels dont la pratique est intégrée à la logique muséale. Si la muséologie décrit assez précisément et explicitent les enjeux de ces trois rapports au musée, elle le fait spécifiquement pour chaque pratique. La muséologie de l'éducation et celle de la culture matérielle constituent d'ailleurs des champs d'études différents ayant à la fois des objets et des paradigmes différents, bien que les deux puissent considérer la question de la transmission. La muséologie de l'éducation le fait plutôt à partir d'observations de visiteurs et considère que les éléments exposés sont au service du message transmis. La culture matérielle se concentre essentiellement sur la fonction sémiotique des éléments présentés et n'envisage la réception que de manière pragmatique.

Même lorsqu'elle envisage que le rapport entre l'école et le musée soit comme un « partenariat » (Le Marec, 1998), la muséologie de l'éducation décrit l'usage que les enseignants en font et donc la façon dont ils se l'approprient. Il s'agit en fait d'une scolarisation du musée : la visite n'est pas un outil au service du savoir, mais une sortie pédagogique puisqu'il est intégré dans la logique pédagogique des enseignants (Amirou, 2000 : 35 ; Zafeirakou, 1998 : 55 ; Cohen, 2002 ; Meunier, 2008)). L'histoire présentée au musée n'a en effet pas de dimension pédagogique propre. Elle est un complément du cours d'histoire. Le contact avec les traces matérielles illustre le cours et permet d'attester un savoir préalablement transmis. Ce ne sont pas des sources à partir de laquelle le savoir est produit. La visite apparait alors similaire au travail sur documents fait en classe (Borne, 2003 ; Granier, Picot, 2003 ; Tutiaux-Guillon, 2008). Cette situation est celle décrite par de nombreux enseignants expliquant les raisons de leur organisation d'une visite scolaire sur des lieux du patrimoine obscur (Enseigner l'histoire de la Shoah. France, 2006).Ils disent que la visite renforce l'usage des documents en rendant l'histoire encore plus concrète. L'espace-temps de la visite n'est pas une extension de celui la salle de classe sans être véritablement autre : les enseignants n'attendent pas que se produise la même chose qu'en classe puisqu'ils ne transmettent pas de savoir, sans pour autant qu'il s'agisse d'une situation extrascolaire puisqu'elle rejoue le temps du travail sur document dans un autre espace. Pour intégrer pleinement au cours cette visite, les enseignants insistent sur sa préparation et sur le retour d'expérience. La préparation a pour fonction de donner les éléments historiques contextuels nécessaires à la compréhension de la visite. Les connaissances définies par le programme scolaire doivent être déjà assimilées. De la même manière, lorsque les élèves reviennent en classe sur leur expérience, ce qu'ils ont ressenti et appris est réintégré à la dynamique du cours

Dans la perspective de la culture matérielle (Lubar and Kingery, 1993 ; Kavanagh, 1996 ; Pearce, 1990 ; Hooper-Greenhill, 1994), l'histoire est au contraire écrite avec des objets. Le récit s'organise dans l'articulation et l'agencement des éléments matériels exposés à l'intérieur du parcours effectué par les visiteurs. La confrontation aux traces matérielles n'a pas pour finalité leur contemplation, mais la compréhension des actions, des idéologies, des pratiques sociales ou des politiques attachées à leurs usages passés. Lemusée ou un site sont donc des lieux de transmission du savoir historique. Ils présentent desarchives à partir desquels les visiteurs perçoivent quelque chose du passé. Il y a un véritable apprentissage à leur contact : les élèves comprennent grâce à la visite. La visite et le cours d'histoire sont deux de transmission historique. Les informations discursives permettent de contextualiser et de comprendre les éléments matériels, mais elles n'en sont que l'interprétation. Elles n'ont pas n'a pas de valeur autonome qui pourrait s'abstraire des traces perçues de l'évènement. Même si les visiteurs scolaires sont supposés avoir un savoir préalable, celui-ci

est reformulé pendant la visite. La transmission des informations préalablement connues est considérée comme un travail de préparation permettant aux élèves d'être dans une disposition adéquate pour recevoir l'information historique pendant la visite.

Le point commun entre l'approche scolaire et celle de culture matérielle est d'être toutes deux pédagogiques. La visite transmet un savoir que les visiteurs sont sensés comprendre de manière réflexive. Ces deux approches s'inscrivent dans la perspective générale des critiques de la mise en avant des ressentis qui impliquerait la transformation des lieux d'histoire en lieu de divertissement (Wadbled, 2016b). Les ressentis induits chez lesvisiteurs ne seraient que des effusions et non des informations disant quelque chose de l'événement dont les traces sont perçues. C'est en fait le mélange entre ces deux dimensionsqui est dénoncé : l'apprentissage est une activité sérieuse qui ne doit pas être confondue avec le divertissement.

Contrairement à celui des médiateurs, le rôle des guides n'est pas d'expliciter une information. Le médiateur culturel délivre un savoir et partage ses connaissances en interprétant la culture matérielle (Jacobi & Meunier,1999). L'approche du guidage consiste plutôt à inviter les visiteurs à percevoir et à élaborer à eux-mêmes le message reçu à partir à partir de leurs propres perceptions (Gellereau visite guidée). L'expérience de visite a donc une dimension sensible (Edwards, 2006 ; Auzas & et Van Troi,2010 ; Dudley,2012) : plutôt que sur ce qui est compris réflexivement ou intellectuellement, l'accent est alors mis sur la présence sensorielle ainsi que sur la charge émotionnelle et imaginative associée aux éléments matériels et aux espaces. Il y a une continuité entre la forme matérielle de l'écriture de l'histoire proposée et la forme sensible du message reçu. Contrairement à ceux qui constatent un message donné par les médiateurs, les visiteurs sont alors actifs puisquece sont eux qui élaborent ces informations avec leur sensibilité. Elles ne sont pas données enellesmêmes par les éléments matériels. Ces derniers les suscitent et le guide accompagne cette activité (Jacobi & Meunier, 1999 ; Silverstone, 1998). Les visiteurs y développent leur propre compréhension et investissent leur propre subjectivité. Ce qui est ainsi transmis est une forme de savoir complémentaire de celui intellectuel. L'expérience sensible n'est pas un divertissement ou une trivialisation. Elle incarnerait les mêmes idées que le savoir réflexif des historiens en lui donnant une autre forme

La réponse des guides à la scolarisation du musée

Comme elles sont généralement étudiées séparément, les trois perspectives scolaire, muséale et du guidage ne se sont pas envisagées ensemble. Les mouvements provoqués par leur rencontre ne sont donc pas problématisés en tant que tels. Cette rencontre se produit cependant à chaque visite scolaire : des enseignants amènent des visiteurs dans un lieu organisé selon le paradigme de la culture matérielle pour les confier à un guide. Dans ce contexte, les identités professionnelles des enseignants et des guides sont reconfigurées par un mouvement qui est à la fois social et spatial. Elles s'imbriquent dans un site ou un musée qui est un lieu d'expression de stratégies d'acteurs. Les muséographes sont épargnés par l'effet de cette rencontre puisqu'ils ne sont pas directement présents : leur travail est réinvesti dans des logiques qui leur échappent, mais ils ne sont pas immédiatement présentset n'ont pas eux-mêmes à en vivre directement les effets.

Dans les deux enquêtes de terrain réalisées, les enseignants assument explicitement que leur démarche s'inscrit dans la perspective scolaire. Les journées à Auschwitz-Birkenau et sur les champs de bataille de la

Somme sont clairement pédagogiques, bien qu'elles aient toutes deux également une dimension mémorielle. Si les élèves sont confiés à un guide qui propose une médiation de la culture matérielle, la visite reste dans un temps scolaire sous la supervision de l'enseignant d'histoire. Ils ne s'en remettent pas à la façon dont les guides transmettent l'histoire, mais attendent d'eux qu'ils *jouent le jeu* de l'histoire scolaire. De leurpoint de vue l'espace scolaire est mis en mouvement pour intégrer l'espace muséal et le discours des guides. C'est bien cet espace qui est visité et ce discours qui est prononcé, mais les enseignants s'attendent à ce qu'ils se soumettent à la logique scolaire. Ils n'accueillent pas les élèves dans leur espace pour leur transmettre une autre forme d'histoire à côté de celle transmise en classe. Dans chacun des terrains étudiés, les guides ont répondu de manière différente à cette prétention des enseignants, en fonction de contextes particuliers déterminant les rapports professionnels entre enseignants et guides. Les guides d'Albert ont répondu aux attentes alors que ceux du Mémorial de la Shoah se sont positionnés en concurrence avec les enseignants tout leur montrant que leurs exigences sont respectées. Ily a ainsi un jeu de renforcement ou d'affaiblissement des forces institutionnelles à travers leur opposition.

Dans le cas des visites des champs de bataille autour d'Albert, les enseignants sont directement les clients des guides. La directrice affirme que la preuve de la qualité de ses prestations est donnée par la fidélité des enseignants. Ils reviennent tous les ans alors que bien que d'autre institutions proposent des offres similaires. Les guides répondent en effet aux exigences de la visite scolaire en ne se reconnaissant pas de compétences historiques et en affirmant que leur seul rôle est d'emmener sur les lieux historiques sans en tirer de savoir. Les guides considèrent en effet que leur fonction n'est pas de communiquer quelquechose sur ce qu'a été la Grande Guerre. Ils décrivent ce qu'il s'est passé à certains endroit sans le problématiser et donc sans donner à leur propos la forme d'un récit explicatif de l'histoire (history) semblable à celui proposé dans un cours. Les différents sites visités ne sont pas associés thématiquement à des d'enjeux ou chronologiquement à des moments permettant de comprendre la Guerre.

La visite ne s'inscrit cependant pas véritablement dans la logique de la culture matérielle : les lieux ne sont pas interprétés. Les guides racontent des histoires (*story*) indépendamment d'eux. Contrairement à la démarche scientifique de la culture matérielle, les guides revendiquent d'ailleurs la non-historisation des informations qu'ils donnent. Ils donnent des informations factuelles qu'ils reprennent essentiellement de témoignages ou répètent des « choses bien connues » à partir de ce que les autres guides disent. Ils n'ont pas travaillé l'historiographie car ils considèrent que leur rôle n'est pas de transmettre un savoir historique assuré de manière historiographique. L'essentiel est la présence sur les lieux incarnés par des anecdotes qui rendent réels les évènements appris en classe. La fonction des informations données est en effet d »'incarner », c'est-à-dire de donner de la consistance au sentiment de présence. Il s'agit de « donner du concret », de « se sentir concerné » en touchant les traces.

Ce caractère sensible de l'expérience des visiteurs indépendamment de toute transmission du savoir historique est cohérente avec l'approche scolaire de la visite. Donner une dimension émotionnelle à la visite va dans le sens de la différence traditionnelle entre latransmission scolaire des enseignants et celle parascolaire des médiateurs, où ce qui est normalement associé au divertissement peut être toléré à côté du sérieux de la transmissiondu savoir (Iborra, 1999). Dans la mesure où la transmission historique est associée au cours et non à la visite, la présence d'émotions lors de cette dernière ne remet pas en cause le sérieux de la transmission historienne. L'émotion est particulièrement associée à la fonction d'attestation de la visite. L'authen-

ticité et la présence sont des choses ressenties non seulement physiquement mais aussi émotionnellement. Cela ne trivialise pas le savoir puisqu'il s'agit d'un lieu différent de celui de l'apprentissage historique, Les deux ne se mélangent pas et ont lieu dans deux espaces-temps clairement définis et clairement séparés : la classe et la visite.

Contrairement aux guides d'Albert, les guides du Mémorial de la Shoah assument une position de médiateurs culturels. Ils n'ont en effet pas véritablement de compte à rendre aux enseignants qui ne sont pas leurs clients. Le rapport est même inversé : les enseignants ayant visité le Musée-Mémorial d'Auschwitz-Birkenau se sont inscrits dans un projet élaboré par le Mémorial de la Shoah. Ils sont demandeurs et le Mémorial de la Shoah choisit les groupes qu'il estime mériter de participer au voyage qu'il organise. Les enseignants ne sont donc pas en position de clients. Au contraire, ce sont eux qui répondent aux exigences des guides. Or, les accompagnateurs du Mémorial de la Shoah se positionnent explicitement face aux enseignants pour concurrencer la prérogative pédagogique du cours d'histoire dont la fonction est de transmettre un savoir historique. Cette opposition correspond en fait à desjeux de pouvoir et de reconnaissance institutionnelle se fondant sur une valorisation de la démarche historienne associée à l'histoire critique par rapport à une histoire patrimoniale.

C'est pour se positionner comme médiateurs d'un savoir dans une démarche pédagogique que les accompagnateurs du Mémorial de la Shoah s'inscrivent dans la perspective de la culture matérielle plutôt que dans celle du guidage. Pour eux, le lieu de transmission du savoir n'est pas séparé du rapport physique aux traces de l'événement. Même s'ils ne décrivent pas précisément les traces matérielles, un savoir fondé sur une connaissance précise de l'historiographie est toujours mis en rapport avec eux. L'essentiel est de donner un savoir, et non le rapport sensible aux éléments matériels. Les accompagnateurs du Mémorial de la Shoah s'adressent directement à l'intelligence réflexive. La légitimité des accompagnants du Mémorial de la Shoah en tant que transmettant un savoir historique ne peut en effet s'accommoder de ce qui pourrait être associé à une pratique divertissante. Même si le savoir historique est transmis dans un autre espace et d'une autre manière, la visite a donc la même dignité que l'enseignement scolaire.

Sortir de l'espace pédagogique : l'expérience des visiteurs

Les guides s'adaptent à la perspective scolaire. Du point de vue aussi bien des enseignants que des guides, le site ou le musée s'est déplacé vers l'école. Ces stratégies ne concernent pas seulement l'image que ces acteurs ont d'eux-mêmes. Le mouvement n'est pas seulement personnel. Il engage le groupe d'élèves qui fait la sortie. Les enseignants et guides doivent en effet se situer les uns par rapport aux autres et se présenter ainsi aux élèves. Leurs rapports ont des implications sur l'environnement social dans lequel la visite sefait, et donc sur l'information transmise et sur la façon de la communiquer. Les enjeux dépassent la question de l'identité des acteurs et ont une dimension éducative. Cette dimension ne peut être ignorée dans la mesure où la visite a pour vocation de transmettre quelque chose aux visiteurs. Le déplacement ou l'intégration des guides à la perspective scolaire se fait devant les élèves lorsqu'ils reçoivent ces informations. Cette question de l'expérience de visite est en fait secondaire aussi bien pour les enseignants que pour les guides. Ils présument tous que les élèves reçoivent passivement ce qui leur est proposé : il suffit donc que le message émis

soit pertinent de leur point de vue pour les élèves reçoivent un message également pertinent pour peu qu'ils soient attentifs et concernés par la visite.

Une telle conception de la communication est cependant insatisfaisante. Sans nécessairement remettre en cause la bonne foi des enseignants et des guides, sa fonction est d'éviter le constat d'un éventuel décalage entre ce qui est attendu et l'effet véritable de la visite. Il est en effet impossible « avec certitude ni de cerner, ni de vérifier tous les effets suscités par une exposition » (Davallon,1999, p. 15). Les enseignants et les guides projettent leurs attentes sur les élèves : il suffit qu'ils aient l'air intéressés pour que leur expérience soitsupposée être celle attendue. Or, une conception plus complexe de la communication considère que les visiteurs ne se contentent pas de constater un message exprimé qu'il serait possible d'apprendre tel quel. Ils le produisent activement à partir de ce qu'ils perçoivent. Le message transmis propose ce que Wolfgang Iser (Iser, 1997) nomme des répertoires et des stratégies, c'est-à-dire un ensemble d'informations et indications sur la manière dont il faut les comprendre. Si ces indications ont pour fonction d'orienter l'effet dumessage, le récepteur garde une capacité à ne pas les suivre. Il a la responsabilité ducontenu du message qui leur est effectivement transmis. Si le récepteur ne comprend pas la stratégie attendue de lui ou refuse de la suivre, les informations données ne sont pas comprises selon les perspectives et procédures proposées. Ce n'est pas la faute du récepteurqui n'est pas assez attentif, mais de l'émetteur qui n'a pas rendu la stratégie attendue intéressante. Il est donc incapable de les guider dans leur activité d'élaboration de leur expérience.

C'est effectivement ce qui se passe. Les visiteurs interrogés décrivent leur expérience comme correspondant à celle induite par la logique du guidage plutôt qu'à celle de lalogique scolaire. Ils résistent ainsi à la scolarisation du musée ou du site historique. Ils en font une expérience sensible qui ne se réduit pas à l'attestation ou à un moyen de transmission d'un savoir devant avoir une forme réflexive. Les visiteurs interrogés racontent en effet qu'ils ont appris en imaginant et en ressentant des émotions à partir de leurs perceptions des traces matérielles. Ces informations sensibles constituent une interprétationde l'exposition ou du site historique, et donc une compréhension de l'histoire qu'ils présentent.

Cette disjonction entre l'expérience de visite et le message transmis par les accompagnateurs a pour conséquence la non-pertinence historique des informations sensibles ainsi apprises. Les visiteurs interrogés n'ont pas compris ce qu'a été Auschwitz ou la bataille de la Somme. Le message proposé aux visiteurs ne leur a pas permis d'élaborerdes images mentales et des émotions pertinentes puisque les guides ne l'ont pas envisagé avec cette fonction. Les accompagnateurs ne leur ont pas proposé un message susceptiblede guider leur expérience. Les visiteurs n'étaient pas dans une disposition à recevoir leur message et l'ont réinvesti sans disposer d'une stratégie les aidant à en tirer et à structurer une information pertinente sur ce qu'a été Auschwitz ou la bataille de la Somme. Si les visiteurs interrogés n'ont ainsi pas appris l'histoire pendant leur visite, ce n'est pas en raison d'un manque de pédagogie (RODER, 2020), mais plutôt parce que la visite a été faire dans la perspective d'une pédagogie scolaire.

Si l'expérience des visiteurs est ainsi différente de celle attendue par les enseignants, elle peut leur convenir. D'une part l'école garde le monopole de la transmission d'un savoir pertinent. D'autre part, la perception physique des traces produit le sentiment d'une présence, bien que les élèves considèrent qu'ils apprennent en imaginant et ressentant. Un tel constat est cependant apparent et ne tient pas compte de l'effet produit par la visite sur le rapport au savoir scolaire. Les élèves interrogés considèrent en effet que ce qu'ils ont ap-

pris en imaginant et en ressentant pendant la visite est plus concret que ce qu'ils ont appris en cours. Ils ne convoquent pas un avoir scolaire pendant la visite afin de l'attester. C'est le savoir sensible transmis pendant la visite qui est attesté, par opposition au savoir scolaire considéré comme abstrait. Les élèves interrogés disent qu'avant la visite ils s'imaginaient à partir des informations données par les enseignants alors que pendant la visite ils imaginent quelque chose de concret. S'ils semblent avoir repris le même terme, lorsqu'ils évoquent l'effet du cours ils utilisent sa forme pronominale. S'imaginer et imaginer renvoient en fait à deux démarches différentes : la première est associée au registre de l'imaginaire contrairement à la seconde qui est la représentation mentale d'une réalité. Il y adonc en fait une dévaluation du savoir scolaire.

Conclusion

La définition de l'espace muséal de la visite scolaire dépend de son échelle scalaire.Ce n'est pas le même du point de vue des accompagnateurs et du point de vue des visiteurs. Il ne peut se réduire à une seule dimension, et donc à un seul mouvement. A l'échelle des accompagnateurs, il peut se constituer dans une domination acceptée de la perspective scolaire ou dans une confrontation entre celle-ci et la perspective de la culture matérielle. Dans le premier cas, les guides se soumettent à la logique scolaire. Dans le second, ils affirment une pratique pédagogique concurrente sans pour autant que cela ne soit perçu parles enseignants. D'un point de vue communicationnel, ces différences ne sont cependant pascentrales. L'effet produit par la visite est en effet bien différent de celui attendu. Les visiteurs réinvestissent ce qui est proposé dans une toute autre perspective : expérientielleet non pédagogique. Le reconnaitre de la part des accompagnateurs signifierait envisager la visite scolaire pour leurs élèves et non en fonction de leurs attentes propres. Pour les enseignants en particulier, ce serait assumer que « le musée peut et doit devenir à la fois un lieu d'apprentissage et un moyen d'enseignement non au service de l'école mais au service de ceux qui la fréquentent » (Allard & Boucher, 1991, p. 123).

Bibliographie

Amirou R. (2000). *Imaginaire du tourisme culturel*. Paris, PUF. 2000, p. 35

Allard M. & Boucher S. (1991). *Le Musée et l'*école. Québec, Ville La Salle, Hurtubise HMH. Auzas V. & Van Troi. (2010). *Patrimoines sensibles* : *mots, espaces, pratiques*, Québec, presses de l'université de Laval.

Borne D. (2003). Apprendre l'histoire et la géographie, inventaire critique. Dans Hagnerelle

M. (dir.), *Apprendre l'histoire géo* : *Actes du colloque organisé à Paris les 12, 13 et 14décembre 2002*. Marly le Roi, CRPD de l'Académie de Versailles, p.17-23.

Cohen C. (2002). *Quand l'enfant devient visiteur* : *Une nouvelle approche du partenariat*école/musée. Paris, L'Harmattan.

Davallon J. (1999). *L'exposition* à *l'*œuvre. Paris, L'Harmattan.

Dudley S. (2012). *Museum Objects. Experiencing the Properties of Things*. London and New-York, Routledge.

Enseigner l'histoire de la Shoah. France 1950-2010 (2006). *Revue d'histoire de la Shoah*, n°193. Paris, Calmann-Levy.

Edwards E. et al. (2006). *Sensible Objects, Colonialism, Museum and Material Culture*. NewYork, Berg.

Granier G. & Picot, F. (2003). La place des documents dans l'enseignement de l'histoire etde la géographie. In M. Hagnerelle M. (dir.), *Apprendre l'histoire géo: Actes du colloque organisé à Paris les 12, 13 et 14 décembre 2002*. Marly le Roi, CRPD de l'Académie de Versailles, p.177-184.

Gellereau M. (2005). *Les mises en scène de la visite guidée. Communication et médiation*.Paris, L'Harmattan.

Hooper-Greenhill E. (1994). *Museum and their visitors*. London et New York, Routledge. Iborra C. (1999). Le partenariat culturel dans la formation : évidence ou défi ? Dans Buffet

F. dir.) *Entre* écoles *et musée. Le partenariat culturel d'*éducation, Lyon, Presses Universitaires de Lyon.

Iser W. (1997). *L'Acte de lecture, théorie de l'effet esthétique*. Liège, Pierre Mardaga.

Jacobi D. & Meunier A. (1999). Au service du projet éducatif de l'exposition : l'interprétation.Dans *L'interprétation, variations sur le thème du patrimoine, la lettre de l'OCIM* 61.

Kavanagh G. (1996) Making histories, making memories. Dans Kavanagh G. *Making Histories in Museums.* London, Leicester University Press.

Le Marec J. (1998). Perception du musée chez les enseignants du primaire. Le cas particulier du musée Léon Dierx à La Réunion. Dans Buffet F. (dir.), *Entre* écoles *et musée. Le partenariat culturel d'*éducation. Lyon, Presses Universitaires de Lyon.

Lubar S. & Kingery D. 1993. *History from Things. Essays on Material Culture*. Washington andLondon, Smithsonian Institute Press.

Meunier A. (2008). L'éducation muséale, d'une pratique professionnelle à la constitutiond'un champ de recherche. Dans Landry A. & Meunier A. (dir.), *La recherche en éducation muséale* : *actions et perspectives*. Québec, Édition MultiMonde.

Pearce S. (1990). Objects as meaning; or narrating the past. In Pearce S. *Object of knowledge*. London-New York, Continuum International Publishing Group.

Roder I. (2020). *Sortir de l'*ère victimaire. Pour une nouvelle approche de la Shoah et des *crimes de masse.* Paris, Odile Jacob.

Silverstone R. (1998). « Les espaces de la performance : musée, science et rhétorique de l'objet ». *Mimèsis, Revue Hermès*, 22.

Tutiaux-Guillon, N. (2008). Histoire et mémoire, questions à l'histoire scolaire ordinaire. DansErnst S. (dir.). *Quand les mémoires déstabilisent l'*école. *Mémoire de la Shoah etenseignement*. Paris, I.N.R.P. p. 289-309.

Wadbled N. (2016). Produire des propositions théoriques. Épistémologie de l'usage desétudes de cas. *Recherches Qualitatives*, hors- série n°20, Prudence empirique et risque interprétatif, p.383-394.

Wadbled N. (2016b). Les fonctions du tourisme obscur. *Teoros. Revue de recherche entourisme*, Université de Montréal Tourisme noir ou sombre tourisme ? 35 (1),

Wadbled N. (2019). Rendre compte d'une expérience de visite: se dire et se redire dans desentretiens d'explicitation composites*. Téoros. Revue de recherche en tourisme,* n°38-1.

Yin, R. (2013). *Case study research. Design and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Zafeirakou A. (1998). « Comment le musée voit l'école ? » in Buffet, F.(dir.). *Entre écoles et musée. Le partenariat culturel d'*éducation. Lyon : Presses Universitaires de Lyon.

Dynamique définitoire et jeux d'acteurs : le cas du Biocontrôle

Definitional dynamics and actor games: the case of Biocontrol

Peggy Cadel, MCF,
Unité de recherche émergente TransitionS, Université Côte d'Azur (UCA),
peggy.cadel@univ-cotedazur.fr,

Amélie Coulbaut,
Unité de recherche émergente TransitionS, Université Côte d'Azur (UCA),
amelie.coulbaut-lazzarini@univ-grenoble-alpes.fr

Frédéric Couston, Docteur en Philosophie Politique, Chercheur en SIC,
Unité de recherche émergente TransitionS, Université Côte d'Azur (UCA),
frederic.couston@univ-cotedazur.fr

Mots clés : Dynamique définitoire, influence institutionnelle, construction du sens, concurrence lexicale, jeux d'acteurs

Keywords: Definitional dynamics, institutional influence, meaning construction, lexical competition, actor games

Résumé

Dans cet article, nous proposons d'étudier les jeux d'acteurs à travers la production de discours sur la question du biocontrôle. Nous interrogeons le lien entre discours et représentations sociales sur la base d'une réflexion pluridisciplinaire. Cet article démontre une hésitation lexicale qui traduit une hésitation entre deux paradigmes : la lutte et la maitrise vs la coopération, l'interrelation et l'adaptation. Les acteurs sont pris dans la nécessité de nommer, de définir et d'encadrer de nouvelles pratiques et un nouveau rapport au monde.

Abstract

In this article, we propose to study the games of actors through the production of discourses on the issue of biocontrol. We question the link between discourse and social representations on the basis of a multidisciplinary reflection. This article demonstrates a lexical hesitation that translates into a hesitation between two paradigms: control versus cooperation, interrelation and adaptation. The actors are caught in the need to name, define and frame new practices and a new relationship to the world.

Dynamique définitoire et jeux d'acteurs : le cas du Biocontrôle

Peggy Cadel, Amélie Coulbaut, Frédéric Couston

Émergence d'un champ lexical associé à des pratiques et à un champ scientifique en (re)construction

Depuis le début des années 2010, un ensemble de discours, de pratiques et de réflexions scientifiques semblent (ré)émerger et constituer un champ autour de terminologies en construction que la présente proposition se propose d'explorer.

Plus précisément, nous proposons d'étudier les jeux d'acteurs à travers la production des discours. C'est-à-dire la prise en compte des stratégies, inégalement influentes, des acteurs sociaux concernés. Cette réflexion s'inscrit dans un contexte plus large de (re)prise en considération de l'agro-écologie, elle-même inscrite dans une dynamique de prise de conscience sociétale du poids de l'anthropocène, des changements climatiques et de massification des mouvements citoyens, ainsi que de développement des sciences participatives.

La dynamique définitoire, qu'elle soit législative, scientifique ou grand public et les jeux d'acteurs associés à la structuration de ce champ, autour de l'unité lexicale *biocontrôle*, organise des systèmes de représentations, des positionnements institutionnels et toute une construction de sens que l'étude des variations terminologiques permet de mieux appréhender.

Le travail que nous proposons ici s'inscrit dans le cadre du projet de recherche interdisciplinaire VALBIO (VALuation du BIOcontrôle) adossé au projet structurant BOOST (Plant BioprOtection and BiOSTimulation) qui propose d'accompagner (par la recherche, l'innovation et la formation) la transition d'une production végétale basée sur l'agrochimie à une production végétale durable s'appuyant sur des biotechnologies respectueuses de la santé et de l'environnement. En son sein, le projet VALBIO propose de comprendre le milieu socio-économique du biocontrôle et ses voies de structuration alors que celles-ci peinent à émerger.

Nous interrogeons le lien entre discours et représentations sociales sur la base d'une réflexion pluridisciplinaire. Notre réflexion porte sur la relation entre la variation terminologique, la diffusion et l'acceptabilité des innovations dans le domaine du biocontrôle. L'analyse des discours scientifiques, médiatiques et de vulgarisation montre une instabilité terminologique génératrice d'un contexte définitoire singulier contraignant la diffusion conceptuelle associée à des pratiques et à un champ scientifique en (re)construction.

Problématique et Objet. Entre instabilité lexicale, circulation des savoirs et construction du sens par les différents acteurs

L'analyse de l'instabilité lexicale et de la circulation des savoirs s'inscrit dans la construction du sens telle que définie par Pecman (2018) :

> « Appréhender le sens, construire le sens, donner du sens est une démarche largement inconsciente des êtres humains. En produisant le discours, les locuteurs construisent du sens, réinterprètent leurs expériences et la réalité, donnant ainsi leur vision et leur compréhension de la signification de celles-ci. Souvent ils s'attachent à expliciter le sens précis qu'ils donnent à un mot, une phrase, à expliquer le sens de leur propos, afin de s'assurer de la meilleure interprétation possible de ceux-ci. Cette énergie puise sa force bien évidemment dans le pouvoir métalinguistique du langage. Tout acte définitoire repose sur la catégorisation et l'interprétation. » (Pecman, 2018 : 94). La construction du sens interroge ainsi la dynamique définitoire :

> « Que ce soit en lexicologie ou terminographie ou en discours, l'opération définitoire implique toujours le choix d'un point de vue. La définition ne préside pas l'acte du langage, elle en est le résultat. Cela explique l'absence d'une définition unique pour un mot ou un terme. La définition est une opération dynamique » (Pecman, 2018 : 96).

À l'instar de ce que met en évidence la théorie de l'acteur-réseau, cette opération doit être analysée comme impliquant différents acteurs qui jouent chacun un rôle précis déterminé par sa position dans le champ et en fonction de la particularité de la situation. La diffusion de la notion de [régulation biologique] intervient dans un contexte contraint par un cadre juridique strict où l'unité lexicale *biocontrôle* est introduite et définie dans la loi d'avenir de l'agriculture et de l'alimentation publiée en 2014 puis adoptée, non sans aménagement, par les différents acteurs. Ces derniers, quand ils sont en position de proposer des définitions et de cadrer le sens des termes afférents au champ étudié, du fait de leur positionnement institutionnel, construisent et véhiculent des systèmes de représentations.

Parallèlement à la définition du biocontrôle posée en droit, dans le domaine scientifique, les segmentations catégorielles sont plurielles et le flottement permet de jouer sur des équivalences non strictes portées par le point de vue ou des contraintes discursives (Ledouble, 2019).

Enfin, opérant son œuvre de médiation, la Presse observe également une distance face au cadre juridique en s'affranchissant des contraintes définitoires terminologiques fondées sur des principes classificatoires hyperonymiques et en dessinant les traits sémantiques de l'unité lexicale en proposant des contextes d'utilisation spécifiques.

Nous proposons dans cet article d'interroger la résonance entre mouvements lexicaux, dynamiques définitoires et jeux d'acteurs autour de la notion de biocontrôle. Au-delà de l'enjeu définitionnel, il en va de la co-construction de nouvelles ontologies et peut-être d'un monde nouveau.

Le processus définitoire dans lequel les différents acteurs entrent en jeu peut apparaitre dans la perspective de la communication praxéologique comme « une activité conjuguée de construction d'un espace public, de façonnement d'un monde commun et de configuration réciproque des termes de la relation dans l'interaction avec les autres et avec le monde » (Quéré, 1991 : 77).

Cadre théorique

À l'instar de Pecman (2018), nous nous appuyons sur une analyse lexico-discursive et textuelle afin de rendre compte des moyens mis en œuvre pour construire du sens dans le domaine de la [régulation biologique] et pour comprendre les dynamiques définitoires ainsi que les jeux d'acteurs. Notre étude repose sur l'examen des « contextes riches en connaissances » tels que décrits par Meyer (2001), comme des contextes proposant au minimum un élément cognitif relatif au domaine et utile pour l'analyse conceptuelle. Ces contextes sont analysés à partir des relations définitoires qu'ils introduisent et des traits sémantiques qu'ils diffusent. Cette approche nous permet d'étendre l'observation des dynamiques définitoires aux connotations.

D'un point de vue linguistique, cette réflexion s'inscrit dans une étude en cours menée par Hélène Ledouble et Peggy Cadel sur l'émergence de l'unité linguistique biocontrôle et son parcours définitoire dans les ouvrages de référence et la presse et fait suite au travail sur la variation dénominative et le glissement terminologique du terme *lutte biologique* dans les discours de vulgarisation scientifique (Ledouble, 2019) qui souligne la prolifération de termes dans les discours de vulgarisation :

« Si dans les discours spécialisés, la prolifération des termes est avérée, elle l'est *a fortiori* en situation de vulgarisation. À ce titre, et en dépit d'un objectif de simplification, les discours de vulgarisation scientifique sont susceptibles de générer une nouvelle forme de complexité préjudiciable à la compréhension d'un domaine de spécialité. » (Ledouble, 2019 : 61).

Nous nous appuyons sur ces travaux et les intégrons à une approche transdisciplinaire croisée permettant de mettre en relation dynamiques définitoires et jeux d'acteurs.

Dynamiques définitoires et jeux d'acteurs

Le concept de [biocontrôle] recouvre entre autre un ensemble de pratiques ancestrales jusque-là non subsumées sous ce terme construit sur l'anglicisme *biological control et dont la définition juridique précède la définition terminologique.* Il ne commence à exister comme concept que comme alternative à une agriculture moderne présentée par la suite comme conventionnelle et fondée sur l'utilisation d'intrants issus de l'agrochimie.

Peu à peu des industriels proposent des solutions autres d'abord présentées comme relevant de la lutte biologique puis du contrôle biologique et enfin du biocontrôle.

Différents acteurs interviennent dans les dynamiques définitoires et portent des discours dans le domaine du biocontrôle. Leurs stratégies diffèrent en fonction de leurs rôles et objectifs et leur octroient une place singulière dans le champ. Afin de mieux comprendre ce qui se joue dans ce champ émergent sur la scène publique, nous repérons les acteurs suivants : législatifs (ministère, pouvoirs législatifs promulguant les lois), économiques (IBMA), institutionnels (AAF), scientifiques.

Nous choisissons de ne pas traiter dans cet article des acteurs scientifiques, que d'autres auteurs (« Vulgarisation scientifique et médiatisation de la science : instabilité terminologique dans le domaine de la lutte biologique » Ledouble, 2019) ont déjà étudiés et montrent qu'ils ne s'inscrivent pas pour ce champ dans

les luttes définitoires mais dans des dynamiques de vulgarisation ou d'approfondissement des concepts. En revanche, nous analyserons les efforts de définition, d'actualisation et de mise en visibilité des discours des autres acteurs identifiés sur biocontrôle. Dans ce contexte, il s'agit d'abord de nommer une nouvelle réalité. On associe pour cela des mots ou des préfixes anciens déjà fortement connotés (contrôle, bio-, lutte) qui engendrent des ambiguités demandant à être précisées par un nouveau processus de définition. A un bout de la chaine, les acteurs scientifiques et juridiques tentent un travail de codage précis et univoque des nouvelles techniques de régulation. A l'autre bout, les publics reconstituent un sens par le biais de la médiation scientifique opérée par la presse et le jeu des représentations sociales. Entre les deux, industriels et agriculteurs produisent des discours sur les produits qu'ils fabriquent et leur usage. Ce que nous observons, c'est un processus par lequel des ontologies existantes perturbées par l'apparition de nouvelles pratiques et d'une nouvelle réalité tendent à retrouver une forme de stabilité. Diverses ontologies peuvent coexister et entrer en concurrence par rapport à cette nouvelle situation. Chacune est portée par des acteurs différents qui par leurs discours, et pas seulement par leurs pratiques, contribuent à la construction sociale d'une nouvelle réalité.

Dynamiques définitoires dans la Presse

L'apparition de la première occurrence de *biocontrôle* dans la presse française date du milieu des années 1990, la première définition des produits de *biocontrôle* intervient, dans le texte de la loi d'avenir pour l'Agriculture et l'Alimentation en 2014 et c'est seulement en décembre 2018 que le terme apparaît dans Termium[1], avec une définition dont le contenu est similaire à celle du texte de loi avec comme terme équivalent : *lutte biologique* et *contrôle biologique*. L'examen des "contextes riches en connaissances" destinés à l'explication et à la vulgarisation de la notion de biocontrôle, fait apparaître une variété d'hyperonymes. Il permet de faire émerger le concept de [régulation biologique] instancié par deux unités lexicales concurrentes la *lutte biologique* et le *biocontrôle* dans la Presse qui met en lumière des constructions singulières faisant apparaître un flou sémantique.

En effet, parmi la panoplie d'outils de reformulation destinés à la vulgarisation des unités lexicales, les structures définitoires métalinguistiques sont quasi inexistantes pour les deux unités. L'absence de procédés définitoires directs pourrait s'expliquer pour l'unité *lutte biologique* par l'ancienneté de son usage, on ne la définit plus et les éléments qui la composent permettent de se construire une représentation sémantique : on agit avec des procédés biologiques alors que la structure du terme *biocontrôle* renvoie au contrôle du vivant (par le vivant ?) qui lui-même est ambigu. Aux définitions explicites, sont préférés des procédés indirects, l'utilisation récurrente des marqueurs typographiques, l'exemplification et la connotation permettant d'opposer les unités sur la base de marqueurs agissant tant au niveau lexical qu'au niveau syntaxique. Les cotextes accompagnant les unités lexicales *lutte biologique* et *biocontrôle* font apparaitre des univers de sens différents. Ils deviennent ainsi des éléments définitoires indirects de la notion en décrivant la *lutte biologique* comme un objectif scientifique à atteindre porté par le caractère performatif du champ lexical de la guerre et le *biocontrôle* comme un produit dans lequel on souhaite croire.

1 TERMIUM Plus est la banque de données terminologiques et linguistiques du gouvernement du Canada.

Inscription des acteurs économiques et institutionnels dans la dynamique définitoire

Les acteurs économiques sont regroupés au sein d'une association qui en constitue le porte- parole. Selon ses termes, cette association « IBMA France est l'Association française des entreprises de produits de biocontrôle. Elle a été créée en 1999 pour soutenir le développement du biocontrôle en France. Ses adhérents représentent 90 % du marché du biocontrôle en France. IBMA France a pour rôle de promouvoir l'utilisation des produits de biocontrôle et de soutenir leur développement. L'association regroupe les entreprises de produits de biocontrôle intervenant en France ». Sans doute contraints par des règles régissant la vente de produits phytosanitaires, les acteurs économiques centrent leur communication autour de l'idée de produits alternatifs à ceux utilisés dans l'agriculture conventionnelle sans pour autant produire de définition du biocontrôle. Ils s'aligneront par la suite dans ce domaine au discours législatif.

Du côté des agriculteurs, le principal acteur institutionnel agissant dans le domaine du biocontrôle se révèle l'Académie d'Agriculture de France, qui a posé tardivement une définition du concept lors d'une séance de travail du 1er février 2017.

D'autres logiques se font jour du côté des acteurs minoritaires. Confédération paysanne et acteurs de la permaculture, de l'agriculture raisonnée, organisations Simples, Demeter, Nature et Progrès (cf. article de Reporterre de 2015[2]), ils portent des pratiques développées depuis plus d'un demi-siècle sous d'autres appellations, n'impliquant pas une terminologie de « contrôle » mais de « respect ». De ce fait, ils n'apparaissent pas dans les acteurs du biocontrôle lors d'une analyse lexicale bien que leurs actions et leur philosophie soient à l'origine des modifications de l'agriculture vers des modèles moins chimiques.

Dynamique définitoire des acteurs législatifs

Les acteurs législatifs fournissent le cadre réglementaire et officiel du déploiement du concept de biocontrôle, c'est à eux que revient la tâche de conceptualiser les pratiques mises en œuvre par les autres acteurs.

Le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, établit une première définition des produits de *biocontrôle* en 2014, dans le texte de la loi d'avenir pour l'Agriculture et l'Alimentation.

Le texte de loi en donne la définition suivante[3] :

> « Le plan prévoit des mesures tendant au développement des produits de biocontrôle, qui sont des agents et produits utilisant des mécanismes naturels dans le cadre de la lutte intégrée contre les ennemis des cultures. Ils comprennent en particulier :
>
> 1- Les macro-organismes ;
>
> 2- Les produits phytopharmaceutiques comprenant des micro-organismes, des médiateurs chimiques comme les phéromones et les kairomones et des substances naturelles d'origine végétale, animale ou minérale. »

2 https://reporterre.net/L-agro-industrie-veut-confisquer-le-mot-bio

3 LOI n° 2014-1170 du 13 octobre 2014 d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt - Article 50 (Loi LAAF, source legifrance: https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2014/10/13/2014-1170/jo/article_50)

L'étude des différents textes révèle que les lois successives et les chapitres de lois ne définissent pas immédiatement le biocontrôle en lui-même mais les produits de biocontrôle.

La loi suivante[4] intègre un peu plus le concept, qu'elle affiche dans son titre II sous le libellé « développement du biocontrôle », sans la présence du terme « produit ». Pourtant, elle ne formule toujours pas de définition du biocontrôle, seulement des produits. Si elle n'offre aucun ajout en termes de définition, elle présente un marquage de territoire de la part des pouvoirs publics.

Au fil du temps, on note un effort définitoire. Au fur et à mesure que le nombre d'acteurs impliqués dans le champ du biocontrôle augmente et que le concept dispose d'une visibilité plus large, les pouvoirs publics se positionnent de manière plus précise.

Au-delà des textes de loi, le ministère dispose d'outils de communication qui permettent d'affirmer son positionnement dans le champ. Ce n'est que sur le site web du ministère de l'agriculture que s'affiche une définition à la fois des produits et du concept de biocontrôle. Sur ce site web, la dernière mise à jour de la page présentant la définition du biocontrôle date du 03/06/2020 (https://agriculture.gouv.fr/quest-ce-que-le-biocontrole). Cet effort de clarification et de définition peut être souligné et replacé dans la dynamique évolutive dans laquelle chaque acteur tente d'affirmer sa légitimité et sa prééminence.

Pour le législateur, la définition des produits et des pratiques précède celle du concept. On passe progressivement d'une ontologie anthropocentrée de la maîtrise à une ontologie écologique de l'interrelation, sans que la substitution complète de la seconde à la première soit pleinement aboutie.

Eléments discursifs des différents acteurs

À l'issue de l'analyse des textes portés par ces différents acteurs, nous avons tenté de distinguer les éléments communs et les éléments spécifiques de chaque texte. Le tableau suivant illustre cette classification.

4 LOI n° 2017-348 du 20 mars 2017 relative à la lutte contre l'accaparement des terres agricoles et au développement du biocontrôle.

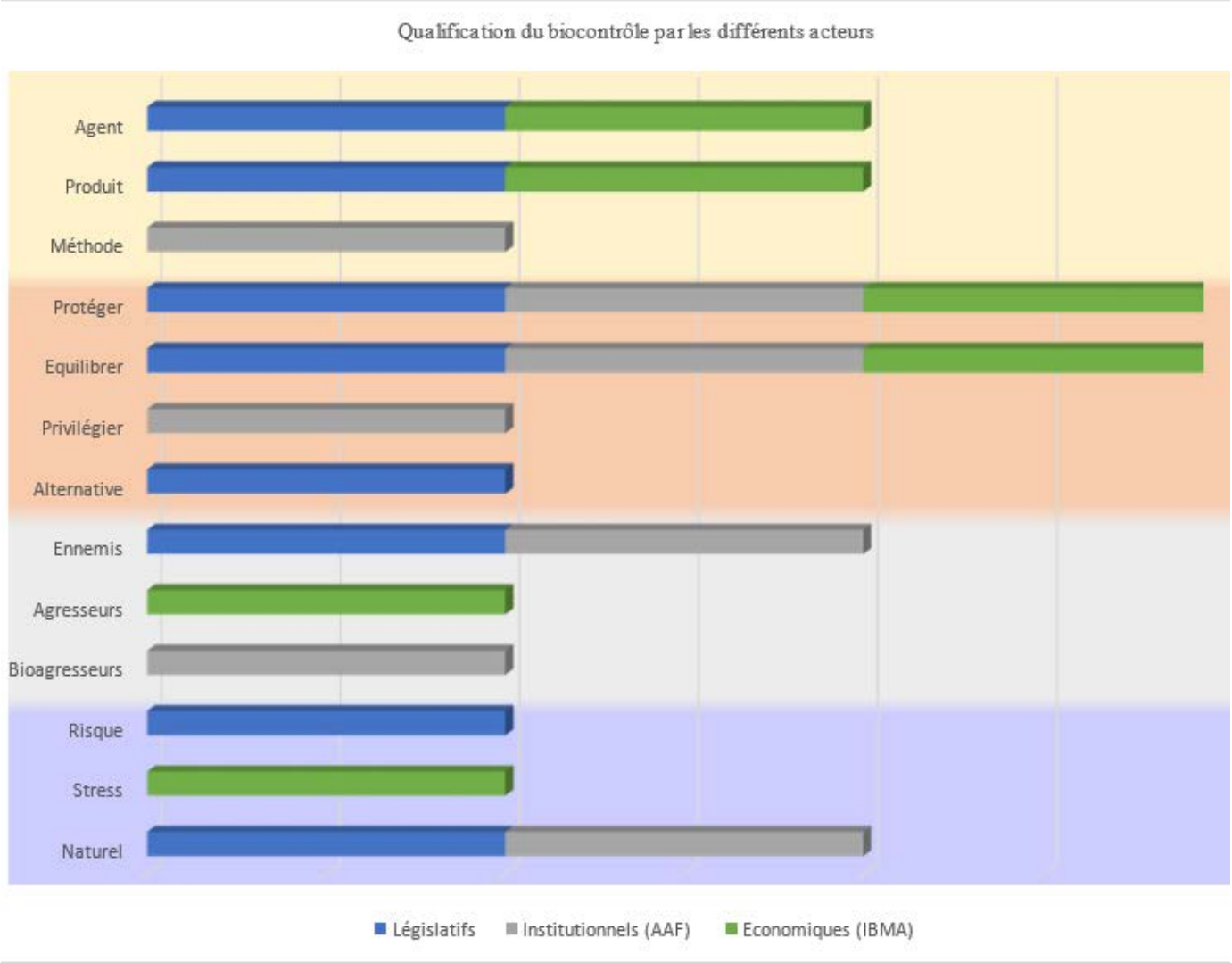


Fig. 1 – Qualification du biocontrôle par les différents acteurs

Discussion : les éléments discursifs comme révélateurs du jeu des acteurs

Nous voyons se superposer deux ontologies opposées : celle de la maitrise de l'homme sur la nature qui se traduit par un champ lexical guerrier (ontologie anthropocentrée) et celle de l'interrelation écosystémique (ontologie écologique). Il apparait que les acteurs semblent tous balancer entre ces deux pôles sans arriver à se positionner clairement. En particulier, le législateur semble poursuivre un travail d'objectivation des concepts qui l'amène peu à peu à laisser de côté les vieilles connotations guerrières.

En revanche, certaines préférences lexicales peuvent s'expliquer par les différentes positions des acteurs. Ainsi, le monde agricole semble avoir une vision plus globale focalisée sur un ensemble de pratiques (*méthode, privilégier*) et sur des objectifs (*protéger*) plus que sur des produits (*agent*) contrairement aux acteurs économiques et législatifs qui les produisent et les encadrent. On comprend également aisément que le législateur soit le seul à parler de risque : là où les acteurs économiques ont intérêt à gommer cette dimension, il se doit d'intégrer aux lois régissant le biocontrôle les exigences de prévention et de précaution.

Certains termes relèvent clairement des champs lexicaux associés à l'une ou à l'autre ontologie. C'est le cas de *lutte* et *ennemis* d'un côté et d'équilibre de l'autre. D'autres termes sont en revanche ambigus et jouent sur

les deux tableaux. Le terme d'*agresseur* connote la lutte de l'homme contre la nature, mais, associé au terme de *stress* (qui renvoie aux pressions de l'environnement subies par un organisme et perçues par lui comme une agression) relève aussi bien du vocabulaire de l'écologie. L'ajout du préfixe *bio-* (*bioagresseur*) par les acteurs agricoles est particulièrement intéressant. Il ne semble être là que pour spécifier le type d'agression (agression par le vivant vs agression climatique), mais il opère aussi (surtout ?) un retournement intéressant en associant le préfixe *bio-* à ce contre quoi il faut lutter et non plus à la solution.

Enfin, le terme de *protection* est particulièrement ambivalent puisqu'il est emprunté au vocabulaire de la préoccupation de la nature. Mais là encore, il est retourné : il s'agit de protéger les cultures contre les agressions de la nature. Serait-ce une dernière trace du combat anthropocentrique ou un premier pas vers une synthèse, la protection de la nature passant par une protection naturelle des cultures ?

Cet article démontre une hésitation lexicale qui traduit une hésitation entre deux paradigmes : la lutte et la maitrise vs la coopération, l'interrelation et l'adaptation. Les acteurs sont pris dans la nécessité de nommer, de définir et d'encadrer de nouvelles pratiques et un nouveau rapport au monde. Dans les discours, il semble que les différents acteurs prennent au fil du temps conscience que l'environnement constitue un milieu auquel l'Homme appartient et avec lequel il doit composer harmonieusement. L'instabilité lexicale traduit la difficulté de passer d'un mode de relation au monde, d'une ontologie, à un autre. Certes, il convient de préciser qu'il ne s'agit ici que d'une analyse de corpus, de discours et non d'actes. Néanmoins la dynamique définitoire dans laquelle les différents acteurs sont enrôlés relève de la construction sociale de la réalité (Berger et Luckmann, 1966) et plus précisément d'une communication praxéologique soit « [..]une activité conjointe de construction d'une perspective commune, d'un point de vue partagé, comme base d'inférence et d'action. En particulier, cette perspective commune permet aux partenaires de spécifier le mode sur lequel ils se rapportent temporairement les uns aux autres et au monde, et donc de construire, de façon concertée et sur le mode du « sens incarné », ce qu'ils se rendent mutuellement manifeste ou sensible dans l'interaction : à savoir une façon de se lier, une structure d'attentes réciproques, un monde et un horizon communs, et bien sûr un « contenu » de la communication (qui n'est disponible sur le mode de représentations discrètes, bien individuées, que de façon dérivée, i.e. en fonction d'un accomplissement situé). » (Quéré, 1991 : 76)

Chaque acteur est non seulement pris dans son système de représentation, mais aussi dans la nécessité de coopérer avec les autres et de prendre en compte leur point de vue. Le processus est enclenché par un engagement de chaque acteur dans l'action qui rend pertinent ou non des objets ou des relations jusque-là non perçus. Ces nouvelles perceptions doivent être intégrées dans les conceptions et systèmes de représentation de chaque acteur, quitte à les bouleverser, non sans résistance.

En outre, tout cela se passe dans un contexte de transition paradigmatique où l'ancien paradigme anthropocentrique montre de plus en plus ses limites et où le nouveau paradigme écologique n'est pas encore construit.

La dynamique définitoire n'est finalement pas qu'une histoire de concepts et de mots : partie intégrante de l'engagement des acteurs dans l'action, elle transforme le monde, elle transforme les acteurs et les relations.

Bibliographie

Berger P. L. & Luckmann T. (1966). trad. fr. (1986). *La construction sociale de la réalité*, Armand Colin, coll. Références . rééd. (1997).

Charaudeau P. (2011), *Les médias et l'information, L'impossible transparence du discours*. De boeck, Ina Editions, 2ème édition.

Ledouble H. (2019). Vulgarisation Scientifique et Médiatisation de la Science : Instabilité terminologique dans le domaine de la lutte biologique. *Terminology. International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication* 25 (1), p. 60−92. https://doi.org/10.1075/term.00028.led.

Meyer I. (2001). Extracting knowledge-rich contexts for terminography - A conceptual and methodological framework. In Bourigault, D, C. Jacquemin et M.-C. L'Homme (Eds) *Recent Advances in Computational Terminology*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, p. 279-302.

Pecman M. (2018). *Langue et construction de connaisSENSes. Energie lexico-discursive et potentiel sémiotique des sciences*. Paris, Editions L'Harmattan.

Quéré L. (1991). D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique. *In: Réseaux*, volume 9, n°46-47. *La communication* : *une interrogation philosophique*, p. 69-90.

CHAPITRE 4

SIC ET RECOMPOSITIONS PROFESSIONNELLES

Les SIC entre espaces scientifiques et espaces socioprofessionnels, du paradigme originel à la maturité disciplinaire

The SIC between scientific and socio-professional spaces, from the original paradigm to disciplinary maturity

Laurent Morillon, Céline Paganelli, Olivier Galibert
Professeur.e.s., des universités en sciences de l'information et de la communication
Université des Antilles, Lc2s (Umr 8053)
laurent.morillon@univ-antilles.fr
Université Paul-Valéry Montpellier 3, Lerass (Ea 827)
celine.paganelli@univ-montp3.fr
Université de Bourgogne, Cimeos (Ea 4177)
olivier.galibert@iut-dijon.u-bourgogne.fr

Mots clefs : espaces socio-professionnels, espaces scientifiques, discipline, santé

Keywords: socio-professional spaces, scientific spaces, discipline, health

Résumé

Les sciences de l'information et de la communication sont originellement liées aux milieux de la pratique et échangent aujourd'hui encore avec eux. C'est à partir de deux projets de recherche dans le domaine de la santé que nous étudions certaines des articulations et influences croisées lors de la rencontre d'espaces de la recherche et d'espaces socio-professionnels. Nous identifions des processus à l'œuvre et des influences vis-à-vis des connaissances développées. Nous concluons par une réflexion sur la posture épistémologique de la discipline.

Summary

Information and communication sciences were originally linked to and still interact with the practice environment. Based on two research projects in the field of health, we are studying some of the articulations and cross-influences at the meeting of research and socio- professional spaces. We identify some of the processes at work and the consequences for the knowledge developed. We conclude with a reflection on the epistemological posture of the discipline.

Les SIC entre espaces scientifiques et espaces socioprofessionnels du paradigme originel à la maturité disciplinaire

Laurent Morillon, Céline Paganelli, Olivier Galibert

Les sciences de l'information et de la communication (SIC) sont nées des évolutions économiques, sociales, technologiques et culturelles des années 1970. Originellement liée aux professions et aux milieux de la pratique, la discipline échange abondamment, aujourd'hui encore, avec différents secteurs professionnels et sociaux. Alors que chercheurs et praticiens[1] sont plus que jamais incités par les pouvoirs publics à collaborer, nous souhaitons explorer ici cette dimension sociale de l'activité scientifique qui demeure peu explorée en SIC (Bernard, 2006). Complexes et riches, ces interactions sont pourtant potentiellement à l'origine de connaissances nouvelles mais également de risques pour la science, qu'il s'agisse de réductionnisme, de confusion, d'instrumentalisation, de compromission ou de marchandisation. Dans le cadre contraint de cette communication, nous nous concentrons sur certaines des articulations et influences croisées lors de la rencontre d'espaces de la recherche et socio-professionnels.

Lors de recherches impliquées, appliquées et/ou actions en SIC, nous nous demandons quels sont les processus à l'œuvre lorsque chercheurs et praticiens collaborent ? Quelles sont les interactionsconstitutives et les constructions communes ? Quelles sont, enfin, les conséquences vis-à-vis des connaissances développées ? Pour réfléchir à ces questions nous mobilisons deux projets de recherche menés dans le domaine de la santé.

Dans une première partie nous exposons certaines des articulations entre espaces de la pratique etde la recherche qui sont à l'origine des SIc ainsi que nos questionnements. Dans la deuxième nous présentons les deux terrains et la méthode mise en œuvre. Enfin, nous terminons par une présentation de certaines ambiguïtés et concluons par une réflexion sur la posture épistémologique de la discipline.

Questionner les articulations entre espaces scientifiques et socioprofessionnels

Si la relation au socioprofessionnel est à l'origine des SIC, elle induit, aujourd'hui encore, des questionnements scientifiques, conceptuels et pragmatiques majeurs.

La relation au socioprofessionnel, des origines des SIC à aujourd'hui

Les SIC apparaissent « *dans un contexte marqué par l'émergence de la communication comme proposition techno-socio-sémiotique accompagnant les* évolutions économiques, *sociales, technologiques et culturelles des années 1970* » (Bernard, 2006 : 1). Cette naissance prend appui sur des enseignements dans des formations professionnalisantes puis des départements consacrés à la formation aux métiers de l'information, de la

1 C'est essentiellement parce qu'il est de manière stéréotypée opposé au « théoricien », auquel peut être assimilé le chercheur, que nous retenons ici le terme de « praticien ». Il est considéré comme celui qui a la connaissance et l'usage de moyens pratiques nécessaires à l'exercice d'une activité.

documentation et de la communication. Ces cursus universitaires et diplômes spécialisés sont à l'origine soit relativement professionnalisés soit très professionnalisés (Meyriat, Miège, 2002). Dès leur création, les SIC sont donc liées à des professions, à des secteurs d'activité et à des champs de pratiques. La recherche semble reconnue plus tard (Guyot, 2004) et sera organisée « à partir des champs et des pratiques «littéraires*», mais aussi des domaines «*professionnels*», principalement dans un premier temps, les médias et les entreprises* » (Bernard, 2006 : 1).

Quarante ans après, les SIC demeurent un espace scientifique et pédagogique riche de zones de contacts et d'interfaces avec la société et les milieux professionnels. L'articulation entre espaces de la pratique et espaces de la recherche alimente la discipline (Jeanneret, Ollivier, 2004). Dès lors, l'analyse des pratiques sociales et professionnelles donne lieu à des participations croisées, àdes événements scientifiques et professionnels, qu'il s'agisse de médiation des savoirs ou de valorisation de la recherche, mais aussi à des signatures de contrats de recherche et/ou departenariats. Les résultats de ces recherches alimentent à la fois les pratiques professionnelles, lesécrits scientifiques et les enseignements. Au final, les SIC, sans être « inféodées » aux milieux socioprofessionnels, ne renient ni leurs ancrages sociaux, économiques et professionnels, ni les savoirs particuliers émanant de la pratique.

Or les débats épistémologiques, éthiques, théoriques, pratiques demeurent potentiellement vifs. Pour Miège et Meyriat, « *c'est dans leur origine même que se trouve la raison première des incertitudes et ambiguïtés qui affectent toute assertion sur leurs fondements théoriques. Or ce qui est* à *leur origine, c'est en priorité la volonté de répondre aux besoins de milieux professionnels* » (2002 : 53). Aujourd'hui encore, alors que les interactions avec les praticiens sont à considérer comme un bien pragmatico-théorique fondateur de la discipline, elles peuvent apparaître suspectes vis-à-vis des chercheurs dans certains champs (Le Moënne, Gallot, 2015). Dans une posture critique, des chercheurs refusent d'être instrumentalisés au profit d'intérêts propres. Au final, cette ambiguïté de la relation au praticien peut contribuer à des relations limitées voire difficiles (Jeanneret, Ollivier, 2004) et pourrait influencer la reconnaissance des SIC (Morillon, 2016).

Lorsque espaces de la recherche et socio-professionnels se rencontrent

Le fait scientifique n'étant pas une essence mais le résultat d'un processus (Latour, 1999), nous portons intérêt aux dynamiques du travail scientifique, à sa configuration dans l'action, à sa cognition en contexte et à ses liens avec l'organisation sociale. Nous considérons que le savoir estincarné, situé et distribué, ancré au-delà des laboratoires dans différents espaces sociaux, qu'il estsensible aux contingences de l'organisation du travail et aux finalités pratiques de multiples acteurs. Adoptant une posture réflexive distanciée, nous étudions certains des phénomènes à l'œuvre lors de la rencontre d'espaces de la recherche et d'espaces socio-professionnels. Nous retenons les espaces ponctuels initiés lors de recherches impliquées, appliquées et/ou actions qui font se rencontrer des visées et des pratiques distinctes influencées par des enjeux économiques etsociaux spécifiques. Ces espaces sont des lieux riches de potentiels traductions, négociations, compromis épistémologiques et méthodologiques. Ils sont susceptibles de participer à des fertilisations croisées tout autant qu'ils peuvent être sources de confusions entre recherche,action, consultance, expertise, réalisation avec recherche. Ils peuvent donc influencer la disciplineet sa reconnaissance.

Quels sont les processus à l'œuvre lorsque chercheurs et praticiens collaborent ? Quelles sont les interactions constitutives et les constructions communes ? Quelles sont, enfin, les conséquences vis-à-vis des connaissances développées ? Il ne s'agit pas ici d'ouvrir un débat sur la marchandisation du savoir dans une société organisée selon un modèle économique et politique néolibéral, ni de nier les risques propres à ce type de recherche. Nous souhaitons plus modestement contribuer aux réflexions sur l'institutionnalisation des SIC, en les étayant par des considérations épistémologiques, théoriques et pragmatiques sur l'un de ses fondements. Il s'agira également de penser les apports de ce lien ontologique de la discipline avec le monde socio-économique pour la production de connaissances scientifiques valides et utiles y compris dans une perspective critique et émancipatrice.

Deux terrains de recherches dans le domaine de la santé

Pour nourrir ces réflexions, nous mobilisons deux recherches menées dans le domaine de la santé.Celui-ci nous semble en effet révélateur d'enjeux forts, que ce soit au niveau sociétal, réglementaire, institutionnel-organisationnel ou individuel. En outre, les organisations de santé nous semblent être des acteurs relativement importants de la demande sociale en SIC.

Le premier terrain *#AIDS Analyse Information Dangers Sexualité : détecter les conduites* à*risques via/dans les médias sociaux* a été financé en 2017 par l'ANRS[2] et a réuni des chercheursen SIC et en informatique, ainsi que des acteurs de la santé et de la prévention. L'objectif était l'analyse des contenus échangés sur le forum de SIDA INFO SERVICE de manière à identifier les discours relatifs aux questions de sexualité, de consommation de produits illicites et à faire

émerger des comportements à risque ainsi que les facteurs liés à la *prise de risque.* Ce projet est né d'une demande de médecins du CHU de Montpellier et des membres de SIDA INFO SERVICE intéressés par « connaître ce que révélaient les médias sociaux en matière de *comportements à risque* »*,* considérant que certains discours leur échappaient et qu'Internet pouvait révéler des informations auxquelles ils n'avaient pas/plus accès dans les centres de soin ou de prévention. Suite à cette première rencontre, un groupe de travail a été constitué et a obtenu un financement de 20 000 euros de l'ANRS. Si l'objectif était le repérage de comportements à risque ainsi que de facteurs conduisant à cette prise de risque, le projet visait également à s'interroger sur la manière dont les SIC d'une part, et l'informatique d'autre part, dialoguent pour combiner leurs approches méthodologiques voire pour co-produire de nouvelles méthodes d'analyse et de traitement.

Le second terrain est un partenariat de recherche entre un laboratoire de SIC et une *start-up* développant un portail web communautaire d'éducation thérapeutique à destination des malades atteints d'obésité. Certains patients sont orientés vers un acte chirurgical appelé « opération bariatrique ». Ces opérations, par exemple la pose d'un anneau gastrique, nécessitent un suivi post-opératoire important car les rechutes, caractérisées par une reprise de poids, sont fréquentes.

Ainsi, cette pathologie chronique implique des suivis nutritionnel, physiologique et psychologique sur le long terme. L'information nécessaire au patient pour mieux appréhender, sa thérapie, liée ou non à l'acte

2 Agence Nationale de Recherches sur le SIDA et les hépatites virales.

chirurgical, est primordiale. Elle lui permet, ainsi qu'à ses proches- aidants, d'accepter la mise en place de logiques nutritionnelles contraignantes. Elle permetégalement de mieux percevoir les changements corporels radicaux induits et vise à encourager une forme d'estime de soi propice à l'acceptation d'un parcours de soin long. Dans cette perspective, la plateforme EMNO-Line souhaite expérimenter des outils numériques participatifs et collaboratifs afin de constituer une « communauté » de patients mais également d'aidants en ligne.

Pour les besoins de cette communication, nous avons constitué un corpus de tracesinteractionnelles « produites pour » ou « co-produites avec » les professionnels de santé : courriels, comptes rendus de réunions, contrats, rapports scientifiques, etc. Il ne s'agit pas à proprement parler d'une approche ethnographique préparée et planifiée, impliquant un travail archivistique et méthodique envisagé *ex ante* dans un dispositif empirique préalablement validé, mais d'une forme de processus anthropologique sensible, mobilisant à la fois des documents à visées fonctionnelles et une forme de réflexivité tentant d'éviter des effets de rationalisation *a posteriori*.

Chercheurs et praticiens : une relation ambiguë riche de potentialités

Une lecture *a posteriori* du corpus permet de relever les éléments saillants vis-à-vis de notre problématique, de l'origine des projets aux ambiguïtés vécues.

L'origine des projets : une dynamique de construction commune

A l'origine du projet #AIDS, ce sont des professionnels qui sollicitent les chercheurs. Pour autant, si les praticiens exprimaient une demande, ils n'ont pas été des commanditaires au sens traditionnel (ils n'ont notamment pas financé la recherche), mais se sont positionnés comme des partenaires impliqués dans le projet, qui apparaît dès lors comme une recherche partenariale. Cette démarche de commande, portée par les praticiens, pourrait amener à conclure que lechercheur se voit imposer des objets de recherche par l'agenda socio-économique et les préoccupations des professionnels. Mais, dans le cas présent, la co-construction partenariale incite davantage à considérer que chaque acteur y trouve son intérêt et fait du projet un espace d'échanges laissant à chacun une place singulière.

Porté par une enseignante-chercheure en SIC, #AIDS impliquait ainsi trois types d'acteurs : quatre chercheurs en SIC (LERASS et GRESEC) et en informatique (LIRMM), des médecins du COREVIH et des membres de SIDA INFO SERVICE Montpellier. Les interactions entre praticiens et chercheurs sesont situées en amont et en aval du travail de recherche proprement dit, soit une analyse d'un corpus de données issues d'internet. En amont, les deux catégories d'acteurs ont réfléchi ensemble au recueil du corpus et aux hypothèses guidant l'analyse des données. Ils se sont ainsi positionnés comme partenaires dans la définition des objectifs et la constitution de corpus. La phase d'entretiens, en fin de projet, a redéfini ce lien, resituant le chercheur et le praticien dans l'interaction sociale qu'impliquent les entretiens de recherche (Clavier et Paganelli, 2017).

Dans le cas d'EMNO-line, tout comme pour le projet #AIDS, l'initiative du partenariat revient à l'acteur du monde socio-économique. Les compétences scientifiques du laboratoire « ciblé » ont été préalablement

identifiées. Les chercheurs en SIC sont invités à recenser et analyser les usages existants autour du groupe Facebook préfigurant la plateforme en création, ainsi que les usages à venir de ce futur dispositif de médiation des savoirs médicaux en ligne. Dans une logique de recherche-action, les chercheurs se proposent également d'envisager les modalités de *community management* à mettre en place et les conséquences en termes de professionnalisation dans le secteur de la santé. Le cahier des charges du *community management* expérimental instrumentalise le modèle idéal de la communauté virtuelle (Galibert, 2016 a) : une animation communautaire basée sur la promotion d'interactions raisonnée et raisonnable (éthique de la discussion), généreuse et altruiste (logique de don) et soucieuse de développer l'estime de soi et de lutter contre une forme de mépris « grossophobe » (logique de la reconnaissance).

Ainsi, les hypothèses de recherche formulées dans des travaux précédents (Galibert et Masselot, 2015) sont réinterrogées dans un nouveau contexte organisationnel et dans un secteur d'activité particulier. Elles ne sont donc pas spécifiquement inféodées à la demande sociale mais apportent une réponse potentielle aux interrogations des praticiens : comment un dispositif de communication partagée peut participer de la construction d'une relation pérenne entre patients, aidants et soignants, au bénéfice de la réussite thérapeutique ? Dès la première rencontre avec le soignant responsable de la création d'entreprise et de la plateforme numérique d'éducation thérapeutique, le projet d'une recherche doctorale avec une CIFRE[3] est évoqué. De manière préparatoire, un stage de Master 2 Recherche de quatre mois doit permettre de comprendre les logiques info-communicationnelles de médiation des savoirs et de soutien social du groupeFacebook. Ce dernier donne en effet accès à des pratiques professionnelles innovantes de la part des infirmières impliquées qui font office de *community manager*.

La nécessité d'une communauté autour d'un objectif partagé

Dans le champ de la santé, le cas du VIH/SIDA présente des particularités. En effet, la communauté professionnelle qui travaille sur ce virus est composée d'acteurs institutionnels, de professionnels de santé, d'associations militantes. Certains d'entre eux en sont des « acteurs historiques ». Des personnes atteintes du virus participent également de cette communauté d'experts. Le rôle des professionnels au sein du projet est ainsi indispensable pour accompagner dans la compréhension du contexte des chercheurs qui peuvent, en outre, se sentir peu légitimes àtravailler sur cette question. Récemment, dans la thèse qu'elle a soutenue en SIC sur la préventiondu VIH/SIDA, Cécile Loriato (2020) formule le même constat. Ainsi, la présence d'acteurs reconnus dans la communauté (le COREVIH et SIS) a été un soutien important pour obtenir le financement demandé. Il est en effet apparu assez clairement que les projets financés par l'ANRS impliquaient des partenaires institutionnels ou associatifs engagés dans la prévention et dans la lutte contre le VIH/SIDA.

Dans le cadre du projet EMNO-Line, les interactions entre chercheurs et praticiens constituentune part importante de la matière empirique récoltée. C'est ainsi que le projet de recherche interroge la professionnalité de soignants *community manager*, spécialistes de la médiation de savoirs numériques en santé, qui doivent à la fois accompagner les contenus biomédicaux de la plateforme, mais également mobiliser les savoirs expérientiels des patients. Il y est également question d'identification, de formation et d'instrumentalisation de patients experts venant appuyerla dimension communautaire du dispositif. Les associations de

3 Convention Industrielle de Formation par la REcherche

patients, ainsi que d'autres acteursinstitutionnels sont également impliqués dans l'activité de l'entreprise qui initie le projet de R&D. Mais nous ne pouvons pas affirmer l'existence d'une communauté professionnelle élargieà tous ces acteurs. Néanmoins, il est fortement souhaité par le porteur entrepreneurial du projet d'intégrer les chercheurs dans l'activité des professionnels de la conception de la plateforme, du design ou de l'animation communautaire en ligne. Cette intégration, si elle facilite le lien « chercheurs-praticiens » tout en permettant l'accès privilégié au matériau empirique, n'en est pasmoins un risque de dilution de la réflexivité critique dans l'impératif d'efficacité stratégique.

Des ambiguïtés de résultats attendus

Pour le projet #AIDS, les praticiens semblaient espérer que les analyses permettraient, peut-être parce que des informaticiens étaient associés au projet, de dégager des tendances précises et feraient émerger, de manière significative, des comportements à risque et les facteurs de ces comportements. Les discours autour du *big data* laissent en effet entendre que les traces du web peuvent être analysées de manière massive, par des outils automatiques. Ainsi, le développement des méthodes d'analyse des données permettrait la production de connaissances « quibénéficierait des vertus du quantitativisme et du calcul » (Schmitt, 2015). Analyser massivement des traces numériques conduirait donc à des connaissances objectives sur lesquelles les soignants et acteurs de la prévention pourraient anticiper les demandes des patients et leur proposer des actions plus adaptées. Si cette perspective peut réunir les médecins et informaticiens, elle est en revanche discutée en SIC, et plus largement en SHS, où la question du *big data* est envisagée de manière critique (Bourdeloie, 2013).

Cette ambiguïté a été renforcée par le caractère interdisciplinaire du projet qui réunissait des chercheurs en informatique et en SIC. La collaboration a été fructueuse mais n'est pas allée de soipuisque ce sont les professionnels qui l'ont initiée. Ainsi, elle a imposé aux chercheurs de chaquediscipline de se rencontrer, de prendre connaissance de leurs travaux respectifs et *habitus* scientifiques (Clavier et Paganelli, 2019). Pour les professionnels, la question de l'appartenance disciplinaire a très peu d'importance et l'enjeu est alors, pour les scientifiques, de réussir cette interdisciplinarité en confrontant concepts et méthodes respectives, dès lors qu' « impliquer des chercheurs de disciplines différentes dans un même programme de recherche n'est pas une garantie d'interdisciplinarité » (Charaudeau 2010 : 16).

Pour EMNO-Line, le périmètre d'action du chercheur en SIC est également perçu de manière pluslarge par les commanditaires. La demande socio-économique attribue au chercheur des compétences qu'il n'a pas. Alors que la démarche de recherche est basée, dans une logique toute cartésienne, sur le doute méthodique, l'investissement des commanditaires appelle des solutions opérationnalisables à court terme. Le partenaire industriel, comme les professionnels qui composent son organisation, vont systématiquement inciter le chercheur à élargir sa zone de compétence légitime. Il se doit alors de faire accepter au commanditaire le processus de négociation de son espace-temps spéculatif.

Le partenariat a permis au chercheur de se positionner comme un acteur du terrain qu'il construit.Cette implication ne nous semble pas gêner les analyses à venir, ni même la dimension critique des problématiques et des conclusions qui seront tirées. Mais il est clair que la négociation de ce que nous pourrions qualifier de « nécessité spéculative » (en opposition à la « nécessité fonctionnaliste » portée par la demande sociale)

est un mode relationnel qui ne s'épuise pas à la « simple » rédaction du projet de recherche déposé pour obtenir la CIFRE. Cette négociation, si elle doit être accueillie par le chercheur désireux de bénéficier des avantages de la recherche partenariale, implique sa vigilance permanente. C'est ainsi que l'étudiante du Master, formée auxtechniques et outils de la communication numérique, a été sollicitée pour accompagner la phase de développement de la plateforme. Le risque est alors grand d'institutionnaliser la confusion fonctionnaliste en acceptant une situation qui par ailleurs stabilise le partenariat et assure l'engagement du partenaire industriel dans le contrat doctoral à venir. Ainsi, le directeur de recherche, tout en bénéficiant d'une proximité forte avec le commanditaire dans la constructionde son activité, doit se tenir à distance et sacraliser des espaces de réflexivité sans cesse à renégocier.

Des ambiguïtés de temporalités

Malgré la durée, courte, du projet #AIDS, financé sur une seule année, les chercheurs ont choisi de privilégier le temps long permettant une mise à distance, des allers-retours, des ajustements notamment méthodologiques. Face à eux, les praticiens, dans le champ de la santé comme dans d'autres, sont dans l'urgence et espèrent des retombées rapides qu'ils pourront intégrer dans leurspratiques. La restitution des résultats au financeur a clairement mis en lumière ce décalage. Les chercheurs, médecins, acteurs de la prévention voient les problématiques se succéder notamment en ce qui concerne les populations les plus touchées et les comportements à risque. S'ils sont intéressés par les recherches en SHS, ils attendent, le plus souvent, des résultats directement exploitables dans leurs pratiques professionnelles.

En ce qui concerne EMNo_Line, la durée du projet, marquée par la temporalité du doctorat, s'inscrit dans un moyen terme à l'échelle scientifique, et un long terme à l'échelle industrielle.

Ainsi, comme pour le projet #AIDS, l'urgence de résultats empiriques est de mise. Il s'agit ici par exemple d'administrer, dès le démarrage de la recherche, un questionnaire en ligne à destination de tous les usagers membres de la communauté EMNo, pour identifier, analyser et comprendre leurs pratiques et leurs représentations pour orienter l'animation communautaire et le design de la plateforme.

La temporalité longue de la recherche constitue un élément non-négociable de la méthode scientifique. Les enjeux économiques qui président aux actions du praticien impliquent une réactivité de tous les instants. Si l'incompressibilité temporelle est gage d'une forme de réflexivité constitutive des particularités de l'innovation par la recherche, il nous semble tout à fait possible de faire part aux praticiens de tendances quant à des terrains en cours de traitement sous la forme d'hypothèses de recherche à consolider. Ces hypothèses peuvent permettre l'orientation des actions opérationnelles des professionnels dans l'organisation partenaire. Mais, ce faisant, ces actions peuvent modifier la réalité empirique observée. Ainsi, cette stratégie visant à faire taire les tensions temporelles entre chercheurs et praticiens peut rapidement commander une forme de recherche-action qui se doit d'être pensée épistémologiquement dès la construction du projet scientifique.

Pour conclure : une posture épistémologique « sécularisée »

Les SIC sont aux prises avec des disciplines plus anciennes et/ou plus connues. Elles sont considérées par certains de leurs détracteurs comme une « *discipline aux frontières mouvantes, tantôt attirée vers des préoccupations gestionnaires, tantôt vers des préoccupations techniques ou méthodologiques* » (Guyot, 2004 : en ligne). Ces critiques s'alimentent, entre autres, de la porosité des zones de légitimité et des logiques d'actions lorsque des chercheurs développent des compétences opérationnelles et que des praticiens acquièrent une réflexivité critique. Or, les chercheurs impliqués sur les deux projets sont conscients des attentes opérationnelles et stratégiques que leur discipline suscite, mais ne sont pas naïfs sur les risques d'instrumentalisation. Sans occulter les enjeux économiques, les stratégies d'acteurs ou encore certaines des tensions, ils inscrivent leurs actions dans une éthique scientifique garante de l'indépendance des résultats produits. Au final, nous estimons que les SIC ont développé une posture épistémologique « sécularisée », qui prend en compte de manière réflexive les stratégies d'acteurs des partenaires. La discipline nourrit les pratiques professionnelles autant qu'elle se nourrit des processus qu'elle étudie. L'un des signes fort de sa maturité est justement d'avoir émergé au cœur de cette tension entre pratique et recherche, d'avoir dépassé certains reproches en accumulant hypothèses et résultats sans renoncer à interroger ses liens avec la demande sociale (Galibert, 2016 b). Pour autant, nous estimons qu'il serait préjudiciable d'asservir la production de connaissances scientifique à la logique partenariale. Le risque serait d'appauvrir les problématiques en empêchant l'émergence de travaux critiques et/ou de rupture.

Bibliographie

Bernard F. (2006). Le laboratoire des sciences de l'information et de la communication. Entre prise, emprise et déprise des pratiques en information et communication. XVe congrès de la SFSIC. *Questionner les pratiques d'information et de communication. Agir professionnel et agir social*. Bordeaux, mai, p.1-17.

Bourdeloie H. (2013). Ce que le numérique fait aux sciences humaines et sociales. *Tic&société*. Vol. 7, n° 2, 2ème semestre, en ligne : http://journals.openedition.org/ticetsociete/1500

Charaudeau P. (2010). Pour une interdisciplinarité « focalisée » dans les sciences humaines et sociales. *Questions de communication*. n°17, p.195-222.

Clavier V. & Paganelli C. (2017). Une approche méthodologique croisée du traitement des données de la recherche : le cas d'un corpus d'échanges issus de médias sociaux dans le domaine de la santé. *Colloque COSSI 2017, Méthodes et stratégies de gestion de l'information par les organisations : des "*Big Data*" aux "*Thick Data*",* Université McGill, Montréal, Canada, 11-12 mai.

Clavier V. & Paganelli C. (2019). L'ouverture des données de la recherche dans le cadre d'un projet pluridisciplinaire entre SIC et informatique : le cas des médias sociaux de santé. *Etudes de communication*. n°52, p.117-136.

Galibert, O. & Masselot, C. (2015). « Discrimination numérique et résilience socio-écologique ». Dans Galibert, O. (dir.) : *Territoires urbains en transition : un quartier populaire en résilience socio-écologique*. Collection Sociétés. Editions Universitaires de Dijon. Dijon. p. 123-140.

Galibert O. (2016 a). Le Community Management : une instrumentalisation de l'espace public, de la lutte pour la reconnaissance et de la logique de don. *Communication et Management*. n°2/2015, Editions Eska, Paris, p. 130-141.

Galibert O. (2016 b). Exploration des enjeux de la demande sociale pour les SIC. *Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication*. n°8, en ligne : https://doi.org/10.4000/rfsic.1902

Guyot B. (2004). Sciences de l'information et activité professionnelle. *Hermès*. n° 38, en ligne : www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-38.htm

Jeanneret Y. & Ollivier B. (2004). Faire des SIC : praxis, méthodes, pratiques, *Hermès*, « Les sciences de l'information et de la communication ». n° 38, en ligne : http://hdl.handle.net/2042/9437

Latour B. (1999). *Politiques de la nature. Comment faire entrer les sciences en démocratie*. Paris, Éditions La Découverte, collection Armillaire.

Le Moënne C. & Gallot S. (2015). Les recherches en communication organisationnelle en France : quelques éléments de bilans et de perspectives. *Communiquer*. n° 13, p. 123-143, en ligne : http://communiquer.revues.org/1586#ftn2

Loriato C. (2020). *La prévention du VIH/sida en mutation dans l'espace public : quelle appropriation des recommandations ? Ethnographie d'une arène numérique de discussion sur la PrEP*. Thèse en Sciences de l'information et de la communication, Université Paris Créteil.

Meyriat J. & Miège B. (2002). Le projet des Sic : de l'émergent à l'irréversible (fin des années 1960 - milieu des années 1980). Dans : Boure B. (dir.), *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*. Lille, Presses universitaires du Septentrion, p. 45-70.

Morillon L. (2016). *Quand chercheurs et praticiens interagissent. Une mise en rapport dialogique de l'*épistémè *et de la* praxis *en communication des organisations-organisationnelle*. Mémoire d'habilitation à diriger des recherches en trois volumes. Université Paul Sabatier, Toulouse 3.

Schmitt É. (2015). L'ambiguïté épistémologique des big data : le cas de la donnée web en sciences sociales. Dans : Broudoux E. (éd.), *Big Data - Open Data : Quelles valeurs ? Quels enjeux : Actes du colloque « Document numérique et société »*, Louvain-la-Neuve, Belgique, De Boeck Supérieur, p. 43-53.

Le journalisme scientifique : un sous-espace professionnel en dé-différenciation ?

Scientific journalism: a professionnal field in process of de-differentiation ?

Faïza NAÏT-BOUDA, Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication
Faiza.nait-bouda@univ-cotedazur.com

Nicolas PELISSIER, Professeur en sciences de l'information et de la communication
Université Côte d'Azur, Laboratoire SIC.Lab Méditerranée
Nicolas.pelissier@univ-cotedazur.com

Mots-clés : Journalisme scientifique ; sous-espace socio-professionnel ; science ; dé- différenciation ; re-configuration

Keywords: Scientific journalism; socio-professional sub-area; science; de- differentiation; re setup

Résumé

Le journalisme scientifique n'a jusqu'ici bénéficié que d'un intérêt limité des chercheurs français en SIC, à l'image de la place marginale que les rédactions généralistes tendent à lui accorder. Ce texte propose de réinterroger à nouveau frais le journalisme scientifique en France à l'aune de la reconfiguration à l'œuvre, laquelle bouscule l'écosystème dans lequel ces journalistes évoluent, et conduit à des réajustements dans les modalités de position, de représentation et de pratique de ce sous-champ spécialisé qui apparaît soumis à un processus de dé-différenciation.

Abstract

Scientific journalism did not interest much French researchers in Information et communication sciences, as much as the marginal place that media give it. This paper aims to question scientific journalism in France in the light of the reconfiguration at work, which is shaking up the ecosystem in which these journalists contribute, and leading to readjustments in position, representation and practices of thisspecialized sub-field which appears taken in a process of de-differentiation.

Le journalisme scientifique, un sous-espace professionnel en dé-différenciation ?

Faïza Naït-Bouda, Nicolas Pélissier

Le journalisme scientifique n'a jusqu'ici bénéficié que d'un intérêt limité des chercheurs français en SIC, à l'image de la place marginale que les rédactions généralistes tendent à lui accorder. Les travaux recensés se sont plus intéressés aux conditions de production de l'information spécialisée qu'aux modalités de structuration et d'entretien des frontières de ce sous-espace qui y est le plus souvent présenté comme « *en crise* » (Wolton, 2014), exposé à d'importantes lacunes, voire « *abandonné* à [son] *sort* » (Secko, 2012, 50).

En effet, les mutations récentes de l'écosystème dans lequel ces journalistes évoluent ont eu des répercussions sur les modalités de position, de représentation et de pratique de ces acteurs, si l'on reconnaît toutefois qu'ils restent soumis aux évolutions de l'univers social qu'ils couvrent (Marchetti, 2002). Le numérique a constitué une source de renouvellement et d'ajustement des codes, des normes et des valeurs animant l'espace scientifique. Son expansion a surtout révélé un regain d'intérêt porté par les publics au fait scientifique qui, à l'épreuve de sa mise en récit et de sa médiatisation élargie sur les réseaux, se renouvelle dans ses formes, ses contenus et tend désormais à devenir le fruit d'une coproduction. En témoignent les nombreux appels à projet de recherche tournés vers les sciences ouvertes et participatives.

Dès lors, se dessine une reconfiguration des rapports sociaux à l'œuvre entre acteurs de la science, des médias et de la société civile. L'intensification des concurrences entre producteurs, médiateurs et vulgarisateurs de la science révèle d'importantes transformations sociales et culturelles découlant de la transformation numérique (Boure, Lefebvre, 2015). Celle-ci a effectivement influencé les modalités d'engagement et les répertoires d'action des acteurs traditionnels contribuant au rayonnement de la science, en premier lieu de ce « *troisième homme* » (Miège, 1996 : 154) qu'incarne le journaliste spécialisé. Chercheurs, professionnels des médias et acteurs de la société civile partagent et rendent visibles en ligne leurs préoccupations pour l'intégrité et la véracité de l'information scientifique, à l'image de celle initiée en 2019 par *NoFakeScience*.

Les chercheurs eux-mêmes, tout comme leurs institutions, s'approprient de nouveaux espaces de médiation en ligne, sachant que ces pratiques de publicisation de la science (Cartellier, 2010) court-circuitent parfois le rôle de « passeur » (Tristani-Potteaux, 1997) du journaliste spécialisé. Au-delà de l'investissement réévalué d'acteurs traditionnels de la culture scientifique, de nouveaux agents contribuent désormais à la production et la médiatisation de la science, invitant les acteurs traditionnels à nouer avec eux des relations de plus en plus étroites, coercitives ou coopératives.

Ces évolutions conduisent à interroger les transformations de l'univers social de la science au prisme des journalistes spécialisés. Comment la reconfiguration en cours redéfinit-elle le rôle, les représentations et les pratiques du journaliste scientifique ? Et comment se redistribuent les légitimités liées à la médiatisation du fait scientifique ?

Le concept de « dé-différenciation » proposé par Scott Lash (1990) offre une grille de lecture pertinente quant à l'analyse des formations des sous-espaces professionnels et de leurs contours, tel que celui du journalisme scientifique contemporain. Si son analyse se cantonne au champ culturel, elle présente néanmoins l'intérêt de corroborer les observations faites par les chercheursen SIC quant aux mutations socio-professionnelles au sein des industries culturelles et créatives.

Pour éprouver le bien-fondé d'une transposition de ce concept à notre objet d'étude, nousmobilisons une combinaison de matériaux permettant d'observer les tensions concurrentielles que les journalistes spécialisés expérimentent, et de déceler des indicateurs de positionnement autant que de position de ces agents face aux sources, aux publics et aux concurrents. Une analyse du corpus de discours recueillis lors d'une quinzaine d'entretiens semi-directifs menés entre janvier et février 2020 avec des journalistes scientifiques de presse écrite et/ou presse en ligne, exerçant la spécialité depuis au moins quinze ans, aidera à dégager un retour rétrospectif quant à l'évolution des pratiques et des positionnements depuis l'expansion d'Internet. Deséchanges avec d'autres acteurs impliqués dans le rayonnement de l'information scientifique, toutcomme les tribunes démultipliées ces dernières années autour des problématiques liées à la médiatisation de la science, sont venus enrichir notre réflexion.

La première partie de cette contribution observera l'évolution de l'intérêt porté au sous-espace professionnel du journalisme scientifique en lien avec des transformations sociales et sociétales. Dans la partie suivante, à la lumière des résultats de l'enquête empirique menée, le processus de « dé-différenciation » du journalisme scientifique sera questionné comme source d'une remise encause de la légitimité de ce sous-espace au profit de l'expertise d'acteurs concurrents, y compris de citoyens ordinaires.

Le journalisme scientifique : un sous-espace du journalisme spécialisé en quête de légitimité

Le journalisme scientifique apparaît comme une spécialité en plein essor. Cependant, la quête de légitimité de ce sous-espace professionnel semble bousculée par un processus de dé- différenciation remettant en cause sa position symbolique dans l'espace public.

L'essor du journalisme spécialisé au sein des industries médiatiques

Le journalisme spécialisé tient des origines anciennes remontant aux premières formes de journaux imprimés dans les grandes cités marchandes de l'Europe de la Renaissance pour capter,rédiger et diffuser des « nouvelles » essentiellement économiques et financières. Quant à lapresse généraliste qui voit le jour avec les *gazettes* du XVIIème siècle, son découpage en*rubriques* donne naissance à des esquisses de spécialisation dans le traitement de l'information d'actualité. La presse magazine ne se développera qu'au XXème siècle, sous l'impulsion de nouvelles pratiques de consommation, et continuera sa progression, malgré un contexte économique de crise structurelle affectant l'ensemble du secteur de la presse imprimée. Cette presse a su progressivement imposer sa marque de fabrique spécifique : profilage affiné du lectorat à l'appui de techniques marketing ; part croissante des annonces ; rationalisation et flexibilité de la production, etc. D'autres médias se sont inspirés de ces stratégies, qu'il s'agisse des radios, des chaînes de télévisions thématiques (câble,

satellite ou TNT) et des sites d'information spécialisés (technologies, santé, etc.) ou des milliers de blogs réalisés avec un degré d'expertise croissant.

Parallèlement, la montée en puissance du journalisme spécialisé, qui va de pair avec une demande d'expertise croissante dans les médias et l'espace public (Tavernier, 2011), a suscitédes débats sur les vertus et limites de cette forme de journalisme, comparativement au modèle canonique du journaliste polyvalent et généraliste. Les défenseurs prônent la maîtrise des dossiers techniques, des codes et langages de chaque spécialité, le contact privilégié avec un nombre sélectif de sources, les capacités renforcées de traitement de la complexité du réel, avec au final un meilleur rempart contre la prolifération des *fake news*. Les détracteurs, eux, insistent sur les risques accrus de dépendance vis-à-vis d'un nombre limité de sources et d'annonceurs, d'enfermement intellectuel et social au sein d'un microcosme souvent cloisonné, mais aussi de pression plus forte de la concurrence, avec une précarisation des trajectoires et statuts professionnels. Autant de limites qui expliquent le paradoxe suivant : alors que les médias spécialisés sont globalement prospères et emploient la majorité des journalistes français, les nouveaux entrants sur le marché du travail ont tendance à négliger ces médias au profit de médias généralistes en récession, mais plus porteurs de consécration socio-professionnelle. Pour autant, si l'essor du journalisme spécialisé est l'un des phénomènes majeurs des industries médiatiques contemporaines, ce phénomène ne semble pas avoir suscité l'attention qu'il aurait méritée ducôté des chercheurs.

Le journalisme scientifique : une spécialité professionnelle encore peu étudiée

L'intérêt de la recherche académique pour le journalisme spécialisé apparaît tardif dans les SIC francophones, qui explorent différents segments journalistiques à compter des années 1990, à l'instar du journalisme politique (Champagne, 1995 ; Neveu, 1997), du journalisme économique (Duval, 2000) ou encore du journalisme social (Lévêque, 2000). Exception faite du journalisme médical (Marchetti, 1997), les recherches se focalisent sur des spécialités jugées plus « nobles » dans le journalisme de presse écrite.

Le prolongement de l'analyse des « *sous-champs du journalisme spécialisé* » (Marchetti, 2002) établit les contraintes internes (hiérarchies des spécialités, concurrence et collaboration entre acteurs, socialisation au microcosme professionnel), mais aussi externes (relations aux sources, annonceurs, publics, etc.). Ainsi, « *c'est en analysant les transformations des champs considérés et leurs relations que l'on peut comprendre plus complétement les productions journalistiques, notamment dans les espaces les plus spécialisés* » (*Ibid.,* p. 50). D'autres travaux s'inspirent de cette proposition scientifique, en investissant des spécialités jugées moins prestigieuses ou plus marginales, à l'instar de Riutort (2002) ou Laville (2007). Cet intérêt pour les spécialités tend néanmoins à faiblir dans la recherche française au cours de la décennie suivante[1]. Ce constat fait pour le journalisme spécialisé en général, s'applique au cas particulier du journalisme scientifique.

Les recherches sur cette spécialité émergent, elles aussi, dans les années 1990, marquées par la médiatisation de certains événements porteurs de polémiques dans l'espace public français(affaire du sang contaminé, « vache folle », etc.), mais également suite au succès des programmes télévisuels de vulgarisation scientifique au cours des années 1980. On dénote alors le développement d'un journalisme scientifique comme «

1 Sur les journalistes spécialisés dans le traitement des problèmes de banlieue (Sedel, 2012 : Berthaud, 2013), les journalistes localiers et correspondants de la PQR (Bousquet, 2015) ou encore les femmes reportères de guerre (Le Cam et Ruellan, 2019)

relativement autonome et qui n'est passans lien avec de nouvelles attentes suscitées par une médicalisation croissante et l'apparition d'attitudes critiques à *l'égard des médecins* » (Marchetti, Champagne, 1994 : 53). Entre autres travaux parus à cette époque, celui de Françoise Tristani-Potteaux (1997) se distingue nettement, en constituant un ouvrage de référence basé sur une enquête sociographique des journalistes scientifiques de la presse d'information.

Les chercheurs en SIC s'attachent par la suite à construire des problématiques liées à la vulgarisation et à la médiation scientifique. Les transformations éprouvées par le journalisme scientifique sont aussi étudiées à l'aune de la concurrence croissante d'acteurs non médiatiques auxquels sont confrontés les journalistes spécialisés (laboratoires, chercheurs, lobbyistes ousimples citoyens) dans le traitement d'une information scientifique sous influence (Pignard-Cheynel, 2003).

Au cours des années 2000, le moindre intérêt de la recherche francophone en SIC sur ces questions amène des chercheurs québécois à inviter à une « reproblématisation » du journalisme scientifique : « *le journaliste scientifique est-il un observateur neutre, un médiateur, un critique ou plutôt un vulgarisateur, un éducateur, voire, un promoteur de la science ?* […] *Comment intégrer, voire investir, les nouveaux médias ? Comment intéresser le public dans un contexte d'hyperconcurrence des messages ?* » (Brin et alii, 2012). Ces questions restent pour l'heure fondées, dans la mesure où aucune enquête d'envergure n'est venue réactualiser celle réalisée en 1997. C'est la raison pour laquelle, il nous semble opportun de réinterroger à nouveau frais le journalisme scientifique en France.

Cette reproblématisation implique de penser le journalisme scientifique en ne se limitant pas au seul sous-champ académique des *Journalism Studies*, mais en resituant ce journalisme spécialisé au sein de transformations plus larges de nos sociétés post-modernes. À cet effet, nous mobilisons le concept de dé-différentiation développé par le chercheur britannique Scott Lash.

Les sociologues de la modernité, depuis Weber jusqu'aux travaux plus récents de Giddens mettent en avant le principe de différenciation pour décrire le processus généralisé de séparation accrue affectant l'ensemble des domaines sociaux. Dans le cas du journalisme et depuis la fin du XIXème siècle, la revendication d'un professionnalisme journalistique par sa technicité a permis à ses promoteurs de se différencier d'autres activités socio-professionnelles par la mise en place progressive de frontières, symboliques et concrètes, avec d'autres espaces, tels que la littérature, la science ou la publicité (Ruellan, 2007). Relativement à la spécialité scientifique du journalisme, cette différenciation est relativement récente et demeure encore fragile. Pour mieux comprendre les ressorts de cette fragilisation, nous proposons une grille de lecture des transformations de ce journalisme spécialisé au travers du concept de dé-différenciation proposé par Scott Lash.

Cette proposition semble pouvoir s'appliquer au domaine du journalisme, à la lumière de nombreux travaux qui montrent l'interdépendance croissante entre cette activité sociale et d'autres activités connexes (Ringoot et Utard, 2005) ou encore la montée en puissance du citoyen « ordinaire » dans la production et diffusion de l'actualité (Schmitt ; 2012). Nous proposons de concevoir la présence du phénomène de dé-différenciation au sein du sous-espace du journalisme scientifique dans une triple dimension, chacune découlant de la précédente : une horizontalisation des rapports de pouvoirs, une « éclipse de l'aura » des journalistes scientifiques et une implication croissante de nouveaux acteurs dans la production/diffusion de l'information scientifique. En d'autres termes, l'horizontalisation des rapports sociaux (Demers, 2008) autour de la vulgarisation du

produit scientifique participe d'une confusion croissante des statuts, des rôles, mais aussi des pratiques socio-professionnelles et un nivellement des positions sociales. Cette « *rupture des frontières* » concourt à une « éclipse *de l'aura* » (Lash, op.cit.) des journalistes scientifiques en redistribuant les positions sociales.

Le journalisme scientifique : un sous-espace professionnel en dé- différenciation

La phase de dé-différenciation décrite par Lash est marquée par une porosité grandissante entre espace journalistique et espace social, signe d'une interpénétration (*colonisation*) entre champs sociaux. À cet égard, observer les modulations du sous-espace professionnel du journalisme scientifique ne doit pas faire l'économie d'un élargissement de la focale à l'ensemble des acteurs impliqués dans les circuits de l'information scientifique, de sa production à sa réception.

L'horizontalisation des rapports de pouvoir et les nouveaux circuits de l'information

En 1997, Françoise Tristani-Potteaux proposait une schématisation linéaire des circuits de la communication scientifique, amorcée par une zone de légitimation (chercheurs, institutions et éditeurs de revues scientifiques) et aboutissant à une zone de médiatisation avec le concours de l'appareil de vulgarisation et des médias. Une zone de controverses intervient en filigrane entre ces deux pôles, dans le cas d'un « court-circuit » volontaire ou non d'un chercheur. L'émergenced'Internet semble avoir bousculé cette conception ascendante du rapport entre producteurs de l'information scientifique et grand public. La zone de controverse s'est à la fois élargie et tend à se stabiliser sous l'impulsion des chercheurs eux-mêmes, de leurs institutions, mais également des publics.

Sous l'impulsion du numérique, les chercheurs se trouvent de plus en plus encouragés par leurs institutions d'appartenance à se rendre visibles sur le Web. Cette médiatisation directe peut conduire au court-circuitage de l'information scientifique à destination des journalistes et provoquer une zone de turbulence. Pour parer à ces risques, les services de communication des institutions scientifiques se sont professionnalisés, proposant des supports élaborés grâce à des moyens financiers et techniques de taille pour soutenir ces activités et en arrivant ainsi à se passer des journalistes. Plus encore, la professionnalisation des activités de communication au sein des institutions de recherche compte souvent avec l'aide même de journalistes scientifiques pigistes, à tel point que ces services orientent les journalistes vers leurs supports. Certains journalistes y voient une volonté de verrouillage de l'information :

> « *Notre liberté est en train de se perdre* […]. *Ils* [les chercheurs] *ont de plus en plus tendance à se reposer sur la communication de leur institution. Récemment, j'ai fait un papier sur l'Ebola, j'ai contacté l'Institut Pasteur pour interviewer un chercheur et ils m'ont dit de me fier à leurs communiqués de presse, parce qu'ils n'ont pas le temps, qu'ils sont en plein coronavirus, etc. Pareil pour le coronavirus, on m'a renvoyé vers les communiqués de presse de l'Institut Pasteur et l'Inserm.* Ça *complique ma pratique, jen'ai pas la liberté de poser des questions à qui je le souhaiterais, pas de réponses.* » [Journaliste pigiste, presse spécialisée]

La trajectoire linéaire de la communication scientifique trouve par ailleurs des déviations nouvelles à l'heure des réseaux, amorçant une inversion de l'ascendance entretenue jusqu'ici par les acteurs traditionnels de l'information scientifique. L'horizontalisation des relations sociales, permise par Internet et caractérisant la dé-différenciation en cours, trahit le déclassement des institutions sociales et démocratiques « *sur le même pied* » (Demers, 2008 : 217) que d'autres composantes de la société et aplanit les rapports d'influence. La majorité de nos interrogés perçoivent ces nouveaux rapports avec leurs publics en ligne comme bénéfiques, amenant même à un ajustement des pratiques journalistiques traditionnelles :

> « *On manque de ces retours. Jusqu'ici, quand j'écris, mon texte est publié, est-ce qu'il a plu ou non, comment il a été perçu, je n'en sais strictement rien et* ça n'aide pas à *réajuster la façon d'écrire. On a que des retours très indirects, c'est frustrant.* […] *Alors que, sur les réseaux, tout le monde y va. Ce qui n'est un mal, parce que la parole a pendant trop longtemps été confisquée par certains. Le citoyen a aussi le droit d'avoir son opinion […]* » [Journaliste pigiste, presse spécialisée].

> « *J'ai beaucoup d'interactions en ligne avec des chercheurs ou des gens qui sont très intéressés par les sciences, c'est un public très particulier. Ce n'est pas forcément moins vif. J'ai eu des altercations assez difficiles* à *gérer, mais je pense que* ça *fait partie de notre travail en tant que journaliste de nous confronter au public. C'est sûr que* ça fait *mal. Mais il y a un moment où on ne le faisait pas… et je pense que c'est en partie à cause de* ça que ça fait mal en *fait* » [Journaliste pigiste, presse spécialisée].

Certains abordent ces nouveaux rapports avec les publics avec défiance, en s'adonnant à un usage des réseaux avec parcimonie au service d'un rappel à la légitimité des journalistes scientifiques à traiter des sciences.

Une « éclipse de l'aura » des journalistes scientifiques

Parallèlement à l'horizontalisation des rapports d'influence décrite, la dé-différenciation induit une nette « *rupture des frontières* » (Lash, 1990 : 11) suggérant une « éclipse de l'aura » des journalistes alors réinscrits ans les impératifs économiques guidant la production de l'information. Selon Scott Lash, la dé-différenciation de l'économie culturelle, en tant quecorollaire de sa « *colonisation* » par d'autres champs, a causé la « *désintégration de l'auteur* », pour parler des créateurs culturels. Un constat semblable peut être porté à l'économie de l'information spécialisée en science. L'un des indices de cette désintégration se puise dans l'observation de l'évolution de la place dédiée à l'actualité scientifique dans les médias généralistes en presse écrite, à l'instar de ce qui a été expérimenté au sein du quotidien *Libération* qui « était *un peu un pionnier en matière de science* […] *Et puis, très vite, après avoir eu des difficultés, la première page qui saute pour les problèmes de pagination, c'était la page science*. » [Journaliste titulaire, radio]

> « *Pour avoir fait les deux, spécialisé et généraliste, je peux vous dire que dans les médias généralistes, la science, c'est la portion congrue. Ça, c'est la pensée des dirigeants des journaux, et qui est* à *l'image des dirigeants politiques. Ils n'ont pas de goût ni deconnaissances pour les sciences. Dans les grands journaux, c'est pareil : elles ont eu une grande époque les pages science, mais ça n'était déjà plus le cas quand j'ai commencé à y travailler. Une forme de déclin. […] Alors que dans les médias spécialisés, tout le monde est dans le même bateau* » [Journaliste titulaire, presse spécialisée].

L'on relève un paradoxe relaté par l'ensemble de notre échantillon : celui d'une crise de légitimité du journalisme scientifique en vis-à-vis d'un regain d'intérêt porté à l'actualité scientifique par les publics, en comptant d'ailleurs avec un élargissement et un rajeunissement deces derniers, davantage perceptibles sur Internet. Ainsi, lorsqu'un interrogé souligne la nouvelle participation des publics permise par les réseaux comme étant « *hyper positive* », un autreprécise : « *Il y a une schizophrénie du système. Dans les médias généralistes, tu as de moins en moins de place, de moins en moins de journalistes qualifiés, qui ont le bon prisme pour aborder ces sujets-là. Et en même temps, on voit que la science c'est un succès du feu de Dieu. Dire que le journalisme scientifique n'intéresse pas, c'est faux. Quand je vois les audiences, ça intéresse* énormément. *Et avant Internet, on ne pouvait pas le constater.* »

Ce fort engouement des publics pour l'actualité scientifique en ligne conduit à de nouvelles pratiques, portées notamment par le recours au *scoop* et à l'événement, jusqu'ici inadaptés à la spécialité scientifique. Le journaliste en vient parfois même à endosser le rôle d'animateur, à l'exemple des *live* du site Internet du *Monde.* Cette dernière illustration révèle d'ailleurs une auradu journalisme scientifique « *radicalement déplacée du côté de la réception* » (Perticoz, 2009 : 280) : « *Et* à *un moment, je regarde le compteur du Live* […] *Le record en France, c'était pourla coupe du monde de foot ? 43-45 000 personnes sur le site pour les live sur l'astrophysique. Que la science ne marche pas dans la presse, ce sont des conneries.* ». [Journaliste titulaire, presse quotidienne généraliste].

Cette éclipse de l'aura est également perceptible dans les nouvelles modalités d'intervention des journalistes scientifiques auprès de ceux qui constituaient jusqu'ici leurs sources :

> « *Ce qui a vraiment changé les choses, c'est Internet. Clairement. J'ai fait venir des blogueurs, des gens d'Universcience et du CNRS aussi* […] *Tous les mois avec le CNRS et moins souvent avec Universcience, je sélectionne des vidéos qu'ils produisent pour ensuite les passer sur notre site. Eux, ils ont besoin de visibilité et nous, de contenus. Pour Universcience, on représente près de 90 % de leurs audiences quoi ? C'est bien de s'adosser* à *nous !* » [Journaliste titulaire, presse généraliste quotidienne].

Si « *le sceau de l'unique est peut-être ce qui pourrait caractériser le mieux la notion d'aura* » (Perticoz, 2009 :140), celle qui pouvait entourer le journalisme scientifique du fait de sa « *relative autonomie au sein de l'univers journalistique* » (Marchetti, 2007 : 80) s'en trouve altérée. Les illustrations données semblent bien confirmer la « *dissolution partielle et sélective des frontières entre la culture d'élite et la culture populaire.* » (Lash, *op.cit*. : 164) que renferme l'éclipse de l'aura des journalistes scientifiques. Celle-ci s'accompagne d'ailleurs d'une « trivialité » croissante de l'information scientifique (Jeanneret, 2008) où la valeur pousse moins à la circulation que la circulation ne crée la valeur (Moeglin, 2015).

Une montée en puissance de l'ordinaire

La dé-différenciation suppose que l'attrait du public de « masse » (*popular culture*) pour la culture d'élite (*high culture*) pourrait déstabiliser l'ordre établi (Lash, *Op.cit*.). Cette transgression des frontières entre culture populaire et celle d'élite, assimilable à la scission entre culture amateur/culture professionnelle,

occasionne une déstabilisation de l'identité élitaire et génère une forme nouvelle de démocratie directe dont l'élite doit se rapprocher pour préserver salégitimité.

L'implication de nouveaux intervenants dans les circuits de l'information scientifique a incité les acteurs traditionnels à déployer de nouvelles stratégies à des fins de pérennisation de leurlégitimité. Dans le prolongement de l'implication ancienne d'amateurs de science dans certaines spécialités académiques (astronomie, informatique, etc.), le « *fans empowerment* » (Jenkins, 2006) gagne désormais les institutions légitimantes, lesquelles valorisent et régulent les pratiquesde « passionnés ordinaires » (Flichy, 2010) s'adonnant à de la vulgarisation scientifique en ligne,à l'exemple du Musée du Louvre ou du CNRS. L'on assiste ainsi à un développement remarquable des contributions ordinaires dans médiatisation de l'information scientifique, à l'image de la multiplication exponentielle des chaînes Youtube de vulgarisation scientifique.

Lorsque l'on interroge les journalistes scientifiques quant au regard qu'ils portent sur cette percée des *youtubers* dans les circuits de l'information scientifique, les discours apparaissent teintés d'ambiguïté, mêlant reconnaissance et répulsion, admettant la portée concurrentielle de cette tendance tout en récusant leur rapprochement avec le journalisme scientifique :

> « *S'ils adoptent un regard critique, multiplient les sources pas juste pour comprendre, mais pour vérifier l'information, ils adoptent une démarche journalistique dans ce cas-là. S'ils restent juste dans la position d'expliquer, ils sont vulgarisateurs. Ce qui reste important, c'est de connaître la différence, parce qu'il ne faudrait pas que le public ne fasse pas la différence entre ce qu'il trouve dans un journal et ce qu'il trouve sur YouTube* » [Journaliste pigiste, presse spécialisée et généraliste].

Les journalistes scientifiques tendent même à s'appuyer sur les compétences des *youtubers* dans le cadre de la production des contenus journalistiques, comme gage de rajeunissement et de modernisation de leur image. Denis Delbecq, ancien rédacteur en chef adjoint de Libération et rédacteur en chef de « La Terre au Carré » précise : « *On est en contact avec un youtubeur qui travaille dans l'émission "C'est toujours pas sorcier", parce qu'on voulait travailler avec lui, il est à la base un amateur de sciences très passionné, très cultivé, très curieux, et il fait ça formidablement bien. En tout cas ce qui est sûr, c'est qu'il touche un public qu'on ne touche pas*. »

Seuls deux de nos interrogés suggèrent ouvertement une concurrence dans les luttes pour la légitimité de la traduction, de l'interprétation et de la transmission de l'information scientifique auprès des publics. Le rédacteur en chef du Pôle digital de *Sciences et Avenir* reconnait ainsi *« un sentiment de coche loupé* » : « Cette manière de s'adresser au public, ce n'est pas dans la *culture. On n'a pas eu les moyens de le faire* […] *On pourrait avoir le sentiment que les youtubeurs se substituent aux journalistes, parce que la place est à prendre. Il n'y a plus tellement de médias qui ont des journalistes scientifiques, à part les niches particulières comme la presse spécialisée. Quand il y a des journalistes scientifiques dans les rédactions généralistes,ils n'ont pas de visibilité, contrairement à ces youtubeurs. Ils prennent un peu la place des journalistes scientifiques en tant que filtre. On peut le regretter ou pas, mais on peut le constater* ».

Dès lors, tout l'enjeu d'une préservation de la légitimité du sous-espace professionnel réside dans la distinction entre *youtubers* et journalistes scientifiques. Autrement dit, le réflexe de différenciation en guise d'affirmation d'une professionnalité répond à une dé-différenciation conduisant à profondément repenser les

légitimités au sein de l'espace public, spécifiquement au regard du crédit donné aux productions amateurs en ligne, donc aux yeux de tous. Lorsque question est posée à notre échantillon de la qualification du journaliste scientifique en vulgarisateur, seul l'interrogé exerçant au sein du journal Le Monde, donc moins exposé à la concurrence, approuve volontiers cette qualification, jugeant que « *celui qui dit que vulgarisateur est un gros mot, c'est un crétin ! Vulgarisateur n'est pas un mot vulgaire. C'est comme de dire qu'une péripatéticienne n'est pas une prostituée, que ce n'était que des gens qui marchaient ! Nous, on transmet l'information au public. Vulgarisateur, ça va avec vulgus : le public, quoi* ! ».

Pour le reste des sujets, le qualificatif de « vulgarisateur » pour désigner un journaliste scientifique est inapproprié. Dès lors, les discours prennent une tournure identitaire forte, en procédant à un rapprochement avec la « grande famille » des journalistes. Ce registre de discoursdifférentiel entre amateurs et professionnels n'est pas sans rappeler celui de la corporationjournalistique au début du XXe siècle à des fins de reconnaissance socio-professionnelle :

> « *Le journaliste scientifique est avant tout un journaliste. Il se trouve que sa spécialité, c'est la science, mais il a la même démarche que d'autres journalistes. Le vulgarisateur, c'est un passeur entre le monde scientifique et le grand public, ou d'un public nonspécialisé. Il n'a pas forcément cette démarche critique, mais il y a avant tout cette démarche d'intéresser les gens qui peut-être sont ficheront. Pour moi le bon vulgarisateur,c'est celui qui arrive à scotcher quelqu'un qui au départ s'en fichait. Les youtubeurs, par exemple, sont très bons pour ça* » [Journaliste pigiste, presse spécialisée et généraliste].

C'est dans ce sens qu'il faut aussi entendre l'appel en 2017 d'Olivier Monod, journaliste scientifique à *Libération* : « Les fausses informations scientifiques sont des "fake news" comme les autres ». Alors que dans les années 1960, l'Association des journalistes de la presse d'information (AJSPI) militait pour une légitimation du journalisme scientifique par une reconnaissance de ses particularismes, les menaces de dilution identitaire induites par la dé- différenciation tendent à démythifier le statut du journaliste scientifique.

Conclusion

A l'issue de cette étude, qui s'est voulue exploratoire, cela avec un recul de plus de vingt ans depuis le travail de Françoise Tristani-Potteaux, il serait illusoire et réducteur de penser que le phénomène de dé-différenciation n'affecte que le sous-espace spécialisé du journalisme scientifique. Les tendances observées redessinent de manière plus large les contours des espaces composant les industries culturelles et médiatiques dans leur ensemble.

C'est la raison pour laquelle un grand débat consultatif s'est tenu en 2020 sur le thème des rapports entre médias et citoyens, marquant finalement un jalon historique supplémentaire dansla progression du phénomène de dé-différenciation, après l'époque désormais révolue et intermédiaire du journalisme citoyen.

Une recherche d'ampleur reste à mener sur ce sous-espace du journalisme scientifique ; fait surprenant à ce jour, lorsque l'on considère qu'il devrait en théorie s'agir de la spécialité la plus proche des chercheurs eux-mêmes.

Bibliographie

Arnold, G. & Huet, S., Dir., (2015). *Les journalistes scientifiques dans les controverses*, Paris,CNRS Editions.

Boure, R. & Lefebvre, M. (2015). « Entre science légitime et science amateur : le devenir trivial d'une information scientifique sur Internet », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 16, pp. 143-152.

Brin, C., Lieutenant-Gosselin M. & Fleury J-M, Dir., (2012). « Le journalisme scientifique : défis et redéfinition », *Les Cahiers du Journalisme*, 24.

Cartellier, D. (2010). *La vulgarisation scientifique à l'heure de libre accessibilité des savoirs. Quelle place pour les médiateurs, Mémoires du Livre/Studies in Book Culture*, 1(2).

Champagne, P. (1995). « La double dépendance : quelques remarques sur les rapports entre leschamps politique, économique et journalistique », *Hermès*, 17-18, pp. 215-229.

Champagne, P., Marchetti, D. (1994). « L'information médicale sous contrainte. A propos du «scandale du sang contaminé» », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 101-102, no. 1, pp. 40-62.

Demers, F. (2008). « La communication publique, un concept pour repositionner le journalisme contemporain », *Les Cahiers du journalisme*, 18, pp. 208-232.

Duval, J. (2000). « Concessions et conversions à l'économie », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 131-132, pp. 164-182.

Flichy, P. (2010*). Le sacre de l'amateur*, Paris, La Découverte.

Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité : la vie triviale des êtres culturels*, Vol. 1, Paris, Hermès Lavoisier.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*, New York, NYUPress.

Lash, S. (1990). *Sociology of Postmodernism*, Routledge, Londres.

Laville, C. (2010), *Les transformations du journalisme de 1945* à *2010 : le cas des correspondants* étrangers *de l'AFP*, Bruxelles, INA De Boeck.

Lévêque, S. (2000). Les journalises sociaux, Rennes, PUR.

Marchetti, D (2007). « Une rubrique « à part » », *Questions de communication*, 11, pp. 71-90.

Marchetti, D. (2002). « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux*, vol. nº 111, no.1, pp. 22-55.

Miège, B. (1996). *La société conquise par la communication*, Grenoble, PUG.

Moeglin, P. (2015). « Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité », *Communication & Langages*, vol. 185, no. 3, pp. 49-66.

Neveu, E. (1997). « Des questions jamais entendues. Crise et renouvellement du journalismepolitique à la télévision », *Politix*, 51, pp. 179-212.

Perticoz, L. (2009). *Les processus techniques et les mutations de l'industrie musicale. L'auditeur au quotidien, une dynamique de changement*, Thèse en sciences de l'information et de la communication sous la direction de Bernard Miège, Université Stendhal-Grenoble 3.

Pignard-Cheynel, N. (2003). « La publication scientifique sur Internet », in Le Bœuf, C., Pelissier, N. Dir., *Communiquer l'information scientifique : éthique du journalisme et stratégies des organisations*, L'Harmattan, pp.367-387.

Ringoot, R., Utard, J-M., Dir. (2005). *Le journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Rennes, PUR.

Riutort, P. (2002). « L'information en matière de religion : une spécialité moralement fondée ? », *Réseaux*, 111, pp. 132-161.

Ruellan, D. (2007). *Le journalisme ou le professionnalisme du flou,* Grenoble, PUG.

Schmitt, L. (2012). *Quand les médias utilisent les photographies des amateurs*, Paris, Bord de l'Eau/INA.

Tavernier, A. (2011). « Vous pouvez répéter la réponse ? L'expertise scientifique au risque de la certitude », in Scientisme(s) et communication, *MEI,* 35, Paris, L'Harmattan, pp. 87-114.

Tristani-Potteaux, F. (1997). *Le journalisme scientifique*, Paris, Economica.

Le fait divers et les reconfigurations des espaces privé/public : vers une mise en discussion des identités collectives ?

Restructuration of private and public spaces in “Fait divers”: towards a discussion on collective identities?

Sophie Dubec, post-doctorante et docteure en SIC
FMSH/IRMÉCCEN (Médias, Cultures et Pratiques Numériques)
sophiedubec@hotmail.fr

Mots-clefs : fait divers, espace public, « télévision de l’intimité », infanticide

Key words: fait divers, public space, “television of intimacy”, infanticide

Résumé

Cette communication analyse les faits divers, à partir d’une étude sur la médiatisation des infanticides dans les JT. Parce qu’il médiatise des faits privés et verse dans des mises en récit intimistes, ce genre médiatique constitue un espace « privé/public » (Mehl, 2008), propice à l’exposition des identités maternelles. Cette focalisation sur l’intime conduit à nier les inégalités structurelles des crimes, mais permet une attention plus soutenue à l’individualité des protagonistes.

Abstract

This paper analyses “faits divers”, based on a study of TV news coverage of infanticide. Because it shows private facts and pours into intimate narratives, this genre constitutes a “private/public” space (Mehl, 2008), conducive to the exposure of maternal identities. This focus on intimacy leads to denying the structural inequalities of crimes, but allows for more sustained attention to the individuality of the protagonists.

Le fait divers et les reconfigurations des espaces privé/public : vers une mise en discussion des identités collectives ?

Sophie Dubec

La représentation d'un espace public dédié au bien commun, faisant fi des particularismes et intérêts privés, a largement été mise à mal au cours de la seconde moitié du XXe siècle. Avec son célèbre slogan « le privé est politique », le féminisme de la deuxième vague a mis en avant le caractère politique de la distinction entre sphères privée et publique, ainsi que leur nature historiquement mouvante (Pavard, Rochefort et Zancarini-Fournel, 2020). Parallèlement à ces luttes sociales, la progression de l'individualisme a contribué à une valorisation sans précédent de l'intime et des relations (Giddens, 2004). S'ils appartiennent à des logiques politiques opposées (le premier ayant pour objectif une mise en lumière des causes structurelles des dominations et le second évoluant au prisme de l'individu), le féminisme et l'individualisme ont contribué à profondément modifier l'espace public, ainsi les modalités de présentation des problèmes collectifs.

La présente communication propose de réfléchir à ces mutations de l'espace public par le prisme du fait divers. Plusieurs travaux ont en effet témoigné de l'émergence, au cours des années 1980-1990, d'espace « privé/public » (Mehl, 2008) caractérisés par une « privatisation de l'espace public » et une « publicisation de l'espace privé » (Dakhlia, 2018). Spécialiste dans le pointage des conséquences personnelles des défaillances publiques, et dans les mises en représentations de quotidiens bouleversés, les faits divers constituent un objet d'étude intéressant pour aborder ces reconfigurations. Nous souhaitons plus précisément montrer comment, en souscrivant à des logiques intimistes et psychologisantes, les faits divers individualisent les compréhensions criminelles en même temps qu'ils opèrent une mise en représentation originale de certaines identités collectives. L'objectif de cette communication est donc de pointer une ambivalence idéologique : l'individualisation des lectures meurtrières dans les JT français conduit à éluder des inégalités structurelles ; mais elle conduit à visibiliser certains pans du privé, montrant des dimensions autrefois cachées des identités criminelles.

Cette réflexion a émergé dans le cadre d'un doctorat portant sur la médiatisation des parents infanticides dans les journaux télévisés nationaux français entre 1962 et 2018 (Dubec, 2019). Ce dernier porte sur un corpus de 3.718 documents audiovisuels, diffusés entre 1962 et 2018 sur l'ensemble des éditions disponibles (matin, midi, soir) des chaînes de télévision historiques. En termes méthodologiques, il associe une analyse foucaldienne du discours infanticide (Foucault, 1970) à une étude du fait divers comme dispositif. Ce concept invite à situer l'analyse à un niveau intermédiaire entre ce qui est effectivement dit sur la scène télévisuelle, et les logiques de production, nombreuses et contradictoires, qui les modèlent (Lochard et Soulages, 2003). L'analyse de dispositif rend possible l'appréhension des objets médiatiques comme données encadrantes des discours ; elle permet de condenser un ensemble d'éléments hétérogènes – relevant de la production de l'information (histoire de la télévision et du journalisme, logiques socioprofessionnelles, rapport aux sources et

aux institutions), ou encore de caractéristiques visuelles et discursives – dans le but de produire une analyse contextualisée des représentations de l'infanticide.

Notre analyse se concentre sur la progression de lectures individualistes et intimistes dans les faits divers des années 2005-2018. Trois phases sont en effet identifiables dans la médiatisation de l'infanticide parental (Dubec, 2019). Entre 1962 et 1984, l'infanticide est invisibilisé par une télévision d'État soucieuse de protéger l'unité nationale, puis mis à distance par des rédactions réticentes à montrer des désordres familiaux. Entre 1985 et 2004, le sujet accède à la représentation, à mesure que la télévision s'ouvre à la concurrence. Néanmoins, la dimension parentale des crimes est peu abordée : en tendance, les femmes sont montrées comme des mères (malades) et les pères comme des hommes (violents). Durant les années 2005-2018, la médiatisation de ce sujet non seulement explose, mais questionne davantage l'identité des assassins. De façon intéressante, cette mise en représentation simplifiée des criminel.le.s va de pair avec la montée de codes intimistes dans la médiatisation des faits divers.

Notre propos s'organise en trois temps. Dans un premier temps, nous revenons sur les transformations contemporaines des faits divers pour voir en quoi ils participent des mutations de la sphère publique, en brouillant les frontières du privé et du public. Dans un second temps, nous abordons le fait divers comme un espace privé/public genré, qui encourage la médiatisation de crimes féminins. Dans un troisième temps, nous nous intéressons aux interrogations et problématisations des maternités que ces discours intimistes font surgir, en étudiant la médiatisation des mères meurtrières d'un enfant handicapé.

Le fait divers et les mutations de l'espace public

Comprendre la plus grande visibilité de l'infanticide dans les JT des années 2005- 2018 : la progression du fait divers dans les hiérarchies éditoriales

Entre 2005 et 2018, l'infanticide parental connaît une hausse conséquente dans les journaux télévisés français : l'on passe ainsi de 40 sujets diffusés entre 1962 et 1984, à 1.292 sujets diffusés entre 1985 et 2004, à 2.386 sujets diffusés entre 2005 et 2018 (soit une hausse de 5.865% entre la première et la troisième période, et de 85% entre la deuxième et la troisième). Cette augmentation se traduit également en termes de cas traités[1] et de diversité criminelle. Les années 2005-2018 voient ainsi émerger des configurations meurtrières autrefois peu représentées, à l'image des mères néonaticides ou encore des pères familicides.

Cette plus grande visibilité découle en partie de l'augmentation plus générale des faits divers dans les informations télévisées. Le travail de Claire Sécail sur le fait divers criminel a permis de montrer combien l'entrée de la télévision dans un régime de concurrence généralisé à partir des années 1970-1980 avait entraîné une profonde restructuration des hiérarchies éditoriales, favorisant la place des faits divers au sein des JT (2010). L'arrivée du numérique au cours des années 2000, et la diversification de l'offre médiatique qui en découle, accentue encore de telles logiques. Comme durant l'avènement de la grande presse (Ambroise-Rendu, 2004), le fait divers fait figure de stratégie commerciale puissante (INA, 2013), par laquelle les chaînes du petit écran cherchent à augmenter leur audience. Cette progression est aussi liée aux transformations de

1 7 cas pour la période 1962-1984 ; 89 cas pour la période 1985-2004 ; 172 cas pour la période 2005-2018.

la production de l'information, qui s'accélère du fait de l'avènement des chaînes d'information en continu (Marchetti et Baisnée, 2002).

Le fait divers et la « télévision de l'intimité »

L'augmentation des faits divers découle également d'une mutation plus générale du discours télévisuel, sous l'effet de la progression sociale de l'individualisme. Les travaux de Dominique Mehl sur la « télévision de l'intimité » permettent de souligner une telle transformation. Prenant acte du développement d'émissions mettant en scène des individus ordinaires habités par des problèmes et des aspirations privés, cette sociologue a souligné la tendance du petit écran à basculer d'une « télévision messagère » vers une « télévision relationnelle » au cours des années 1990. Selon elle, ces changements sont à appréhender comme signes des mutations de l'espace public : « la télévision ne fait que répercuter ce transfert du débat public du terrain politique vers celui de la relation. La télévision devient un des agents de l'irruption de la sphère privée dans la sphère publique » (Mehl, 1992 : 116).

Les faits divers ont des propriétés discursives et thématiques similaires aux émissions étudiées par Dominique Mehl, qui possèdent trois caractéristiques principales : le citoyen ordinaire, le vécu et le personnel – autrement dit, « la mise en scène du vécu personnel de citoyens ordinaires » (Mehl, 2008 : 271). Les faits divers ont premièrement pour signe distinctif de se centrer sur des personnes dites « ordinaires » : la focalisation sur des individus auparavant anonymes, issus de la société civile, est un ressort central du genre (Dubied et Lits, 1999). Ils ont deuxièmement pour propriété de mettre en scène des expériences privées : ce genre médiatique touche d'abord les personnes dans leur quotidien – ce qu'exprime à merveille le beau titre d'Anne-Claude Ambroise-Rendu *Petits récits des désordres ordinaires* (2004). Reste enfin la dimension personnelle de la chronique, soit le fait que « les acteurs de la télévision du moi ne parlent que d'eux-mêmes, de leur vie privée, de leur intimité, de leurs sentiments personnels, parfois aussi de leurs fantasmes et de leurs refoulements » (Mehl, 2008 : 271). La présence d'anonymes exprimant leurs émotions dans les JT, l'individualisation et la psychologisation des lectures criminelles ou encore la présence de plus en plus importante de parents criminels venant expliquer les ressorts de leurs actes achèvent de faire de la chronique une information centrée sur des dimensions personnelles et intimes.

Questionner les identités ? Le fait divers et les mutations de l'espace public

Parce qu'il médiatise des faits relevant du privé et qu'il verse de plus en plus dans des mises en récit intimistes et psychologisantes, le fait divers contribue au brouillage des frontières entre privé et public et prend part aux mutations contemporaines de la sphère publique. Ces objets médiatiques sont en effet les symptômes d'une crise sociale polymorphe (Mehl, 1996 : 10-11), qui occupe une place importante dans les imaginaires télévisuels depuis les années 1990 (Chalvon-Demersay, 1994). Ils le produit d'une société qui, ne parvenant plus à garantir des repères normatifs stables, donne à l'individu et à ses expériences une place centrale. Ce phénomène explique pourquoi « l'espace privé/public [de la télévision de l'intimité] n'est pas polarisé par l'échange d'idées » ; il « n'orchestre pas le choix des idées mais la comparaison des valeurs incarnées dans des manières de vivre » (Mehl, 2008 : 277).

Cette focalisation sur l'intime a des conséquences politiques problématiques sur les informations, que cette communication n'entend pas éluder. En privilégiant des histoires individuelles et des régimes de monstration centré sur le personnel, les JT participent de la négation des inégalités structurelles entourant les infanticides. Dans le cas des meurtres maternels, par exemple, les inégalités de genre et le maternage intensif ne sont jamais directement mentionnés dans la problématisation des drames. Dans le même temps, cette attention plus soutenue à l'individualité des protagonistes conduit à une exploration relativement inédite des difficultés et des conflits que ces derniers (mais surtout ces dernières) rencontrent. De cette façon, les inégalités structurelles, bien que largement invisibilisées, n'ont pas à proprement parler disparues. Elles s'expriment de façon individualisée, dans les souffrances manifestées par les protagonistes.

Le fait divers, un espace privé/public genré

2005-2018 : La progression de l'intimité dans les faits divers

Les liens « télévision de l'intimité » et fait divers s'accentuent au cours de la période 2005-2018. Trois signes tangibles de cette progression peuvent être soulignés : les infanticides découlant de problèmes dits psychologiques ou d'états de folie augmentent ainsi des grilles de lecture « psy » apposées à ces actes criminels ; mais le phénomène le plus frappant réside bien dans le déploiement de lectures et de mises en scène intimistes des parents criminels, qui apparaissent de plus en plus devant les caméras de télévision. Cette monstration n'est pas tout à fait inédite, mais elle s'exprime de manière amplifiée, diversifiée et reconfigurée. Alors que, durant les années 1985-2004, les JT rencontraient des problème pour individualiser (ou parentaliser) les meurtrier.e.s, la période 2005-2018 offre à certain.e.s la possibilité d'exprimer leur peine et leur colère, voire d'expliquer les raisons de leur passage à l'acte.

Cette entrée dans l'intimité meurtrière infanticide se produit notamment dans l'affaire Cartier, qui concerne une tentative de suicide collectif par un couple criblé de dettes en 2002. À plusieurs reprises, ces parents reviennent sur leur passage à l'acte, décrivant la spirale dépressive qui les empêchait de voir toute autre issue possible : « Une fois que j'avais pris cette décision, je me sentais comme soulagé [...]. J'avais l'impression d'aller vers… vers la liberté. C'était même la belle vie parce que, pour le peu qu'il me restait, on a… les enfants choisissaient leur menu [...]. Et je me sentais… heureux »[2] raconte le père lors d'une interview peu avant son procès. « Le geste qu'on a fait n'a jamais été pour leur faire du mal [...]… On était désespérés, on était au fond du gouffre et on a voulu rester tous les sept ensemble. Ça a été un engrenage, parce que mon mari faisait des crédits pour renflouer d'autres crédits, et ainsi de suite » explique la mère peu après leur première condamnation.

Le développement d'une esthétique du sensible

De telles mises en scène vont souvent de pair avec de lectures compréhensives des actes criminels. Pour ce faire, les JT accompagnent leurs propos d'une esthétique particulière, permettant de montrer la vulnérabilité des criminel.le.s – autrement dit, leur part d'humanité. Le traitement de l'affaire Léonie Crevel, 78 ans,

2 INA, Journal télévisé, édition de la mi-soirée, France 3, le 16/10/2005.

qui a tué sa fille hémiplégique âgée de 31 ans, est exemplaire en la matière. À la sortie de son procès, cette femme, dont l'abattement comme la fatigue sont largement visibles à l'écran, est représentée comme une veille femme vulnérable. Les gros plans de son visage en larmes et épuisé cadrent mal avec la représentation d'une criminelle ; à la place règne la représentation d'une mère brisée par les conséquences de ses actes, qui pleure sur l'épaule de son avocat.

Dans les interviews réalisées des parents infanticides, différentes techniques sont utilisées pour instaurer une lecture intime des actes, et inviter l'auditoire à adopter une posture compréhensive. Les très gros plans sur les mains ou des parties du visage des protagonistes conduisent ainsi à focaliser l'attention sur leur état émotionnel troublés lorsque vient le moment d'aborder leurs crimes. Les moues, les mains triturées, les lèvres pincées apparaissent comme des signes de leur fébrilité, figurant les remords et la tristesse éprouvés. Cette attention à la part intime des criminel.le.s s'accompagne également de la volonté de comprendre les ressorts de leurs actes. L'accès progressif à cette « vérité » est codé à l'aide de la succession des plans : le rapprochement des caméras autour des visages des meurtrier.e.s suit ainsi la construction des reportages selon le principe bien connu de l'entonnoir – allant donc du général au particulier.

Une esthétique réservée aux femmes criminelles

Ces lectures compréhensives ne s'appliquent pas indifféremment à l'ensemble des infanticides. Les mises en récit construisent une binarité relativement franche au sein de notre corpus : aux femmes sont réservés les dispositifs de l'intimité, tandis que les hommes en sont en grande majorité privés. Cette bipartition genrée permet de constater combien l'esthétique du sensible précédemment décrite demeure marquée comme étant fondamentalement féminine. D'ailleurs, la seule fois où elle est appliquée à un homme infanticide entre 2005 et 2018, elle s'accompagne de la présentation d'une masculinité troublée.

Emmanuel Cartier – cet homme criblé de dettes qui avait décidé avec sa femme de procéder à un suicide collectif, tuant l'une de leurs filles – est le seul homme de cette période à bénéficier de mises en scène intimistes. Cette application a toutefois pour conséquence d'introduire une ambiguïté de genre chez cet homme. La part « féminine » de ce protagoniste est en effet clairement exploitée à l'écran : les cils sont tellement dessinés qu'ils paraissent maquillés, les mains sont fines, la boucle d'oreille relève plus de l'anneau que du piercing… Le portrait de cette « masculinité douce », à la limite de la transgression de genre, n'est pas sans résonnance avec la lecture qui sera plus tard faite de ce criminel par un psychiatre : celle d'un papa se vivant comme une « espèce de super bonne maman »[3].

Durant les années 2005-2018, la télévision offre donc un espace de mise en discussion plus affiné des parents criminels, qui concerne avant tout les femmes : si les pères meurtriers sont majoritaires durant la période, les discours produits à leur propos concernent peu la paternité ou même leur personnalité. Les dispositifs intimistes qui se déploient à la télévision dans les années 2000 ouvrent donc un espace de mise en discussion des maternités.

3 INA, Journal télévisé, édition de la mi-soirée, France 3, le 19/10/2005.

La médiatisation des mères meurtrières d'un enfant handicapé : l'obligation de l'amour oblatif et ses coûts

Protéger le lien maternel : le cadrage du « crime d'amour »

La médiatisation des mères meurtrières d'un enfant handicapé illustre une l'ambivalence idéologique contenue dans ces lectures compréhensives et intimistes des actes criminels. Les JT cadrent majoritairement ces meurtres comme des « crimes d'amour » : dans les reportages, il apparaît évident que les meurtrières n'ont pas d'abord agi par convenance personnelle mais dans l'intérêt de leur enfant en souffrance. À son procès, Léonie Crevel « a raconté comment et pourquoi elle a mis fin aux jours de sa fille de 42 ans, handicapée, atteinte de débilité profonde, pour, dit-elle, arrêter son calvaire : "c'était la seule solution que j'avais pour la sauver de la souffrance, c'était tout" »[4]. L'avocate de Lydie Debaine avance que son crime ne fait « pas d'elle une criminelle » : « Anne-Marie souffrait, de plus en plus, elle faisait des crises d'épilepsie quasi ininterrompues, le peu de choses qu'elle était capable de faire avant, qu'elle aimait […] … elle était plus capable de le faire. C'est ce qui était insupportable à sa mère : voir sa fille souffrir »[5].

L'obligation de l'amour oblatif

Les représentations sont caractérisées par de fortes résistances vis-à-vis de toute mise en question du lien maternel. La trame du « crime d'amour » est en effet conditionnée à la manifestation d'un maternage intensif. Le dévouement quotidien de ces femmes est rapporté dans les JT comme preuve de leur amour : « malgré son âge et la fatigue, Léonie Crevel s'était fait un devoir de s'occuper elle-même de sa fille. À 78 ans, c'est elle qui la lavait, la nourrissait et la soignait quotidiennement, refusant de la voir placée dans établissement spécialisé »[6] ; « c'est une histoire longue de 26 ans de souffrance, de dévouement, que les jurés vont devoir examiner »[7] indique encore le présentateur du JT du matin de France 2 au moment de l'ouverture du procès de Lydie Debaine. Dans les affaires au sein desquelles sont présentes des causalités autres que le bien-être de l'enfant, la médiatisation cesse rapidement ou se fait plus ambiguë. L'affaire Rollin est symptomatique du premier cas de figure : les problèmes de couple et le désir de cette femme de quitter le foyer conjugal rompent en partie l'argument de l'arrêt des souffrances.

La maternité sacrificielle et ses coûts

La description de la vie privée des mères criminelles, de même que l'enregistrement de leurs pleurs et peines à la fin des procès, permettent ainsi la protection du lien maternel au sein des représentations. Ces mises en récit ont dans le même temps pour conséquence d'ouvrir un espace discursif sur l'individualité de ces femmes – plus spécifiquement, sur les coûts engendrés par leur maternage intensif. Les conséquences de cette maternité oblative sont souvent rapportées par les proches. Dans l'affaire Debaine, le mari intervient en faveur de sa compagne lorsqu'un journaliste lui demande s'il comprend son

4 INA, Journal télévisé, édition de la mi-soirée, France 2, le 23/10/2006.

5 INA, Journal télévisé, édition du midi, France 2, le 08/04/2008.

6 INA, Journal télévisé, édition de la mi-soirée, TF1, le 24/10/2006.

7 INA, Journal télévisé, édition du matin, France 2, le 08/04/2008.

geste : « mais oui, bien sûr que j'le comprends ! J'le comprends ! Ma famille aussi, comment qu'elle a pu durer comme ça 27 ans, 26 ans et demi, c'est ça le drame. »[8]. Trois ans plus tard, au moment de l'ouverture du procès, son frère vient redire cette condition insupportable : « c'est un calvaire de 27 ans qu'elle a enduré. Moi, je sais qu'elle a fait ça, je pense que j'aurais fait autant mais beaucoup plus tôt »[9] explique son frère ; Dans le cas du meurtre de Méline, c'est une voisine qui exprime au moment de la mort de la fillette sa compréhension du geste de la mère, pointant l'absence de toute vie personnelle : « C'était un handicap tellement lourd que... je ne sais pas si elle pouvait exercer réellement heu, ben le rôle de maman. Alors ni femme, ni maman, qu'est-ce qu'il lui reste à cette femme ? Rien. Moi je la condamne pas »[10]. Invitées à s'exprimer devant les caméras de télévision, ces femmes affirment de plus en plus le besoin de voir leurs sacrifices et leurs actes reconnus par l'État.

La médiatisation des mères d'enfant handicapé permet donc de constater un changement important dans les discours médiatiques : si ces femmes performent bien une maternité sacrificielle, leurs proches tendent à introduire dans les JT le paramètre que constitue le bien-être personnel de ces mères. Ce faisant ils contribuent à déplacer la focale des intérêts de l'enfant vers ceux de la mère, et soulignent leur mal-être immense. Les coûts de la maternité oblative sont ainsi reconnus.

Bibliographie

Ambroise-Rendu A.-C. (2004). *Petits récits des désordres ordinaires* : *les faits divers dans la presse française des débuts de la IIIe République à la Grande Guerre*. Paris, Seli Arslan DL.

Chalvon-Demersay S. (1994). *Mille scénarios. Une enquête sur l'imagination en temps de crise*. Paris, Éditions Métailié.

Dakhlia J. (2015). Médias de l'intime. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 20 septembre 2015.

Dubec S. (2019). *Maternités et paternités infanticides dans les journaux télévisés (1962- 2018). Individualisation des crimes, rationalisations genrées, asymétries relationnelles*. Thèse de doctorat : Sciences de l'information et de la communication, Paris, Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3.

Dubied A. & Lits M. (1999). *Le Fait divers*. Paris, Presses Universitaires de France.

Foucault M. (1970). *L'Ordre du discours*. Paris, Gallimard.

Giddens A. (2004). *La Transformation de l'intimité. Sexualité, amour, et érotisme dans les sociétés modernes*. Rodez, Éditions du Rouergue.

Ina (2013). Les faits divers dans les JT : toujours plus. *Ina Stat* : *Le baromètre thématique des journaux télévisés*, n° 30.

8 INA, Journal télévisé, édition du matin, France 2, le 16/05/2005.

9 INA, Journal télévisé, édition de la mi-soirée, France 2, le 08/04/2008.

10 INA, Journal télévisé, édition de la mi-soirée, Canal +, le 24/08/2010.

Lochard G. & Soulages J.-C. (2003). La parole politique à la télévision. Du logos à l'ethos. *Réseaux*, n° 118, p. 65-94.

Marchetti D. & Baisnée O. (2002). L'économie de l'information en continu. À propos des conditions de production dans les chaînes d'information en général et à Euronews en particulier. *Réseaux*, n° 114, vol. 4, p. 181-214.

Mehl D. (1992). *La Fenêtre et le miroir* : *la télévision et ses programmes*, Paris, Payot. Mehl D. (1996). *La Télévision de l'intimité*, Paris, Seuil.

Mehl D. (2008). La Télévision de l'intimité. *Le Temps des médias*, n° 10, vol. 1, p. 265-279.

Pavard B., Rochefort F. & Zancarini-Fournel M. (2020). *Ne nous libérez pas, on s'en charge. Une histoire des féminismes de 1789 à nos jours*. Paris, La Découverte.

Sécail C. (2010). *Le Crime à l'*écran : *le fait divers criminel à la télévision française, 1950- 2010*, Paris, Nouveau monde éditions.

Régionalisation des plateformes transnationales de SVoD : quelles reconfigurations pour lesindustries audiovisuelles locales ? Le cas de Netflix en Inde

Regionalization of transnational SVoD platforms: what reconfigurations for the localaudiovisual industries ? The case of Netflix in India

Christine Ithurbide, Postdoctorante
Université Paris 13
LabSIC / LabEx ICCA
christine.ithurbide@gmail.com

Mots-clés : Netflix, secteur audiovisuel, reconfigurations locales, Inde

Keywords : Netflix, audiovisual industry, local reconfiguration, India

Résumé

Cette communication propose d'analyser les stratégies de régionalisation de la plateforme transnationale de SvoD Netflix à partir du cas de l'Inde et interroge ses enjeux dans les dynamiques de l'industrie audiovisuelle locale. Dans quelle mesure y a-t-il une domination de la plateforme américaine et de ses contenus dans l'industrie locale ou son arrivée représente-t-elle au contraire une opportunité de financer des productions nationales et des talents locaux ? Après une contextualisation sur la progression des médias transnationaux dans le marché de l'audiovisuel indien, on étudiera les mécanismes de calibrage de Netflix à l'échelle locale, notamment sa prise en compte de caractéristiques technologiques et socio-économiques ainsi que l'« indianisation » de son catalogue avec une importance particulière accordée à la production de contenus originaux.

Abstract

This communication will analyze the regionalization strategies of the transnational SvoD platform Netflix based on the case of India and question its contribution to the local audiovisual industry dynamics. To what extent is there a domination of the American platform and his contents upon the local industry or does its arrival represent on the contrary an opportunity to finance national productions and local talents? After a contextualization on the progression of transnational media in the Indian audiovisual market, we will study the mechanisms of adaptation operated by Netflix at the local level, in particular its taking into account of technological and socio-economic characteristics, as well as the "indianization" of its catalog with particular importance given to the production of original content.

Régionalisation des plateformes transnationales de SVoD : quelles reconfigurations pour les industries audiovisuelles locales ? Le cas de Netflix en Inde

Christine Ithurbide

Introduction

Cette communication propose d'étudier les stratégies de régionalisation de la plateforme transnationale de SvoD Netflix à partir du cas de l'Inde et dans quelle mesure son déploiement révèle, accompagne ou génère de profondes transformations dans l'organisation du secteur audiovisuel local. Netflix a largement contribué à la remise en question des politiques et économies audiovisuelles nationales partout dans le monde (McDonald and Smith-Rowsey, 2016 ; Lobato, 2019) mais les situations sont contrastées en fonction du degré de pénétration historique des contenus américains, de la structuration des systèmes audiovisuels locaux deproduction et de distribution, et de la résistance offerte par les politiques publiques audiovisuellesnationales. Quelles sont les différentes stratégies de régionalisation de Netflix en Inde et dans quelle mesure y a-t-il une domination de la plateforme américaine et de ses contenus dans l'industrie locale, ou bien son arrivée représente-t-elle au contraire une opportunité de financer des productions nationales et des talents locaux ? Afin d'étudier les stratégies de régionalisation de Netflix en Inde et leurs implications industrielles, économiques et culturelles, cette contribution propose de revenir sur les caractéristiques du marché de l'audiovisuel indien depuis sa libéralisation dans les années 1990, avant d'analyser les mécanismes de calibrage de la plateforme à l'échelle locale, notamment sa prise en compte de caractéristiques technologiques et socio-économiques du pays. On s'intéressera également aux stratégies de régionalisation ducatalogue, notamment à l'importance accordée à la production de contenus originaux et à ses enjeux dans les dynamiques industrielles locales.

Mon approche des plateformes audiovisuelles s'appuie sur les travaux des sciences de l'information et la communication, notamment la théorie des industries culturelles qui étudie les caractéristiques socio-économiques des plateformes numériques, les logiques d'industrialisation des processus de création, et les relations entre les acteurs historiques de contenus culturels et les acteurs des industries de la communication et de l'économie numérique (Bouquillion et Moreau, 2018 ; Bullich et Schmitt, 2019). Elle s'inscrit également dans une approche de géographie sociale et industrielle qui accorde une importance particulière à l'ancrage des réseaux d'activités et de leurs acteurs dans une réalité matérielle, industrielle, sociale et politique, soulignant l'importance d'une approche située du numérique prenant en compte les spécificités des territoires dans l'analyse de ces enjeux. Ma méthodologie s'appuiera sur l'étude de rapports d'activités et autres documents publiés par Netflix ainsi que par des acteurs industriels privés, publics, et indépendantset sur l'analyse

d'articles de presse, complétés par des entretiens semi-directifs menés entre 2018 et2019 avec des acteurs de l'industrie audiovisuelle en Inde, dont les représentants de Netflix à Mumbai.

Contextualisation sur la place des médias transnationaux dans le marché audiovisuel indien et décollage des plateformes de SvoD

Le déploiement de Netflix à l'échelle mondiale à partir de 2010 s'inscrit dans une longue histoire de la transnationalisation des médias où l'arrivée de nouveaux entrants dans les marchés de l'audiovisuel nationaux ont conduit à des transformations variables selon les géographies. Cette histoire a fait l'objet de nombreux travaux dans le cas de l'Inde (Banerjee, 2002 ; Sundaram, 2005 ; Thussu, 2013 ; Thomas, 2014) à partir desquels il est possible de mettre en évidence certains aspects de la structuration historique de ce secteur et notamment les dynamiques liées à l'entréede grandes entreprises étrangères et d'autre part de faire un premier point sur les différentes étapes de régionalisation de ces médias globaux.

L'Inde, jusqu'en 1990, ne possédait qu'une seule chaîne de télévision nationale, Doordarshan. Le développement de la diffusion par câble et satellite à partir des années 1990 et lapolitique de déréglementation du secteur audiovisuel ont conduit à une multiplication rapide du nombre de chaînes régionales, nationales et transnationales et à l'arrivée de plusieurs grands groupes audiovisuels transnationaux. Parmi eux, l'ancien groupe AOL-Time-Warner (CNN), News Corporation (Star TV), Viacom-Paramount (CBS News) et Disney (ABC News) ont ainsi été attirés par le pouvoir d'achat croissant et les aspirations d'une classe moyenne indienne émergente. Le cas de Star TV permet d'observer différents aspects du processus de régionalisation des médias transnationaux (Shields et Muppidi, 1996 ; Parthasarathi, 2012). Après l'échec de sa stratégie basée sur l'importation de programmes américains en Inde dû à une faible audience anglophone, Star entreprend d'« indianiser » (*indianized*) sa programmation pour répondre à la variété des goûts culturels et linguistiques du marché indien (Thussu, 2007:595). Ceprocessus comprend notamment le recrutement du chef de Doordarshan à la direction, la reprise d'une autre chaîne indienne Zee TV, la production d'émissions en interne, et un investissement massif dans ses relations publiques. L'exportation de programmes américains est remplacée par l'adaptation de jeux télévisés à succès, avec par exemple *Kaun Banega Carorepati?* (Qui veut Gagner des Millions ?) animé par l'une des célébrités du cinéma Bollywood, Amitab Bhachchan. Ces étapes témoignent d'un processus d'apprentissage culturel par l'expérimentation commerciale bien connue dans les études sur la localisation dans les industries des médias (Chalaby, 2005 ; Lobato, 2019). La question de la protection des industries nationales contre la concurrence étrangère, en particulier contre les contenus américains, est par ailleurs relativement marginalisée dans le débatnational indien par rapport à d'autres pays. En effet, il existe très peu de mesures concernant les quotas minimaux pour les programmes nationaux, une situation qui peut s'expliquer par la nette domination du marché audiovisuel par les contenus indiens, en hindi et dans d'autres langues régionales. Le gouvernement indien fait plutôt le choix d'attirer des financements étrangers en autorisant 100% d'Investissement Direct Etrangers (IDE) dans la production et la distribution de films à partir de 2002. Le gouvernement indien se positionne ainsi dès cette période en faveur d'une croissance du secteur reposant sur une diversité d'acteurs et sur un modèle d'autoréglementation en faveur des acteurs transnationaux. Des alliances entre les grands groupes audiovisuels internationaux et leurs interlocuteurs indiens

se forment également à cette période, par exemple entre Doordarshan et CNN ou entre Zee et Star TV. Plusieurs travaux soulignent queces partenariats avec de grands groupes multimédias ont permis d'accélérer l'absorption des nouvelles technologies et l'acquisition de méthodes de production de programmes sérialisés, capables d'attirer un public de masse et ont contribué à la rationalisation du secteur audiovisuel indiens (Mukherjee, 2002 : 36 ; Deprez 2006).

A partir de la fin des années 2000, plusieurs facteurs vont faciliter le développement des plateformes audiovisuelles. Il y a tout d'abord l'expansion de l'infrastructure numérique du pays, en particulier hors des grands centres urbains ainsi que la croissance du nombre d'utilisateurs ayant accès à l'Internet haut débit (3G puis 4G). On assiste également à la baisse drastique du coût des smartphones et des abonnements qui sont parmi les moins chers au monde favorisant l'expansion rapide de la consommation des services Internet et des contenus numériques (FICCI- EY, 2018 : 105). Ce contexte a largement ouvert la voie à un marché des plateformes numérique hautement compétitif. Fin 2019, l'Inde compte quelques 325 millions de consommateurs de vidéosen ligne dans un pays ou seulement 36% de la population a accès à internet (KPMG-Eros Now, 2019).

Netflix est arrivée en Inde en janvier 2016, au moment où la plateforme est déployée simultanément dans plus de 130 pays dans le monde. Le pays compte alors déjà une dizaine de plateformes audiovisuelles indiennes et il en existe plus d'une trentaine aujourd'hui. Elles sont liées à des acteurs culturels historiques - des chaînes de télévision (Hotstar/Star TV, Zee5/Zee, Voot/Viacom) ou des maisons de production de film (Eros Now/Eros Entertainment, AltBalaji/Balaji Films) - mais aussi à un nombre croissant d'acteurs des industries de la communication et des médias (MX Player/Times Internet) d'opérateurs téléphoniques (Jio TV, Jio Cinema), d'acteurs du e-commerce (Flipkart Video) et de producteurs de contenus numériques (TVF, ShemarooMe). Netflix n'est pas le premier acteur transnational de VoD à entrer dans le marché indien, précédée par HOOQ (une *joint-venture* entre Sony Pictures, Warner Bros et Singtel), Viu (filiale du groupe Hong Kongais PCCW), Amazon Prime Video et Disney+. On constate la coexistence de plusieurs modèles économiques, les plateformes de vidéo à la demandepar abonnement (SvoD), dont fait partie Netflix et qui proposent des contenus produits par des professionnels avec un abonnement payant mensuel ou annuel, des plateformes gratuites avec publicités (AVOD) et un troisième modèle hybride dit « freemium » avec une partie des contenusgratuits et l'autre accessible seulement avec un abonnement payant. Le marché est aujourd'hui largement dominé par la plateforme de AVoD YouTube, suivie d'Amazon Prime Video et detrois plateformes indiennes HotStar, JioCinema et Voot (MICA, 2019). Contrairement à denombreux autres pays (France, Allemagne, Canada, Brésil) où Netflix arrive en seconde position après YouTube, et devant d'autres plateformes nationales, le marché indien semble plus difficile àconquérir.

Par ailleurs, si l'Inde est bien connue pour être l'un des plus grands pays producteurs de films au monde, son système de diffusion présente plusieurs difficultés. Son réseau de cinémaet de multiplex reste très médiocre avec en moyenne 6 écrans par million d'habitants en Inde, contre 23 en Chine et 126 aux États-Unis (Deloitte, 2016). À l'inverse des films Hollywoodiens qui sont produits, financés et distribués par une poignée de conglomérats des médias, Bollywood est resté une industrie verticalement désintégrée conduisant à la production de nombreux filmsqui ne seront jamais projetés (Lorenzen et Täube, 2008). Les espaces dédiés à la projection de contenus alternatifs (films d'art et d'essais, indépendants etc.) sont encore rares bien qu'un nombrecroissant de festivals viennent en partie palier ce déficit. Cette situation a

donc ouvert des opportunités pour l'arrivée d'un nouveau système de distribution via les plateformes de streaming audiovisuelles.

Les stratégies de régionalisation de Netflix dans le marché indien : choix technologiques et économiques

En 2018, Ted Sarados, le Chief Content Officer de Netflix déclare dans une allocution que l'Inde représente l'un des endroits les plus prometteurs du monde pour ces cinq prochaines années (Rahman, 2018). La même année, la compagnie installe son premier bureau à Mumbai, lacapitale économique de l'Inde et l'épicentre de l'industrie Bollywood. Plusieurs étapes de l'« indianisation » décrite quelques décennies plus tôt se répètent, notamment le recrutement de personnel ayant une connaissance approfondies du paysage médiatique local. Netflix recrute également des chargés de projet de localisation (Localization Project Manager) dont la fiche de poste souligne la dimension transversale du processus d'adaptation technologique, culturel, communicationnel. Cependant, certaines sources affirment que la plupart de leurs cadres qui travaillent pour l'Inde sont basés soit à Los Angeles soit à Singapour (Bengali, 2018).

L'un des éléments essentiels de la stratégie de localisation de la plateforme, et qui la singularise vis-à-vis d'acteurs transnationaux anciens ou de la plupart de ses concurrents contemporains, c'est la recherche de solutions techniques adaptées aux infrastructures du pays et aux pratiques numériques de ses habitants. Parmi les principales difficultés rencontrées ; la qualité médiocre et inégale du réseau d'infrastructure numérique (accès à internet souventdiscontinu, haut-débit limité) posant des problèmes pour un visionnage des contenus audiovisuelsen streaming et une faible inclinaison des indiens à payer pour avoir accéder à des contenus. Plusieurs « solutions technologiques » pensées à la fois à l'échelle globale et locale sont alorsmise en œuvre à partir de 2016. Tout d'abord, la fonction « Téléchargement » lancée à l'échelle mondiale par Netflix, permet de télécharger les vidéos sur un smarphone et de les regarder plus tard. Cette fonctionnalité, bien que déjà expérimentée dès la fin 2014 par YouTube, devient un atout majeur pour Netflix en Inde.

À partir de 2017, Netflix installe une série de caches CDN, appelées Open Connect Appliances (OCA), permettant à la plateforme d'héberger ses contenus vidéo dans des serveurs proches des utilisateurs. Ce système, à nouveau déployé à l'échelle mondiale (Lobato, 2019), permet à Netflix de palier à des connections internet locales relativement lentes et d'assurer une meilleure vitesse de téléchargement de ses contenus qui passe après l'installation des OCA de 8 Mbps à plus de 80 Mbps (Deep, 2017). Les CDN, en tant que réseaux privés construits *par dessus* l'Internet public posent néanmoins un problème réglementaire, offrant des « voies plus rapides » aux fournisseurs qui peuvent y avoir recours et conduisant ainsi à un Internet à deux vitesses. Cette situation vient remettre en question le principe de neutralité du net qui régit le monde numérique et qui garantit une égalité de traitement de tous les flux de données sur Internet (Palacin et *al*., 2013 ; Lobato 2019). Dans un rapport de 2017, l'organisme de régulation des Telecom, la Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) se positionnera en faveur de la neutralité du net mais exclura les CDN de la réglementation, expliquant notamment que ce système permet de « décongestionner et d'améliorer l'efficacité globale du trafic » (TRAI, 2017: 20-22). Si les CDN n'ont pas été considérés comme une violation du principe de neutralité du Neten Inde, le débat autour de ces dispositifs ne fait

sans doute que commencer et montre le rôle d'acteurs transnationaux comme Netflix dans l'émergence de débats publics sur les réglementations nationales.

L'Inde devient également le laboratoire d'essai d'une nouvelle offre d'abonnement appelée "Mobile-only plan". Jusque-là, Netflix avait trois offres d'abonnement en Inde parmi les moins chères au monde : *Basic* (Rs 499/ mois pour 1 écran) ; *Standard* (Rs 649/ mois pour 2 écrans simultanément) et *Premium* (Rs 799/ mois pour 4 écrans simultanément et une qualité haute- définition). En 2019, Netflix lance une nouvelle offre à Rs 199/ mois (2,40€) disponible uniquement pour un usage depuis un téléphone ou une tablette, et donc particulièrement adaptée aux pratiques des consommateurs indiens visionnant des contenus essentiellement depuis un smartphone. Cette initiative à un double objectif, d'une part, élargir sa base d'utilisateurs en ciblant les segments de villes moyennes et petites comme le confirme Nigel Baptiste, Directeur, Engagement des partenaires de Netflix (Saha, 2019) et de rivaliser avec les autres plateformes dont les tarifs sont moins élevés. D'autre part, elle vise à compenser la perte d'abonnés que connait Netflix à l'échelle mondiale en récupérant de nouveaux utilisateurs sur le marché indienen plein expansion et qui représente avec ses 47,4 millions d'abonnés le deuxième plus grand marché en dehors des États-Unis pour Netflix (Biwas, 2020). La compagnie a également annoncé fin 2019 que l'offre Mobile-only initiée en Inde allait être introduite en Malaisie et en Indonésie puis sans doute dans d'autres pays du monde (Letter to Stakeholders, 4th Quarter 2019 p.4). L'Inde semble donc émerger comme un territoire privilégié d'investissement et d'expérimentation.

La régionalisation du catalogue de contenu et ses enjeux dans les dynamiques industrielles locales

La régionalisation du catalogue de contenu est l'un des autres grands enjeux auquel la plateforme a du répondre. En effet, dans un pays où 80% des contenus audiovisuels consommés sont des contenus indiens - en hindi (40%) et dans d'autres langues régionales - (FICCI-EY, 2018), la simple exportation de contenus américains ne peut donc pas être au centre de la stratégie de la plateforme. L'« indianisation» du catalogue de Netflix passe par trois principales étapes : l'acquisition de films et de séries indiennes par le biais de signatures de contrats de droits de diffusion, le sous-titrage ou doublage des films de son catalogue, et la production de séries et de films originaux avec des acteurs, réalisateurs et ou maisons de production indiennes.

Netflix commence par acheter les droits cinématographiques de films et de séries auprès de grandes maisons de production indiennes pour des diffusions en Inde et bien sûr aussi à l'international. Des partenariats sont signés avec deux des plus grandes stars de Bollywood et leursmaisons de production, Shahrukh Khan (Red Chillies Entertainment) et Aamir Khan (Aamir Khan Production). La stratégie est double, acheter les droits de films déjà produits mais également de ceux prévus dans les trois prochaines années pour une distribution exclusive sur sa plateforme. A travers ces achats, Netflix cherche surtout à acquérir des contenus également adaptés à un public international. L'achats massifs de droits de films par Netflix et l'autre géant américain, Amazon Prime Vidéo, ont contribué à revitaliser une industrie cinématographique indienne en difficulté. En effet, dans un contexte où les revenus liés aux ventes de K7, DVD et dedroits de télévision avaient chuté au cours de dernières années, l'achat de droits de films déjà produits a ainsi ouvert

la voie à de nouvelles sources de revenus (Jha, 2017). Conscient cependantde la richesse de son propre catalogue de contenus internationaux, Netflix entreprend la traduction et le doublage de ces derniers dans plusieurs langues indiennes, en priorité en hindi, mais aussi en tamil, telugu, bengali, marathi, kannada et gujarati. En 2020, plusieurs séries et films internationaux sortent directement doublés en hindi comme *Irish Man* ou *Extraction*.Netflix participe donc à l'économie du sous-titrage et du doublage en plein essor en Inde depuis lamultiplication de plateformes audiovisuelles mais aussi à l'amélioration des sous-titrages due à une plus grande exigence de qualité (Bhatt, 2019).

L'Inde devient aussi l'un des principaux marchés de Netflix pour l'investissement de contenus originaux. Durant l'année 2019-2020, un budget de 360 millions d'Euros (3000 crores de roupies) aurait été consacré à la création de contenus originaux en Inde (Gangal, 2020). A travers ses investissements dans un catalogue de contenus indiens, Netflix vise à nouveau la vastediaspora indienne et une audience internationale, comme le confirmeront plusieurs acteurs de l'industrie lors d'entretiens. Et en effet, les deux tiers du public de *Sacred Game*, la première sérieoriginale de Netflix en Inde, étaient basés hors de l'Inde (EY-FICCI, 2019). En 2017, Netflix lance ses cinq premiers originaux indiens, uniquement des séries, réalisés en collaboration avec une diversité de partenaires indiens et internationaux. Deux sont réalisées en co-production avec la maison de films britanniques Seven Stories (*Again*, *Selection Day*), deux autres par desmaisons de production indiennes, Phantom Film (*Sacred Game*) et RSVP Productions (*Love per Square Foot)* et la dernière par une jeune agence de création de contenu numérique, Pocket Aces (*Little Things).* Dans les années qui suivent, Netflix augmente et diversifie le type et le genre de ses contenus originaux : 7 originaux en 2018 (dont une seule série, cinq films et un premier documentaire) et 11 en 2019 (dont 9 films, 4 séries, 1 documentaire ainsi que ses premiers essais dans le *stand-up* et le film animé). De nouvelles collaborations prestigieuses sont annoncées avec des célébrités du cinéma Bollywood et hollywood (Priyanka Chopra pour le film *Firebrand*), maisaussi du film indépendant (Deepa Mehta pour la série *Leila*). Ces partenariats avec des célébrités de l'industrie ont aussi été appuyés par des budgets et des salaires très élevés comparés au prix dumarché indien, tout du moins dans les premiers temps comme le confirme Sidharth Jain, fondateur de The Story Ink (Entretien, février 2019, Mumbai). Netflix est donc parvenue à produire entre 2017 et 2020 près de 45 productions originales. La plateforme reste pourtant un "petit producteur" par rapport à certains de ses concurrents de l'OTT indien comme Altbalaji et ZEE5 annonçant leur collaboration pour la production annuelle de plus de 60 nouveaux contenus originaux, ou encore Jio Cinéma visant la production d'un film par semaine avec l'ouverture de sesnouveaux Jio Studios.

L'influence culturelle de Netflix ne doit cependant pas être uniquement envisagée àtravers la question de la diffusion de contenus, mais plus largement, en termes de diffusion de "mode de faire" dont les conséquences sur les transformations des secteurs audiovisuels locaux sont sans doute bien plus importantes à long-terme. Comme l'explique Ramon Lobato (2019), Netflix a "largement projeté et étendu son modèle commercial et sa philosophie de divertissementdans de nouveaux pays". Cette philosophie s'appuie notamment sur le recours généralisé aux données et aux algorithmes dans les processus décisionnels aussi bien au niveau de la créationque des recommandations aux abonnées, une approche qui se trouve de plus en plus réappropriée par les producteurs indiens de contenus. D'autre part, de nombreux acteurs liés à l'industrie audiovisuelle en Inde s'accordent pour dire que les hautes exigences de la plateforme amé-

ricaineaussi bien en termes de qualité des contenus narratifs, des productions mais aussi des traductions ont contribué a mettre « plus de pression sur les autres plateformes pour produire des contenus dehaute qualité » (Siddhart Jain, entretien *ibid*.). Elle a aussi permis aux créateurs indiens de se libérer de schémas narratifs contrains par les blockbusters de Bollywood et les séries télévisuellesfamiliales (Rasika Tyagi, entretien, juillet 2018, Mumbai). Varun Grover, scénariste principal de *Sacred Games*, affirme par ailleurs que les plateformes américaines ont apporté des changements considérables pour le statut et le salaire des scénaristes et il espère « qu'à long terme l'industrie indienne atteindra les mêmes normes qu'aux États-Unis, où les meilleurs écrivains reçoivent notamment des royalties » (Bhushan, 2018). Cependant, les pratiques de Netflix révèlent aussi d'importantes disparités entre les budgets alloués pour des productions américaines et leurséquivalent indiens qui restent nettement inférieurs et que certains acteurs commencent à dénoncer(Bengali, 2018 ; Pathak, 2019). Cette situation amène plus largement à interroger l'articulation entre globalisation du secteur audiovisuel et division du travail avec la persistance d'inégalités dans les salaires, les budgets alloués aux projets et les droits des travailleurs culturels (Curtin and Sasson, 2016).

Conclusion

Cette contribution a permis de mieux comprendre l'articulation et la complémentarité entre les logiques technologiques, économiques et des contenus qui structurent la stratégie de régionalisation de la plateforme américaine. Elle permet de démontrer que les stratégies de régionalisation de Netflix s'inscrivent dans une certaine tradition d'« indianisation » de médias transnationaux (recrutements, alliances avec partenaires locaux), tout en les dépassant notammenten raison de ses investissements liés aux solutions technologiques et à la création d'un catalogue de contenus originaux. Par ailleurs, nous avons souligné que l'arrivée de Netflix ne conduit pas à une domination des contenus américains sur les contenus indiens, au contraire, les contenus indiens restent au cœur de la consommation audiovisuelle. Cependant, la plateforme américaine alargement diffusé son modèle commercial et sa philosophie de divertissement et influencé de nombreux acteurs industriels et entrepreneurs locaux. Enfin, si les stratégies de régionalisation, notamment l'acquisition et la production de contenu locaux, ont contribué à renforcer le tissu audiovisuel local et son économie, elles servent également des objectifs bien au-delà de la contribution à l'industrie indienne, et représentent un investissement pour sa stratégieinternationale avec l'ambition d'attirer un public international, en particulier une large diaspora indienne.

Bibliographie

Banerjee, I. (2002). The Locals Strike Back?: Media Globalization and Localization in the NewAsian Television Landscape. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 64(6), p. 517–535.

Bhatt, S. (2019). How content streaming platforms like Netflix have created an economy aroundsubtitles in India. *Economic Times*, 13 janvier 2019

Bengali S. (2018). Big-budget TV meets Bollywood as Amazon and Netflix do battle in India.

Los Angeles Times, 3mars 2018.

Biwas D. (2020). Ride the OTT craze with these job openings at Netflix India. *Yourstory.com*, 22février 2020.

Bouquillion P. et Moreau F. (2018). *Digital platforms and cultural industries,* Peter Lang. Bullich V. et Schmitt L. (2019) « Les industries culturelles à la conquête des plateformes ? »,

tic&société, Vol. 13, N° 1-2.

Chalaby, J. K (2005). *Transnational Television Worldwide: Towards a New Media Order*.London: I. B. Tauris.

Curtin, M. and Sanson, K (eds.). (2016). *Precarious Creativity: Global Media, Local Labor*.Oakland, University of California Press, 2016.

Deep A. (2017). Netflix deploys caches of its catalogue to Indian Internet providers. *Medianama*, 4 avril 2017.

Deloitte (2016). *Indywood The Indian Film Industry* September 2016.

Deprez, C. (2006). Chapitre 1. La télévision indienne face au système transnational des médias.*La télévision indienne : Un modèle d'appropriation culturelle.* Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck Supérieur, p. 53-76.

FICCI-EY (2018). *Reimagnining India Media Sector*. New Delhi: FICCI and Ernst & Young.

FICCI-EY (2019). *A billion screens of opportunity: India's Media & Entertainment sector*. NewDelhi: FICCI and Ernst & Young LLP.

Gangal, A. (2020). "We try to program for every mood": Srishti Behl Arya, Netflix. Afaqs.com, 4 février 2020.

Jha, L. (2017). Netflix, Amazon give ailing Bollywood production houses a new lease of life.

LiveMint, 24 February.

KPMG and EROS Now (2019). *Unravelling the digital video consumer*. KPMG

Lobato, R. (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York UniversityPress.

Lorenzen, M. and Täube, F.A. (2008). Breakout from Bollywood? The Roles of Social Networksand Regulation in the Evolution of Indian Film Industry. *Journal of International Management,* 14, p. 286–299.

McDonald K. and Smith-Rowsey D. (eds) (2016). *The Netflix Effect: Technology andEntertainment in the 21st Century.* New York: Bloomsbury, p. 235–246.

Mukharjee, A. (2002). India's Trade Potential in Audio-visual Services and the Gats, WorkingPaper No. 81. Indian Council for Reaserch on International Economic Relations.

MICA - Centre for Media and Entertainment Studies (CMES) 2019_Indian OTT PlatformsReport 2019

Mitter, S. (2019). Netflix announces 10 new original films in India, ropes in Shah Rukh Khan andothers. Yourstory.com, 15 avril 2019.

Palacin, M., Oliver M., Infante J., Oechsner S. et Bikfalvi A. (2013) “The Impact of Content Delivery Networks on the Internet Ecosystem.” *Journal of Information Policy* 3, p. 304–330.

Pathak A. (2019). How Vishal Bhardwaj’s ‘Midnight’s Children’ Adaptation For Netflix FellApart. *Huffington Post,* 28 novembre 2019.

Parthasarathi, V. (2012) Murdoch’s India: A hedge against uncertainty. *Global Media andCommunication* 8(1), p. 14-17.

Rahman A. (2018). Mumbai: Netflix’s Ted Sarandos Talks India Strategy, ‘Sacred Games’Controversy. *The Hollywood Reporter*. 28 octobre 2018.

Saha S. (2019). Netflix brings Rs 199 per month plan in India: What it offers, how is it differentfrom other plans and more, *India Today*, 24 juillet 2019.

Shields, P. and Muppidi, S. (1996). Integration, the Indian state and STAR TV: Policy and theoryissues. *Gazette*. 58. p. 1-24.

Sundaram, R. (2005). Media globalization: an Indian perspective. *Global Media andCommunication*, *1* (1), p. 55-58.

Thomas, P. (2014). The Ambivalent State and the Media in India: Between Elite Domination andthe Public Interest. *International Journal of Communication* 8 (2014), p. 466-482.

Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) (2017). Recommendation to the telecom department (DoT). https://trai.gov.in/sites/default/files/Recommendations_NN_2017_11_28.pdf

Thussu, D.K. (2013). India in the international media sphere. *Media, Culture & Society* 35(1)p.156-162.

Thussu, D.K. (2007). The “Murdochization” of News? The Case of Star TV in India. *Media,Culture & Society,* 29 (4), p. 593-611.

Entre mutations, harcèlement moral organisationnel et communication de crise : le cas de France Télécom

Marie-Odile Legrand
PAST université de Lille, ULR 4073 GERiiCO
marie-odile.legrand@wanadoo.fr

Marie-Eve Saint Georges
CE université de Lille, ULR 4073 GERiiCO
mesaintgeorges@gmail.com

Mots clés : France Télécom, Procès, Communication de crise, Harcèlement moral

Keywords : France Telecom, Trial, Crisis communication, Moral harassment

Résumé

L'affaire France Télécom, ainsi appelée dans les sphères médiatiques, s'achève en décembre 2019 avec un premier jugement qui condamne la responsabilité de sept de ses anciens dirigeants pour harcèlement moral. Harcèlement moral qualifié de « phénomène collectif » par le Tribunal de grande instance (TGI) de Paris. Après avoir montré en quoi le procès France Télécom fait évoluer considérablement la notion de harcèlement moral, nous nous questionnons sur le rôle du procès pénal au regard des victimes et ce malgré l'hyper-médiatisation de cette affaire.

Abstract

The France Telecom case, so called in the media spheres, ended in December 2019 with a first judgment which condemns the responsibility of seven of its former leaders for moral harassment. Moral harassment described as a "collective phenomenon" by the Paris Tribunal de Grande Instance (TGI). After having shown how the France Telecom trial significantly changed the notion of moral harassment, we question the role of the criminal trial with regard to the victims, despite the high coverage of this case.

Entre mutations, harcèlement moral organisationnel et communication de crise : le cas de France Télécom

Marie-Odile Legrand, Marie-Eve Saint Georges

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) qui entament, à l'aubedes années 2000, un virage dont la vitesse caractérise autant les innovations que les nouvelles logiques de gestion dans une entreprise comme France Télécom. L'un des principaux moteurs de la transformation voulue au sein de l'entreprise France Télécom tient dans une réorganisation de métiers anciennement reconnus sous l'enseigne des PTT. Mais ce virage des années 1990 et, particulièrement, l'amorce des années 2000 signifie pour l'entreprise du CAC 40 - dont l'Etat français est actionnaire - France Télécom l'obligation de se métamorphoser ou de péricliter, face àla montée d'une concurrence féroce que représenteront les nouveaux geeks inventeurs de NTIC, les futurs GAFAM et autres Free qui viennent définitivement sceller l'avenir de France Télécom. C'est dans ce contexte qu'une machine médiatique (Charaudeau, 2000), un engrenage judiciaire etles ressorts psycho-sociaux caractérisés par une forme collective du harcèlement moral opèrent.

Nous nous focalisons sur un échantillon de productions journalistiques, sélectionnées à desmoments clé du procès de sept anciens dirigeants de France Télécom et de l'entreprise Orange en tant que personne morale. Ceci, afin d'appréhender des zones d'éclairage médiatique, au sens où les lumières médiatiques apportent un éclairage nouveau sur la crise et les cas de suicides qui se sont produits dans le cadre de la réorganisation voulue à France Télécom.

Le procès France Télécom peut être qualifié de procès hors norme en raison de plusieurs points :

- Sa durée d'abord. Surnommée l'affaire France Télécom, ou le procès Télécom ou bien encore l'affaire des suicides, les faits, s'étendent de la période de 2006 à 2011, atteignant leur paroxysme en 2009 dans une période surnommée la « crise des suicides » ;
- Le nombre de ses victimes ensuite. Ce sont les situations de trente-neuf personnes retenues comme victimes par l'instruction, dont dix-neuf se sont suicidées, qui ont été examinées. Trente-neuf cas individuels (19 suicides, 12 tentatives de suicide, 8 dépressions ou arrêts de travail) ont été discutés avec pour fond les plans NexT et Act, des plans de redressement de l'entreprise qui visent entre autres à réduire les effectifs avec comme objectif le départ en troisans de 22 000 salariés sur 120 000, dans un contexte d'ouverture à la concurrence ;
- Le jugement enfin qui porte sur la qualification du harcèlement moral. La procureure de la République, qui représentait les victimes et requière une peine à l'encontre des auteurs des agissements, a affirmé que « *Le but de ce procès [n'*était] pas de poser un jugement de valeur*sur les personnes, mais de démontrer que l'infraction pénale de harcèlement moral peut être constituée par une politique d'entreprise, par l'organisation du travail, et qualifier ce que l'onappelle le harcèlement managérial.* »

Au regard de ces différents points, le procès France Télécom nous paraît faire évoluer considérablement la notion de harcèlement moral, qualifiée par plusieurs auteurs (Bouaziz, 2001 ;Poilpot-Rocaboy, 2010 ; Deharo et Point, 2014) d'ambivalente. Il nous semble aussi qu'au-delà deson enjeu pénal, l'affaire France Télécom a été perçue et jugée par le Tribunal comme le symboled'un sujet de société, ainsi que le souhaitaient les parties civiles. Reconnaissant l'existence d'un « *harcèlement moral institutionnel* », le jugement du TGI de Paris caractérise la dimension collectivedu harcèlement moral. Le tribunal s'appuie sur le fait que le législateur n'a « *pas exclu l'incrimination d'un harcèlement moral institutionnel aux dépens de la collectivité de travail. Loinde se réduire à un conflit individuel, le harcèlement moral peut avoir ses racines profondes dans l'organisation du travail et dans les formes de management* » (Poilpot-Rocaboy G, 2010).

Enfin, si du point de vue juridique, ces évolutions fournissent des éléments de compréhension surla façon dont les juges gèrent les situations de harcèlement moral et notamment démêlent les différents évènements tant aux niveaux personnel qu'organisationnel qui interagissent et s'entremêlent dans la qualification du harcèlement moral, il n'en demeure pas moins qu'en raisonde l'hypermédiatisation qu'a rencontrée le jugement de cette affaire France Télécom, nous pouvonségalement nous questionner sur le rôle du procès pénal au regard des victimes[1].

Ainsi, le grand reporter de *La Voix du Nord*, Eric Dussart, spécialiste des questions judiciaires, explique que dans son jugement rendu le 20 décembre 2019, le TGI de Paris a qualifié « *Le harcèlement moral au travail [comme] un phénomène collectif. La particularité de ce délit est le transfert de culpabilité vers les victimes* ». Aussi, « *Le tribunal n'a voulu retenir que quatorze moisde la tourmente France Télécom, de novembre 2007 à la fin de l'année 2008. Après la fin du plande* 'déflation' *du nombre de salariés, les prévenus sont relaxés. Même si d'autres salariés ont souffert,* « *les conséquences n'ont pas été voulues* », dit le jugement.

Le journaliste aura alors cette fonction de rentrer dans une salle d'audience pour, ensuite, en décrire le déroulement. Sur les trois anciens dirigeants condamnés en première instance, « *Ils ont paru surpris, attristés des conséquences de leur politique. Ils ont reporté les maux sur la hiérarchie intermédiaire.* » Aussi, « *Le tribunal ne juge pas la politique de déflation, mais les moyens utilisés [qui] étaient interdits.* » Et encore, faute d'éléments pour les imputer pénalement à la direction, letribunal abandonne certaines préventions. « *La surcharge de travail, les intimidations, les menaces…* ». Enfin, l'explication des pressions imposées à la hiérarchie intermédiaire, « *qui se trouvait entre le marteau et l'enclume* » (*La Voix du Nord*, 21/12/2019). L'étude d'un corpus de dix-sept articles publiés dans les colonnes du quotidien régional, *La Voix du Nord*, souligne une forme de proximité tant avec le lecteur qu'avec certains plaignants comme Yves Minguy. Ce dernier est l'une des victimes de cette crise à France Télécom. L'on comprend aussi, face aux plaignants, la particularité du délit jugé au Tribunal de Paris en termes de harcèlement moral. Les articles font l'écho de cette forme duale, avec d'un côté un plaignant, victime de harcèlement, et d'un autre côté, un accusé, harceleur présumé qui vient répondre de ces actes. Et d'emblée, le lecteur comprend aussi à travers les mots du journaliste présent à la plupart des 42 audiences du procès que l'enjeu sera sans doute ailleurs pour les anciens responsables de l'entreprise France Télécom au milieu des années 2000 : « *Non, il n'y a pas de crise sociale. Mais, c'est la faute aux médias* » énonce Didier Lombard, lors de ses premières prises de parole au procès en 2019. L'ancien PDG va ainsi déplacer l'attention, ailleurs que sur les conséquences des plans de

1 Deharo G. et Point S., In Les comportements de harcèlement moral au travail : ambivalences ou évidences ?, 2014

départsmassifs de salariés qu'il a ordonnés, plongeant ainsi les débats dans une logique de tribunal médiatique dont il serait lui-même la victime.

Le harcèlement moral : une notion ambivalente qu'éclaire le procès France Télécom

Ce procès rappelle que malgré les évolutions législatives et jurisprudentielles qui ont suivi sa législation en 2002, le harcèlement moral demeure une notion malaisée à identifier et à utiliser. Cesont les façons dont les victimes s'en saisissent et en témoignent ainsi que l'interprétation que les juges en font qui y donnent sens. Schématiquement, nous pourrions dire à l'instar de Bouville et Campoy (2012) que chaque procès ouvert pour harcèlement moral repose la question suivante aux juges, aux médias et au public : s'agit-il d'un problème interpersonnel (un harceleur et une victime)ou la manifestation d'une organisation pathogène ?

Au niveau européen, la France, à l'instar d'autres pays tels que la Suède, la Belgique, l'Italie, a édictée des lois visant à sanctionner les comportements abusifs au travail. Le législateur a légiférésur ce champ en introduisant le concept du harcèlement moral dans le Code du travail par la loi n°2002-73 de Modernisation sociale du 17 janvier 2002, mais sans en définir les contours (Gosselin, 2009). Le harcèlement moral bénéficie d'une définition légale dans le texte de l'article 1152-1 du Code du travail qui en fournit des déterminants stables qui s'avèrent insuffisants pour éclairer le phénomène et notamment les types de comportements constitutifs de harcèlement.

Du point de vue de la recherche, progressivement il est apparu que l'hypothèse rapportant le harcèlement moral à une relation psychologique interindividuelle provenant notamment de la structure de personnalité perverse (Hirigoyen, 1998) du harceleur ou d'une fragilité psychologiquepréexistante de la victime était fragile et ne reflétait pas tous les phénomènes de harcèlement moral(Einarsen, 2002 ; Valette, 2002 ; Saielli et al., 2003 ; Desrumaux- Zagrodnicki et al., 2004 ; Davezies, 2004 ; Faulx, 2005 ; Desrumaux, 2009). Les sources de cette forme de violence sont donc aussi à rechercher dans les caractéristiques de l'organisation, le contexte de travail et dans lesenjeux psychiques liés à la situation de travail.

D'autres auteurs ont en effet une approche plus organisationnelle. Dejours (1998), qui a témoignélors du procès France Télécom, pose le principe que la pathologie du harcèlement moral trouve notamment sa cause dans la solitude du travailleur engendrée par un contexte de banalisation du mal accompagné « *d'un affaiblissement des collectifs de travail et de la destruction des solidarités causées par de nouvelles formes d'organisation du travail* », Soares, A. (2002). Il définit le harcèlement moral comme une forme clinique d'aliénation sociale dans le travail qui résulte de contraintes psychiques exercées sur un individu par l'organisation du travail, les pratiques de gestion et d'évaluation.

Grenier-Pezé (2001) s'inscrivant dans le même courant souligne que l'on ne peut pas comprendrele harcèlement moral sans éclairer les enjeux psychiques liés à la situation de travail. L'individu seconstruit identitairement dans la relation qu'il entretient avec son activité professionnelle et les formes de reconnaissance qu'il en retire. Le harcèlement moral est alors plus « *Un procédé* (organisationnel, managérial ou de gestion), *une technique de destruction et non un syndrome clinique* » (au sens d'Hirigoyen, 1998) qui vise à nuire aux modalités normales d'exercice du travailet conduisent à détruire l'équilibre d'une économie psychosomatique durable.

Resituant également la problématique du harcèlement moral dans une dimension organisationnelle, Soares (2004) pose d'emblée les conséquences individuelles et collectives de ce phénomène. « *Leharcèlement psychologique est une maladie organisationnelle rongeante qui dégrade les conditions de travail, la santé mentale des individus et envenime les rapports sociaux au travail.* »Cette définition met en exergue la progression des recherches sur le concept qui ont d'abord mis en évidence les impacts d'ordre psychique et physique sur la cible du harcèlement. Puis progressivement, les conséquences collectives, sociales et économiques ont été éclairées notamment en termes de dégradation des relations et des conditions de travail, mais aussi en termesde répercussions financières.

Dix ans avant l'ouverture du procès, la diffusion d'un documentaire dans l'émission Envoyé Spécial sur France 2 allait préfigurer la décennie 2010. Avec un reportage intitulé 'Malade à en mourir', le journaliste Bernard Nicolas propose ici une version d'abord nommée 'France Télécom :les apprentis sorciers ?'. Il vient ensuite en plateau expliquer aussi sa démarche d'investigation aulong cours, suivant le principe de l'émission diffusée en première partie de soirée le jeudi soir. Lesfaits mis en lumière sont implacables, les répercussions des méthodes misent en œuvre pour le plande départ NExT apparaissent alors au grand jour et la violence ainsi associée à France Télécom marque définitivement l'opinion publique.

Ce sont d'ailleurs deux diffusions à des moments de grande audience qui vont aider à la connaissance du grand public de pratiques telles que les exposent salariés, élus syndicaux et aussitous les acteurs clé qui seront quasiment tous appelés à témoigner lors du procès, au printemps 2019. Une soirée Théma est programmée sur Arte, en novembre 2009. 'Malade à en mourir' est à nouveau proposé, en format long de 52 minutes, avec ensuite une mise en perspective plus pousséesur « *L'histoire des services de télécommunication français* [qui] *a* été *marquée par des* évolutions*nombreuses et parfois violentes. La séparation des Postes et des Télécommunications, initialementrattachées au sein du ministère des PTT (Postes, Télégraphes et Téléphones), l'ouverture progressive du capital à la concurrence et l'achat du britannique Orange ont été vécus comme autant de bouleversements par les employés du groupe qui se sont succédé depuis trente ans* »[2].

Éclairage médiatique, engrenage judiciaire et pression politique se mêlent quand le ministre du Travail, Xavier Darcos, rencontre Didier Lombard, le 15 septembre 2009. Si la visite d'un ministredans une entreprise peut sembler banale, la conférence de presse qui suivra – Didier Lombard justedevant Xavier Darcos, face aux caméras et aux journalistes – restera gravée dans les mémoires. LePDG de France Télécom évoque alors sa volonté de « *mettre un point d'arrêt à cette mode du suicide qui, évidemment, choque tout le monde* ». Les synthés des nouvelles chaînes de télévision d'information en continue rivalisent avec les titres des nouveaux moyens de diffusion sur le web, avec ces trois mots qui sont accolés à Didier Lombard : la « *mode du suicide* » est l'expression detrop.

Une évolution du concept de harcèlement : d'une approche duale à une approche institutionnelle

L'ampleur du procès France Télécom et notamment la durée des faits qui s'étalent de 2006 à 2016, donne l'occasion aux experts de s'exprimer sur les contours conceptuels du harcèlement moral et les évolutions ju-

2 http://videos.arte.tv/fr/videos/france_telecom_malade_a_en_mourir-3529140.html, consulté le 11/01/2018

risprudentielles qui le concerne. On citera par exemple l'article des chercheurs universitaires Gaëlle Deharo et Sébastien Point sur le harcèlement managérial mis en exergue par le procès France Télécom qui relève d'une stratégie globale[3].

C'est que le jugement du TGI de Paris rendu en décembre 2019 caractérise la dimension collectivedu harcèlement moral. Le tribunal s'appuie sur le fait que le législateur n'a « *pas exclu l'incrimination d'un harcèlement moral institutionnel aux dépens de la collectivité de travail. Loinde se réduire à un conflit individuel, le harcèlement moral peut avoir ses racines profondes dans l'organisation du travail et dans les formes de management* ».

Pour caractériser la dimension collective du harcèlement moral, le tribunal s'est employé à démontrer trois éléments :

- Les agissements reprochés aux prévenus procédaient de la volonté de définir et de mettre en œuvre « *Une politique d'entreprise ayant pour but de structurer tout ou partie d'une collectivité d'agents* ». Selon le tribunal, il s'agit ici d'une stratégie, d'une politique volontaire de déflationmassive (départ de 22 000 personnes de l'entreprise) des effectifs ;
- « *Ces agissements, par leur répétition, avaient été porteurs d'une dégradation potentielle ou effective des conditions de travail de cette collectivité* ». Il ne revient pas au tribunal de critiquerles choix stratégiques d'un chef d'entreprise, dès lors que ces derniers sont et se déploient dansun cadre légal respecté et que les « *moyens choisis pour atteindre leurs objectifs ne sont pas interdits* ». Cet élément est en réponse notamment à la question posée par l'ex-dirigeant de France Télécom « *Peut-on faire de l'*économie et de l*'humain, en même temps* ? ». De fait, l'obligation de résultat qui incombe à l'employeur en matière de prévention des RPS impliquequ'il est en effet responsable de la santé et de la sécurité de ses salariés. Il coordonne ses différentes équipes et attribue les moyens nécessaires à la préservation de la santé physique etmentale de tous ses salariés. L'employeur est responsable devant la loi de la santé et de la sécurité des salariés dans son entreprise. Il est tenu à une obligation de sécurité. Il s'agit d'uneobligation de moyen renforcée, et à ce titre, il est le garant de la politique de prévention et de sa mise en œuvre[4] ;
- Ces agissements avaient « *outrepassé les limites du pouvoir de direction* » : selon les juges, il ne s'agit pas de dérives individuelles de manageurs (surcharge de travail, contrôles excessifs, phénomènes de « *placardisation* »[5], menaces, mais bien « *Une hiérarchie intermédiaire sommée de mettre en œuvre les objectifs stratégiques que leur ont assigné l'ex-direction de l'entreprise* ».

La notion de harcèlement managérial utilisée précédemment comme synonyme ou sous-catégorie du harcèlement moral est ici différente en ce qu'elle ne renvoie pas à un type de harcèlement moralcaractérisé par des méthodes de gestion mises en œuvre par un supérieur hiérarchique, mais relevantd'une réalité différente car se rattachant non pas à un harceleur ou à un groupe de harceleurs maisà une « *stratégie globale* ». Ce qui est

3 Source : https://www.lemonde.fr/idees/article/2019/12/19/le-harcelement-ma...s-france-telecom-releve-d-une-strategie-globale_6023411_3232.html, consulté le 20/12/2019

4 Sources : inrs.fr

5 Lhuilier Dominique, Placardisés : des exclus dans l'entreprise, 233p, Paris, Seuil, 2002

proposé, c'est un déplacement de la conduite d'un ou plusieurs individus en position de direction vers le système de management lui-même. Ici ce sont les plans de réorganisation baptisés NExT et Act qui sont visés.

Le rôle du procès pénal au regard des victimes et de l'entreprise

Deharo et Point (2019) notent que, selon l'interlocuteur qui reçoit la dénonciation d'une situation de harcèlement moral par une victime, la situation dénoncée sera déconstruite selon la logique disciplinaire de cet interlocuteur. Les médecins et les psychologues appréhendent le harcèlement moral par les pathologies dont souffre la victime. Ce sont les éléments personnels et émotionnels qui conduisent à poser un diagnostic. Les facteurs organisationnels et hiérarchiques devenant des éléments contextualisant de ces pathologies. A l'inverse, le juriste aborde le harcèlement moral enprivilégiant les éléments organisationnels et relationnels. Les informations personnelles et les contenus émotionnels ne sont que des éléments de contextualisation qui permettent de comprendrecomment les éléments principaux ont été perçus par la victime. Au regard de ce constat, nous pouvons nous demander quel rôle la victime attend du procès pénal pour harcèlement moral ?

Selon Denis Salas[6], ce qu'il appelle « *la confession médiatique* » parlant du récent témoignage d'Adèle Haenel, « *est un circuit court qui donne immédiatement satisfaction aux énonciatrices. Elles sont reconnues dans leur souffrance (...) et leur agresseur, s'il est nommé (...) est immédiatement sanctionné.* » « *Le tribunal médiatique ne connait ni objection ni cadre* ». Toujoursselon le magistrat Salas, l'usage de ce tribunal médiatique « *porte une agression morale* » : « *Il accuse, nomme et condamne en même temps. Il ne connaît que le bien et le mal. Empreint d'*émotion*il peut amener* à négliger *les principes du droit, les vider de leurs fonctions modératrices.* »

Le tribunal médiatique est une instance duale opposant victime/harcelé et agresseur/harceleur sanspartie tierce que constitue la Justice. Il fait fi de discussion préalable et d'écoute du point de vue des parties en présence.

L'œil médiatique s'emploie aussi à une compréhension de la sortie de cette crise profonde qui a secoué une entreprise aussi tentaculaire que celle de France Télécom. Une sortie de crise contrôlée,du point de vue communicationnel, par la nouvelle direction de l'entreprise Orange.

En soit, les plans de réorganisations territoriales et managériales avec notamment les salariés recrutés après les faits ont déjà initié une forme de renouvellement, depuis l'arrivée de Stéphane Richard à la tête d'Orange. Avec ce nouveau nom d'entreprise et deux plans successifs tournés versl'avenir : Conquêtes 2015 et Essentiels 2020. Alors que l'ère France Télécom se voit scrutée de près par une instruction qui conduit au procès de ses anciens dirigeants ainsi qu'Orange comme personne morale en 2019, les règles de Communication de crise en termes de renouvellement d'image et de réputation sont suivies à la lettre par la nouvelle équipe dirigeante. Les chaînes d'information en continue sont désormais spécialisées. BFM Business[7] montre une réalité qui fait presque fi – les formats de magazines et de journaux étant beaucoup plus courts qu'au début des années 2000 – d'une mise en contexte dans la présentation de cette nouvelle image. Les plans successifs

6 « Le procès pénal n'est pas construit pour être un lieu d'écoute de la seule victime », tribune du Magistrat Denis Salas paru dans Le Monde du 26 novembre 2019

7 Ici en juillet 2019, ce plateau avec Stéphane Richard pour invité de BFM Business envisage la rentabilité annoncée pour 2023 (https://bfmbusiness.bfmtv.com/entreprise/orange-veut-agrandir-son-terrain-de-jeu-affirme-stephane-richard-1737241.html)

de l'entreprise Orange sont présentés par Stéphane Richard, les nouvelles stratégies rejoignent les logiques concurrentielles, le futur sera forcément meilleur à en croire les messages et les éléments de langage[8] qui ne laissent désormais plus aucune place à des dérapages comme Didier Lombard en était coutumier.

Il semble prudent de relativiser les impacts de ce jugement. D'une part, car dans beaucoup d'organisations où des situations de souffrances existent, elles ne se traduisent pas par des situations aussi dramatiques que des suicides. D'autre part, les choix organisationnels et stratégiques qui en sont souvent à l'origine n'apparaissent pas aussi caricaturaux que ceux décrits lors du procès. De ces constats découlent qu'il sera alors peut être très difficile d'établir une situation de harcèlement moral institutionnel.

Le temps judiciaire va très probablement se prolonger dans cette affaire France Télécom. Quid des jurisprudences et de l'évolution législative en matière de harcèlement moral, en termes de reconnaissance d'accident du travail pour des salariés en souffrance ?

Le temps médiatique s'éteindra-t-il ou verra-t-on de nouvelles formes d'éclairage apparaître, tout comme les rédactions de Presse sont aujourd'hui balayées par les vagues du Web omniprésent. La couverture médiatique sera-t-elle captée par des chaînes d'information continue où la hiérarchisation suggère à peine une logique d'une information qui en chasse une autre, sans réelle connexion dans le sens des contenus proposés aux téléspectateurs et internautes qui s'informent désormais par les réseaux sociaux ?

Les points clé de la communication de crise relevés ici dans l'affaire France Télécom manifestent cette impossible Communication de crise dont Didier Lombard est l'auteur, y compris sur les bancs des prévenus du Tribunal de Paris. Le harcèlement moral est révélé par une parole de salariés excédés par un management qualifié souvent de « *management par la terreur* ». La communication de crise viendrait traduire dans ce cas de figure une crise générée par les dirigeants eux-mêmes. Comment donc penser cette parole qui permettrait de trouver une sortie de crise ? Comment, enfin, estimer que le procès de France Télécom constituera ou non la sortie de crise pour chacun des plaignants ?

Et, une fois l'affaire France Télécom conclue lors du procès qui se profile en appel, qu'en sera-t-il de ce que Didier Heiderich appelle le management de l'imprévisible[9] ? Sera-t-il possible de suivre les pistes de réflexion, telles qu'elles sont proposées comme une vertu du bon sens dans les organisations impactées aujourd'hui par le choc d'une crise sanitaire comme la Covid-19, qui suggèrent des méthodes de management de l'imprévisible appliquées aux crises ? La seule certitude demeure l'incertitude, qu'il s'agisse du cas France Télécom ou de toute crise comparable d'une telle envergure, avec cependant de nouveaux outils législatifs qui protègent des salariés en souffrance.

Bibliographie

Bachelard O. (2017). *Optimiser le bien-être au travail et la performance globale* : *enjeux et perspectives*, *In* Regards, https://cairn.info/revue-regards-2017-1-page-169.htm

8 A chaque plan, une conférence de presse et des documents sont mis en ligne sur le site web l'Orange, comme le 17 mars 2015, « Essentiels 2020, le nouveau plan stratégique d'Orange » ou encore « Orange dévoile son nouveau projet Conquêtes 2015, le 5 juillet 2010, accessible en ligne

9 Heiderich D., L'avenir appartient au management de l'imprévisible (2003) et L'avenir de la gestion de crise appartient au management de l'imprévisible (2020) In site web de l'Observatoire international des crises.

Bouaziz P. (2001). « Harcèlement moral, harcèlement sexué ? Les difficultés d'une approche juridique », *Travail,genre et sociétés,* vol. 1, n°5, pp. 75-78

Bouville G. et Campoy E. (2012). *Une approche organisationnelle du harcèlement moral*, De Boeck Supérieur,2012/3 n°4, pages 53 à 78.

Chaillou B. (2013). *Le cas France Télécom* : *entretien avec un psychologue du travail*, éd. Tissot, https://www2;editions-tissot.fr/actualite/sante-securite/le-cas-france-telecom-entretien-avec-un-psychologue-du-travail

Crozier S. (2017). *Au plus près de la gestion de la crise France Télécom Orange*, HE&A, https://gestiondecrise.fr/2017/09/22/plus-pres-de-gestion-de-crise-france-telecom-orange-sebastien-crozier/

Decèze D. (2008). *La machine à broyer* : *de France Télécom à Orange. Quand les privatisations tuent*, 248p., coll.Coup de gueule, 2008, Paris

Deharo G. et Point S. (2014). « Les comportements de harcèlement moral au travail : ambivalences ou évidences ? », ESKA, *Revue de gestion des ressources humaines*, 2014/2 n°92, pages 21 à 37.

Dejours C. et Begue F. (2009). *Suicide et travail* : *que faire ?*, 136 p., PUF coll. Souffrance et théorie, Paris.

Dervin L. 2009). *Ils m'ont détruit*, Michel Lafon, 240 p., Paris.

Dielhl B., Doublet G. (2010). *Orange* : *le déchirement. France Télécom ou la dérive du management*, Hors-série Connaissance, éd. Gallimard

Du Roy I. (2009). *Orange stressé*, La Découverte, 252p., Paris

Ehrenberg A. (1998). *La fatigue d'être soi (dépression et société)*, Odile Jacob

Foucault G. (2015). *Communication de crise, Le manuel essentiel*, ed. Télémaque

Hornn G., Tarnero J. (2009). *Se tuer au travail* : *la* « *mode* » *des suicides en entreprise, In* Les Temps modernes, https://cairn.info/revue-les-temps-modernes-2009-5-page-1.htm

Laloux C. *La communication en temps de crise* : *principes et mises en* œuvre, CNFPT, https://encyclopedie.wikiterritorial.cnfpt.fr/xwiki/bin/view/fiches/Lacommunicationentempsdecriseprincipesetmiseenoeuvre/

Malareciwz JA. (2016). *Gérer les conflits au travail* : développez la médiation face aux risques psychosociaux, Pearson, Paris, 170 p.

Montreuil E. (2011). *Prévenir les risques psychosociaux* : *des outils pour agir sur la pénibilité et préserver la santé au travail*, Dunod, Paris, 196 p.

Poilpot-Rocaboy G. (2010). « Comprendre la violence au travail : le cas du harcèlement psychologique », *Humanisme et Entreprise*, n° 296, Pages 9 à 24.

Rabatel A. (2010). *Le traitement médiatique des suicides à France Télécom de mai-juin à mi-août 2009* : *la lente* émergence de la responsabilité du management dans les suicides en lien avec le travail, 2010, p. 31-52, *In* HALarchives ouvertes > https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00499666/document

Rabatel A. (2011). *La levée progressive du tabou des responsabilités socio-professionnelles dans les suicides en lienavec le travail* à *France Télécom (fin août-octobre 2009), In* Questions de communication, pp. 175-198

Roux-Dufort C. (2004). *La gestion de crise*, Bruxelles, 2004, De Boeck.

Troll G. (2016). *L'art du coaching* : *ouvrez le champ des possibles* : *management bienveillant, créativit*é, team-*building, antistress*, Ellébore, Paris, 152 p.

Verspieren P. (1984). *Face* à *celui qui meurt*. Desclée de Brouwer, Paris.

Notion de « décalage » dans la communication des projets environnementaux
Notion of “gap” in the communication of environmental projects

Béatrice Jalenques-Vigouroux, Maître de conférences,
LERASS, Université Toulouse III - Paul Sabatier

Valérie Colomb, Maître de conférences,
ELICO, Université de Lyon

Mots clés : « décalage » communicationnel, incommunication, projet environnemental, chiffre

Keywords : communication “gap”, incommunication, environmental project, figure

Résumé français

Comment définir et qualifier les « décalages » repérés dans la mise en œuvre d’actions collectives par différentes organisations, ainsi que les conditions dans lesquels ils apparaissent ? Cet article tente d’apporter des éléments de réponse en commençant par scruter la notion même de « décalage » puis en la confrontant à l’expérience des projets sur la transition écologique. Il aborde également les dimensions éthiques liées à cette notion. Il propose un focus sur le chiffre et ses liens ambigus avec la notion de « décalage ».

Résumé anglais

How to define and qualify the «gaps» identified in the implementation of collective actions by different organizations, as well as the conditions in which they appear? This article attempts to provide some answers by starting by examining the very notion of “gap” and then comparing it with projects on ecological transition. It also addresses ethical dimensions associated with communication “gaps”. It offers a focus on the figure because of its ambiguous links with the notion of “gap”.

Notion de “décalage” dans la communication des projets environnementaux

Béatrice Jalenques-Vigouroux, Valérie Colomb

Depuis les années 1970-1980, l’urgence socio-écologique liée au dérèglement climatique invite les organisations à consolider leurs connaissances scientifiques afin de participer à la recherche de solutions collectives. Les collectivités publiques mettent en œuvre des politiques d’atténuation et d’adaptation tandis que les entreprises intègrent ces préoccupations, au moins dans leurs discours, plus ou moins sous la contrainte réglementaire. Ainsi, les questions environnementales infusent les discours des organisations et les multiples projets qu’elles accompagnent ou initient. Ces préoccupations mettent en relief la place spécifique occupée par les données élaborées par les scientifiques et les ingénieurs. A ce titre, on peut considérer qu’ils assument en quelque sorte la charge de faire parler le “monde physique” et d’en rendre compte. Ces données circulent également dans l’espace public. Les organisations s’en saisissent à partir de diverses représentations : discours, schéma, graphique, tableau, vidéo, etc. Ces représentations circulent dans d’autres champs et domaines que ceux qui les ont vus naître. Elles peuvent alors subir des modifications dans leurs formes, leurs interprétations, leurs significations et leurs enjeux, le plus souvent avec peu d’explications concernant leur élaboration, leurs limites et leurs modifications.

Les institutions, notamment, se saisissent des données élaborées par les scientifiques et les ingénieurs afin de développer des politiques publiques intégrant objectifs, moyens et modalités d’évaluation. Dans un monde “quantophrénique”, l’influence du monde scientifique sur la décision publique s’exprime aussi par le chiffre. Mais selon Bacot (2012)[1], les données chiffrées issues du monde technico-scientifique connaissent des ruptures sémiotiques, alors même qu’elles fondent en partie la décision publique, tout en la légitimant.

Ces ruptures sont au cœur de notre travail de recherche : nous avons choisi de les nommer “décalage”. Ce que nous appellerons “décalage” est, par exemple avec le chiffre (partie 3), l’écart observable entre le sens d’une donnée chiffrée relevant exclusivement d’une mesure scientifique et la signification qu’on lui assigne au sein d’un discours, chiffre qui va désormais correspondre à une intention d’action, une stratégie d’acteur, voire à la justification ou bien à la légitimation de cette action. Nous souhaitons comprendre principalement ce type de “décalage”, repérable au moment de la circulation d’un chiffre d’une organisation à une autre, d’un domaine à un autre et que nous allons étendre à d’autres types de “décalage”. À noter : la focalisation sur la notion de “décalage” permet de mettre en lumière des limites souvent repérées par les acteurs eux-mêmes, et décriées car vues comme source de retard, d’erreurs, de freins, d’obstacles, insurmontables parfois, ou de retours en arrière ou “un niveau supplémentaire de réduction de la réalité” (Bacot, 2012). Ces « décalages » sont particulièrement troublants ou gênants en situation de crise, car il peut être parfois question de considérer ces « décalages » comme source même de la crise.

1 Selon Paul Bacot, de manière générale, le monde réel ou l’objet observé va supporter des transformations : de l’objet à sa mise en chiffre puis du chiffre à sa représentation iconique (schéma, graphique, courbe, tableau, etc.) : « dans une certaine mesure on peut dire que cette [dernière] formalisation constitue un niveau supplémentaire de réduction de la réalité, car ces modélisations ne rendent compte qu imparfaitement des résultats chiffrés pris en eux-mêmes ».

Il ne s'agit donc pas d'analyser des points obscurs pour les acteurs eux-mêmes. Une étude précédente avait permis de constater à quel point les acteurs sont conscients de la présence de "décalage" : pilotée par Fleury (ENSAL), il s'agit d'une recherche interdisciplinaire lancée en 2011 concernant l'étude de la rénovation énergétique des logements sociaux à Lyon. Ce projet met en œuvre un réseau d'organisations très diverses, publiques essentiellement, mais aussi privées, mêlant des métiers divers également, ingénieurs, architectes, techniciens, communicants. Le terme "décalage" a émergé rapidement dans l'étude du projet suite aux enquêtes et échanges menées auprès de ces différentes organisations ; et il est apparu d'une façon suffisamment insistante et centrale pour que nous nous y intéressions à l'époque.

Les travaux récents[2] menés sur l'incommunication et l'acommunication ont remobilisé notre réflexion sur ce type de sujet. Cet ensemble d'organisations étudié à Lyon peut être vu comme produisant autant de moments de discontinuités, de « décalages ». Que faire de ces « décalages » ? Comment les penser ? Que sont-ils ? À partir de ce terrain de recherche bien identifié, notre étude se veut donc une contribution à la pensée sur le « décalage », vu comme un moment où les pratiques de communication ne semblent pas avoir rempli certaines de leurs promesses, selon les organisations ayant mis en œuvre ces pratiques de communication, et qu'elles considèrent alors souvent comme en échec.

Nous avons tenté d'analyser les « décalages » communément évoqués sous ce vocable dans les témoignages d'architectes, de bureaux d'étude, d'élus, de bailleurs sociaux, d'ingénieurs et qui comprennent pêle-mêle : discours/actes ; intention/réalisation ; normes/qualifications ; norme/différence ; complexité/urgence ; représentations/réalité ; technique/comportement ; ingénieur/architecte ; objectifs/moyens ; etc. Avec en complément une autre recherche menée sur la place des chiffres au sein des discours sur le climat[3], nous avons relevé souvent des modifications de sens lors du passage du chiffre d'une organisation à une autre.

Un grand nombre de questions se pose pour nous : en quoi l'étude de la notion de « décalage » permet-elle de mieux comprendre les actions collectives mises en œuvre par les organisations afin de faire face aux enjeux du dérèglement climatique ? De quoi cette notion de « décalage » est-elle le signe ? Comment les organisations peuvent-elles coopérer avec ces « décalages », ou bien avec la résolution de ces « décalages », ou bien encore malgré ces « décalages » ? En quoi ces « décalages » révèlent-ils des rapports spécifiques entre les organisations ? En quoi ces « décalages » amènent-ils à créer, produisent-ils autre chose, et quoi ? A quels enjeux répondent ces « décalages » ? Pour tenter d'avancer sur ces différents points, notre problématique sera centrée sur la question suivante : comment définir et qualifier les « décalages » repérés dans la mise en œuvre d'actions collectives par différentes organisations, ainsi que les conditions dans lesquelles ils apparaissent ?

La méthode mise en œuvre repose sur une investigation empirique consistant à observer des « décalages » au sein d'un espace de circulation des données en contexte hétérogène, notamment parce qu'interdisciplinaire ; il s'agira ensuite de repérer des modifications dans les significations de ces données, suite à ces pratiques communicationnelles de circulation des données.

Notre travail reposera d'abord sur une étude de la notion de décalage avec un panorama des diverses définitions possibles. Puis nous aborderons la façon dont la question du décalage traverse la communication de

2 En particulier, la Revue Hermès consacrée à l'incommunication. Cf. Wolton D. (dir) "Les incommunications", C.N.R.S. Editions, Hermès La Revue, 2019/2 n° 84)

3 « Le climat, chiffres en tension », recherche indépendante menée entre 2014 et 2019 par Andrea Catellani, Valérie Colomb et Béatrice Jalenques-Vigouroux - ELICO (Université de Lyon), LASCO (Université Catholique de Louvain) et LERASS (Université Paul Sabatier)

grands projets, avec un regard aussi éthique puis nous illustrerons notre propos avec quelques exemples de « décalage » dans l'usage du chiffre.

Notion de "décalage"

« Décalage », une évidence apparente

Tout d'abord, un étonnement de notre part : nombre d'ouvrages et articles scientifiques comporte le terme "décalage" et sans jamais le définir, à commencer par le très emblématique Décalages de Martuccelli (1998). Ce terme semble évident, transparent, sans connotation spécifique. Mais la façon dont il est apparu au sein de nos recherches nous conduit aujourd'hui à l'interroger en tant que tel. Dans le domaine de la recherche, en psychologie de l'enfant par exemple, le « décalage » semble le signe d'une complexité non prévue, ici dans l'apprentissage chez l'enfant[4]. Piaget convoque les notions de « décalage vertical » et « décalage horizontal » afin de repérer à quel point le développement de l'intelligence ne se fait pas de la façon linéaire et logique. Et cela lui a permis de mieux comprendre certains mécanismes à l'œuvre. Ces « décalages » sont ainsi autant d'opportunités d'approfondissement de la réflexion. Et cela peut s'appliquer sans doute à de nombreux domaines de recherche, comme le soulignent Namian et Grimard :

« Alors qu'ils sont souvent contournés, voire jetés dans les « poubelles de la Science » sous prétexte d'être des anomalies non-représentatives du processus de production de « vraies » données ou de certitudes, ces « décalages » peuvent pourtant être des vecteurs importants de découvertes insoupçonnées, de production de connaissances inédites, ou encore de nouvelles perspectives critiques » (Namian, Grimard, 2013: 3).

L'imprévu, l'inattendu, le plus souvent au cœur des « décalages », apparaissent ainsi comme autant d'opportunités à saisir pour les acteurs qui y sont confrontés. Finalement, quand Latour définit le travail du chercheur, il propose en fait d'organiser la possibilité que des imprévus se produisent :

> « Si je veux être un scientifique et atteindre l'objectivité, je dois être capable de naviguer d'un cadre de référence à l'autre, d'un point de vue à l'autre. Sans de tels déplacements, je serais limité pour de bon dans mon point de vue étroit » (Latour, 2006 : 213).

A ce titre, le « décalage » semble une nécessité pour effectuer une recherche de qualité, comme gage de la possibilité d'un retournement de point de vue, de la réduction du biais du déjà connu.

« Décalage », un objet complexe

Au-delà de ces aspects finalement assez intuitifs que nous venons d'évoquer, nous proposons une lecture sémiotique du terme « décalage » avec Lamizet[5]. Le « décalage » désigne le fait de déplacer une cale. Le

4 https://carnets2psycho.net/dico/sens-de-decalage.html : "Un décalage correspond à une discordance dans l'acquisition de certaines compétences au cours du développement de l'enfant. Cette notion trouve son origine chez Édouard Claparède. Elle joue un rôle fondamental dans la conception piagétienne du développement."

5 « Le climat, chiffres en tension », recherche indépendante menée entre 2014 et 2019 par Andrea Catellani, Valérie Colomb et Béatrice Jalenques-Vigouroux - ELICO (Université de Lyon), LASCO (Université Catholique de Louvain) et LERASS (Université Paul Sabatier) : entretien avec Bernard Lamizet, non publié.

« décalage » correspond ainsi à un déplacement, un mouvement, par rapport à quelque chose qui est resté fixe, stable. Il semble aussi que ce mouvement ou déplacement ne soit pas souhaité, mais observé comme un défaut par rapport à la stabilité attendue. Dans le domaine du langage, cela renvoie à l'idée d'écart a priori non souhaité entre la règle, la norme, l'habitude, et ce qui tranche avec cela. En second lieu vient l'idée que le « décalage » est liée à la notion d'imprévisibilité, que nous venons de souligner ci-dessus. Mais précisons de quel type d'imprévisibilité il est question :

- imprévisibilité du sens / des significations,
- imprévisibilité de la forme / des formes dans laquelle / lesquelles ce sens prend place.

Lamizet considère qu'« une sémiotique du décalage se fonde, en ce sens, comme une forme de questionnement épistémologique sur les écarts de signification dans le champ des sciences de l'information et de la communication »[6]. Étudier la notion de décalage interroge donc la façon dont les SIC examinent la notion de signification et sa dynamique. En outre, puisque le décalage correspond à un écart par rapport à quelque chose de plus stable relevant de la norme, Lamizet considère qu'il possède forcément une dimension politique et institutionnelle spécifique. Nous considérons avec lui que cette dimension politique du décalage correspond toujours à une critique, implicitement ou explicitement. Nous ajoutons que cette critique peut s'entendre comme un continuum allant du simple reproche à un refus total.

Afin de nuancer et approfondir cette dimension politique et institutionnelle, prenons appui sur le sociologue Boudon (1989) qui souligne à quel point ce qui fait la communication repose sur « une foule d'a priori », et relève ainsi essentiellement de l'implicite. Le sociologue insiste sur le fait que ces a priori engendrant des malentendus, il est généralement retenu qu'il faut les dissiper essentiellement pour des raisons éthiques ou morales ; or il estime que cela nécessite plutôt certaines formes de « savoir et (d')esprit critique ». Nous en déduisons qu'un « décalage » apparaît parce que les « a priori » ne sont pas partagés, ce qui ne signifie pas forcément qu'il y a refus de ce partage, mais éventuellement une incapacité intellectuelle, une méconnaissance concernant la façon d'effectuer ce partage. Il n'en reste pas moins que le « décalage », volontaire ou non, peut avoir des conséquences politiques dans le domaine des grands projets. Si son origine n'est pas forcément systématiquement politique, le « décalage » est néanmoins perçu avec une dimension politique affectant le jeu des acteurs en présence. Par ailleurs, la dimension d'imprévisibilité associée au terme « décalage » conduit Mira[7] à proposer un synonyme intéressant à ce terme, celui de jeu. Le décalage signifie qu'il y a du jeu dans un rouage en place, c'est-à-dire une possibilité que cela ne se passe pas exactement comme prévu. Le décalage est certes signe d'incertitude, d'imprévu, mais il devient aussi signe de liberté. Mira propose d'envisager le décalage comme un processus, selon trois modalités distinctes :

- Un processus rectificatif, qui appelle un réajustement, un recalage, et qui pourrait aller jusqu'au « décalage thérapeutique », c'est à-dire un décalage qui répare, soigne.
- Un processus prédictif : à partir des aspects stables et du jeu entre ces aspects fixes, il s'agit d'an-

6 *Ibidem*

7 Réalisation énergétique (Prendre conscience, comprendre, mesurer, faire advenir, fabriquer) Richard Cantin, Valérie Colomb, Valentyna Dymytrova, François Fleury, Béatrice Jalenques-Vigouroux, Pascale Mira, Florence Tardieu - HAL Id: hal- 01740728 - https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01740728 - Submitted on 22 Mar 2018

ticiper les décalages possibles ; elle souligne les limites de ce processus prédictif dans les systèmes complexes

- Un processus spéculatif : il s'agirait finalement d'une posture, non déterministe, consistant à interroger les possibles jusqu'à envisager leur renouvellement radical : nous estimons que cela pourrait avoir du sens dans les processus mettant en jeu la créativité.

Au final, le « décalage » correspond à ce qui n'aurait pas dû arriver, et qui élargit ainsi le champ des possibles. De la même façon que le mot "crise"[8], le « décalage » présente un revers positif et un revers négatif : le « décalage » peut être « dangereux », mais il peut aussi permettre de nouvelles opportunités. Il est source de création. Le terme en lui-même est réellement ambigu, et renvoie à des intentions très différentes selon les locuteurs qui utilisent ce terme de « décalage », et selon le référentiel à partir duquel ils notent/mesurent un « décalage ». Ces différences d'intention vont de l'idée que le "décalage" doit faire l'objet d'une simple correction ou bien qu'il est signe d'une innovation.

Mira précise même que « soit, il [le décalage] s'inscrit dans un référentiel connu et permet d'établir de nouvelles correspondances, soit il est considéré comme subversif, il peut alors contribuer à créer un nouveau référentiel ». En outre, si l'on prend l'adjectif « décalé », cela peut renvoyer à des connotations positives « qui a un charme non conventionnel, inclassable », par rapport à une norme vue finalement comme ennuyeuse. Mais le décalage se repère-t-il seulement par rapport à une norme, des normes ? Peut-il être le signe de l'intrusion d'un référentiel dans un autre ? Elle souligne à quel point le décalage peut être compris comme un écart relatif à différents référentiels en même temps. Nous pouvons en conclure que le « décalage » est familier au créateur dans le monde de l'art, en lien avec les idées de provocation, de recherche d'originalité, mais aussi de rupture, etc. toujours en lien avec l'idée de distanciation par rapport à une norme. Soulignons que le décalage est alors souvent souhaité, recherché, voire mis en scène, et qu'il revêt une connotation résolument positive.

De même, Paquot et Renucci (2019), qui présentent l'incommunication comme « au cœur de toute rencontre », repèrent « une primauté à ceux qui ont toujours créé des décalages ». Ils citent comme tels les poètes et les artistes, écrivains mais aussi les traducteurs et les journalistes. Le « décalage » correspondrait-il à une compétence spécifique à certaines professions ? Le fait est que la présence de « décalage » au sein de certaines professions fait presque partie des attendus.

Une dimension ludique du « décalage », avec une connotation également positive, est aussi perceptible. Ce « décalage » est alors volontaire, même si son effet est sans doute difficilement contrôlable[9]. Quoi qu'il en soit, le « décalage » peut être véritablement mis en scène afin de susciter l'étonnement, afin de susciter l'intérêt (Jutant, Bobroff, 2015).

Le « décalage » apparaît aussi comme lié à la dimension de « bricolage » évoqué par de Certeau (1990) : le « décalage » renvoie au fait d'inventer autre chose que ce qui était prévu pour continuer le grand projet initial.

8 Si le mot crise présente une connotation négative de danger, il présente également une connotation positive d'opportunité, de nouvelle possibilité – cf. Thierry Libaert (2015). La Communication de Crise. Dunod collection les Topos, 4e édition

9 C'est aussi le principe de l'humour. cf. LE BRETON David,"Rires et malentendus", C.N.R.S. Editions, Hermès La Revue, 2019/2 n° 84, pages 179 à 186

Cela se produit par petites touches, peu perceptibles au départ, et qui vont se cumuler peu à peu pour rendre perceptible les « décalages ».

Plus proche de notre propos portant ci-après sur le projet, soulignons que le terme « décalage » renvoie également à la notion de « traduction » – bien étudiée en sciences sociales – vue non pas comme une simple reproduction ou transfert de sens d'un champ à un autre, d'une langue à une autre, d'un média à un autre, d'un discours en une forme, mais bien comme un travail de recréation ou d'innovation par un jeu d'influence réciproque et d'appropriation. « Ce presque la même chose », selon Eco (2007), comprend la traduction comme un processus de négociation. Traduction et trahison vont ainsi de pair : la perte de « quelque chose » et l'ajout de « autre chose » sont inhérents au passage de l'un à l'autre. A partir de l'idée de « trivialité », Jeanneret (2014) rejoint cette analyse : la circulation des idées et des représentations n'est pas une altération mais un enrichissement qui engendre d'autres formes culturelles. Néanmoins, tout comme l'idée suggérée par Eco qu'une perte est associée à la discontinuité dans la communication, Jeanneret observe que parler de « vulgarisation », c'est estimer que « la traversée des espaces sociaux dégrade les messages » (Jeanneret 2014 : 195), ce qui pourtant nie le travail de récréation.

En bilan provisoire, le terme "décalage", souvent utilisé par les chercheurs sans définition préalable, est en général synonyme d'écart, de distance. Mais cet « oubli » de définition est bien dommage vu la richesse que renferme ce terme et les connotations tout à fait diverses qu'il peut revêtir. En outre, penser la notion de « décalage » exige d'en cerner certaines limites. La première tient à la limite de tout métalangage, des prétentions métadiscursives et de tout discours porté sur un autre discours, bien étudiés en sciences sociales. La seconde limite serait de penser le décalage comme une forme homogène alors même qu'il apparaît dans une multitude de situations : relations et pratiques de projet, projet politique, dispositifs, pratiques sociales, représentations. La troisième relève de l'impossibilité de clore un discours sur le décalage selon Lamizet : une figure sémiotique ne peut s'arrêter. Un dernier risque réside dans une approche normative : cela renvoie à l'idée d'une réduction ou d'une suppression systématique des « décalages » dès qu'ils se présentent.

Projet et décalage

Décalage et innovation

« Attends-toi à l'inattendu »[10] proclame Edgar Morin durant la crise sanitaire de 2020. Dans un contexte incertain, le « faire société » et le « faire projet » sont à interroger. Sortant du classique groupe d'experts agissant pour, il est aujourd'hui possible d'observer la montée en compétence et en action de toute la société pour agir ensemble concernant des acteurs et des organisations hétérogènes dans un contexte de fractionnement des opinions et de persistance des désaccords. Dans ce contexte, Latour (2009) propose de reprendre le script de controverse sociotechnique : or, nous observons qu'il s'agit en partie de relever ce que nous appelons ici « décalages ». Décalages d'usage, d'interprétations et de sens, différentes strates sémiotiques se sont déposées sur un énoncé, au risque de le rendre « flottant » dit-il. L'étude des grands projets à l'œuvre concernant la transition écologique sont l'occasion d'analyser ces arrachements successifs, facteurs de créa-

10 Edgar Morin 06.04.2020 https://lejournal.cnrs.fr/articles/edgar-morin-nous-devons-vivre-avec-lincertitude

tion et d'interprétation mais aussi de distorsion et de création. Finalement, une grande part de ce qui fonde le projet multi-organisations, multi-acteurs, multi-secteurs, multi- expertises relève du « décalage ». Et ce « décalage » lié à des formes d'interdisciplinarité est une situation vécue par les experts ainsi que par les « profanes »[11], comme les usagers- consommateurs-citoyens présents dans les processus de concertation ou de co-construction des solutions.

Regardons ainsi de plus près les termes mobilisés par qui et comment. Partons du fait que les discours publics portant sur les grands projets présentent l'innovation comme facteur de croissance économique, et ne convoquent plus nécessairement la notion de progrès. Pour ce faire, ils évoquent la création d'un écosystème innovant. Apparu au milieu des années 90, la notion d'« innovation disruptive » ou « innovation de rupture » pose le « décalage » comme une coupure avec l'existant, et ainsi comme relevant de la solution à mettre en œuvre. Le postulat largement partagé autour de cette théorie est que le « décalage » serait porteur de solutions nouvelles dans une nouvelle économie, voire plus adapté aux enjeux de nos sociétés contemporaines et aux demandes d'une plus grande intégration des usagers-citoyens- consommateurs-expert d'usage pour des solutions de co-construction. Les bidouillages portés par les initiatives du Do It Yourself et les makers, les approches par les livings labs ou le design thinking, l'urbanisme tactique ou l'innovation ouverte interrogent nos modes de faire projet. Face à cette dynamique des manières de faire projet, la gestion de projet traditionnelle ou agile (Lehmann, Frangion, Dubé, 2015) se voit en partie interrogée au profit des approches intégrant les usagers en quête de solutions « décalées », comme porteuses potentiellement d'espoir, voire comme bouées de sauvetage.

Dans ce contexte d'étude de grands projets, des chercheurs en appui de l'open science et des acteurs de terrain mobilisent plusieurs termes afin de définir ce qu'ils observent : transdisciplinarité (Darbellay 2005), hybridité (Gwiazdzinski, 2016 ; Bessières, 2018), innovation collective (Lehmann, Colomb 2020), participation et de concertation (Blondiaux, 2008 ; Sintomer, 2011) ou encore incommunication (Wolton, 2018). L'interdépendance des acteurs pour répondre à l'urgence climatique à des échelles de temps et d'espace est inédite et se comprendre, un enjeu vital. D'où sans doute la floraison de ces différents termes ou expression. Le « décalage » dans tous ces cas apparaît lié à des enjeux économiques et politiques. Il est recherché et souhaité. Sans constituer en soi un but ultime, il renvoie au moins au moyen de se mobiliser collectivement pour développer des produits, des services ou des solutions plus adaptées à notre société. En contexte de projet, la notion de « décalage » s'inscrit donc dans un discours sur l'innovation, sur l'avenir ; il est au cœur des dispositifs mis en place pour arriver à une forme d'adaptation, d'atténuation ou de transition climato-écologique.

Nous proposons de considérer le projet comme un mode d'action sur le réel. Le sens du projet fonde alors sa légitimité. Dans le cas étudié, il s'agit de celui de répondre aux effets du dérèglement climatique et aux tentatives d'agir sur ces causes. C'est une mise en récit vers un monde décarboné qui est porté par les organisations. L'idée de transformation, d'objectif et de but à atteindre passe par des artefacts (graphiques, etc.). Artefacts pour comprendre la situation, pour la vulgariser, pour agir avec des modèles prévisionnels et opérationnels. La mobilisation d'une multitude d'acteurs, de cultures professionnelles différentes, agissant dans tout type d'organisation pose avec plus de gravité la question de la circulation des données et des problèmes liés aux vocables utilisées, affectés ou non par cette circulation. D'autant qu'en situation de crise un enche-

11 "Profane": terme utilisé en urbanisme où l'on crée, parfois volontairement, des antagonismes entre expert et profane, savoir savant et savoir d'usage, etc. qui instituent une hiérarchie, un décalage de statut entre les acteurs et entre leurs savoirs

vêtrement d'organisations aux prises avec des problèmes critiques se trouvent projetés dans des situations inédites avec des approches allant de la collaboration à la plus franche opposition. La polyphonie de langages experts entre les acteurs du projet suscite des activités de traduction permanente entre acteurs par le transfert de notions, de lexiques d'un domaine à un autre. Extraire un énoncé de son contexte, de son champ lexical expert, est une forme d'arrachement hors des conditions de productions de sens et d'énonciation.

Nous avons observé ces activités de traduction, cette polyphonie des acteurs, et nous en avons relevé certains traits lors des entretiens semi-directifs réalisés dans le cadre de la recherche "Réalisation énergétique"[12]. Nous avions décidé d'introduire une question[13] sur les « décalages ». Il s'agissait de pousser les enquêtés à expliquer ces « décalages », terme apparu lors de différents échanges préalables et sans avoir été nullement sollicité. Pour la plupart des enquêtés, la présence de « décalages » est évidente et banale. Mais cela renvoie à des aspects très différents. Pour certains, le « décalage » est principalement lié à un « problème de communication » : le vocabulaire n'est pas adapté, trop technique face à un public non averti. Et plus loin, le "décalage" correspond à la dénonciation d'une communication univoque, niant les pluralités en présence[14]. Mais pour d'autres ce « décalage » apparaît comme signe d'un différend, un désaccord. Le « décalage » signifie alors des volontés qui s'opposent. Encore pour d'autres, le « décalage » permet de nommer une controverse en cours mettant en lumière la pluralité des acteurs concernés[15]. Et enfin, le « décalage » apparaît comme un échec, échec du but initial par rapport au résultat obtenu. Les acteurs soulignent alors un manque de cohérence. Ils le déplorent, culpabilisent, pensant qu'ils ont mal fait. C'est pourquoi nous allons relier ce manque de cohérence relatif à la présence du décalage à une réflexion éthique.

Ethique et "décalage" dans le projet

Dissiper les « décalages » relève essentiellement d'une motivation éthique ou morale indiquait Boudon à propos de l'incommunication. Mais nous allons interroger cette motivation éthique, basée principalement sur la volonté de restituer de la cohérence à ce qui en a perdu. En partant des travaux du sociologue Bronner (2016) sur les radicalismes de toutes sortes, il apparaît que les communautés radicales connaissent une grande cohérence entre leur façon de penser et d'agir ; elles ne font pas de compromis. Elles ne sont en « décalage » qu'avec le reste de la société. Et nous savons fort bien comment certaines de ces communautés répondent à ce « décalage » par la violence. Bronner souligne fortement que le manque de cohérence, la présence de nombreux « décalages », est le plus souvent vu ou vécu de façon péjorative. Or, le « décalage», associé à l'incohérence, est en fait à considérer de façon beaucoup plus positive comme le signe d'une pluralité à l'œuvre et de compromis en cours, entre différentes altérités en présence. La dénonciation des « décalages », le malaise qu'ils inspirent est donc à regarder de très près. L'idée par exemple de les supprimer systématiquement serait tout à fait néfaste de ce point de vue. Le « décalage » apparaît ainsi comme le signe

12 Réalisation énergétique (Prendre conscience, comprendre, mesurer, faire advenir, fabriquer) R. Cantin, V. Colomb, V. Dymytrova, F. Fleury, B. Jalenques-Vigouroux, P.Mira, F.Tardieu

13 « Au final, que pensez-vous de l'idée qu'il y ait un décalage entre les propos tenus par votre organisation et les habitants ou usagers ? » - 8 entretiens réalisés entre mai et juillet 2012

14 Verbatim entretien 3: « Le décalage c'est qu'on se lance dans une grande campagne d'isolation très technique très coûteuse en omettant un peu les questions de sensibilisation ou de rendre l'habitant participant partie prenante »

15 La formulation proposée lors d'un entretien est très éclairante à ce sujet: « le problème c'est l'hétérogénéité des usagers » (verbatim entretien 4)

de la présence d'une altérité, d'où la dimension éthique que nous mettons en lumière dans notre travail sur la notion de « décalage ».

Par ailleurs, Cooren (2003) évoque la notion de « leader traducteur » pour évoquer la façon dont le leader est celui qui « traduit », c'est-à-dire celui qui est capable de prendre en compte les points de vue de toutes les parties prenantes concernées ; il est alors capable de montrer comment ces points de vue différents émis par chaque partie prenante sont néanmoins compatibles avec le projet en cours. Le fait qu'un « décalage » advienne dans sa tentative de « traduction » serait donc l'occasion ou le moyen choisi par différentes parties prenantes pour faire valoir l'existence de leur point de vue divergent, et leur existence à eux en tant qu'individu ou communauté, et donc en tant que finalité, et pas seulement en tant que moyen de réaliser un projet (si l'on se réfère à la morale kantienne classique[16]). Le fait qu'un « décalage » émerge dans ce cadre signifie qu'un point de vue manque dans cette traduction du leader, qui n'est de ce fait qu'une traduction partielle, excluante, partisane. Cela révèle la présence d'un enjeu éthique dans le projet en train de se faire.

Les projets environnementaux sont souvent l'occasion de repérer l'affrontement entre différents types d'intérêts, privés, singuliers et public. Choquette et Letourneau (2008) étudient la gouvernance de l'eau au Québec et identifient un défi principal concernant les différents acteurs de l'eau en présence : la « construction d'orientations partagées entre tous ». Cela suppose un « espace relationnel » spécifique au sein duquel l'information est partagée afin d'échanger sur le sens de l'action à mener. Par exemple, chaque partie prenante doit pouvoir investir la notion purement technique de « bassin versant », la colorant de ses propres symboles et représentations. Le but est clairement d'éviter les « décalages ». Ce processus rend alors possible la motivation, l'investissement de chaque acteur dans le projet et, surtout, la possibilité d'aller vers un consensus caractérisé par le fait de « faire tenir ensemble les intérêts singuliers et l'intérêt collectif » (Choquette, Letourneau, 2008).

Ces différentes remarques aboutissent à l'idée que la présence de l'altérité au sein d'un projet suppose un comportement, une éthique spécifique, afin d'éviter l'émergence de « décalages ». Le recours à Habermas nous semble alors particulièrement pertinent :

> « Ce n'est qu'en tant que participants à un dialogue inclusif visant un consensus, que nous sommes amenés à exercer la vertu cognitive d'empathie, eu égard à nos différences réciproques qui se manifestent dans la perception d'une situation commune. Nous sommes supposés apprendre la façon dont chacun des participants, à partir de leur propre perspective, procéderait dans le contexte d'une universalisation de tous les intérêts concernés. (...) Les participants à une discussion ne peuvent espérer parvenir à un accord quant à ce qui est de l'intérêt égal de tous que dans la mesure où chacun se soumet soi-même à cet exercice consistant à tenter d'adopter le point de vue de l'autre, afin de réaliser ce que Piaget appelait un "décentrement" progressif de l'ego - et du moi ethnocentrique - et donc le décentrement d'une compréhension du monde donnée » (Habermas 2003 : 18).

Cette citation pointe les comportements éthiques envisageables dans le déroulement d'un projet : capacité à éprouver de l'empathie, capacité à apprendre ce que veut l'autre, capacité à prendre en compte l'avis de

16 « Agis de telle sorte que tu traites l'humanité aussi bien dans la personne de tout autre, toujours en même temps comme une fin, et jamais simplement comme un moyen »

l'autre, capacité à éviter le sociocentrisme et l'ethnocentrisme[17]. Ces points peuvent être compris comme autant de moyens d'anticiper, dépasser, faire avec les « décalages », afin d'éviter un coup d'arrêt définitif concernant les projets environnementaux.

Chiffre et « décalage » en clair-obscur

Si le chiffre est mobilisé afin de formaliser des données scientifiques sur le climat, il est également utilisé afin de formaliser des diagnostics et des objectifs à atteindre au sein des organisations. Il permet de mesurer un certain état du monde. Il devient un objet totem dans le débat public à diverses échelles - locales, nationales, internationales - comme avec le chiffre de 2°C, icône du dérèglement climatique médiatisé par le GIEC. Dans ce cadre, le chiffre renvoie à l'idée d'un langage universel (Jucobin, 2009 ; Ifrah, 1994) qui rassemble au-delà des barrières linguistiques ou culturelles, qui permet une intercompréhension. Comme un messager apatride, capable de médiater des phénomènes à l'échelle mondiale. En apparence, il suture les frontières malgré sa polysémie. Il donne l'illusion qu'il n'y a pas de « décalage » possible dans son interprétation : pas de construction sociale du chiffre, pas d'usage social du chiffre, pas de biais interprétatif quel que soit l'interlocuteur sur la planète. Le chiffre porte l'idée d'interopérabilité qui aplanit les « décalages », qui évacue la distance. Le recours au chiffre touche tous les domaines pour mesurer, comparer, classer ou évaluer. Le chiffre participe d'une mise en visibilité des phénomènes par la science et d'une économie du jugement (Colomb, 2019). Le chiffre sature l'espace, souvent coupé de son mode de production et de son appareil méthodologique. Il donne l'illusion de la vérité, du juste, du non-discutable par sa dimension mathématique ; il évacue le débat. Nous regarderons comment partager des connaissances, à partir de quelques exemples d'utilisation du chiffre et en quoi le chiffre est source ou non de « décalage ».

Décalage : interprétation profane des échelles

Les graphiques scientifiques sur le climat utilisent diverses échelles : les plus fréquentes sont l'échelle linéaire et l'échelle logarithmique. Ces représentations diffusées dans les rapports du GIEC sont reprises sans nécessairement un discours de vulgarisation ou un re-travail graphique ou analytique par la presse internationale et les organisations. Tout l'intérêt de l'échelle logarithmique réside dans sa capacité à rendre visible sur un même graphique, des phénomènes de tailles très différents ou qui évoluent très rapidement dans le temps; elle est donc très performante pour les représentations des phénomènes climatiques et ses effets[18]. Mais sa lecture et l'interprétation des données se font à l'aune de l'échelle linéaire où chaque écart exprime une même quantité. L'échelle est peu regardée. L'impact d'une courbe et des couleurs captent plus l'attention et donnent sens aux données[19]. Par exemple, sur la figure 1, la représentation de la consommation d'énergie pour les logements se lit de façon linéaire, alors que les écarts sont différents; le graphique de l'ADEME

17 Se positionnant sur un plan ontologique, Arendt part de la présence de cet Autre pour défendre le modèle démocratique. Les pensées radicales et totalitaires sont bien gênées par la pluralité humaine toujours à l'œuvre et produisant sans cesse des décalages : « La pluralité est la condition de l'action humaine, parce que nous sommes tous pareils, c'est-à-dire humains, sans que jamais personne ne soit identique à aucun autre homme ayant vécu ou encore à naître. » (In ARENDT Hannah (1983, 1961). Condition de l'homme moderne. Calmann-Lévy (Agora), p. 41-42

18 Sur ce point voir Launay, Mickael (2019), Le théorème du parapluie, Paris, Flammarion, pp.43-53 et le blog de Véronique Parasote, docteur en physique https://archi7.net/J34/index.php/notions/68-echelle-lineaire-echelle-logarithmique

19 Ce constat empirique a été validé auprès de plusieurs promotions d'étudiants en Master (Sciencespo, Institut d'Urbanisme) soit plus de 500 étudiants.

présente des plages de valeurs égales en hauteur de A à B ou de E à F: ainsi passer de B à A ne semble pas plus impactant que passer le G à F, alors que les zones E et F rassemblent les mêmes plages d'émissions que les zones, A, B,C et D réunies (220 kWh/m^2.an entre le début de E et la fin de F, et 230 entre le début de A et la fin de D).

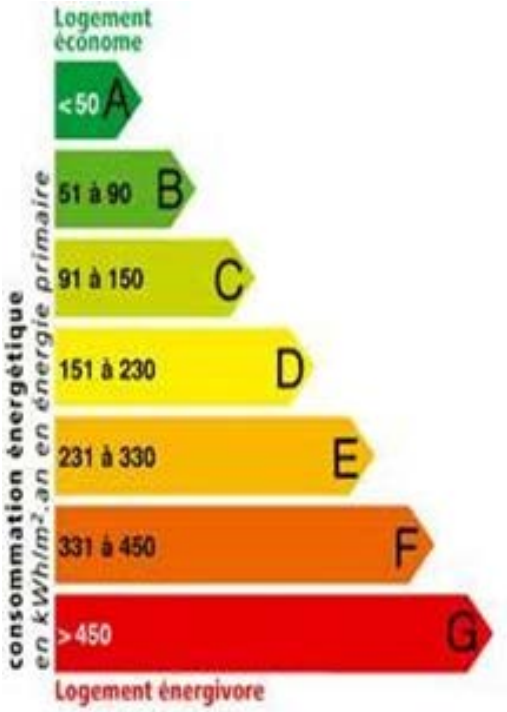


FIG.1 Représentation des Diagnostics de performance énergétique pour les logements par habitation diffusée par l'ADEME

https://data.ademe.fr/datasets/dpe-france

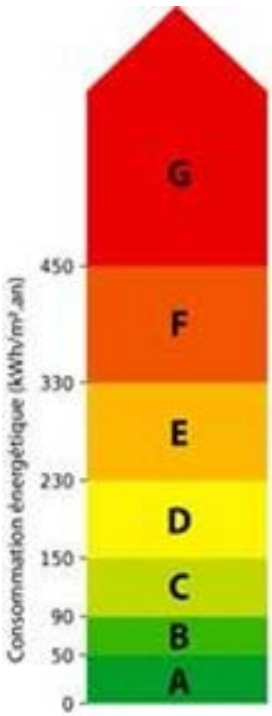


FIG.2 Autre représentation des Diagnostics de performance énergétique pour les logements par habitation permettant de percevoir les plages de valeurs.

Graphique réalisé par Jeremy Stevens Laboratoire de Physique, ENS de Lyon

Le biais d'interprétation des choix graphiques signe un "décalage" dans la compréhension des données.

Décalage et échelle : rendre figurable ce qui est inimaginable

Quand les mathématiques nous incitent à compter en base 10, le calcul de l'empreinte écologique nous fait compter en base « Terre ». La Terre devient l'unité de mesure pour tenter d'appréhender l'échelle extraordinaire des consommations de ressources. Ainsi, si toute l'humanité consomme comme tel territoire, il faudrait « 5 Terres », tel autre « 2 Terres », etc. Le facteur multiplicatif devient la mesure de notre surconsommation. Le chiffre construit des représentations qui retissent des liens entre le local et le mondial. Cette base « Terre » porte la possibilité de comparaison entre territoire, entre pays. L'interrogation des échelles mobilise aussi l'analogie : l'inimaginable devient perceptible en le substituant à du familier.

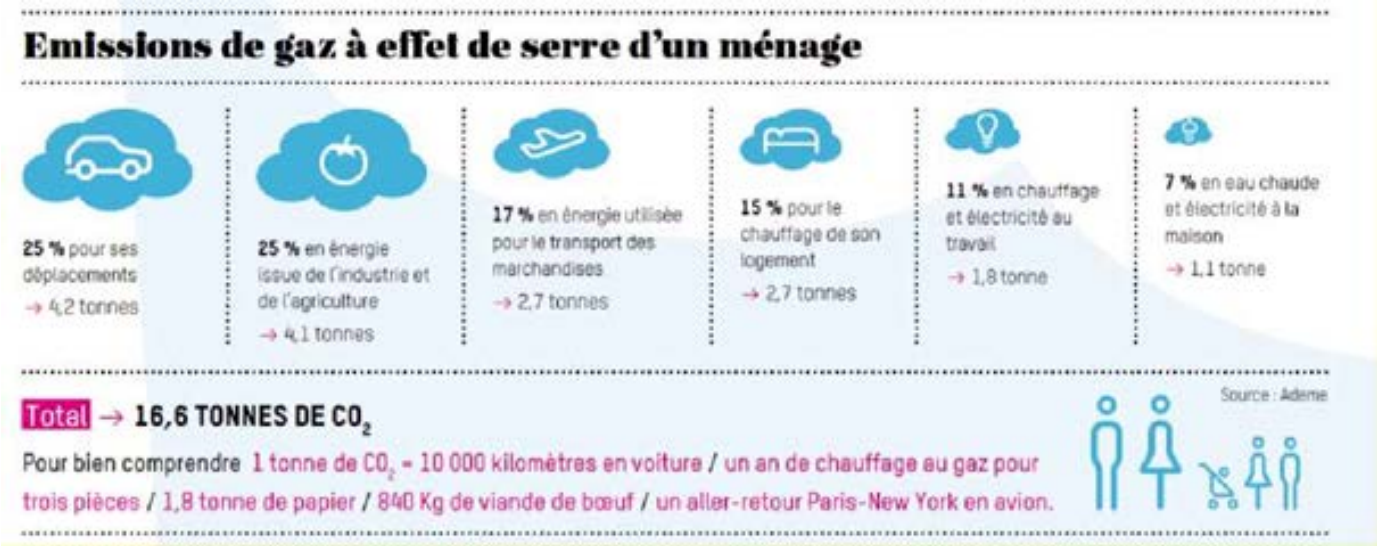


FIG 3 : GrandLyon Magazine n°35, 2011

Décalage et rhétorique cardinale

Dans les discours publiques et d'entreprises, l'expression de la quantité n'étant pas toujours contextualisée, elle est perçue comme déconnectée des réalités environnementales et sociales. Dans ce cas, les organisations montrent qu'elles agissent, mais cet effort n'a pas d'échelle, ni de contexte. Ainsi, la valeur relative et la valeur absolue des quantités construisent des représentations différentes. On observe un « décalage » entre la réalité des projets et leur mise en scène, une perte de sens. Ainsi la contextualisation et la mise à l'échelle induit ou non un « décalage » dans la perception d'une situation.

Décalage et rhétorique ordinale

Dans les discours institutionnels et corporate, le chiffre est utilisé dans sa fonction ordinale. Il évalue une performance et donne une valeur. Banal en communication des organisations, le classement est mobilisé dans tout le processus du projet (acteurs, méthode, processus, territoire d'accueil, utilisation de dispositifs publics, etc.). Il qualifie un discours sur le leadership, l'innovation (premier, un des premiers, en tête, unique au monde, pionnière, projet pilote…), avec la mobilisation de classement (top 10, top 20), de prix, de palmarès qui construit une légitimité. Cela signe un savoir-faire et une expertise, une mise en scène de la capacité d'innovation et de conduite du changement. Le chiffre qualifie dans ce cas toujours positivement. Le projet est le « premier », ou rien. Aucun projet n'est troisième ou dixième; si c'est le cas, cela n'est pas mentionné. Le « décalage » opère dans la validité de ces classements difficiles à vérifier. Cela réduit l'argumentaire à une auto-proclamation, et l'adhésion du lecteur au registre de la croyance.

Conclusion

Ce travail exploratoire sur les « décalages » ne saurait se réduire à une posture de dénonciation ou de révélation du « décalage » comme dysfonctionnement dans un projet environnemental. De façon empirique et

modeste, il a tenté de comprendre le partage des représentations, le travail interprétatif des acteurs engagés dans un travail de négociation.

Au final, nous considérons que les « décalages » repérés dans la mise en œuvre de projets environnementaux relèvent d'une grande complexité. Apparemment transparent et simple à repérer, au point qu'il est rarement défini par les chercheurs qui le mobilisent, le terme « décalage » relève pourtant du métalangage. Les conditions dans lesquelles le « décalage » émerge sont très hétérogènes, elles se caractérisent toujours par la présence d'une altérité à l'œuvre. Cela explique la dimension éthique qui l'accompagne souvent, dans le but de réunir les altérités en présence autour d'un consensus commun. Enfin, il nous semble que le « décalage » est rarement accompagné d'une réflexion concernant son processus d'émergence; l'étude rapide sur le chiffre montre bien à quel point cette démarche est pourtant nécessaire pour rendre visible certains de ces « décalages », et en révéler toute la profondeur.

Dans quelle mesure ce travail sur la notion de « décalage » prend place dans les réflexions sur l'incommunication ? Selon Dacheux et Duracka (2017), l'incommunication correspond à un modèle théorique mobilisé par certains chercheurs en SIC (Robert, Ravault, Boudon, Wolton notamment) chercheurs opérant une rupture radicale en proposant que toute communication présente la possibilité de déboucher sur de l'incommunication. Nous souhaitons préciser qu'il ne s'agit pas de la posture que nous avons adoptée en nous intéressant à la notion de « décalage ». Certes, des « décalages » se produisent. Pour autant, nous ne réduisons pas nos travaux à la seule possibilité que ces « décalages » adviennent. Nous sommes bien dans un travail de complémentarité avec des outils plus classiques (discours, récits, etc.). Nous souscrivons à l'idée des auteurs que « l'incommunication totale n'est pas une réalité sociale ». Nous soulignons néanmoins la nécessité d'en étudier les manifestations, que nous considérons comme éventuelles et non systématiques, notamment sous la forme de « décalage », comme nous avons pu l'observer au sein de nos différents corpus.

Par ailleurs et surtout, l'urgence à agir diffusée par le GIEC requiert une compréhension des « décalages » vus comme autant d'obstacles ou de pistes d'innovation dans la gestion de projets en lien avec la mutation environnementale. En cela, le travail que nous proposons revêt une visée d'augmentation de la « capacitation » des parties prenantes en présence. Cette étude revêt également une visée d'explicitation du rapport à la science dans les discours de communication des organisations. Nous souhaitons montrer la nécessité de prendre en compte les « décalages » comme autant de signes à la fois de la complexité de la situation observée mais aussi de la nécessité d'un temps long pour que les parties prenantes en présence prennent conscience des autres parties prenantes, de la spécificité de leurs enjeux et de leur regard sur le projet environnemental.

Bibliographie

Bacot P. (2012). Le langage des chiffres en politique. Mots. Les langages du politique, 3/2012 (n° 100), p. 5-14

Blondiaux Loïc (2008). Le Nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative. Paris, Seuil

Boudon Raymond (1989). Petite sociologie de l'incommunication. Hermès La Revue, CNRS Editions, 1989/1 n°4, p. 53-66

Bronner Gérald (2016). La Pensée extrême. Comment des hommes ordinaires deviennent des fanatiques. PUF, Paris

De la logique institutionnelle à la connectivité performative : étude thématique des messages publiés sur les sites web du gouvernement fédéral canadien

Institutional Logic and Performed Connectivity: A Thematic Analysis of Web Messages of Canadian Federal Agencies

Ivan Ivanov, Professeur agrégé,
Université d'Ottawa, Département de communication
iivanov@uottawa.ca

Mots clés : institutions, messages, gouvernement, web

Key words: institutions, messages, Government, websites

Résumé

Cette recherche étudie la logique institutionnelle et la connectivité performative des messages officiels publiés par les Institutions Fédérales Canadiennes (IFC) sur leurs sites web officiels. L'analyse thématique de publications institutionnelles sur le web montre que les IFC transmettent des messages qui constituent une logique dominée par la pensée traditionnelle et néo-institutionnelle. Elle désincarne les communications institutionnelles, qui ne parviennent pas à appliquer le principe de connectivité performative recherché par les directives fédérales des communications sur le web.

Abstract

This research focuses on the study of the institutional logic and performed connectivity conveyed by official messages of the Canadian federal institutions (CFI) on their official websites. It aims to highlight the visibility of individuals and publics in institutional messages in the light of the dominant institutional logic of IFC. Our thematic analysis of messages published on CFI websites reveals that they display a strong traditional and neo-institutional logic, but also obscure human visibility and fail to apply the principle of performed connectivity pursued by the official federal communication policy and guideline.

De la logique institutionnelle à la connectivité performative : étude thématique des messages publiés sur les sites web du gouvernement fédéral canadien

Ivan Ivanov

Introduction

Les modes de communication du gouvernement fédéral canadien ont beaucoup évolué à l'ère du web et des plateformes numériques (Marland, Lewis & Flanagan, 2017) depuis novembre 2015, date d'arrivée au pouvoir du Premier Ministre Justin Trudeau. Une politique nouvelle en termes d'utilisation des médias numériques pour des fins de communication institutionnelle (Lalancette & Raynauld, 2017) a été mise en place et a modifié tant les canaux communicationnels de référence que les messages institutionnels transmis.

La politique fédérale de communication, qui a souhaité uniformiser cette norme, concerne, plus précisément, la coûteuse refonte des sites web des Institutions Fédérales Canadiennes (IFC) (www.canada.ca) qui souhaite augmenter la présence effective des individus dans les espaces numériques et favoriser la connectivité performative (Lalancette & Raynauld, 2017 ; Ekman & Widholm, 2014) afin d'accroître la visibilité des publics sur le web. Les supports et les canaux de communication numérique font ainsi l'objet d'une standardisation constante (Marland, 2017) afin de s'assurer que les messages transmis par les IFC articulent la même logique institutionnelle qui est définie ici comme un ensemble de pratiques sociomatérielles et de constructions symboliques constituant l'ordre institutionnel visible (Friedland & Alford, 1991).

Cette recherche vise à comprendre dans quelle mesure le principe de connectivité performative recherché par la politique fédérale de communication est appliqué aux sites web des IFC. Pour ce faire, nous suivons la communication organisationnelle (Cooren, Kuhn, Cornelissen, & Clark, 2011) afin d'analyser les messages institutionnels comme présentifiés (Cooren, 2006) par une multitude d'entités humaines et matérielles visibles. Les thèmes des messages institutionnels deviennent constitutifs dans le sens où ils configurent la logique institutionnelle des IFC et contribuent – ou non – à la connectivité performative qui met en lien les institutions et les publics internes et externes.

Afin de mettre en lumière ces thèmes constitutifs, nous avons réalisé une analyse thématique (Paillé & Mucchielli, 2016) de messages publiés sur plusieurs sites web gouvernementaux qui a abouti à la construction d'un arbre thématique. Nos résultats montrent que les communications des IFC sont fortement désincarnées, ce qui met en question l'application effective du principe de connectivité performative sur le web des IFC.

Institutions communicantes

Nous abordons l'étude des logiques et des messages des IFC à travers les théories institutionnelles (Lammers & Barbour, 2006) et de la communication en tant que transmission linéaire de messages et de contenus de référence.

Logiques et messages institutionnels

Toute institution communique avec les publics internes et externes à travers une multitude de messages qui encodent des informations, des idées et des symboles relatifs à ses intérêts, valeurs et culture (Thornton & Ocasio 2008) : "An institutional message is a collation of thoughts that takes on a life independent of senders and recipients. It may have the force of rules and is spread intentionally or unintentionally via multiple channels to narrow or wider audiences" (Lammers, 2011, 171).

L'institution communicante peut être représentée comme un conteneur (Axley, 1984) qui produit et stocke des messages officiels avant de les transmettre vers ses divers publics via des outils et des supports adaptés. Grâce à une communication asymétrique et linéaire entre les émetteurs et les récepteurs (Shannon & Weaver, 1949), les institutions diffusent aux individus et aux collectivités humaines des valeurs, des symboles et des normes préfigurés (Selznick, 1957). Cette manière d'aborder les communications institutionnelles est typique du vieil institutionnalisme (DiMaggio, 1988 ; Barley & Tolbert, 1997) qui voit les institutions comme "constellations of established practices guided by enduring, formalized, rational beliefs that transcend particular organizations and situations" (Lammers & Barbour, 2006, 364). L'idée de l'existence d'une logique institutionnelle traditionnelle dominante (Weber, 1968) explique très justement le fait que grâce aux messages transmis, les institutions imposent aux individus des cadres d'action et des modes d'emploi afin de déterminer la manière dont ils devraient se comporter (Gioia et al., 2014). Ces messages sont désincarnés, anonymisés et orientés vers un public large, capable de reconnaître spontanément les contenus et les thèmes transmis avant d'agir (Lammers, 2011) et visent à garantir la conformité des actions individuelles et collectives avec la logique institutionnelle dominante.

Pourtant, les individus et les collectivités humaines existent dans et à travers les logiques institutionnelles qui sont « the socially constructed, historical patterns of material practices, assumptions, values, beliefs, and rules by which individuals produce and reproduce their material subsistence » (Thornton & Ocasio, 1999, 804). Les institutions sont des structures collectives supra-organisationnelles (Friedland & Alford (1991) à travers lesquelles les pratiques symboliques et matérielles individuelles et collectives cristallisent et deviennent routinières. Selon le néo- institutionnalisme (Meyer & Rowan, 1977), ce processus est l'institutionnalisation à travers lequel « social process, obligations or actualities come to take a rule-like status in social thought and action » (342). Chaque institution garde ainsi certains traits organisationnels qui coexistent avec les caractéristiques institutionnelles et collectives. Selon l'idée de l'institutionnalisme communicationnel (Cornelissen et al., 2015), les institutions sont fondamentalement configurées et constituées par les individus et les collectivités humaines à l'intérieur (salariés et autres membres du personnel) et à l'extérieur (citoyen et usagers) des institutions.

De la communication constitutive à la connectivité performative

Notre cadre théorique postule que la communication n'est pas une simple transmission linéaire d'informations et de messages (Axley, 1986), mais qu'elle est performative de la réalité institutionnelle (Cooren, Kuhn, Cornelissen, & Clark, 2011). Les logiques institutionnelles ne sont pas des cadres d'action symboliques et pratiques, mais sont constituées par les entités humaines et non humaines. Le concept de présentification[1] (Cooren, 2013) exprime justement le fait que des différentes entités humaines et non humaines constituent les messages institutionnels et agissent sur les logiques des IFC. Les messages « donnent du corps » (embodiment, cf. Cooren, 2006) à ces entités — ils les incarnent et incorporent — et favorisent l'établissement de la connectivité performative entre les IFC et leurs publics internes et externes.

Ce concept permet d'aborder le principe de connectivité performative (Bushey, 2014) à travers l'incarnation des entités humaines dans les messages institutionnels transmis par les IFC aux côtés des autres entités matérielles. La connectivité — la capacité de mettre en relation des émetteurs et des récepteurs par la communication — des sites web est performative dans le sens où les messages incarnent et présentifient (Cooren, 2006) les individus et les collectivités humaines dans les contenus et les thèmes des messages institutionnels en tant que parties prenantes des politiques institutionnelles. Les thèmes des messages institutionnels sont ainsi constitutifs de la logique institutionnelle et de la connectivité performative et leur étude permet de répondre aux questions : 1) quels sont les thèmes constitutifs de la logique institutionnelle des IFC ; 2) quel est le rôle de la visibilité des entités humaines pour la mise en pratique du principe de connectivité performative ?

Méthodologie

Nous avons dressé une image détaillée des différents thèmes encodés dans les messages transmis par les IFC sur le web afin de comprendre quelles sont les entités humaines et non humaines visibles et présentifiées dans ces thèmes. Pour constituer notre échantillon de ministères et agences fédérales dont les publications web sont analysées, nous avons choisi des IFC[2] qui ont muté leurs sites web vers le domaine unique www.canada.ca et qui communiquent avec un public large et non spécifique. Entre le 21 janvier et le 30 avril 2017, nous avons consulté, copié et sauvegardé toutes les publications sur leurs pages d'accueil ainsi que les publications qui peuvent être lues en cliquant sur les liens actifs (rubriques, encarts, visuels, etc.) depuis les pages d'accueil (un clic sur le lien pour consulter la publication). Nous avons suivi la méthode d'analyse thématique proposée par Paillé & Mucchielli (2016) bâtie autour de l'extraction manuelle d'un certain nombre de thèmes représentatifs du contenu analysé (thématisation) permettant la construction d'un arbre thématique. Notre arbre thématique (n=51) est subdivisé en quatre axes (A1-A4), dix catégories (C1-C10) et trente-sept thèmes (T1-T37) qui se distinguent par leur degré d'inférence et de généralité et non pas par la fréquence de leur apparition dans le corpus textuel analysé.

1 Nous allons utiliser le verbe présentifier pour faire référence à la notion de presentification introduite par François Cooren (2006)

2 Global Affairs ; Canada Revenue Agency ; Employment, Workforce, Development and Labour; Transport Canada ; Environment and Climate Change; Canadian Heritage; Innovation, Science and Economic Development; Immigration and Citizenship; Public Safety Canada

Une logique institutionnelle composite

Nous analysons ici les différentes parties de l'arbre thématique et illustrons les entités humaines et non humaines présentifiées avec des extraits du corpus textuel et visuel collecté (notifiés ci-dessous comme « Exemple »).

La partie la plus dense et sous-divisée de l'arbre thématique, l'axe social (A1), est constituée de messages qui dressent une image quasi désincarnée des communications des IFC sur le web. Bien que les thèmes soulevés présentifient de multiples entités matérielles, relationnelles et événementielles, les messages des IFC sont dépourvus des voix et de la visibilité de ceux qui y parlent (les émetteurs) et de ceux à qui s'adressent les messages (les récepteurs). Les thèmes du A1 sont constitutifs d'une logique institutionnelle traditionnelle qui ne donne que peu de visibilité et d'existence aux individus et aux collectivités humaines.

Constitué de messages qui regroupent les thèmes relatifs au rôle social et sociétal des IFC, le A1 comporte quatre catégories : identité (C1), collaboration (C2), ouverture (C3) et accessibilité (C4). Parmi elles, la C1 — la plus structurée et complexe — encode des thèmes qui présentifient l'identité des IFC. Ces thèmes articulent un ensemble de phénomènes matériels et idéologiques qui affectent la manière dont les publics et les autres institutions perçoivent les IFC. Les thèmes relevés ici (T1-T7) évoquent les relations tissées et maintenues entre les IFC et les différentes divisions territoriales canadiennes et internationales comme les municipalités (T7), les provinces (T6) et les autres institutions fédérales (T5) et étrangères (T4). Une importance première est accordée aux messages qui présentifient les différents sites institutionnels (ministères, agences, offices, etc.) dispersés sur le territoire canadien (T2), ce qui correspond bien à la spécificité de la gouvernance étatique du Canada, le fédéralisme.

Exemple (A1.C1.T6.) : « En plus des initiatives prises dans le cadre du Plan de protection des océans pour améliorer la sécurité maritime, le gouvernement du Canada a déposé, le 12 mai 2017, une loi pour officialiser la Loi sur le moratoire relatif aux pétroliers qui vise le Nord de la côte britanno-colombienne » (Environment and Climate Change).

Ce type de messages est illustré sur les sites web avec des symboles et des logos officiels comme les emblèmes, la représentation de lieux historiques et de drapeaux provinciaux et territoriaux. Les informations relatives aux sous-divisions administratives et aux sites territoriaux sont principalement présentifiées à travers la voix des politiques et des hauts fonctionnaires (ministres et directeurs d'agences) et sont accompagnées par leurs photographies officielles. En revanche, dans les messages encodés dans la C1, les illustrations et les photographies analysées ne présentifient pas des personnes identifiables dans le corps du texte publié (par exemple, le T3 est composé d'images génériques). Lorsque les messages institutionnels évoquent la présence d'individus et de collectivités humaines, ils s'adressent à un public large et anonyme (« les Canadiens », « la population », « les habitants », etc.), sans préciser qui se cache derrière ces publics. Les communications des IFC sur le web ont cette particularité intégratrice typique du vieil institutionnalisme (DiMaggio, 1988) qui impose une logique de référence, occulte la visibilité des individus et des collectivités humaines et désincarne les messages institutionnels.

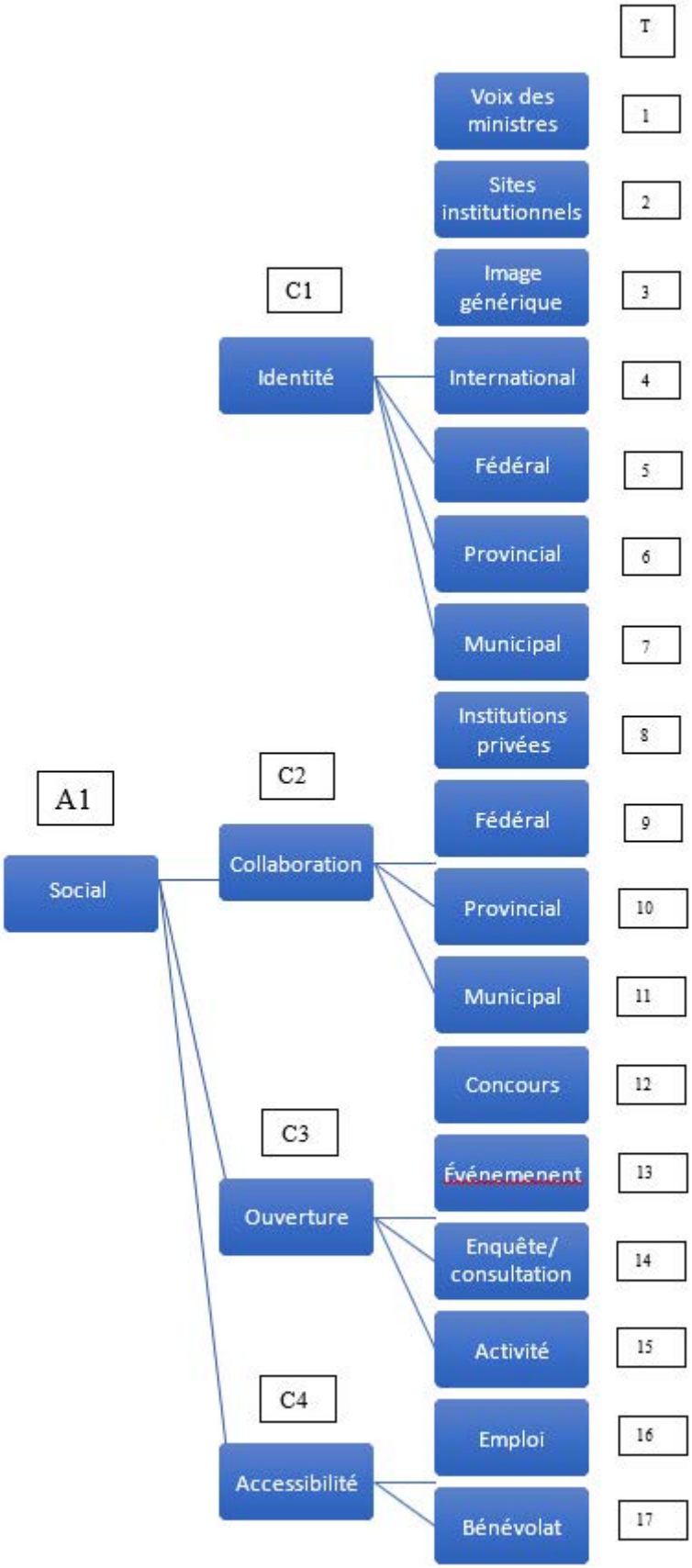


Fig. 1 L'axe Social de l'arbre thématique

Thématiquement très cohérente avec la C1, la C2 regroupe des thèmes qui présentifient les collaborations tissées par les IFC avec une tierce entité institutionnelle dans le but d'atteindre des objectifs communs, d'élargir l'étendue des services institutionnels ou de profiter d'une expertise non spécifique et externe à l'institution (T9, T10 et T11). C'est pourquoi dans la C2 sont regroupés des thèmes qui relèvent des collaborations des IFC avec d'autres institutions du secteur privé (T8) dont les services ou les produits sont mis en visibilité par les messages officiels.

Exemple (A1.C2.T9.) : « Nous travaillons en étroite collaboration avec les autres ministères pour nous assurer que les employés qui ont besoin d'une aide financière en raison d'une paye manquante obtiennent une avance de salaire d'urgence » (Canada Revenue Agency).

Ce type de messages est constitué autour d'un « nous » qui ne favorise pas la visibilité des émetteurs et des récepteurs. Ce « nous » donne du corps à un public anonyme qui s'autoreconnaît spontanément dans les messages émis par les IFC, sans avoir besoin de connaître l'identité des ceux qui se cachent derrière ce « nous ». C'est pourquoi les messages relatifs aux collaborations et aux partenariats sont thématiquement très cohérents avec ceux portant sur l'ouverture (C3) et l'accessibilité (C4) des IFC : ils s'adressent toujours au même type de public institutionnel. À titre d'exemple, la C3 présentifie des thèmes liés aux activités et aux interactions (T15) courantes et régulières entre les institutions et les publics canadiens dans un sens large. L'ouverture des IFC est présentifiée par différents événements (T13) qui se passent ici et maintenant et qui impliquent les publics en tant que parties prenantes. Les thèmes soulèvent diverses activités — sondages, consultations, enquêtes publiques (T14), concours et marchés publics (T12) — qui exigent l'implication et participation effective de ces publics.

Exemple (A1.C3.T14.) : « […] après une consultation poussée de spécialistes des forces de l'ordre, de la santé et de la sécurité, ainsi que le travail soutenu du Groupe de travail sur la légalisation et la réglementation du cannabis, le gouvernement du Canada a aujourd'hui déposé un projet de loi visant à légaliser le cannabis, à le réglementer de manière stricte et à en restreindre l'accès » (Justice).

Ce type de messages possède un effet agrégateur dans le sens où il présentifie des thèmes qui incorporent la participation des publics, sans pour autant les identifier. Dans la même veine, les messages codés dans la C4 présentifient l'accessibilité des IFC (T16 et T17) qui est analysée ici comme la possibilité pour les publics internes et externes de travailler en partenariat avec les IFC ; comme l'opportunité de bénéficier de partenariats déjà mis en place ; ou bien comme l'occasion d'accéder au marché des emplois proposés par les IFC et de postuler aux offres afin d'y travailler. Les IFC communiquent ici via le web afin de permettre aux publics anonymes externes de devenir une partie prenante interne des IFC.

Bien que ces messages mettent en valeur une identité institutionnelle tournée vers l'ouverture et l'accessibilité, les thèmes soulevés dans le A1 ne présentifient pas des individus et des collectivités humaines identifiables. Les émetteurs et les récepteurs des messages demeurent inconnus et leurs identités sont cachées derrière un « nous » unificateur. En érigeant une vieille logique institutionnelle (Barley & Tolbert, 1997), les communications des IFC sur le web perpétuent ainsi des cadres symboliques et modes d'action préétablis et maintiennent le contrôle sur l'(in)visibilité des publics ainsi que sur la logique institutionnelle dominante.

Axe Macro-organisationnel

Le deuxième regroupement thématique est structuré dans l'axe Macro-organisationnel (A2). Les IFC communiquent ici comme des supra-organisations (Friedland & Alford, 1991) qui jouent un rôle organisationnel important au-delà des missions sociales et sociétales qu'elles portent. Les messages encodent des thèmes qui présentifient des événements, des projets et des programmes à suivre et à venir et qui projettent l'existence des IFC dans un futur maîtrisé et stabilisé. Les individus et les collectivités humaines y sont visibles en tant qu'utilisateurs de bien et de services administratifs, mais leurs traits identificatoires individuels et collectifs demeurent invisibles. Ces messages projettent ainsi une logique typique du néo-institutionnalisme (Meyer & Rowan, 1977) qui valorise le rôle des individus comme membres organisationnels, mais qui ne donne que peu de visibilité à leurs caractéristiques humaines.

Le A2 regroupe des thèmes constitués d'inférences qui établissent des liens analytiques entre les missions institutionnelles et organisationnelles des IFC. Comme le A1, il est particulièrement complexe et sous-divisé : il comporte trois catégories — rôle institutionnel/secteurs d'activités (C5), culture (C6) et planification (C7) — et quatorze thèmes interconnectés (T18-T31).

La C7 est la plus dense et englobe des messages qui présentifient des entités relatives à la durabilité, la stabilité et la pérennité des IFC : stratégies (T24), priorités (T25), objectifs/finalités (T26), investissement (T27), délais (T28), projets (T29), programmes (T30) et structure organisationnelle (T31). Ces différentes sous-divisions de l'arbre dessinent les IFC comme des entités plurielles qui communiquent avec une multitude d'acteurs organisationnels et qui adaptent, en conséquence, leurs messages aux différents interlocuteurs et publics. La structure thématique de la C7 démontre que les IFC communiquent comme des organisations qui mènent des missions à long terme, nécessitant une planification (T28) et une programmation rigoureuse afin d'assurer la pérennité des actions et des événements prévus et à venir. Ces actions s'appuient sur des stratégies organisationnelles (T24) qui valorisent une multitude de priorités (T25) et des objectifs (T26) stratégiques qui sont fréquemment mis en scène sous forme de projets (T29) ou d'investissements (T27).

Exemples (A2.C7.T24. et A2.C7.T29.) : « Compte tenu de la hausse des risques de catastrophes et des coûts qui en découlent, le gouvernement a affecté, dans le budget de 2014, 200 millions de dollars sur cinq ans en vue d'établir le Programme national d'atténuation des catastrophes (PNAC), conformément à son engagement de bâtir des collectivités plus sécuritaires et plus résilientes » (Public Safety Canada).

Ce type de messages présentifie des entités événementielles qui font le lien entre le présent stabilisé et le futur incertain, mais maîtrisé grâce aux engagements pris par les IFC. Les destinataires des messages ne sont pas explicitement nommés, mais sont présentifiés à travers les missions administratives provinciales et territoriales des IFC.

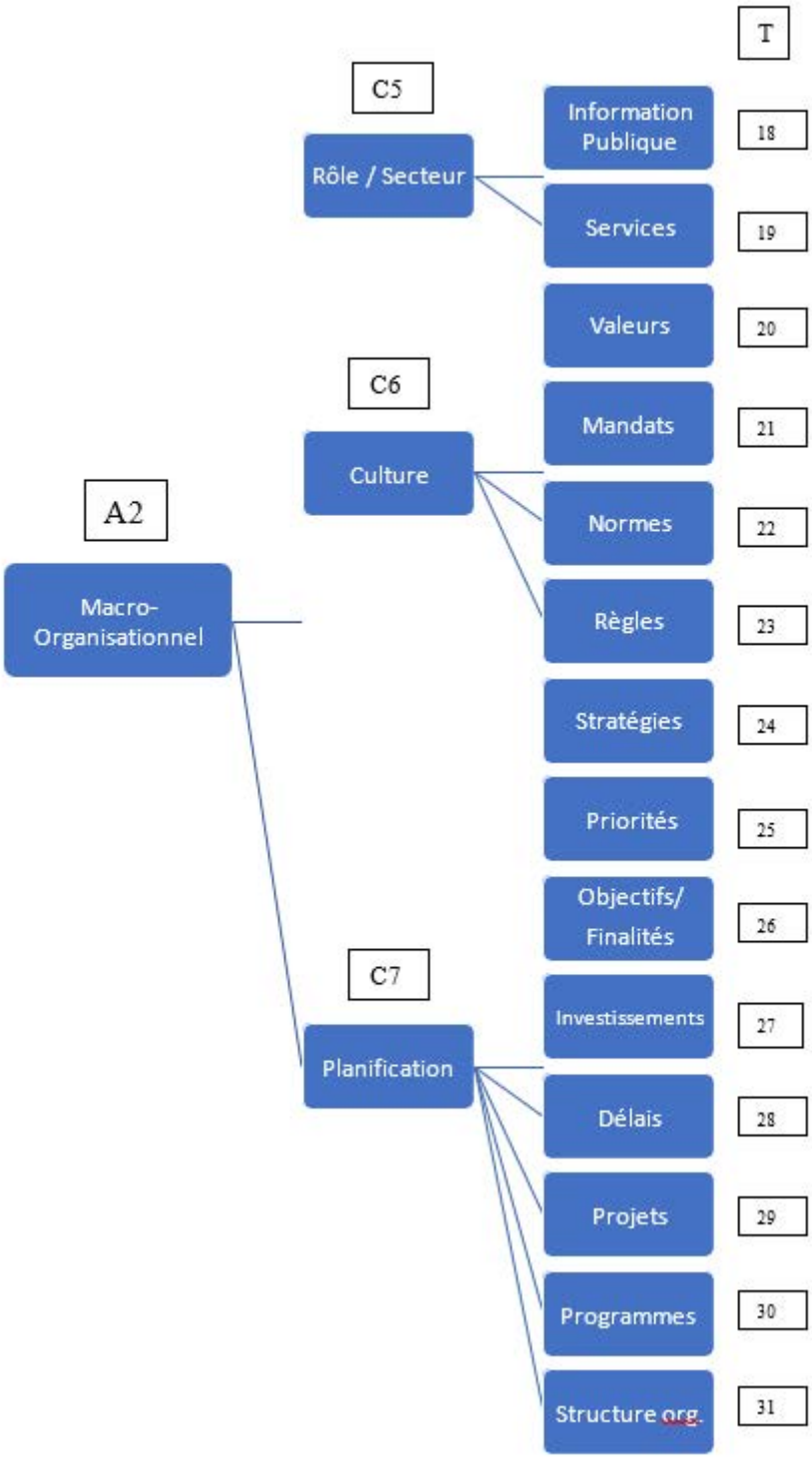


Fig. 2 L'axe Macro-organisationnel de l'arbre thématique

Les huit thèmes (T24-T31) regroupés dans la C7 consolident davantage ce type de logique en présentifiant les relations que le gouvernement canadien entretient avec de multiples acteurs organisationnels. Nous y retrouvons, par exemple, des messages relatifs à la coordination interorganisationnelle d'actions, de ressources et de moyens pour atteindre des objectifs prioritaires (T25). Ces communications détaillent l'ensemble des activités d'investissements prévues dans le cadre d'un projet ou d'une mission particulière (T27) ou, encore,

des thématiques relatives à la description de la structure hiérarchique de l'organisation et de l'organigramme officiel (T31).

Exemple (A2.C7.T30) : « Nous étions fiers d'annoncer le rétablissement d'un Programme de contestation judiciaire modernisé et élargi, ce qui permettra de clarifier et de renforcer les droits constitutionnels des Canadiens » (Justice).

Ce type de messages, qui présentifient les programmes gouvernementaux et fédéraux, marque considérablement la structure thématique de C7. Lorsqu'il s'agit de la mise en place de ces projets (T29), les IFC communiquent typiquement des messages qui visent à dresser une image claire et non ambiguë de la structure hiérarchique des IFC (qui fait quoi ? à quel niveau ? en occupant quel poste précisément ?), comme dans les cas des multiples organigrammes officiels publiés sur les sites web. L'incidence des thèmes mettant en visibilité la structure organisationnelle s'inscrit ici dans une perspective plus englobante : celle de la culture organisationnelle (C6) et son incidence et durabilité.

La C6, d'autre part, regroupe des messages relatifs à la stabilité, à la durabilité et à la résistance aux changements par le biais des valeurs (T20), des mandats (T21), des normes (T22) et des règles (T23) qui confèrent aux IFC des caractéristiques singulières liées à la poursuite de missions organisationnelles spécifiques. La portée de ces messages est double : elles présentifient des éléments constitutifs de la culture organisationnelle des IFC et permettent ainsi de les distinguer des autres institutions nationales et internationales. Par ailleurs, les thèmes portés par ces messages sont extrêmement routinisés, ce qui nourrit considérablement leur valeur analytique.

Au-delà de ces messages, le A2 encode des thèmes qui présentifient les missions administratives des IFC. C'est le cas de la C5, qui regroupe des thèmes portant sur les missions des institutions en tant qu'organisations en charge du service public. Il s'agit de messages qui fournissent diverses informations au sujet d'un service gratuit (T19) et des heures d'ouverture et d'accueil du public d'une agence ministérielle ou d'un office régional (T18). Ce sont typiquement des thèmes qui caractérisent les messages transmis par les organisations publiques qui ont des missions et des objectifs administratifs liés au service public et non pas uniquement aux missions stratégiques (T24) et aux visées politiques.

Exemple (A2.C6.T18.) : « La date limite pour envoyer la plupart des déclarations canadiennes de revenus et de prestations de 2016 est le 30 avril 2017 » (Canada Revenue Agency).

Voici ici un exemple d'un message routinisé (« marronnier » dans le jargon journalistique), fortement marqué par une valeur informationnelle de portée administrative qui s'adresse à des utilisateurs de services publics. Ce public n'est toujours pas explicitement nommé ou identifié, mais est censé s'autoreconnaître lorsqu'il est visé par les communications des IFC. Les messages des IFC sur le web véhiculent des thèmes constitutifs d'une logique néo-institutionnelle (Meyer & Rowan, 1977) et présentifient des entités qui projettent dans le futur l'existence, la raison d'être et la pérennité des missions administratives des IFC et articulent les projets et les événements à venir afin de promouvoir la culture et les valeurs organisationnelles. Ces thèmes sont adaptés aux différents types de publics internes et externes, qu'ils soient institutionnels (autres institutions fédérales, provinciales ou internationales) ou organisationnels (citoyens et utilisateurs de services publics et administratifs). Dans ces différents groupements thématiques, les entités humaines sont rarement présenti-

fiées et leur visibilité n'est pas un élément constitutif significatif des communications des IFC sur les web. Nous approfondissons ces résultats avec l'analyse des A3 et A4.

Messages institutionnels désincarnés

Lors de l'analyse des A3 et A4 de l'arbre thématique, nous nous intéressons à la visibilité des individus et des collectivités humaines dans les communications des IFC sur le web. Nous nous penchons sur la présentification des publics internes (salariés) et externes (individus, collectivités, groupes, etc.). Cette analyse sera particulièrement mobilisée pour discuter, dans un deuxième temps, le principe de connectivité performative recherché par la politique du gouvernement fédéral canadien.

Axe Professionnel

Les A3 et A4 se différencient significativement des autres axes précédemment analysés. Le A3 encode des thèmes qui donnent de la visibilité aux individus au travail (publics internes), tandis que le A4 aux individus et aux collectivités humaines (publics externes) dans un sens plus large. L'analyse de A3 suggère que les communications des IFC sur le web donnent une visibilité de l'identité professionnelle des publics internes grâce à leurs fonctions au travail. Les destinataires des messages peuvent entrevoir les individus qui travaillent à l'intérieur des institutions, mais ne peuvent les reconnaître que grâce à leurs missions professionnelles. La visibilité des individus au travail dans les thèmes étudiés ne signifie pas ici une « personnification » des messages, parce que même si les salariés sont visibles (s'expriment, sont cités ou sont mentionnés en lien avec un sujet précis), ils ne sont pas reconnaissables, car leur identité n'est pas relevée (l'identité est liée aux traits identificatoires des personnes présentifiées). Ils sont donc visibles en tant que professionnels, mais invisibles en tant qu'humains.

Il est à noter que le A3 — tout comme le A4 — a une très faible valeur analytique dans la structure générale de l'arbre thématique. Le A3 contient peu de thèmes, qui sont partiellement segmentés et ne sont pas regroupés par catégories, mais sont directement rattachés par des liens thématiques à l'axe. Leur sous-division est peu complexe et leur structure paraît très simplifiée tandis que les inférences établies présentent un rapport très général et éloigné entre les indices et les thèmes relevés. Cela démontre que leur niveau de généralité est trop important pour pouvoir procéder aux regroupements thématiques plus étroits, ce qui témoigne de leur faible valeur analytique et non pas de leur faible fréquence d'apparition. Au niveau analytique, cela signifie que suite aux différents essais de recoupements et de regroupements thématiques, la visibilité des membres du personnel n'est présentifiée que dans quatre thèmes reliés.

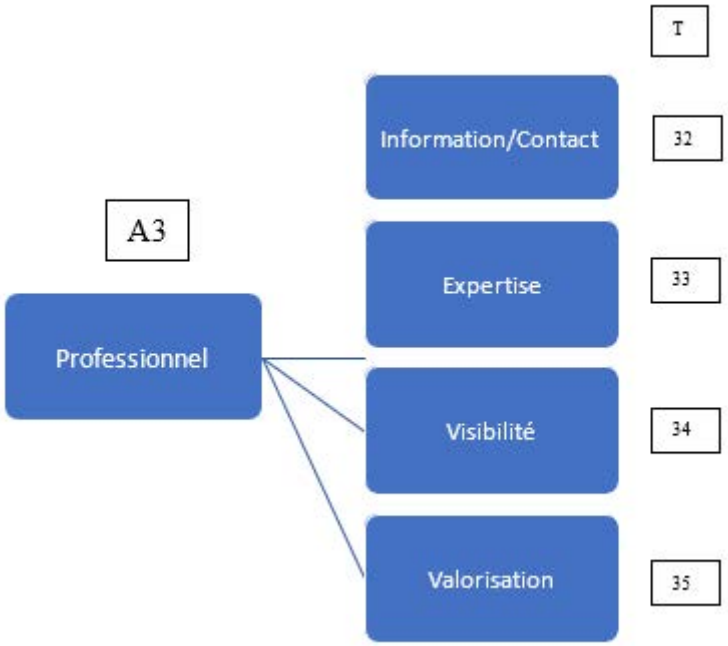


Fig. 3 L'axe Professionnel de l'arbre thématique

Le A3 de l'arbre thématique intègre des thèmes qui présentifient les salariés dans leur environnement professionnel. Il s'agit de thèmes en lien avec différents aspects de la vie professionnelle des membres du personnel des IFC : information/contact (T32), expertise (T33), visibilité (T34) et valorisation (T35).

Le T32 encode des messages d'ordre « pratique » permettant soit de joindre un professionnel non identifié, soit de contacter une équipe identifiée, mais constituée d'individus non identifiables. Lorsque l'identité des membres du personnel n'est pas dévoilée, il s'agit souvent de salariés cachés derrière des titres professionnels (les experts en comptabilité, l'équipe marketing, les professionnels de communication, etc.), des boîtes courriel génériques ou des plateformes téléphoniques.

Exemple (A3.T32.) : « Veuillez communiquer avec l'équipe du Canada en fête par courriel à PCH.defi-challenge.PCH@canada.ca » (Canadian Heritage).

Ce type de messages courts et informatifs est très caractéristique des communications des IFC sur leurs sites web. Au-delà du mérite d'être clair et non ambigu, il donne une impression d'ouverture et de personnalisation des contacts professionnels pour les publics externes, même si l'identité individuelle (nom, prénom, contact, emplacement, etc.) des personnes au travail reste voilée. Ce même principe marque le T34 qui regroupe des messages qui présentifient des salariés non pour révéler des contacts potentiels à joindre, mais pour donner une raison d'être aux actions menées, ou bien, pour argumenter la mise en place de projets ou de décisions prises par les directions des IFC. Les salariés présentifiés dans les messages institutionnels demeurent toujours non identifiables et leur identité reste voilée même s'ils sont nommés et mis en visibilité grâce à un nombre de caractéristiques professionnelles.

Exemple (A3.T34.) : « Notre centre d'appels à Toronto trie les problèmes de paye […] Un total de 216 conseillers en rémunération travaillent dans nos bureaux satellites de Gatineau, de Winnipeg, de Shawinigan et de Montréal (Canada Revenue Agency).

Le message dans cet exemple ne porte pas directement sur la valeur professionnelle des salariés de l'Agence du revenu du Canada, mais sur la mobilisation et les efforts de l'agence pour assurer ses missions quotidiennes. Autrement dit, ce message ne présentifie que la face professionnelle des individus au travail, en occultant leur face humaine.

Par ailleurs, un faible nombre de regroupements fait émerger des thèmes qui présentifient directement la valorisation et la reconnaissance professionnelle. Dans le T35, les thèmes sont regroupés lorsque la présentification des employés dans les messages des IFC évoque leurs accomplissements ou qualités au travail ou lorsqu'ils sont nommés en guise d'exemple de bonne conduite et de réussite professionnelle. Cette visibilité vise à identifier les individus au travail et à reconnaître leur valeur professionnelle, ce qui valorise non seulement leur existence, mais aussi leur « donne du corps » dans les communications gouvernementales sur le web.

Exemple (A3.T35.) : « L'Agence du revenu du Canada (ARC) est reconnue comme étant l'une des meilleures administrations fiscales du monde, notamment en raison de son personnel dévoué et talentueux » (Canada Revenue Agency).

Cette fois-ci, ce n'est plus le destinataire externe du message qui est censé s'autoreconnaître, mais bien le destinataire interne, celui qui travaille entre les murs des IFC. Ce type de messages présentifie des groupes spécifiques de salariés travaillant au sein de l'ARC : ceux qui se reconnaissent comme faisant partie des « meilleures administrations fiscales du monde ». La présentification des expertises professionnelles multidomaines (T33) vient renforcer cette visibilité des professionnels au travail. Elle relève du domaine de la reconnaissance et de l'identification des salariés à l'intérieur des IFC, tout comme le T33 qui aborde l'expertise à travers la mise en valeur de connaissances et d'habiletés particulières ou reconnues comme supérieures par la hiérarchie ou par les publics externes non identifiés.

Exemple (A3.T33) : « La Direction générale compte parmi ses employés plus de 70 professionnels, principalement des ingénieurs et des économistes des quatre coins du Canada. Les programmes d'infrastructure de transport apportent au Ministère une vaste expertise technique et scientifique et des conseils sur lesquels fonder ses décisions » (Transport Canada).

Cette mise en valeur du corps professionnel n'a pas d'effet identificatoire pour les « 70 professionnels » du Transport Canada, mais unificateur d'un public dispersé dans les « quatre coins du Canada ». Ce type de messages donne de la visibilité aux individus et aux collectivités au travail, mais cette visibilité fragmentaire et partielle (visibles, mais non identifiables) reste au second plan dans les communications sur le web derrière les visées sociales et macro-organisationnelles des IFC. L'individu est visible grâce à ses caractéristiques professionnelles et non pas à ses qualités et valeurs individuelles et personnelles. C'est pourquoi dans le A3 l'individu est visible, mais sa visibilité en tant qu'être humain reste dans l'ombre des institutions.

Axe Humain

Comprendre dans quelle mesure les communications des IFC sur le web donnent de la visibilité et présentifient — non — aux entités humaines est l'objectif de l'analyse de la branche ultime de l'arbre thématique (A4). Elle a pour point de départ le postulat basique de l'institutionnalisme communicationnel (Cornelissen et al., 2015) qui conçoit les institutions comme configurées par les individus et les collectivités humaines grâce aux messages institutionnels qui les présentifient et qui favorisent ainsi la connectivité performative entre les IFC et ses publics. L'analyse du A4 explicite à quel point les communications institutionnelles occultent la visibilité de la face humaine des publics internes et externes et à quel point elles sont désincarnées et dépourvues de corps humains.

Pour constituer cette branche de l'arbre thématique, nous avons regroupé dans le A4 les thèmes relatifs à la visibilité des individus et des collectivités humaines (qu'il s'agisse de salariés, de citoyens ou d'autres publics internes et externes). Les faibles segmentation et densité thématiques de A4 sont semblables à celles de A3, avec une différence importante : la mise en inférence de certaines catégories est si générale qu'elle ne permet pas de rattacher des thèmes à certaines catégories. C'est le cas du C8 (contact spécifique) et du C9 (voix du public/reconnaissance humaine). Au niveau analytique cela signifie que, bien que ces catégories regroupent des thèmes qui ont un rapport étroit avec les questions de recherche, leur incidence empirique est faible. En l'occurrence, ces regroupements thématiques ne permettent de constituer que trois C (8-10) et deux T (36-37).

Dans les thèmes du A4, les entités humaines sont clairement identifiées et reconnaissables, même si parfois il ne s'agit pas d'un individu, mais d'un groupement d'individus (collectivités, minorités, groupes religieux et ethniques, etc.). À titre d'illustration, dans la C8 sont regroupés des thèmes portés par des messages du type « Pierre-Olivier Herbert, Attaché de presse, 819-997-7788 » (Canadian Heritage). Il s'agit ici de messages qui nomment et identifient des salariés, ce qui marque une différence importante avec le A3.T32., car ils permettent de reconnaître clairement la/les personne(s) physique(s) derrière la fonction professionnelle. Ce même principe est suivi dans tout l'axe et c'est pourquoi le A4 est constitué comme un axe thématiquement distinct et séparé du A3. Il est important de noter que même si la récurrence d'un thème ne le fait pas plus ou moins analytiquement important qu'un autre, la totalité des messages du C8 met en visibilité toujours le même type de professionnels, peu importe le ministère concerné : ceux de la fonction communication (attachés de presse, relationnistes, rédacteurs, responsables des communications ou des relations publiques, etc.). Ce résultat — peu étonnant compte tenu du rôle d'interface des relationnistes entre les IFC et les médias — permet de démontrer empiriquement qu'une partie importante de la face humaine visible des IFC est constituée de messages qui présentifient l'identité des professionnels de la fonction communication.

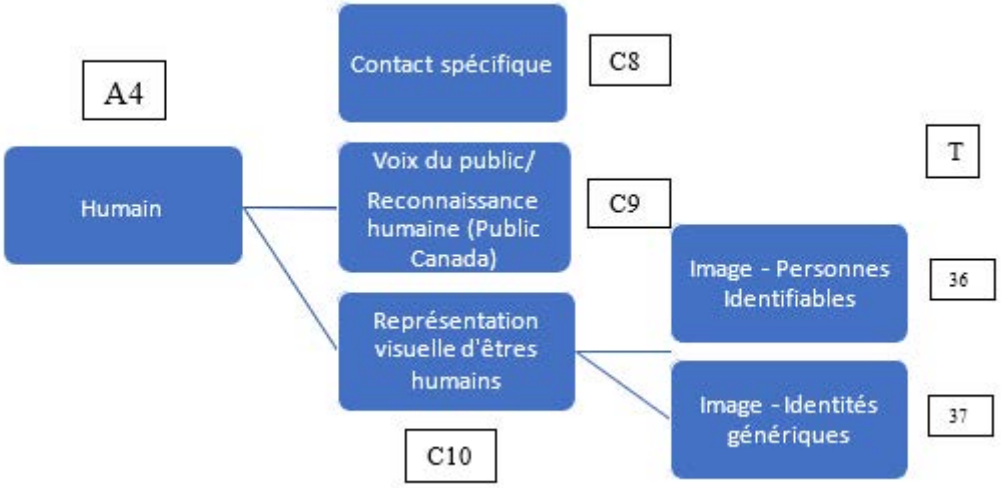


Fig. 4 Axe humain de l'arbre thématique

La C9 intègre également des thèmes qui présentifient les publics externes (les citoyens canadiens dans un sens large) et révèlent leur face humaine grâce aux informations identificatrices. Autrement dit, les messages institutionnels favorisent la visibilité d'un type de public que nous avons appelé Public Canada (C9) notamment parce qu'il regroupe différents types de publics externes, dont les identités et voix collectives sont clairement distinguées et reconnaissables.

Exemple (A4.C9.) : « Le budget […] investit dans le bien-être des Canadiens en ciblant la santé mentale, les soins à domicile et les soins de santé pour les Autochtones » (Canada Revenue Agency).

Il est clair dans cet exemple que l'Agence du revenu du Canada s'adresse aux destinataires bien identifiés — les populations autochtones — et que l'auto-identification des publics destinataires du message n'est plus requise. Bien que l'analyse thématique ne fournisse pas de résultats quantitatifs, nous pouvons tout de même souligner que les thèmes constitutifs de la C9 ont été beaucoup plus fréquemment relevés dans l'étude des messages émis par certains ministères à cause de leurs missions institutionnelles spécifiques (notamment Canadian Heritage, Immigration and Citizenship et Canada Revenue Agency). Néanmoins, l'arbre thématique ne fournit pas de regroupements thématiques par ministère et agence, ce qui est une des limites de ce type d'analyses à visée exploratoire. Au-delà de cette limite, il faut souligner la faible valeur analytique des messages thématisés dans la C9 : même si les différents publics canadiens sont visibles dans les messages institutionnels, leur visibilité a une faible incidence sur les communications des IFC sur le web. Parmi les trois catégories du A4, la C10 (représentation visuelle d'êtres humains) présente un niveau d'inférences plus étroit.

Elle est la seule catégorie du A4 à être sous-divisée en thèmes : T36 — images de personnes identifiables et T37 — images d'identités génériques. La C10 est constituée essentiellement de l'analyse de photographies et d'images qui sont traitées au même niveau que les messages textuels. Ces deux thèmes présentifient des visages d'individus et de groupe d'individus en rapport étroit avec différents sujets (immigration, territoires, relations internationales, finances, impôts, tourisme, etc.). La différence entre les T36 et T37 est que dans

le premier, les personnes photographiées sont identifiables sur la photographie ou l'image ET dans le texte qui l'accompagne. Autrement dit, il y a une corrélation directe entre l'identité de la personne visible sur la photographie et l'identité de la personne présentifiée dans le texte qui notifie l'image ou dans la légende de la photographie (c'est-à- dire que c'est la même personne physique).

Exemples (A4.C10.T36.) :

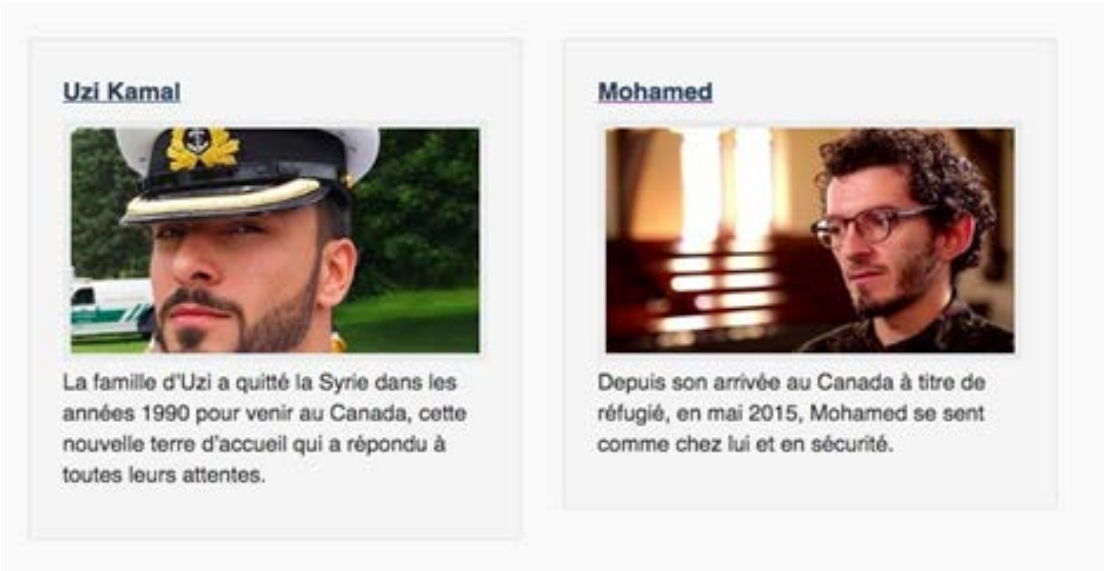


Image 1 Interviews/portraits de réfugiés publiés sur Immigration and Citizenship[3]

Dans ces exemples il est ainsi possible d'identifier trois individus, Uzi, Mohamed et Abdelsater, leur photographie n'est pas générique et représente bien les trois individus ci-nommés. Il en est de même dans les textes annexés aux photographies et c'est bien cette corrélation qui fait la différence entre le T36 et le T37. Dans ce deuxième thème, l'identité de la ou des personnes visibles sur les photographies et les images ne correspond pas à l'identité de la ou des personnes mentionnées dans le texte. Il s'agit dans ce cas d'images ou de photographies génériques (banques d'images) qui décorent le contenu textuel.

3 Source : https://www.canada.ca/en/immigration-refugees-citizenship/services/refugees/welcome-syrian- refugees/stories.html

Exemples (A4.C10.T37):

Image 3 Images génériques publiées sur le site web du Canadian Heritage (source URL supprimée)

Image 4 Images génériques publiées sur le site web du Canada Revenue Agency au sujet de l'Allocation canadienne pour enfants (source URL supprimée)

Dans le T37, les individus sont visibles et clairement identifiés par leur appartenance culturelle, religieuse ou, encore, par leur nationalité. La particularité relevée ici est que même lorsqu'il est tout à fait possible de photographier ce groupe d'individus de taille réduite, les photographies génériques sont préférées. Cela résulte en une présentification disloquée : l'image et le texte présentifient des identités différentes bien qu'il s'agisse des mêmes personnes. Cette présentification montre que les communications des IFC sur le web sont partialement incarnées même lorsqu'elles présentifient des personnes et des groupements d'individus identifiables.

Conclusion

Nos résultats ont montré que les messages des IFC sur le web projettent une logique très typique du vieil institutionnalisme et du néo-institutionnalisme. La richesse et la densité des différentes sous- divisions des A1 et A2 explicitent la manière dont les messages présentifient des thèmes qui s'adressent à un public large et anonyme dont la visibilité est occultée. Dans les communications des IFC sur le web, les émetteurs et les récepteurs des messages sont amenés à s'auto-identifier alors que leurs traits identificatoires demeurent

dissimulés. Quant aux individus et aux groupes internes des IFC (salariés), ils sont identifiés, reconnus et valorisés uniquement par leurs caractéristiques professionnelles. Même lorsque les messages présentifient différents types de salariés (A3), leur visibilité n'est que partielle, car elle ne dévoile pas les traits identificatoires de ceux qui parlent et de ceux à qui s'adressent les messages. Quant à la visibilité des publics externes (A4), elle est incarnée à travers une présentification disloquée : les communications des IFC sur le web nomment et identifient certains individus et collectivités humaines, mais les présentifient visuellement par des photographies génériques.

Au-delà de la force constitutive des différents thèmes identifiés, deux entités humaines présentifiées dans les messages marquent les communications des IFC sur le web : les officiels fédéraux (ministres, directeurs, administrateurs, etc.) et les professionnels de la fonction communication (relationnistes communicants, attachés de presse, etc.). Ils jouent non seulement le rôle d'interface entre les IFC et les publics institutionnels, mais incarnent également la face humaine visible des ministères et des agences fédérales étudiés. Nos résultats montrent l'importance de ces deux groupes de salariés très différents pour la perméabilité et l'accessibilité des IFC, mais questionnent en même temps l'atteinte du principe de connectivité performative (Lalancette & Raynauld, 2017) recherchée par la politique des communications numériques des IFC. Autrement dit, la politique fédérale sur les communications et l'image de marque explicitée dans la directive sur la gestion des communications — qui souhaite mieux prendre en compte la présence et la visibilité des individus sur le web et favoriser la connectivité performative — n'est pas effectivement appliquée aux sites web des IFC. Notre analyse thématique laisse présager que si les individus et les collectivités humaines sont plutôt invisibles sur les sites web des IFC et si les messages institutionnels sont désincarnés, la mise en pratique effective du principe de connectivité performative recherché par la politique de communication de IFC sur le la plateforme canada.ca est remise en question.

Néanmoins, les résultats de cette étude sont limités uniquement à l'analyse des sites web et ne prennent pas en compte autre type de plateformes usitées par les IFC. Élargir l'étude de la réception des messages sur les médias sociotechniques, comme Facebook, Twitter et Instagram, est un des prolongements nécessaires de cette étude. Il est fort probable que les messages qui présentifient les entités humaines et non humaines configurent différemment les communications et les logiques institutionnelles des IFC selon le type de média numérique étudié. Compte tenu du rôle des médias sociaux et des technologies socionumériques pour les communications des IFC avec les citoyens, de telles études trouvent toute leur raison d'être tant dans les politiques actuelles mises en place par le gouvernement Trudeau que dans celles à venir après les élections fédérales de 2019.

Références

Axley, S. (1984). Managerial and Organizational Communication in Terms of the Conduit Metaphor. The Academy of Management Review, 9 (3), 428-437.

Barley, S. R., & Tolbert, P. S. (1997). Institutionalization and structuration: Studying the links between action and institution. Organization Studies, 18, 93-117.

Bushey, J. (2014). Convergence, connectivity, ephemeral and performed: new characteristics of digital photographs. Archives and Manuscripts, 42 (1), 33-47.

Cooren, F. (2006). The organizational world as a plenum of agencies. In F. Cooren, J. R.Taylor &

E. J.Van Every (Eds), Communication as Organizing: Explorations in the Dynamic of Text and Conversation (pp. 81-100) Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Cooren, F. (2013). Manières de faire parler. Interaction et ventriloquie. Lormont, Le Bord de l'eau, coll. Perspectives anthropologiques.

Cooren, F., Taylor, J.R. & Van Every, E. J. (2006). Communication as Organizing: Explorations in the Dynamic of Text and Conversation. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Cooren, F. A., Kuhn, T., Cornelissen, J. P., & Clark, T. (2011). Communication, organizing and organization: An overview and introduction to the special issue. Organization Studies, 32, 1149-1170.

Cornelissen, J. P., Durand, R., Fiss, P. C., Lammers, J. C., & Vaara, E. (2015). Putting communication front and center in institutional theory and analysis. Introduction to a special topic forum. Academy of Management Review, 40 (1), 10-27.

DiMaggio, P. J., (1988). Interest and agency in institutional theory. In. L. G. Zucker (Eds.), Institutional patterns and organizations: Culture and environment (pp. 3-22), Cambridge, MA: Ballinger.

Ekman, M., & Widholm, A. (2014). Twitter and the celebritisation of politics. Celebrity Studies, 5 (4), 518-520.

Friedland, R., & Alford, R. R. (1991). Bringing society back in: Symbols, practices, and institutional contradictions. In W. W. Powell & P. J. DiMaggio (Eds.), The new institutionalism in organizational analysis (pp. 232-263). Chicago, IL: University of Chicago Press.

Gioia, D. A., Patvardhan, S. D., Hamilton, A. L., & Corley, K. G. (2013). Organizational identity formation and change. The Academy of Management Annals, 7, 123-192.

Lalancette, M., & Raynauld, V. (2017). The Power of Political Image: Justin Trudeau, Instagram, and Celebrity Politics. American Behavioral Scientist, 1-37.

Lammers, J. C. (2011). How Institutions Communicate: Institutional Messages, Institutional Logics, and Organizational Communication. Management Communication Quarterly, 25 (1), 154-182

Lammers, J. C., & Barbour, J. B. (2006). An institutional theory of organizational communication. Communication Theory, 16 (3), 356-377.

Lammers, J. C., & Garcia, M. A. (2017). Institutional Theory. In. C. R. Scott & L. Lewis (Eds.), The International Encyclopedia of Organizational Communication (pp. 195-216). Wiley Blackwell, Oxford: UK.

Marland, A. (2017). Strategic Management of Media Relations: Communications Centralization and Spin in the Government of Canada. Canadian Public Policy, 43 (1), 36-49

Marland, A., Lewis, J.P., & Flanagan, T. (2017). Governance in the Age of Digital Media and Branding. Governance: An International Journal of Policy, Administration, and Institutions, 30 (1), 125-141.

Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. American Journal of Sociology, 83, 340-363.

Paillé, P. & Mucchielli, A. (2016). L'analyse qualitative en sciences sociales (4ème Ed.). Armand Colin : Paris.

Powell, W. W., & DiMaggio, P. J. (Eds.). (1991). The new institutionalism in organizational analysis. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Selznick, P. (1957). Leadership in Administration. New York: Harper & Row.

Shannon, C. & Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communication. Urbana, IL: University of Illinois Press.

Thornton, P.H. (2001). Personal versus Market Logics of Control: A Historically Contingent Theory of the Risk of Acquisition. Organization Science, 12: 294-311.

Thornton, P. H., & Ocasio, W. (1999). Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in Organizations: Executive Succession in the Higher Education Publishing Industry, 1958-1990. American Journal of Sociology, 105 (3): 801-843.

Thornton, P. H., & Ocasio, W. (2008). Institutional logics. In R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby, & K. Sahlin-Andersson (Eds.), The handbook of organizational institutionalism (pp. 99-129). Thousand Oaks, CA: Sage.

Weber, M. (1968). Economy and society (G. Roth & C. Wittich, Trans.). Berkeley: University of California Press. (Original work published 1906-1924).

AXE 2

TERRITOIRES, MOBILITÉS, CIRCULATIONS

/ Chapitre 1 : espaces urbains en mouvement

/ Chapitre 2 : cultures en circulations

/ Chapitre 3 : organisations et représentations du territoire

CHAPITRE 1

ESPACES URBAINS EN MOUVEMENT

Face à face dans l'émeute : éprouver l'espace urbain comme scène de l'agir conflictuel

Face to face in the riot: experiencing urban space as a scene of violent action

Élise Creully, doctorante
PREFICS EA 7469 Université Rennes 2
e.creully@gmail.com

Romain Huët, MCF HDR
PREFICS EA 7469 Université Rennes 2
rhhuet@gmail.com

Mots clés : émeutes ; espace urbain ; perceptions ; sensible

Keywords: riots; urban space; perceptions; sensible

Résumé

Cette communication porte sur la reconfiguration du rapport à l'espace urbain au cours de situations d'émeutes. À partir d'une approche ethnographique, nous confronterons nos observations menées côté forces de l'ordre et côté émeutiers. Nous montrerons les points communs et les divergences de ces acteurs antagonistes dans l'appropriation de l'espace commun de leur agir. Nous insisterons sur les reconfigurations des perceptions et des émotions dans ce contexte. Enfin, nous aborderons les questionnements méthodologiques et épistémologiques auxquels donne lieu cette recherche.

Abstract

This paper presents the way in which the relation to space changes during a riot. From an ethnographic approach, we will compare our observations carried out from two opposite sides: the police side and the rioter side. We will show the common points and the differences of these antagonistic actors in the appropriation of the common space of their action. We will insist on the reconfigurations of perceptions and emotions in this context. Finally we will share epistemological and methodological questions.

Face à face dans l'émeute : éprouver l'espace urbain comme scène de l'agir conflictuel

Élise Creully, Romain Huët

Vivre une émeute, c'est faire l'expérience d'un rapport modifié au lieu dans lequel elle se déroule. La ville, qui abrite les routines ordinaires de la circulation, du travail, du commerce ou de la flânerie, se revêt d'un cadrillage nouveau, au gré des déploiements de dispositifs policiers et des offensives entre manifestants et forces de l'ordre. Au cœur d'une émeute, les rues, les carrefours, les monuments, le mobilier urbain, les terrasses de cafés ou encore les grandes enseignes, se dépouillent de leurs fonctions habituelles, pour se transformer en cibles, en projectiles, en barricades ou en lieux du conflit. Tandis que le cours du quotidien est relégué à l'arrière-plan, le paysage urbain se métamorphose et s'agence alors autour de dispositions nouvelles, pour qui prend part aux affrontements. L'espace s'emplit de bruits stridents de tirs, d'explosions ou de sirènes. L'air se charge de l'odeur âcre dégagée par les feux ou se brouille de fumée et de gaz lacrymogènes. Dans ce contexte instable, où les perceptions telles que la vue ou l'ouïe sont altérées, il devient plus difficile de se repérer, de se (re)familiariser à l'environnement de l'action. Parce qu'il devient complexifié et différent, il apparaît que le rapport à l'espace occupe une place centrale pour comprendre de manière sensible ce que signifie « faire l'expérience d'une émeute ». En suivant Michel de Certeau, nous distinguerons le lieu de l'espace. Alors que le lieu désigne une configuration inerte de positions, l'espace est au contraire un lieu investi, approprié, qui abrite la variable du temps et qui est animé par l'ensemble des mouvements qui s'y déploient. Au cours de cette contribution à deux voix, à partir d'un programme de recherche ANR en SIC sur l'expérience sensible de la violence, nous allons croiser nos observations menées de deux côtés opposés : celui des émeutiers et celui des forces de l'ordre[1]. Il s'agira ainsi de proposer une compréhension globale des dynamiques qui animent ces groupes d'acteurs antagonistes, dans leur rapport à la ville, espace commun de leur agir. Nous montrerons les points de convergence dans leur manière de s'adapter à cet espace, ainsi que les contraintes et logiques d'action différentes qui les animent dans leur rapport aux lieux (déborder l'espace urbain pour les émeutiers ; le contrôler pour les forces de l'ordre). Notre propos s'articulera autour d'un fil conducteur : comment le rapport à l'espace urbain configure-t-il l'agir en contexte d'émeute ? Nous adoptons ici un angle d'analyse micro-situé, à partir de l'idée selon laquelle l'agir est interrelié aux agencements de l'espace urbain, dans « l'ici et maintenant de la situation ». Nous qualifierons tout d'abord les logiques selon lesquelles les acteurs de l'émeute s'approprient l'espace urbain (1) avant d'interroger l'agir dans l'exacerbation perceptive (2).

1 Cette étude s'appuie sur une ethnographie des black blocs et des forces de l'ordre. Plus d'une cinquantaine de situations émeutières ont été étudiées entre 2014 et 2020.

S’approprier l’espace urbain en le (dés) ordonnant

En contexte d’émeute, l’espace devient l’enjeu d’un rapport de pouvoir, d’une lutte pour la présence, entre les émeutiers et les forces de l’ordre. Il s’agit en quelque sorte d’une bataille rangée, qui se livre d’après des ressources et des positions fortement asymétriques.

Planter le « décor », prérogative des forces de l’ordre

S’assurer la maîtrise de l’espace urbain, terrain des affrontements, est un enjeu majeur pour les forces de l’ordre. Cette maîtrise repose sur un important travail de planification en amont, visant à organiser les répartitions optimales des moyens matériels et humains dans l’espace de la ville. Ces agencements ont pour but de se donner la capacité, le moment venu, d’empêcher ou de canaliser les troubles susceptibles d’advenir. Autrement dit, l’important est de créer et de maintenir les bonnes dispositions spatiales pour ne surtout pas se laisser déborder. Il s’agit d’un rapport à l’espace qui relève de la stratégie, telle qu’elle est décrite par De Certeau, c’est-à-dire que les forces de l’ordre « postule[nt] un lieu susceptible d’être circonscrit comme un propre et donc de servir de base à une gestion de [leur]s relations avec une extériorité distincte » (De Certeau, 1990 : XLVI). L’’idée de faire de l’espace « un propre » consiste à « s’assurer une victoire du lieu sur le temps ». Autrement dit, il s’agit de se donner une indépendance par rapport à la variabilité des circonstances en aménageant le lieu de sorte qu’il devienne une ressource pour l’agir et une entrave pour l’adversaire. Les forces de l’ordre instaurent alors une « géographie seconde » (1990 : 158) en réalisant une redistribution des parties et fonctions de la ville. Telle place deviendra base arrière où sont garés les véhicules prêts à démarrer rapidement en renforts, tel endroit stratégique sera barricadé par des murs anti-émeutes, telles rues seront transformées en souricières, tels carrefours seront des points de contrôles, telles rues latérales abriteront les colonnes d’effectifs prêts à intervenir. Dans certains cas, les éléments de la ville susceptibles d’être utilisés à des fins violentes sont retirés par la préfecture à la veille de la manifestation (conteneurs de bouteilles, grilles de chantier…). Cette organisation de l’espace est à la fois statique (certains lieux sont interdits ou bloqués toute une journée) et mouvante (des barrages s’instaurent en cours de journée en fonction de la position du cortège, les effectifs et le matériel tel que le canon à eau se déplacent, etc.). L’espace urbain est donc réagencé au gré de l’activité de maintien de l’ordre. Cette nouvelle organisation se superpose à celle du quotidien de la ville. Les espaces sont reconvertis mais continuent d’essayer de fonctionner comme à l’ordinaire en arrière-fond. Par exemple, les cafés restent ouverts jusqu’au dernier moment avant les affrontements puis rangent bien vite les chaises sur les terrasses. Dans cette maîtrise de l’espace, les forces de l’ordre établissent, au gré de différents bornages, « un ordre spatial [qui] organise un ensemble de possibilités et d’interdictions » (De Certeau, 1990 : 149). Cette partition de l’espace a vocation à rendre lisible la ville à partir d’une pratique panoptique permettant de mesurer, de contrôler et d’inclure l’adversaire dans sa vision, de le distinguer en tant que totalité visible. Il s’agit de voir loin, de prévoir, de devancer le cours des événements par la lecture de l’espace, dans un rapport surplombant à la ville. Ainsi, le maintien de l’ordre passe grandement par la maîtrise des lieux par la vue. La nasse, qui permet d’inclure les émeutiers dans sa vision, de les observer et de les contrôler, en est un exemple. À cela, s’ajoutent l’équipement en caméras et plus récemment en drones que l’on voit survoler les cortèges. De nombreuses images de la ville sont alors produites et alimentent les ajustements stratégiques décidés dans les salles de commandement. Enfin, notons que cette organisation de

l'espace que nous avons décrite, contribue à créer des effets d'impression, ayant notamment pour effet de renforcer la dramaturgie du maintien de l'ordre. Celui-ci doit en effet beaucoup au théâtre. La géométrie des dispositions des gendarmes et policiers dans l'espace, le rythme des déplacements, le ballet des véhicules sont autant d'exemples d'une scénarisation qui a pour but de faire montre de puissance et de produire un effet maximal sur les sens et les peurs, pour aboutir ainsi à la dissuasion ou au découragement de l'adversaire (Jobard, 2013).

Jouer la carte de l'improvisation : tactiques émeutières

Contrairement aux forces de l'ordre qui apparaissent bien avant le début de la manifestation sur le théâtre de l'action de manière massive, l'émeutier attend son heure en coulisses. Ses manières de faire sont à l'opposé de la stratégie et de son arsenal de planifications et de prévisions dont il n'a pas les moyens. Si l'on reprend le langage de Michel De Certeau, le geste de l'émeutier relève au contraire essentiellement de l'agir tactique. La tactique « n'a pour lieu que celui de l'autre. [..] Elle s'y insinue, fragmentairement, sans le saisir en son entier, sans pouvoir le tenir à distance. » (De Certeau, 1990). Autrement dit, les émeutiers ajustent leurs trajectoires en fonction de l'ordre spatial façonné par la police. L'émeutier cherche à renverser cet espace quadrillé par le pouvoir. Il se déplace, il dérive, hasarde, il improvise. Le propre de sa trajectoire est d'empêcher sa « mise en carte », de faire autre chose des limites fixées. L'émeute est un art de tourner des parcours, de retourner les dispositifs, de s'immiscer dans l'espace urbain ordonné par le pouvoir. Face aux dispositifs de quadrillage et de mise en lisibilité de la ville par les forces de l'ordre, les émeutiers réintroduisent de l'illisibilité par la vitesse, les effets de surprise, la rapidité de leurs mouvements et la dissimulation. Par les masques, la capacité à se changer ou à décrocher rapidement, ils se rendent protéiformes, plus difficiles à saisir. L'émeutier développe un sens de la situation qui repose sur le flair, la prévision, la souplesse d'esprit, la feinte, la débrouillardise, l'attention vigilante, le sens de l'opportunité, qui sont acquis par l'expérience. Selon De Certeau, la tactique, du fait qu'elle s'exerce sur le territoire de l'adversaire, dépend du temps, vigilante à « saisir au vol » des possibilités de profit. […] Il lui faut constamment jouer avec les événements pour en faire des « occasions » (1990 : XLVI). Sans vision d'ensemble de l'espace, l'action consiste à faire du « coup par coup » dans l'instant, en utilisant les failles que les conjonctures particulières ouvrent dans la surveillance des forces de l'ordre. En définitive, l'agir émeutier consiste tout comme la tactique, à « retourner le pouvoir par une manière d'utiliser l'occasion ». (1990 : XLVVIII). Le vertige de l'émeute, la jubilation proviennent précisément de ces trouvailles, d'une capacité à dérègler les planifications stratégiques. L'émeutier recherche l'excès, favorise l'exposition du désordre. Sa jouissance provient du plaisir de la dé-totalisation de l'espace, de l'altération du texte urbain et donc, de l'ordre. C'est une sorte de mise à distance du monde, un simulacre du désordre. Ainsi, l'appropriation de l'espace est centrale dans l'expérience émeutière, qui a pour justification essentielle le désir de repossession de la rue en tant que lieu de l'habité. Le slogan « Et la rue, elle est à qui ? Elle est à nous » en est un exemple typique. Seulement, la manifestation manque tout autant le lieu qu'elle rêve de posséder. En effet, les émeutiers ont pour tâche de ne jamais rester statiques pour se préserver quelques chances d'échapper aux forces de l'ordre. Ils traversent les espaces, plus qu'ils ne les occupent durablement. Ce qui compte essentiellement, c'est le fait d'être là, de parvenir à rendre libres les espaces, même de manière éphémère. Il ne s'agit pas seulement de faire présence. Les émeutiers s'emploient également à altérer l'espace urbain par la destruction ciblée de vitrines, par des tags, des feux de poubelles,

des barricades, etc. Ils impriment leur marque, c'est-à-dire qu'ils font en sorte que leur présence produise quelques effets sur le réel. Ces effets, bien éphémères, se saisissent par les sens et en particulier par le percevoir. Mais les émeutiers ne restent pas sur place. Ils n'existent qu'en se déplaçant, dans les interstices de la surveillance qu'ils déjouent. Face au rangement disciplinaire, ils opposent la dérive illégale. Dans sa logique d'appropriation de l'espace, la rhétorique émeutière appartient tout autant au registre du spectacle que celle des forces de l'ordre. Tout comme ces dernières, les émeutiers soignent leur mise en scène et leur esthétique du chaos dans l'espace urbain. Cela se traduit notamment par l'aspect vestimentaire (black bloc habillé de noir, équipé de masques à gaz, genouillères, blousons renforcés…), par le recours aux sons (diffusion de musique, martèlement de slogans, explosion de pétards et feux d'artifice, etc.), par les graffitis et traces de désordre laissées sur le passage du cortège (feux de poubelle, vitres brisées) ou encore par la présence de spectateurs tantôt solidaires ou désapprobateurs qui créent un « espace d'attention » (Huët, 2019).

Du plan à l'instant : l'espace comme irréductible facteur d'imprévisibilité

De toute évidence, les situations d'émeutes sont soumises à une variabilité et à une incertitude très fortes. Celles-ci sont articulées autour d'une interrogation : des phases de débordements non maîtrisés vont-elles s'ouvrir ou non ? Tout se joue dans une temporalité extrêmement contractée dans laquelle il y a à lire des situations changeantes, pour élaborer des diagnostics en vue d'actions pratiques, tout en composant avec des éléments qui se dérobent. Pour réduire l'incertitude, la gestion rationalisée des forces de l'ordre s'appuie sur un important dispositif de prévision. L'enjeu est de « mue[r] en lisibilité la complexité de la ville et en fige[r] en un texte transparent son opaque mobilité » (De Certeau, 1990 : 141). Les stratégies de maintien de l'ordre sont ainsi alimentées par des données de surveillance visant à produire de la connaissance sur les tactiques émeutières, par la collecte d'informations stratégiques au moyen par exemple de l'infiltration de groupes d'extrême gauche ou de mises sur écoute (pratiques renforcées par une succession de réformes du renseignement depuis les années 2000)[2]. En amont des manifestations, les forces de l'ordre se livrent donc à une importante activité de spéculation en recroisant les informations récoltées, visant à prévoir divers scénarios du déroulement des événements. Sur la base d'hypothèses visant à gérer, différencier, classer, hiérarchiser, les trajectoires sont planifiées par l'état-major, les déploiements des effectifs sont régulés, les points de tension sont anticipés, les zones sensibles sont identifiées et leur protection est renforcée, etc. On pourrait ainsi comparer la préparation des plans d'intervention des forces de l'ordre au travail du cartographe évoqué par De Certeau au sens où cette étape s'organise d'après des visuels et repose en partie sur des simulations théoriques. Autrement dit, un degré de méconnaissance des lieux subsiste. Le cartographe fait des plans mais ne sait pas comment les lieux vont être investis. Il planifie à partir d'hypothèses. Il en est de même pour les forces de l'ordre : on ne sait pas comment vont être exactement les lieux le jour-même. Avant d'arriver, une partie des effectifs (à l'exception des unités locales telles que la BAC par exemple), sont en effet étrangers à l'espace qu'ils vont occuper dans la mesure où ils reçoivent les plans d'intervention au mieux la veille ou sinon le matin même des opérations. Il s'agit alors d'aller se placer aux endroits indiqués par la hiérarchie. L'activité des forces de l'ordre se divise donc en plusieurs temps dont le premier est celui de l'hypothèse (écriture du scénario) et le deuxième celui de la confrontation à la réalité de l'instant amenant de nécessaires ajustements. Dans une moindre mesure, le black bloc et les émeutiers se livrent également à quelques pré-

2 Pour une chronologie, voir notamment : Le Roulley, Long, 2018.

visions même si celles-ci sont peu opérantes. Cela consiste par exemple, avant chaque manifestation, à se rencontrer à l'intérieur du groupe et entre les groupes. Dans ces moments, les techniques sont discutées : (qui amène le feu, le kit de dépavage …), qui tient le drapeau, qui est tireur, « chouf », etc. Parfois encore, la cible prioritaire, les moments où le cortège pourrait être débordé, sont décidés. Mais il est très rare que chacun s'en tienne à ces planifications stratégiques peu informées. Dans ces configurations, l'espace urbain apparaît comme irréductible facteur d'imprévisibilité, susceptible de se transformer en « labyrinthe mobile et sans fin ». Il se fait tantôt adjuvant, tantôt opposant des groupes en présence dans ce jeu du chat et de la souris. Malgré la ritualisation, la préparation et l'anticipation des affrontements, la configuration des lieux demeure une variable qui ne s'actualise qu'au dernier moment. En effet, le cours pris par les événements peut basculer en fonction de la manière dont chacun des groupes en présence parvient ou non à investir le lieu comme il l'avait prévu. Par exemple, un lieu bloqué alors que l'on ne s'y attendait pas, peut entraver l'action émeutière, en empêchant l'acheminement des groupes et des équipements vers les points de rendez-vous ou en obligeant à de multiples contournements qui épuisent et découragent avant de rejoindre les lieux des affrontements. De même, il n'est pas rare que lorsque les manifestations « partent en sauvage », la fuite des émeutiers ne se retrouve interrompue par une irruption involontaire dans une rue en cul de sac, où se trouve un barrage policier. Côté forces de l'ordre, la confrontation aux lieux dans le cours de l'action se révèle également décisive à plusieurs égards. Il arrive qu'une partie des effectifs mobilisés viennent d'une autre région et ne connaissent pas bien le secteur dans lequel ils ont été appelés en renforts (ex : gendarmes mobiles, CRS). Leur action est alors rendue plus ardue par le fait qu'ils évoluent en terrain inconnu et qu'il leur faut s'aménager des repères dans un lieu mieux connu par leurs adversaires. Dans les moments d'affrontements, de débordement et de perte de contrôle, lorsque l'on s'écarte des plans et qu'il il y a latence dans le guidage radio, l'espace urbain se transforme en dédale sinueux. Il n'est alors pas rare de voir des colonnes de renforts tenter de décrypter le nom des rues, un plan à la main, cherchant où se rendre. Cette vision du lieu comme facteur d'imprévisibilité est cependant à nuancer en fonction des contextes. En effet, l'émeute a ses rituels, et selon les villes, il existe des lieux bien connus pour être systématiquement théâtre d'offensives. Toutefois, la confrontation aux lieux peut aussi être source de désorganisation pour les forces de l'ordre lorsqu'ils abritent des ressources imprévues pouvant servir l'agir émeutier. C'est le cas notamment lorsque des chantiers ou du mobilier urbain oublié se trouvent sur le passage du cortège. L'un des exemples emblématiques en est sûrement l'arrivée d'un bulldozer aux portes du ministère de Benjamin Griveaux rue de Grenelle à Paris, lors de l'acte VIII des Gilets Jaunes. Ces exemples montrent qu'au-delà des rationalisations et des préparations qui se font en amont des manifestations, la manière dont les acteurs vont se sentir dans l'espace et l'occuper, est bel et bien un facteur déterminant dans l'évolution du contrôle des situations.

Agir dans l'exacerbation perceptive

L'espace urbain pendant l'émeute devient fluctuant, changeant, volatile. Dans ce contexte, que l'on soit émeutier ou membre des forces de l'ordre, l'émeute est un moment de reconfiguration du corps et des sens, des perceptions et de émotions pour s'adapter à l'environnement de l'action.

Jeux de sens

De manière élémentaire, pendant une émeute, la manière de s'orienter et de se déplacer dans l'espace est différente de l'ordinaire. D'abord, la plupart des acteurs d'une situation émeutière se trouvent dans des lieux qu'ordinairement ils ne fréquent pas[3]. Ensuite, tout participant à une émeute développe une latéralité des déplacements, c'est-à-dire que l'on marche ou que l'on court dans la ville en se positionnant toujours par rapport à quelque chose par des opérations de contournement. Les forces de l'ordre suivent les flancs et la tête du cortège qu'ils longent ou dépassent par les rues latérales, tandis que les émeutiers empruntent des chemins sinueux pour échapper à la police dont ils guettent les contrôles et barrages. Au prisme de ces positionnements, le rapport à l'environnement change. On se livre à des efforts d'anticipation de la configuration de l'espace, en essayant de deviner, guidés par la vue, les odeurs et les bruits, où seront les foyers d'intensité des affrontements et les obstacles divers (ex : barrages, jets de pavés, feux de poubelles, tirs de grenades lacrymogènes, etc.). À partir de là, se construisent les trajectoires optimales au milieu d'un parcours semé d'embûches, pour rejoindre les lieux escomptés. Il n'est d'ailleurs pas rare dans ces moments que l'ordinaire de la ville, qui perdure en arrière-plan, vienne compliquer la tâche des uns et des autres. Par exemple, la circulation et les départs précipités des véhicules des pompiers ou des forces de l'ordre sont très souvent entravés par des encombrements qui se créent dans les carrefours et les ronds-points, dus à la désorientation des automobilistes dont la trajectoire n'a pas été déviée à temps. Au cours des cheminements multiples au gré des offensives à travers la ville, le corps est soumis à différentes emprises. Il est « enlacé » par les rues qui le tournent et le retournent, possédé par les tourbillons d'odeurs, de bruits et de sensations qu'il rencontre. Les perceptions de ce corps, joueur ou joué, pris dans la nervosité ambiante, s'exacerbent. Pour preuve, il est fréquent à la fin d'une journée d'émeutes, de continuer d'entendre le bruit des tirs ou les clameurs du cortège qui résonnent dans la tête, même lorsque le calme et le silence sont revenus. Le corps se trouve pris dans des situations de « multi-expositions » (Augoyard, 1995), c'est-à-dire que des menaces de jets de projectiles, de prises à parti ou des agressions sensorielles (odeurs âcres de fumées, gaz lacrymogènes …) sont susceptibles de surgir de toutes parts. Dans l'imminence de l'affrontement, le champ de vision se modifie pour acquérir une amplification et une fixité sur les détails tout en réduisant le périmètre couvert par le regard. Il se développe alors une conscience exacerbée de parcelles de la rue, de la moindre des aspérités de ses pavés. Dans certains moments d'intensité de l'action au contraire, aveuglé par la proximité de l'adversaire et ses équipements, noyé dans l'adrénaline, la fumée et les brouillards, il arrive de ne plus avoir conscience de là où l'on est. Pour reprendre les mots de De Certeau « un phrasé spatial fait de juxtapositions et de trous se crée » (1990 : 153). Lorsque les perceptions sont entravées, par exemple lors d'implantations statiques entre les murs de l'entrée d'une rue pour les forces de l'ordre, ou de nasse pour les émeutiers, nous remarquons qu'un basculement des sens s'opère, pour combler les cheminements interprétatifs qui se trouvent altérés. On voit, on entend et on sent différemment dans l'émeute : les sens deviennent un outil stratégique. Ainsi, pour combler le défaut de la vision, lorsque l'on est bloqué entre des murs, l'ouïe est davantage sollicitée pour comprendre ce qu'il se passe aux alentours. L'exacerbation de l'ouïe qui guette les bruits des affrontements ou l'approche du cortège permet de combler les lacunes de l'interprétation privée de l'appui de la

3 À ce titre, les gilets jaunes ont sans doute été de ceux qui ont déplacé les lieux de conflictualité dans les zones qu'ils considèrent comme le lieu du pouvoir (Champs Élysées). Pour nombre d'entre eux, ils ont découvert ces quartiers au fil des actes nouant alors une progressive familiarité avec ces espaces qui leur étaient initialement étrangers. Il n'était pas rare d'observer des gilets jaunes contempler mais aussi jalouser ces espaces.

vision et de « mettre en sens » la situation. À cet égard, il n'est pas anodin que le son soit aussi utilisé comme une arme pour épuiser l'adversaire. D'ailleurs, « considérée d'un point de vue guerrier, l'oreille est une cible vulnérable : on ne peut pas la fermer, on ne choisit pas ce qu'elle entend et les sons qui l'atteignent peuvent modifier profondément notre état psychologique ou psychique » (Volclair, 2011). Côté forces de l'ordre, cela se traduit par exemple par le recours aux grenades assourdissantes.

La dimension atmosphérique des émotions

Vivre une émeute, c'est aussi faire l'expérience d'émotions puissantes qui s'emparent alternativement de soi telles que la peur, la joie, l'excitation, la stupeur, la colère ou encore la rage. Cela alimente d'ailleurs le vertige de l'émeute (Huët, 2019). La particularité des émotions dans ces situations est qu'elles sont palpables, diffuses, comme présentes dans l'air et collectivement éprouvées ou du moins perçues. J-P Thibaud parle de « dimension atmosphérique de l'émotion », comprise comme « une tonalité affective qui colore la globalité de la situation présente en lui conférant une certaine physionomie » (Thibaud, 2002). L'espace de l'émeute, au-delà de sa configuration matérielle, est ainsi constitué de successions et de juxtapositions d'ambiances et d'atmosphères dont l'émergence est notamment favorisée par « les qualités sonores, lumineuses, olfactives ou thermiques du milieu ambiant ». Ainsi, l'émeute a par exemple une odeur, faite de mélange de gaz lacrymogène et de feux de poubelles. Ces atmosphères mettent le corps en mouvement, l'affectent et le saisissent, faisant montre d'une puissance d'imprégnation qui ne laisse pas intact celui qui les traverse. Les Champs Elysées le 16 mars 2019 (Acte XVIII des Gilets Jaunes) étaient ainsi imprégnées d'ambiances et de tonalités affectives particulières et successives. Il y a eu de premiers affrontements autour de l'Arc de Triomphe dans la matinée. Puis une phase d'accalmie au début de l'après-midi avec un climat de détente et d'impression de retour à la normale sur les terrasses des cafés et les abords des magasins au bas de l'avenue. C'est vers le milieu de l'après-midi que de manière fulgurante, le black bloc a changé la physionomie de cette avenue, en brisant les vitrines des magasins et en recouvrant les murs de tags. Quiconque a marché sur cette avenue cet après-midi-là, s'est senti imprégné de cette atmosphère de chaos, de stupeur diffuse, de suspension (joyeuse pour la majorité des manifestants présents) du cours de l'ordinaire. Les papiers échappés de magasins, qui volaient dans l'air, les mannequins sortis des vitrines et répartis dans la rue, les bris de vitres au sol, le « Fouquets » en feu, les couleurs des slogans sur les murs contribuaient à conférer à cet espace une tonalité nouvelle. Pendant quelques minutes, chacun ne faisait plus rien d'autre que regarder les murs, déambuler sur l'avenue en ouvrant grand les yeux, en étirant ce moment inédit. Puis l'ambiance a de nouveau changé très rapidement en fin d'après-midi avec un climat de peur qui s'est diffusé avec le retour des offensives des forces de l'ordre, du canon à eau et des tirs de lacrymogènes pour instaurer le retour à l'ordre. En suivant la proposition de G. Chamayou (2010), on peut considérer que l'espace urbain devient « scène de chasse ». Les chasseurs urbains[4] – les policiers – poursuivent et tentent de capturer les proies que sont les émeutiers. Or, les « courses poursuites » sont des propulsions affectives tant pour les forces de l'ordre que pour les émeutiers. Pour les forces de l'ordre, il y a le désir et le plaisir de la traque. Comme le souligne G. Chamayou, la chasse est un « amusement intense ». Dans son sens classique, elle suscite chez le chasseur la plus grande excitation. Toutefois, il se trouve que la loi ou les ordres émanant de la hiérarchie sont susceptibles de ruiner ou tout du moins de

4 Précisons que dans ce cas de figure, le pouvoir ne connaît qu'abstraitement ses proies. Il délègue cette confrontation directe aux forces de l'ordre. Le pouvoir pourrait alors peiner à avoir une intelligence sur ses proies car il délègue la traque à des corps spécialisés. Le bon chasseur est précisément celui qui est capable de se mettre à la place de sa proie, d'anticiper son comportement.

diminuer ce plaisir. C'est par exemple le cas lorsque les agents des forces de l'ordre sont empêchés d'intervenir par le commandement alors même qu'ils pourraient remarquer une opportunité[5]. Les ordres hiérarchiques privent le chasseur d'exercer ses facultés et sont alors des entraves au plein épanouissement de la poursuite[6]. Ajoutons qu'il se développe une intense technologisation de la poursuite (reconnaissance faciale, vidéos, etc.). L'efficacité de ces dispositifs est indéniable. Seulement, ils participent à une dégradation qualitative du travail policier dans la mesure où on lui ôte ce qui lui procure le plus de plaisir. On substitue des relations froides et technologiques aux relations charnelles avec les proies. L'émeutier éprouve lui aussi un vertige en particulier dans sa condition de proie. Il lui faut résister au chasseur, être en capacité d'anticiper les réactions de ses poursuivants (Chamayou, 2010 : 102), de lire l'action du chasseur. Toute la ruse consiste alors à fuir en maîtrisant ses traces, en créant de la surprise, c'est-à-dire en défiant les habitudes de ses poursuivants. Sa fierté est grande lorsqu'il est parvenu à lui échapper ou à déborder le dispositif policier en dépit de l'asymétrie des conditions matérielles de la chasse. Non seulement, l'émeutier échappe au pouvoir. Mais plus que cela, il objective le pouvoir qui est alors contraint de se déployer en masse pour canaliser sinon attraper le fugitif. L'émeutier nargue le pouvoir en dévoilant aux yeux de tous la relative impuissance de l'État à maîtriser le caractère turbulent d'une partie de sa population. Par l'action émeutière, le pouvoir cesse d'être discret et est obligé à devenir invasif. Dans de rares cas, la proie se mue chasseur. Il y a alors un inversement momentané des rapports de force ce qui constitue alors le summum de la joie émeutière.

Enquêter en terrain mouvant

Dans l'émeute, le chercheur est amené à déplacer son regard pour l'ajuster à un observable protéiforme qui se dérobe parfois de manière fugace. Il y a alors à déployer diverses techniques pour approcher ces situations prises pour objet d'étude. L'ethnographie s'oriente ainsi vers une sociologie de chair, une connaissance par corps (Wacquant, 2015), qui consiste pour le chercheur à faire lui-même l'expérience des phénomènes en se laissant affecter par eux, dans son corps et ses sens. Cette méthode se justifie particulièrement face à l'émeute qui se passe bien souvent de mises en mots. Ce n'est qu'en immersion dans la situation et en la vivant lui aussi que le chercheur peut approcher les tourbillons de sensations et d'émotions qui animent ses protagonistes. Nous nous plaçons ici dans le sillage du tournant émotionnel et du regain d'intérêt pour le sensible qui gagnent les sciences sociales (Corbin, Courtine, Vigarello, 2016) Cette posture soulève un certain nombre de questions déontologiques[7] et épistémologiques. Tout d'abord, cela nous conduit à réinterroger la place de la rationalité dans notre manière d'appréhender la connaissance scientifique. Depuis Platon, il est acquis dans la pensée occidentale que la connaissance n'est valide qu'à partir du moment où elle s'est purifiée du milieu sensible, synonyme de spéculations et d'approximations (Didi-Huberman, 2014). Dès lors, comment produire de la connaissance à partir de matériaux non rationnels tels que les émotions, les sensations, les tonalités affectives, en étant nous-mêmes immergés dans les phénomènes observés et en travaillant à partir de notre propre expérience charnelle ? Comment objectiver nos cadres d'analyse ? Quels « bilans » pouvons-nous retirer de nos observations ? Il nous faut ici progresser en terrain mouvant et nous déprendre d'un

5 D'ailleurs, il n'est pas rare que les acteurs de terrain se plaignent d'un commandement trop lointain, trop lent à décider et trop peu confiants aux initiatives que les premières lignes pourraient prendre.

6 À ce titre, on pourrait penser que les corps spécialisés comme la BAC ou la BRAV-M ont un commandement plus souple laissant ainsi aux agents davantage d'initiatives spontanées que les corps classiques que sont les gendarmes mobiles et les CRS.

7 Dans le cadre de cette communication, nous laisserons de côté l'aspect déontologique qu'implique ce genre de travail. Nous ouvrirons cette réflexion dans le cadre d'une prochaine publication.

certain nombre de nos réflexes scientifiques pour construire d'autres manières de cheminer. Par exemple, il nous faut revoir notre attachement aux procédures de vérification et à notre manière d'administrer la preuve et accepter une absence de méthode que l'on pourrait formaliser rigoureusement. Dans le domaine du sensible, la méthode relèverait en effet plutôt du tact et des capacités d'attention de l'observateur. On peine en effet à savoir comment connaître le sensible. Nous pouvons reprendre l'exemple de l'ambiance et de la tonalité atmosphérique des émotions que nous avons évoquées tout à l'heure. Capter cette part de l'expérience et du vécu des situations pose un certain nombre de problèmes. Si l'on reprend les mots de Thibaud, il nous est acquis que les tonalités affectives sont « diffuses, parce que non localisables et infra-conscientes » (Thibaud, 2002). En d'autres termes, « de l'ordre du vague, l'ambiance ne se présente pas comme un objet que l'on peut facilement décrire et délimiter ». Il nous faudrait alors, pour reprendre ses termes, « opérer de bais » en ne se demandant plus « qu'est-ce qu'une ambiance ? », mais en cherchant plutôt « qu'est-ce qu'une ambiance permet d'être, de faire et de percevoir ? ». Ainsi, pour essayer de répondre à la question « qu'est-ce que le chaos », qui semble abyssale à première vue, nous pouvons tenter de formuler comment nous sommes, ce que nous faisons et ce que nous percevons dans ces moments.

Conclusion

Tout au long de cette présentation, nous avons essayé de donner à percevoir la ville dans l'émeute en tant qu'espace vécu et approprié par ses acteurs, qui ne se réduit pas à un pur contenant formel ni à un simple système de coordonnées géométriques. Il s'agit pour nous dans cette recherche que nous menons, d'essayer d'élargir notre acception de la situation, de l'environnement, du contexte et de l'espace à des composants d'ordinaire évacués, tels que les ambiances et les atmosphères. L'enjeu est ainsi d'essayer de dépasser une conception intellectualiste de l'action en développant une approche qui intègre les sensations et les émotions pour tenter de saisir au plus près « l'agir en train de se faire », à partir de son imbrication dans l'espace matériel, l'environnement perceptif et le contexte sensoriel de sa survenue. Autrement dit, il nous faut repenser la relation entre l'organisme humain et son environnement en procédant à une « sensibilisation de la pratique » (Thibaud, 2002). En suivant Anthony Pecqueux (2012), cela suppose « d'achever de décentrer la vision » en interrogeant toute une gamme de phénomènes et de perceptions peu travaillées telles que le mouvement, la volatilité, la vitesse, les sons ou encore les odeurs. Néanmoins, restituer la ville dans l'émeute en suivant ce projet généreux, pose des difficultés d'ordre méthodologique et épistémologique pour le chercheur habitué à œuvrer au prisme de la rationalité de ses protocoles de validation scientifique. Il se confronte alors aux limites de la production de la connaissance telle qu'il la conçoit habituellement : « s'il est vrai que les forêts de gestes manifestent, leur marche ne peut être arrêtée dans un tableau, ni le sens de leurs mouvements circonscrit dans un texte […]. C'est une errance du sémantique, produite par des masses qui évanouissent la ville en certaines de ses régions, l'exagèrent en d'autres, la distordent, la fragmentent et la détournent de son ordre pourtant immobile » (De Certeau, 1990 : 154). Nous proposons alors de déplacer notre conception

de la recherche vers un autre genre de savoir consistant à faire surgir le réel plutôt que le fermer dans des systèmes explicatifs et clos.

Bibliographie

Augoyard, J-F. (1995). L'environnement sensible et les ambiances architecturales. *Espace géographique*. Tome 24, n° 4, p. 302-318.

Chamayou, G. (2010). *Les chasses à l'homme*. Paris, La Fabrique.

Corbin, A., Courtine, J.-J., Vigarello, G. (Dir.). (2016). *Histoire des émotions*. Vol. 1, Paris, Éditions du Seuil.

De Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien, I* : *Arts de faire*. Paris, Gallimard.

Didi-Huberman, G. (2014). *Essayer, voir*. Paris, Les Éditions de Minuit.

Huët, R. (2019). *Le vertige de l'*émeute. Paris, PUF.

Jobard F. (2013). Préface. *Maintien de l'ordre*. Paris, Hachette Pluriel Reference.

Le Roulley S., Long J. (2018). Terrorisme, violences politiques et maintien de l'ordre. L'ultra-gauche comme cible de la terreur instituée ? *Journal des anthropologues*, n° 154-155, p.137-160.

Pecqueux, A. (2012). Les affordances des événements : des sons aux événements urbains. *Communications*, n° 90, p. 215-227.

Thibaud, J-P. (2002). L'horizon des ambiances urbaines. *Communications*, n° 73, p. 185-201.

Volclair, J. (2011). *Le son comme arme*. *Les usages policiers et militaires du son*. Paris, La Découverte.

Wacquant, L. (2015). Pour une sociologie de chair et de sang. *Terrains & Travaux*, n° 26, p. 239-256.

Veiller sur nos milieux par l'image
Monitoring and taking care of the territories: new issues of the social uses of images

Julia Bonaccorsi, Professeure des universités
Université Lumière Lyon 2, ELICO UR 4147
julia.bonaccorsi@univ-lyon2.fr

Mots-clés : Observatoire – Photographie – Risque industriel – Ethno-sémiologie

Keywords: Observatory – Photography- Risk – Ethno-semiology

Résumé

L'article analyse la manière dont l'*observation photographique institutionnelle* peut générer des énonciations plurielles de la variation et du changement dans un milieu de vie. Il s'agit d'interroger la manière dont les images peuvent constituer une source de savoirs sur la mutation des territoires et des configurations sociales qui s'y déploient. La problématique porte sur les usages sociaux de l'image comme document « vigie », à partir de l'analyse ethno-sémiotique de deux opérations menées dans le cadre des Observatoires photographiques du paysage.

Abstract

The topic of the research is the institutional photographic monitoring of territories, and how is produced plural discourses about the change in a living environment. Thus, we describe the editorial and social way in which images can be a source of knowledge on the mutation of territories and of social configurations. The main issue concerns the social uses of the image built as a "watchfulness" document. The research focuses on the ethno-semiotic analysis of in the framework of the National Photographic Observatory of Landscapes in France.

Veiller sur nos milieux par l'image

Julia Bonaccorsi

Introduction

Cette communication interroge la manière dont les images peuvent constituer (et pour qui) une source de savoirs sur le changement et la mutation de nos environnements et des configurations sociales qui s'y déploient.

Ma problématique visera plus spécifiquement la saisie d'usages sociaux de l'image comme document « vigie » : ces usages fondent une ou des manières d'être dans un même monde, ils participent de la fabrique des représentations territoriales et notamment, des régimes de visibilité et d'invisibilité, ils énoncent ce qui advient (ou peut advenir, comme l'accident ou la rénovation) et ce qui s'efface (les habitats, les individus nomades, les pratiques de l'espace).

Pour cette contribution, sera plus précisément examinée la manière dont l'*observation photographique institutionnelle* (c'est-à-dire définie et organisée par des instances en charge de la gestion du territoire, comme les collectivités locales, l'Etat, le CAUE, etc., selon des protocoles et processus de commande), peut générer des énonciations plurielles de la variation et du changement dans un milieu de vie. Le prisme de la catastrophe, de l'accident et du risque fonde le regard sur certains territoires : il en est ainsi des environnements soumis à une transformation réglementée par l'Etat et visant la sécurité des personnes, comme les zones industrielles à risque. La réflexion sera conduite à partir d'une analyse ethno-sémiotique de deux opérations menées dans le cadre des Observatoires photographiques du paysage.

De l'observation à la vigilance, nouvelles problématiques

Le cadre analytique choisi nécessite que j'explicite la manière dont je vais appréhender la question de la représentation. A l'encontre d'une analyse figurative des images photographiques comme « représentatives » d'un territoire, la démarche engagée vise la mise en évidence des valeurs de l'image à partir de ses usages sociaux dans des observatoires. Je reviendrai, d'abord, sur les ressorts épistémiques et pratiques de l'*observation*, puis je relierai ceux-ci aux questions du risque et de la catastrophe.

- **Observation, veille : la place de l'image vigie dans le rapport au territoire**

- Mon questionnement naît de plusieurs recherches antérieures sur des cas ayant en commun une documentation photographique collective du territoire : par des collections photographiques professionnelles et amateures ou par des opérations militantes de collecte photographique (Bonaccorsi, 2019) ; par des commandes photographiques institutionnalisées visant l'inventaire comme le suivi de la variation diachronique de territoires, non seulement naturels mais aussi urbains, péri-urbains voire industriels (Observatoires notamment). Dans ces différents projets, il apparaît que la repré-

sentation du territoire s'effectue selon une valeur de « veille » et de « vigilance » instrumentée par la documentation photographique. Cette valeur est le fait de différentes médiations sociotechniques et d'auctorialités plurielles, médiations qui opèrent de manière synchronique et différée : dispositifs de production (usage de la chambre photographique ou téléphone mobile par exemple), comme dispositifs de publication et d'exposition (géolocalisation des images et cartographie, site web et collections d'images redocumentarisées, muséographie, livre ou rapport, banque d'image, etc.) (Després-Lonnet, 2014). Par son étymologie latine *vigilare*, « habitude de veiller », la vigilance suggère une attention éveillée et s'oppose au sommeil. En anglais, le terme *watchfullness* renvoie plus littéralement encore à la vision.

Comment interpréter la logique de « veille » et/ou de « vigilance » à l'œuvre dans ces différents projets, à la fois compétence institutionnelle et politique, et compétence déléguée (au citoyen « voisin vigilant ») ou encore réappropriée, revendiquée comme une résistance ?

Je dirais que la variation sémiotique est au fondement de la vigilance puisque celle-ci opère en rendant saillants des différences, des ruptures, des changements infimes dans une économie du visible. Autrement dit, cette économie présuppose des témoins-spectateurs aptes à saisir ce qui « point » et varie dans un environnement idéal-neutre : cette lecture de l'espace public ne peut être ni intime ni subjective, mais doit au contraire d'une manière ou d'une autre, s'affirmer en une positivité objectivable. C'est ce dernier élément qui m'intéressera particulièrement ici.

Anne Piponnier désigne ce processus d'objectivation en considérant les « *dispositifs sociotechniques et communicationnels dédiés à l'activité d'observation* » (Piponnier, 2012, p. 19), les observatoires, notamment territoriaux, apparaissant comme les instruments greffons du scientifique et du politique. « *Soucieux de traduire le besoin d'observation dont témoignent les différents acteurs, l'observatoire est un instrument chargé d'en formaliser la représentation à travers des énoncés stabilisés et que chacun des acteurs peut être en mesure de s'approprier.* » (Idem, p. 27).

L'observatoire photographique en tant que dispositif vise un horizon documentaire et une normalisation qui dépassent (ou éludent) l'enjeu local et contingent (Bonaccorsi, Jarrigeon, 2010). Or, cette qualité de veille est à la fois intrinsèque à la logique protocolaire de la reconduction, et disséminée dans les différentes formes d'appropriation générées comme par exemple la constitution d'un « réseau des veilleurs du paysage » dans le cas précis d'un Parc Naturel régional et de son observatoire photographique institutionnel[1] :

> « Les techniciens sont convaincus d'avoir un bel outil et des habitants motivés. Ces habitants s'appellent « des veilleurs du paysage ». Ils continuent depuis 2010 à prendre des photos et à s'intéresser aux paysages, un peu dans l'ombre. » (La vie idéale d'un observatoire, Observatoire photographique du Parc de la Brenne p. 20).

1 Voir à ce propos la présentation de la démarche de l'Observatoire photographique du Parc de la Brenne Berry : une cartographie des collections et appel à contribution sur le blog http://veilleursdupaysage.fr/ ; et sur le site https://www.parc-naturel-brenne.fr/le-parc/le-parc-en-action/patrimoine-bati-paysage- urbanisme/paysages/rejoignez-les-veilleurs-du-paysage.

Or, si les régimes de représentation des observatoires territoriaux ont bien été caractérisés dans la littérature, peu d'études portent sur les relations et configurations politiques réciproques entre les médiations visuelles et les milieux à partir d'enquêtes situées.

Territoire à risque, territoire brutalisé : les objets de savoirs vigilants

En SIC, il n'est pas inédit d'appréhender le territoire en tant qu'un objet de discours, visuel et verbal, on peut d'ailleurs considérer que la notion de territoire constitue une médiation qui agit sur et par les dynamiques de socialisation. De ce point de vue, le territoire est toujours un construit et un produit symbolique en même temps qu'il relie les hommes et les femmes à leur espace de vie. La réflexion menée mobilisera deux cas qui renvoient, chacun à une définition du territoire par le changement spectaculaire qui advient ou peut advenir : celui de la catastrophe. Souvent abordées à partir de la médiatisation événementialisée du risque et de la catastrophe (Garcin-Marrou, Le Naour, 2017), les identités territoriales seront ici considérées par leur fabrique selon des formes faibles, asynchrones, non polémiques : les observatoires photographiques.

Le premier cas qui retiendra mon attention est issu de différents fonds photographiques produits par des Observatoires locaux. Il s'agit d'un rapport commandité par le Ministère de l'Environnement sur la « perception de la tempête par l'OPP » et intitulé « Les tempêtes de 1999 dans l'œil de l'observatoire photographique du paysage »[2]. Cette étude souhaitait caractériser les effets d'une catastrophe naturelle, la tempête de 1999 définie comme un « acteur de transformation du paysage » : « l'Observatoire a-t-il vu passer la tempête ? ». Le rapport décrit ainsi un territoire transformé par un événement « brutal et imprévu », « historique et exceptionnel », un « choc national ». Le territoire dont il est question dans ce premier cas est l'objet de savoirs vigilants parce qu'il a été brutalisé. L'Observatoire national (réunissant l'ensemble des Observatoires photographiques locaux) est alors abordé comme un discours médiatisant au même titre que la presse dont les titres et l'iconographie font également l'objet d'une analyse approfondie et quantitative par les auteurs du rapport.

Le second cas concerne un projet d'Observatoire photographique du paysage mis en œuvre en 2018 dans le territoire industriel de la métropole de Lyon. Ce territoire, constitué par dix communes, est également caractérisé par un Plan de protection des risques industriels (Site Seveso à haut risque). Ce contexte de mutation territoriale vise, d'une part, la mise en conformité réglementaire des modalités de la cohabitation entre des usages diversifiés du site, et d'autre part des objectifs d'innovation industrielle et de développement économique stratégiques pour la métropole. Y cohabitent à la fois les industries pétrochimiques, les habitations, des zones naturelles et de loisir, des voies fluviales, autoroutières, ferroviaires et ce dans l'espace comme dans le temps. Saisir cette épaisseur sociale, politique, culturelle, patrimoniale, temporelle, constitue une des ambitions de l'Observatoire photographique de la Vallée de la Chimie, à travers sa dimension participative revendiquée.

Plutôt que « territoire » ou « espace public », je mobiliserai pour cette communication le terme de « milieu », tel qu'il a été défini par Daniel Cefaï pour qualifier le « *monde qui nous échoit en commun* » :

2 Giorkis Sébastien et al., « La tempête de 1999 dans l'œil de l'observatoire du paysage », Ministère de l'écologie et du Développement, Etude réalisée par l'Agence Paysages, 2004, 123 p.

> « «*Milieux», encore, où se déploient des forêts d'images, de signes et de symboles qui ouvrent, tout en le circonscrivant, l'horizon de ce qu'il est possible de voir et d'entendre, de comprendre et d'entreprendre, au cœur desquelles se dessinent des perspectives de mémoire et de projet, rarement congruentes, souvent conflictuelles, parfois enjeux de dispute publique.* » (Cefaï, 2016).

Ainsi, il apparaît que l'« attention paysagère » chère aux observatoires photographiques du paysage est investie d'un sens nouveau quand il s'agit de ces territoires, produits de « savoirs vigilants ». Ces milieux sont ainsi définis et énoncés par les dispositifs qui les surveillent et leur portent attention, soit en anticipant le changement, soit de manière rétrospective. On peut ajouter que les entreprises sont depuis 2017 soumises à un « devoir de vigilance » (Lequet, 2017).

Je retiens précisément la notion de « veille », plutôt que celle de surveillance pour aborder cette problématique de la « vigilance » ; en effet, la « veille » convoque deux dimensions complémentaires info-communicationnelles. La première dimension qualifie la propriété des observatoires d'effectuer une actualisation continue (par un protocole unique et procédures de collecte, d'enregistrement et de conservation), qui énonce ainsi une autorité en état de veille. La seconde dimension repose sur la nature documentaire des dispositifs (Tardy, 2014) ; la veille dépend d'outils et de pratiques professionnelles, ceux de la « veille documentaire », qui la matérialisent comme c'est le cas de l'archivage cartographique des « Veilleurs du paysage » cité précédemment. Les instances des observatoires endossent le rôle méta-énonciatif de veilleur du territoire, à partir d'un média : la photographie.

Or, quels effets sur les milieux, sur les configurations sociopolitiques, les débats publics, l'espace public ? Je vais tenter désormais d'affiner cette relation sémiotique entre images photographiques, observatoires, et espaces publics. Notamment, en quoi l'observatoire instrument de veille, peut-il permettre de prendre position ?

L'observatoire : énonciation d'un milieu sans dispute

Ce deuxième point explore pour chacun des cas l'hypothèse que la logique de veille vise une intelligibilité et un arraisonnement du milieu de vie qui dissémine les responsabilités de la variation advenue ou à venir.

« Il faut trouver les responsables » : la confiance dans le temps

La catastrophe surgit et prend sens comme un événement sans responsable : l'ensemble du rapport « La tempête de 1999… » en témoigne, soulignant de diverses manière les caractéristiques « brutale », « rapide », « imprévisible », « de grande ampleur », de la tempête (p. 31). Plus loin : « La catastrophe est imprévisible au contraire des risques qui peuvent être localisés et les secteurs les plus sensibles même surveillés » (p. 96). Cette rhétorique n'est pas anodine : elle impose une séparation nette et définitive entre les effets de la médiation documentaire de l'observatoire (autrement dit, le dispositif de veille dans son ensemble) et sa capacité à produire du savoir sur la catastrophe. Elle dédouane d'ailleurs du même coup l'observatoire et les pouvoirs publics d'une responsabilité à veiller sur les milieux (ici, l'environnement naturel), autrement qu'*a*

posteriori. Ainsi, la confiance est principalement accordée dans la capacité du temps long à produire de la connaissance : il « faut faire confiance au temps » (p.97), point de vue longuement exposé dans le rapport.

Comme nous l'avions montré avec Anne Jarrigeon (2013), la variation diachronique est à la fois définie dans le protocole même de l'observatoire qui prévoit la reconduction de points de vue et la comparaison d'images en séries : ainsi, je cite le rapport, « Il y aurait ce trou soudain, cette disparition, ce rapt d'un pan entier du paysage » (p. 99). Cette variation est également affirmée comme une pratique interprétative plus transversale (« historiciser », « mémoire », « après »). Dans ce cas, les photographies deviennent des sources visuelles pour un travail historien, en l'absence de discours sur l'image, absence par ailleurs liée aux nombreuses autres garanties de neutralité (comme l'esthétique frontale des prises de vue). En effet, il faut souligner que rares sont les « traces écrites des délibérations » préalables à la mise en œuvre du dispositif ainsi que l'accès aux commentaires ou lectures de l'observatoire, ce que déplore le rapport. Autrement dit, les dispositifs de lecture des images et leur enrichissement documentaire apparaissent d'autant plus essentiels que les savoirs qu'elles sollicitent sont lacunaires et nécessitent de recourir à des sources externes pour dire le changement. Dans ce cas, la veille territoriale outillée par l'observatoire ne semble pouvoir énoncer qu'un milieu sans dispute, sans lutte ni débat, puisque la problématique de la catastrophe naturelle vient, en quelque sorte, relire un fonds photographique *qui a vu mais sans le savoir.* Ainsi, si l'image photographique est bien un document-vigie, cette valeur attribuée est absolue et surtout indépendante de la problématique précise de la tempête. La vigilance apparaît en une modalité faible de l'observatoire, un pouvoir qui lui est attribué après que la crise a eu lieu.

La veille peut-elle avoir un point de vue ?

Le cas de l'observatoire de la Vallée de la Chimie me conduit à un renversement de perspective au regard du premier cas analysé : la constitution de cet OPP intègre un principe participatif visant une certaine représentativité de synthèse (c'est-à-dire, produite par la synthèse d'opinions). Cette volonté « participative »[3] se traduit par la formalisation explicite d'un protocole de collecte et d'exploitation de différents points de vue sur le territoire, ceci à partir d'un séquençage dans le temps et dans l'espace. L'objectif visé est de convoquer (ou de rendre possible) l'expression de différents savoirs pour établir le corpus des images photographiques qui seront reconduites (40 pour 100).

L'observatoire est ainsi défini dès sa genèse comme un objet-frontière entre différents groupes d'acteurs sociaux et selon plusieurs niveaux internes à ces groupes : la sélection partagée des points de vue[4]. L'observatoire est ainsi doté d'outils participatifs pluriels selon des consignes précises, reposant sur le choix argumenté d'images et le recueil d'avis, à la fois numéraires et commentés.

Sur un principe d'invitation, des « experts » sont réunis en un comité auquel je participe. La diversité des profils des membres experts et leur position d'extériorité au regard de la fabrique de l'observatoire lors des réunions, permettent de faire « circuler » l'observatoire entre des champs professionnels et selon des sa-

3 Ici, la participation est à rapprocher de celle étudiée par Nathalie Casemajor Lousteau, reposant sur une poétique de l'ordinaire, Nathalie Casemajor-Loustau, « La contribution triviale des amateurs sur le Web : quelle efficacité documentaire ? », Études de communication, 36 | 2011, 39-52.

4 Cette problématique est développée dans le mémoire de recherche de Lucia Rodrigues, « L'Observatoire photographique de la Vallée de la Chimie : vers une sélection partagée des points de vue », Master MUSE Information-Communication Lyon 2, LabEx Intelligence des Mondes urbains, Université de Lyon, CAUE Rhône Métropole, 2020.

voirs hétérogènes, de manière à la fois détachée et scrupuleuse. L'observation participante des comités rend compte de la manière dont s'élabore le sens partagé de la veille puisque les définitions mêmes de l'« évolution » ou de la « mutation » (ou plutôt de ce qui est soumis à évolution ou mutation) ne sont pas figées. La notion de changement peut selon les individus renvoyer aussi bien à des prismes culturels (relatifs à la photographie de paysage) ou bien techniques (relatifs à l'aménagement du territoire concerné).

En miroir de ce groupe d'expert, une démarche de focus-groupe puis d'exposition itinérante mobilise des individus, dénommés « habitants », sollicités à leur tour pour choisir, commenter les images. Il ne s'agit pas d'un groupe constitué au sens physique du terme, mais de différentes configurations sociales liées à la temporalité des expositions, aux lieux, ou encore à d'autres institutions, comme l'école (visite scolaire)[5]. Il serait plus juste de désigner comme le groupe des « visiteurs et visiteuses de l'exposition » celles et ceux qui rédigent ces avis, plutôt que les « habitants ».

Des différentes données produites dans le cadre de cette démarche participative, il est permis de conclure que l'attention au changement y est centrale ainsi que l'enjeu de la veille photographique pour ce territoire. Cette attention se manifeste selon une grande diversité, comme autant d'interprétations d'un « devoir de vigilance » individuel. A nouveau, l'observatoire fait advenir un milieu sans dispute où la critique sociale et le débat occupent une place marginale, ce qui diffère singulièrement avec le fait que, pour ce même territoire, la prévention des risques est ou a été objet de conflits non négligeables entre d'une part, les industries et les pouvoirs publics, et d'autre part, les riverains et les associations locales (Martinais, 2015).

La vigilance par la poétique du fragment : prendre place et position sur le changement

Dans l'observatoire de la Vallée de la Chimie, la valeur accordée aux votes et aux commentaires écrits n'est pas anecdotique que ce soit dans et entre les deux groupes désignés précédemment. Pour tous les participants, il s'agit bien d'adopter une posture de *public*, qui accorde à un garant institutionnel la responsabilité de prendre soin de sa parole, mais aussi de la relier à d'autres pour qu'il soit possible d'appréhender un horizon d'attente commun. Cet équilibre ténu, furtif, discret et sensible qui s'élabore entre des voix et des savoirs et compose avec eux, ne peut ni ne doit pas être comparé ou assimilé aux grandes manœuvres du débat participatif ou du conflit social, même s'il agit socialement. Pourtant, il importe de prêter attention à ces savoirs vigilants qui prennent en charge, ensemble, le milieu en tant qu'objet variant à partir de l'image photographique.

La fabrique de la représentativité

Cette troisième partie explore plus précisément ce qui se joue dans la création de cet observatoire de la Vallée de la Chimie, qui place la photographie et plus largement l'observatoire comme forme médiatisante *efficace* à veiller sur ce milieu. Cet enjeu n'est pas anodin pour cet observatoire, et il est irrigué par une conception

5 L'analyse quantitative et discursive des avis collectés lors des expositions a été effectuée par Elise Roche, Lucia Rodrigues, Nilo Vieira, en partenariat avec le CAUE Rhône Métropole, dans le cadre d'un Projet tutoré JuniorLab du Master Médiations urbaines, savoirs et expertises (MUSE), Mention Information-Communication (Université de Lyon), 2019.

très éclairée des usages et limites des OPP, issue de plusieurs bilans et rapports réalisés après 2012[6]. Les concepteurs- photographes sont, ainsi, les premiers analystes critiques du dispositif qu'ils mettent en œuvre. Il faut donc, à cet endroit de mon analyse, faire crédit aux malentendus générés par le dispositif participatif qui sont autant de lignes de fuite et d'ouvertures possibles. L'observable et le connaissable dépendent de seuils de pertinence pluriels, hétérogènes, dépendants des places sociales : c'est la conscience de cette diversité qui permet de prendre place et position sur le changement. La démarche de recherche engagée de manière participante auprès du CAUE Rhône Métropole maître d'œuvre de l'observatoire me conduit à défendre une temporalité singulière de l'enquête, selon une approche sensible et réflexive attentive aux déplacements et relations qui se mettent en place dans le temps de l'action en train de se faire : ce qu'Igor Babou désigne comme les « *cadres matériels négligés de la participation* » (Babou, 2016).

Je choisis ici d'extraire deux situations pour illustrer de quelle manière « une prise de position » par la photographie/document-vigie, s'effectue, par le décalage qui s'opère entre la stratégie consensuelle de l'observatoire, et ses diverses lectures situées, liées au corps, aux mémoires, aux forces des lieux et des agencements matériels.

La première situation concerne la transformation des vues photographiques reliées par un itinéraire, cartographié numériquement (Figure 1), en jeu de cartes mobiles, solides, tangibles, constitué par les photographies imprimées sur du carton à maquette (Figure 2 et Figure 3).

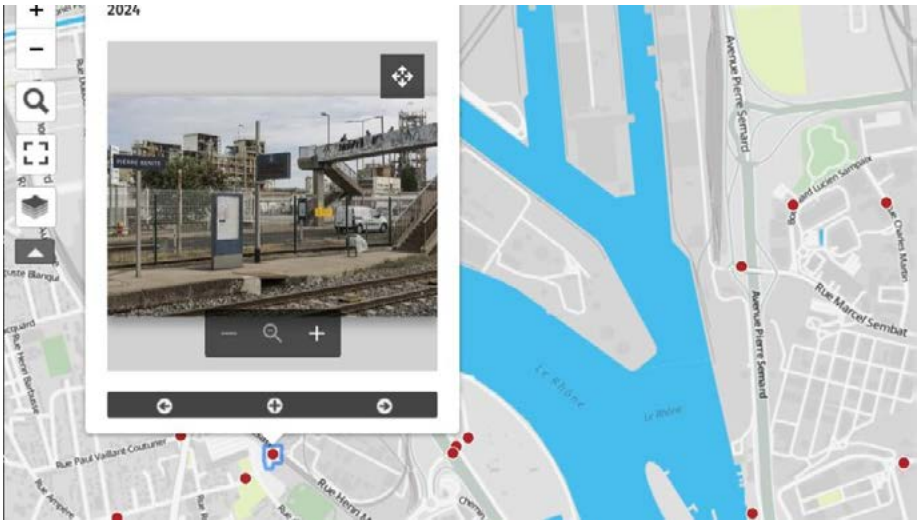


Figure 1 - Extrait du site web -Observatoire photographique de la Vallée de la Chimie, février 2019

6 Citons à titre d'exemples : en décembre 2015, « Observatoires photographiques du paysage « locaux ». recensement et typologie », Rapports DGALN/DHUP/ Qualité du cadre de vie, Bureau des paysages, Ministère de L'Environnement, de l'Energie et de la Mer ; en Février 2016, « La vie idéale de l'Observatoire Photographique du Paysage. Travaux et réflexions sur les pratiques et perspectives des Observatoires Photographiques du Paysage dans les Parcs naturels régionaux », Parcs naturels régionaux de France.

Figure 2 - Exposition, Médiathèque de Feyzin, février 2019

Figure 3 - Comité d'experts, décembre 2019

La seconde situation fait intervenir l'écriture d'un discours sur l'image, par des voies plurielles, avec une consigne unique : « participer à la sélection [des photographies] qui seront rephotographiées ». La planche d'images suivante (Figure 4) constitue un sommaire global du fonds photographique qui est aussi disposé dans l'espace de la salle, c'est également le lieu de la synthèse puisque l'avis individuel (le vote par une gommette) y est consigné. De même, les livrets sont recueillis dans une boîte située sous les panneaux (Figure 5).

Figure 4 - Panneau itinérant de l'exposition OPP Vallée de la Chimie, Feyzin, février 2019

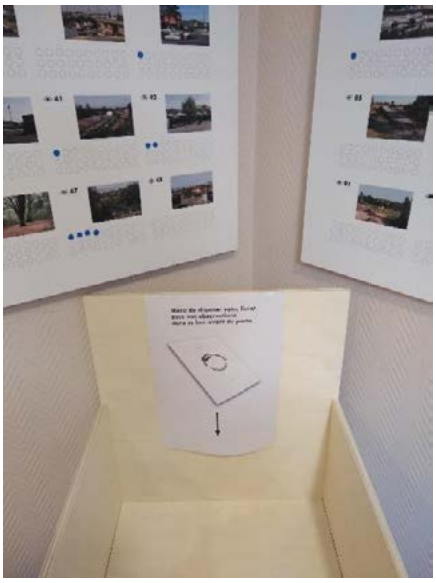


Figure 5 - Dispositif de collecte des avis visiteurs de l'exposition, livrets, Feyzin, février 2019

Prendre parti : veiller ensemble sur nos milieux

L'historien de l'art Georges Didi-Huberman a décrit de quelle manière Bertolt Brecht réalisant des collages d'images d'actualité questionne, invente, joue avec une « magie » du montage par le contraste, l'inconciliable entre deux images. Il dit ainsi : « *Le* montage *rend équivoque, improbable voire impossible, toute autorité de* message *ou de programme. C'est que, dans un montage de ce type, les éléments – images et textes* –prennent position *au lieu de se constituer en discours et de* prendre parti » (Didi-Huberman, 2009 : 118).

L'agir documentaire opère par les aberrations mêmes que le processus de représentation et d'éditorialisation des images produit (des énumérations plutôt que des séries par exemple), relevant d'une poétique du détail et du fragment (Bonaccorsi, 2019). Dans le cas des observatoires photographiques, cette poétique du fragment advient dans les gestes de définition du sens de l'observatoire, la fabrique de nouvelles planches d'images, selon des temporalités variées. La décomposition et le montage ont lieu de manière intermédiaire et temporaire dans le processus de sélection du corpus final (Figure 6). Des jeux de points de vue sont ainsi composés par les participants experts ou habitants en des séries éphémères et immédiatement décomposées. Cependant, elles donnent lieu à la formulation orale et la rédaction d'une « lecture », d'un commentaire délégué à un des participants qui précise à l'oral mais aussi à l'écrit l'intérêt de sélectionner le point de vue.

Figure 6 – Jeu d'images sélectionnées à commenter par écrit - Comité d'experts, décembre 2019

Dans l'exemple ci-dessous tiré de l'étude sur la tempête de 1999 (Figure 7), un « Point de vue » est singularisé : il va désigner alors une zone (« vue dans le sens opposé »). Ces photographies ainsi ajoutées à l'observatoire (son itinéraire) recomposent de nouvelles séries et génèrent une variation formulaire autour du « Point de vue » : « Point de vue 20 de l'Observatoire », « Point de vue décalé », « Point de vue d'un autre secteur ». Ce sont, par exemple, les « images manquantes » que l'animateur de l'observatoire va réaliser en complément de la série prévue par l'observatoire, ou encore, dans notre exemple, les images produites par l'Agence Paysages elle-même. Cette pratique de la « note de bas de page » photographique atteste de la manière dont le dispositif de veille est investi, interprété, manipulé, approprié (La tempête de 1999…,p. 100) mais aussi reconnu et légitimé.

Figure 7 - La tempête de 1999 dans l'œil de l'OPP, p. 55

L'éditorialisation des différentes photographies singularisées forme à la fois un compte-rendu de l'enquête (les traces de la tempête dans un territoire localisé à partir de l'observatoire) et un instrument au service de cette enquête (comparer, confronter, documenter le lieu du crime). Parce que la tempête est « aléatoire dans l'espace » (p.31), la variation diachronique (l'écart entre deux états que la vigilance observe dans le temps) est saisie à partir d'une variation spatiale effectuée à partir du point de vue initial de l'observatoire (ici, le n°20). Il est particulièrement intéressant d'observer le jeu d'échelles qui est ici rendu saillant : la problématique nationale de la catastrophe naturelle est relocalisée dans une zone délimitée par les images photographiques assemblées sur cette page, un milieu. Ainsi, la valeur sociale de l'image comme *efficace* à veiller sur nos milieux repose moins sur la représentation d'un espace géographique unifié et commun, que sur la poétique du fragment (le milieu est représenté par autant de « vues » qui sont dissociées les unes des autres). Ce sont les discours produits à partir des « vues » qui les relient entre elles.

Conclusion

Dans cet article, mon questionnement initial portait sur les usages sociaux de l'image comme sources de savoirs et instruments de veille vis-à-vis des transformations territoriales. Les observatoires photographiques du paysage constituent des objets concrets tout à fait fertiles pour explorer la manière dont le statut de « vigie » de l'image photographique est doublement produit par les médiations sémio-techniques de production, de circulation et d'interprétation des photographies et par les acteurs sociaux. Les deux cas étudiés mettent en évidence le rôle pluriel joué par l'attribution de la valeur documentaire des photographies dans la

construction sociale du rapport au changement, mais également dans la formation lente de manières de (re) définir les milieux de vie. À ce titre, il importe de s'intéresser aux images moins pour leurs propriétés représentationnelles et figuratives, que pour comprendre *comment* s'accordent des sujets sociaux sur les savoirs qu'elles rendent possibles.

Bibliographie

Babou I. (2016). Randonner avec un vidéoprojecteur. La démocratie participative à l'épreuve dans le parc national de La Réunion. *Communication. Information médias théories pratiques* (vol. 34/1). http://journals.openedition.org/communication/6706.

Bonaccorsi J. (2019). L'agir documentaire, une politique du détail. À partir du cas de #SoyonsHumains. *Communication & langages*, n° 199, p. 91-113.

Bonaccorsi. & Jarrigeon A. (2013). La production photographique de l'évolution paysagère : Analyse d'une fabrique de la variation à partir des Observatoires photographiques du paysage. *Congrès de l'Association Française de Sémiotique*, Liège, Belgique, en ligne http://afsemio.fr/wp-content/uploads/26.-Bonaccorsi-Jarrigeon-AFS-2013.pdf

Cefaï D. (2016). Publics, problèmes publics, arènes publiques… Que nous apprend le pragmatisme ? *Questions de communication*, n°30, p. 25-64.

Després-Lonnet M. (2014). La construction documentaire d'un site culturel enfoui. *in* Cécile Tardy (dir.), *Les médiations documentaires des patrimoines*. Paris : L'Harmattan, p. 69-106

Didi-Huberman G. (2009). *Quand les images prennent position. L'*œil de l*'Histoire*. Paris : Les Editions de Minuit.

Garcin-Marrou I. & Le Naour G. (2017). Définir, domestiquer et communiquer sur les risques industriels. *Sciences de la société.* N° 100, [En ligne], http://journals.openedition.org.bibelec.univ-lyon2.fr/sds/5721

Lequet P. (2017). Loi « devoir de vigilance » : de l'intérêt des normes de management des risques. *Revue juridique de l'environnement*, n°42, p. 705-25.

Martinais E. (2015). Le conflit comme mode de participation. Les habitants contestataires de la politique de prévention des risques industriels. *Participations*, n° 13, p. 89-117.

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

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

Le journaliste et la problématique de gestion des déchets d'un territoire. Une approche sémio-narrative des récits dédiés de la presse quotidienne de Kinshasa (RDC)

The journalist and the problems of waste management in a territory. A semio- narrative approach to the dedicated stories of the daily press in Kinshasa (DRC)

Pudens Malibabo Lavu, Docteur
Laboratoire d'Analyse des Systèmes de Communication des Organisations (LASCO), Université Catholique de Louvain (UCLouvain)
pudens.malibabo@uclouvain.be

Mots-clés : presse quotidienne, gestion des déchets, sémiologie narrative, épistémologie interprétativiste.

Keywords: daily press, waste management, narrative semiology, interpretative epistemology.

Résumé

L'étude consiste en une analyse croisée des reportages journalistiques de la presse quotidienne dédiés à la problématique de gestion urbaine des déchets à Kinshasa, capitale de la RDC, et des entretiens semi-directifs réalisés avec les journalistes-auteurs de ces reportages sur les conditions socioprofessionnelles de leur production en 2011 et en 2016. À son terme, l'étude permet d'appréhender le positionnement du journaliste (y compris de la presse) par rapport à ce problème, mais aussi face à la population et aux pouvoirs publics qui en sont également concernés au premier chef.

Abstract

The study consists of a cross-analysis of daily press reports dedicated to the issue of urban waste management in Kinshasa, the capital of the DRC, and semi-directive interviews conducted with the journalist-authors of these reports on the socio-professional conditions of their production in 2011 and 2016. At the end of the study, it will be possible to understand the position of the journalist (including the press) in relation to this problem, but also in relation to the population and the public authorities who are also primarily concerned by it.

Le journaliste et la problématique de gestion des déchets d'un territoire. Une approche sémio-narrative des récits dédiés de la presse quotidienne de Kinshasa (RDC)

Pudens Malibabo Lavu

Introduction

La présente communication fait suite à une étude que j'ai publiée en décembre 2019 sur le traitement journalistique de la problématique de gestion urbaine des déchets à Kinshasa, capitale de la République démocratique du Congo (RDC). Elle se rapporte à la notion du territoire, entendu comme « une portion d'espace que les hommes s'approprient (…) à travers leurs activités et leur imaginaire. » (Dortier, 2013 : 345) Il s'agit précisément du territoire de la ville de Kinshasa, tel qu'il est confronté à l'insalubrité publique grandissante depuis la fin du Projet d'Appui à la Réhabilitation et à l'Assainissement Urbain (PARAU), le 20 août 2015.

À ce jour comme en cette année-là, l'amplification de l'insalubrité publique suscite beaucoup de réactions, dont celle de la presse quotidienne de Kinshasa. L'intérêt de cette communication est qu'elle permet d'appréhender la position de cette presse par rapport à une question brûlante d'actualité en matière d'environnement urbain et par rapport à d'autres acteurs concernés par la même question. Pour mieux entendre ce qu'il en est, je me propose avant tout de présenter brièvement la ville de Kinshasa. Après cela, je vais décrire le contexte originel de l'étude, poser la problématique, indiquer mes références théorique et épistémologique, présenter mon corpus d'analyse, mon cadre méthodologique et les résultats d'analyse.

Brève présentation de la ville de Kinshasa

En Kikongo, qui est l'une des quatre langues nationales de la RDC, Kinshasa signifie « marché au sel ». La ville porte ce nom depuis 1966. Avant cette date, Kinshasa s'appelait Léopoldville, un nom qui lui a été donné en 1881 par l'explorateur anglo-américain Henry Morton Stanley pour honorer son mécène, Léopold II, roi des Belges[1].

Capitale du pays depuis 1960 et siège des institutions, Kinshasa abrite aussi la plupart des bureaux des représentants des agences des Nations Unies en RDC. Ouverte au monde et ville multiculturelle, Kinshasa est le centre administratif, économique, culturel et sportif de la RDC. L'hospitalité de ses habitants, appelés Kinois, et les opportunités d'affaires qu'elle offre permettent aux communautés étrangères de vivre aisément.

D'une superficie de 9. 965 Km^2, la ville de Kinshasa compte environ 14 millions d'habitants (selon les statistiques de 2020). En l'absence du « plan d'aménagement du territoire » (Rapport National OMD 2012, 2014 : 65), cette ville est bâtie à 80 % par la population (cf. *Le Phare* du 27 janvier 2011 : 2) et l'occupation de son

1 Pour en savoir plus lire : https://www.universalis.fr/encyclopedie/kinshasa/ (consulté de nouveau le 28 octobre 2020 à 18 :36).

territoire se fait de manière désordonnée. Ce désordre se traduit par des constructions anarchiques et pose des sérieux problèmes à la gestion urbaine de déchets dans quasiment toute la ville. Les médias locaux décrient l'insalubrité publique qui s'ensuit et invitent les pouvoirs publics et la population à tout mettre en œuvre pour assurer la salubrité publique. Ce sont les discours de ces médias qui m'intéressent dans cette étude.

Contexte originel de l'étude

Cette étude dérive de ma thèse de doctorat, dédiée à l'analyse des modèles culturels sous-jacents aux informations journalistiques sur les préoccupations environnementales dues à l'occupation d'un territoire par les hommes ordinaires. Elle porte sur une partie de mon corpus analysé, celle relative à la problématique de l'insalubrité publique à Kinshasa en 2011 et en 2016. Retenues dans le cadre de ma thèse, ces deux années sont constitutionnellement des années électorales en RDC. En tant que telles, elles ont été marquées « par une vive tension à Kinshasa, suivie d'une méfiance dans le milieu de la presse. [Elles permettent] par ailleurs de voir si la question environnementale est un enjeu politique programmatique ou un projet de société médiatisé. » (Malibabo Lavu, 2019 : 169).

Partant de ces repères temporels, j'ai constaté autre chose à Kinshasa, lors de ma descente sur le terrain à la fin de l'année 2016 et au début de l'année 2017. J'ai remarqué que les décharges publiques étaient débordées de déchets car, selon la presse[2], depuis la fin du PARAU le 20 août 2015, les pouvoirs publics ne géraient que 10 % de 7000 tonnes de déchets produits chaque jour à Kinshasa. L'insalubrité qui s'en est suivi a fait l'objet de quelques reportages journalistiques de la presse quotidienne. Ce sont ces reportages que j'analyse dans ma thèse ainsi que les interviews que j'ai réalisées avec 24 journalistes fin 2016 – début 2017 sur les conditions socioprofessionnelles de production de ces reportages.

Au cours de l'analyse croisée desdits reportages et interviews, j'ai constaté notamment l'uniformité de leur contenu narratif et la centralité de trois acteurs dans le « *parcours génératif de signification* » (Everaert-Desmedt, 2007 : 83) des faits rapportés par la presse. Ces acteurs sont la population, les pouvoirs publics et le journaliste.

Étant inédit jusqu'alors au regard de la littérature existante sur le journalisme, du moins en langue française et particulièrement en RDC (Kayan 2018, Fierens 2017, Frère 2005, et bien d'autres), le constat de l'uniformité du contenu narratif des reportages et des interviews m'avait poussé en 2019 à approfondir l'analyse pour en savoir plus et voir comment cette ressemblance se matérialise dans le processus de construction du sens (Malibabo Lavu, 2019).

Pour le moment, je m'intéresse au triptyque population – pouvoirs publics – journaliste, étant donné qu'il me paraît comme un élément central du mécanisme de construction de sens des informations journalistiques dédiées entre autres à l'insalubrité publique à Kinshasa.

2 Il s'agit notamment des journaux Le Potentiel du 11 février 2016, La Référence Plus du 12 février 2016, Le Potentiel du 13 mai 2016, Le Palmarès du 16 mai 2016.

Problématique et objet d'étude

En RDC, les rapports entre la société et l'environnement sont juridiquement réglementés. À titre d'exemple, je peux citer l'article 53 de la Constitution de la RDC. Il établit le devoir des pouvoirs publics de garantir à chaque personne un environnement assaini et propice à son épanouissement et le droit de chaque Congolais de défendre son environnement. La loi-cadre n°11/009 du 11 juillet 2011 définit les principes fondamentaux relatifs à la protection de l'environnement. L'arrêté n°SC/088 du 10 mai 2010 fait état des mesures collectives d'assainissement de la ville de Kinshasa. L'arrêté n°SC/073/BGV/COJU/LP/05 du 22 avril 2005 établit les mesures d'assainissement et de salubrité publique dans la ville de Kinshasa. L'arrêté interdépartemental n°120-89 du 6 septembre 1989 indique les mesures de protection de salubrité publique des villes, centres urbains, commerciaux, industriels, agricoles, miniers et des agglomérations rurales.

En dépit de toutes ces lois, « la violence contre la nature » (Tebangasa, in : Elongo, *et al.*, 2016 : 60) continue à Kinshasa :

« On assiste à une destruction systématique de l'environnement ; des espaces verts deviennent des terrasses, des restaurants en plein air ou même des lieux de culte. Kinshasa n'est plus Kin-la-belle, mais Kin-la-poubelle. Une petite promenade dans beaucoup de quartiers de la capitale suffit pour confirmer la nouvelle dénomination de la capitale de la RDC. Les déchets ménagers abandonnés dans des coins des rues ou avenues ou jetés dans les rivières Kalamu ou N'Djili. Tous ces déchets abandonnés produisent du CO_2, gaz à effet de serre qui reste accumulé dans l'atmosphère et qui détruit la couche d'ozone. Tout cela constitue des actes de violence contre la nature. » (Tebangasa, 2016 : 61)

Pour sa part, la presse quotidienne, autant que la radio et la télévision, décrie l'insalubrité publique à Kinshasa et invite principalement les pouvoirs publics et la population à assainir l'environnement urbain. Je m'intéresse particulièrement aux reportages de la presse quotidienne sur la gestion urbaine des déchets à Kinshasa, étant donné que leurs archives sont accessibles par rapport à celles de l'audiovisuel.

En matière d'analyse de discours de la presse, comme c'est le cas ici, les reportages en question font partie du discours journalistique (Ringoot, 2012) qu'il ne faut pas confondre avec le discours des journalistes (Ringoot 2012). Celui-ci inclut les déclarations des journalistes sur les conditions socioprofessionnelles de production de ces reportages et m'intéresse autant que ces derniers. Je me propose d'analyser ces deux types de discours de la presse quotidienne de Kinshasa compte tenu d'une exigence de l'épistémologie constructiviste dans laquelle j'inscris cette étude et sur laquelle je reviens ci-dessous. Je veux les scruter comme des récits[3] (Grevisse, 2008), c'est-à-dire comme des représentations de faits ou d'événements « d'un état antérieur à un état ultérieur opéré à l'aide d'un faire » (Adam, 1987 : 10). Dans tous les cas, la question fondamentale de la présente étude est la suivante : dans ses récits sur le problème de gestion urbaine des déchets à Kinshasa, comment le journaliste (y compris la presse quotidienne) se positionne-t-il par rapport ce problème ?

3 Bien qu'ils soient théoriquement différents, le discours et le récit sont les deux modes d'expression que l'on utilise alternativement dans un texte (cf. Dubois et al., 1973). Mais, pour le besoin d'analyse, l'analyste est invité à préciser sous quel mode il analyse le texte : l'analyse-t-il comme un récit ou comme un discours ?

Pour bien appréhender le positionnement du journaliste par rapport à un tel sujet d'importance sociale, il vaut mieux s'intéresser aussi aux positionnements d'autres acteurs concernés par ce sujet, en l'occurrence la population et les pouvoirs publics.

Cadre théorique

Comme dans le cas de mon étude de 2019, du point de vue du cadre théorique, je m'appuie ici sur la sémiotique, définie comme une « *discipline qui analyse les signes, les systèmes de signes (...) et la production de sens.* » (Catellani, in : Libaert, 2016 : 77). Je me base essentiellement sur le niveau narratif du « *parcours génératif de signification* » (Everaert-Desmedt, 2007 : 83) pour appréhender le mécanisme de construction de sens au travers de la confrontation de deux types de discours de la presse dédiés à la gestion urbaine des déchets à Kinshasa.

Perspective épistémologique

En se focalisant sur ces deux discours, l'étude se conforme à une exigence de l'épistémologie constructiviste (Thietart *et al*., 2014 ; Le Moigne, 2007 ; Razmig Keucheyan, 2007) en matière d'analyse des médias. Il s'agit de considérer les conditions de production médiatique pour comprendre de quelles manières les médias construisent les représentations des réalités sociales dont ils parlent (Lits, 2008). En ce qui me concerne, c'est du point de vue de la narration des journalistes que je cherche à appréhender leurs conditions de production et, de là, à cerner le positionnement du journalise par rapport à la population et aux pouvoirs publics en matière de gestion urbaine des déchets à Kinshasa. En d'autres termes, je ne m'intéresse ni au point de vue des pouvoirs publics sur la gestion urbaine des déchets, ni aux regards d'autres acteurs concernés par la même gestion. Mon attention porte exclusivement sur la perception et les représentations du journaliste relatives à cette gestion et aux interactions entre les acteurs qu'elle implique. Ce qui inscrit davantage l'étude dans le paradigme interprétativiste (Allard- Poesi et Maréchal, 2014).

Bien qu'elle soit proche d'une analyse de l'« écosystème médiatique » (Sonnac, 2013 : 1) des médias congolais, ma présente communication n'a pas cette prétention et ne relève pas de cette perspective étant donné ce qui précède.

Corpus d'analyse

Le corpus que j'analyse ici est extrait de ma thèse. Il est constitué de 127 reportages, dont 42 de 2011 et 85 de 2016, et de 24 entretiens semi-directifs de 71, 41 minutes en moyenne par journaliste. Pour ne pas casser le rythme de la lecture du présent texte, la liste de ces reportages n'est pas reprise ici, elle est disponible à la demande du lecteur, dans l'unique but de vérifier l'exactitude de mes propos. Le moins que je puisse dire sur cette liste maintenant c'est qu'elle a été générée automatiquement à l'aide de la commande dir de Windows. Cette commande a été appliquée à un fichier zip comprenant tous les reportages sélectionnés pour ma thèse

et initialement regroupés dans deux dossiers, l'un de 2011 et l'autre de 2016. Le résultat obtenu à partir de cette commande a été légèrement toiletté pour faciliter sa lecture chronologique.

La liste en question reprend le nom de chaque signataire d'article analysé, suivi de nom du journal dans lequel cet article est publié et de sa date de publication. Pour chaque article, j'aurais bien voulu indiquer le titre complet et la page. Mais, techniquement ce n'est pas possible vu que les titres de certains d'entre eux sont plus longs et ne pouvaient pas suffire dans la case prévue pour insérer le titre d'un fichier.

Le sigle DP qui revient plusieurs fois sur cette liste, signifie directeur de publication. C'est moi qui l'ai ajouté pour tous les articles qui ne sont pas nommément signés par un journaliste. La raison en est que tous ces articles sont sous la responsabilité directe des directeurs de publication des journaux concernés, conformément à la loi n°96/002 du 22 juin 1996 qui fixe les modalités de l'exercice de la liberté de la presse en RDC.

Les reportages ainsi présentés, autant que tout le reste que j'ai analysé dans le cadre de ma thèse, ont été collectés à Kinshasa entre la fin de l'année 2016 et le début de l'année 2017. Ce travail de terrain s'était déroulé dans un climat de tension qui caractérisait la ville et dans une atmosphère de méfiance qui régnait au sein des rédactions. Dans ce contexte, l'accès à tous les journaux n'était pas facile. En plus, vu le désordre qui régnait dans les archives de certaines rédactions, il était aussi difficile de retrouver tous les numéros des journaux publiés en 2011. C'est ainsi que les reportages de cette année sont moins nombreux que ceux de 2016.

Quant aux entretiens semi-directifs réalisés avec 24 journalistes, ils se sont déroulés dans la même période et dans les mêmes conditions de tension dans la ville et de méfiance dans la presse. Pour bien les mener, devant chaque interviewé(e), je me servais de son (ses) reportage(s) comme supports pour lui permettre de se remémorer les conditions dans lesquelles il/elle a produit ce(s) texte(s). En soi, chaque entretien portait sur les quatre thèmes suivants : (1) les motivations des journalistes à écrire sur la gestion des déchets ; (2) les expériences des journalistes en matière d'environnement ; (3) les objectifs poursuivis via leurs articles sur la gestion des déchets ; (4) les contraintes et dangers encourus dans la production de ces articles. En plus de me renseigner sur les conditions de production des reportages analysés, les entretiens réalisés permettent de croiser les résultats de leur analyse avec ceux des reportages et de mieux cerner la position du journaliste par rapport au problème de gestion des déchets à Kinshasa.

Cadre méthodologique de l'étude

L'outil méthodologique qui me permet d'analyser le corpus de reportages et de déclarations de leurs auteurs relève de la sémiotique narrative de Greimas (1976) et s'applique de la même manière sur les deux parties de mon corpus. Concrètement, elle consiste en l'application des catégories du schéma actantiel (Everaert-Desmedt, 2007 ; Greimas, 1976) dans les deux types de récit. Le but visé ici est de repérer les différentes positions du journaliste (y compris de la presse) dans les schémas actantiels des récits analysés et de cerner le processus de construction du sens à travers les tensions qui dérivent des relations entre les personnages mis en scène dans ces récits.

L'application du schéma actantiel se fait suivant ses trois axes : l'axe de communication, qui relie le destinateur (D1) et le destinataire (D2) ; l'axe de désir, qui relie le sujet (S) et l'objet (O) ; l'axe de pouvoir, qui

concerne l'adjuvant (Adj) et l'opposant (Opp). Tous ceux-ci sont des actants et non des acteurs. Ils sont désignés du point de vue de leurs rôles narratifs et des relations qu'ils ont les uns avec les autres dans les récits. Le destinateur est lui-même sujet d'état (conjonctif ou disjonctif). Il communique l'objet au destinataire sur le plan cognitif de façon que « le destinataire se transforme en sujet opérateur et se mette en quête de l'objet » (Everaert-Desmedt, 2007 : 46). Représentant des valeurs mises en jeu dans l'» univers sémantique » du récit, il est le sujet judicateur, dans la mesure où il peut juger l'action réalisée par le sujet opérateur. Le sujet est à la recherche d'un objet dans un récit. Il est aussi nommé sujet opérateur pour le distinguer de sujet d'état et de sujet judicateur sus-évoqué. L'objet est ce qu'un sujet cherche à obtenir. Il est aussi nommé objet de valeur, à la différence de l'objet d'usage qui permet au sujet d'atteindre son but principal. L'adjuvant donne du pouvoir au sujet, tandis que l'opposant lui fait obstacle.

Résultats de l'analyse

À l'issue de l'analyse narrative du corpus, je dispose d'un graphique qui, extrait de ma thèse et repris ci-dessous, permet de visualiser la position du journaliste (y compris de la presse) par rapport au problème de gestion urbaine des déchets à Kinshasa et celui de l'insalubrité qui en découle. Ce graphique représente aussi les rôles actantiels attribués à d'autres acteurs et, de ce fait, permet de mieux appréhender le positionnement du journaliste. Parmi ces acteurs, je m'intéresse en particulier à la population et aux pouvoirs publics, vu qu'ils sont les plus saillants de tous les acteurs et sont présentés comme les principaux personnages des récits de l'insalubrité publique à Kinshasa.

Intitulé schéma narratif global des récits de l'insalubrité, le graphique en question est généré automatiquement par Excel. Son fond est noir afin de mieux ressortir ses données. L'axe des ordonnées de ce graphique reprend les noms des différents acteurs identifiés dans les récits analysés. Sur son axe des abscisses sont mentionnés les rôles actantiels attribués à ces acteurs. À chaque rôle correspond une couleur spécifique. Il y a 10 barres horizontales grises qui séparent les actants et servent d'échelle par rapport à laquelle la fréquence de chaque rôle actantiel est déterminée. Chaque barre représente la somme de 117 schémas narratifs, dont 108 extraits des reportages journalistiques et 9 des interviews. Ce graphique se présente de la manière suivante :

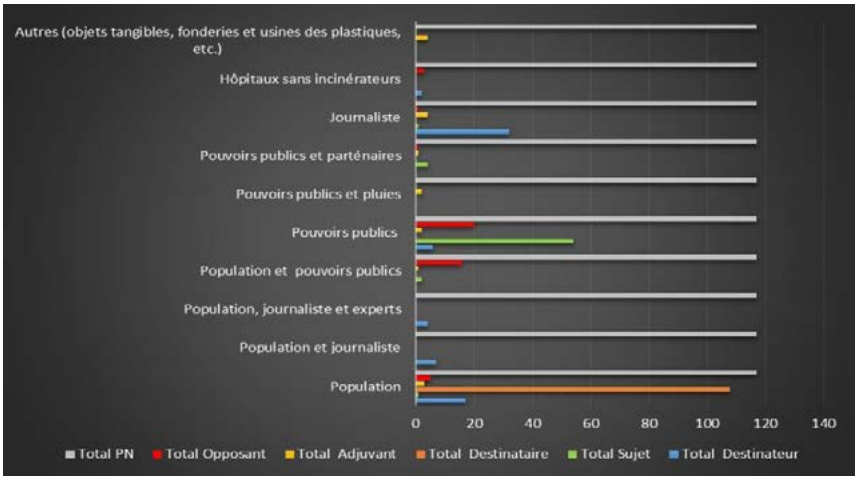


Figure 1 :schéma narratif global des récits de l'insalubrité (extrait de ma thèse)

À la lumière de ce graphique, voyons de plus près ce qu'il en est des positionnements du journaliste, de la population et des pouvoirs publics par rapport à la problématique de gestion urbaine des déchets à Kinshasa. Pour cela, je scrute chacun d'entre eux dans ses rôles actantiels. Ce travail commence par le journaliste. Il se poursuit avec la population et se termine par les pouvoirs publics.

Le journaliste dans ses rôles actantiels

Le rôle principal du journaliste dans les récits analysés est celui du destinateur. En tant que tel, il se retrouve avant tout dans une situation de manque, selon les quatre cas de figure ci-après. Primo, il lui manque la salubrité publique, dans la mesure où son environnement est jonché de déchets et les décharges publiques débordantes ne sont pas régulièrement évacués. Secundo, il se heurte à une mauvaise habitude socialement rependue, celle de polluer l'environnement urbain. Tertio, dans les marchés qu'il fréquente, les nourritures sont vendues dans la crasse. Quarto, il est dépourvu d'installations sanitaires dignes de ce nom. A titre d'exemple, voici l'extrait de cet article de 2011 dans lequel le journaliste constate l'insalubrité dans le principal marché de Kinshasa, relève ses conséquences sanitaires et demande aux pouvoirs publics d'agir pour assainir l'environnement insalubre :

> « L'insalubrité se porte bien au marché central de Kinshasa. Cette insalubrité constitue un agent causal de plusieurs maladies des mains sales enregistrées dans ce site […]. Dans ce cas, le gouvernement et les bourgmestres sont censés engagés des ouvriers pour exécuter les travaux. » (*La Prospérité,* 15 avril 2011 : 5)

En se profilant comme destinateur, le journaliste s'attribue un rôle « très important parmi les relations actantielles, car c'est lui qui provoque […] l'action du sujet opérateur. C'est aussi lui qui représente les valeurs en jeu dans l'univers sémantique concerné (dans le récit). » (Everaert- Desmedt, 2007 : 47). La vie est la valeur fondamentale mise en jeu dans les récits analysés, car tous ces récits tournent au tour de la nécessité de la protéger contre les maladies dues à l'insalubrité publique et les risques d'en mourir. De façon quasi-systématique, au problème d'insalubrité dû à la gestion défaillante des déchets est liée l'idée des maladies, telles que la typhoïde, le choléra et le paludisme. C'est pour éviter ces maladies que le journaliste, en tant que destinateur, demande entre autres aux pouvoirs publics d'assainir l'environnement urbain. En voici un exemple dans l'extrait de cet article de 2016 :

> « L'appel est encore lancé aux autorités de la ville de dépêcher vite leurs équipes pour dégager ces immondices qui risquent de causer des maladies à la population. » (*La Tempête des Tropiques,* 14 novembre 2016 : 9).

Dans sa position de destinateur, le journaliste s'octroie le statut d'un « sujet judicateur » (Everaert-Desmedt, 2007 : 47). Car, dans cette position, il s'offre la possibilité de « juger l'action accomplie par le sujet opérateur » (Everaert-Desmedt, 2007 : 47), rôle attribué surtout aux pouvoirs publics. Le journaliste se renforce dans sa position de destinateur en présentant la presse quotidienne « comme une tour de garde qui alerte l'opinion sur le danger » (*L'Avenir*, 13 juillet 2016 : 5) de l'insalubrité grandissante à Kinshasa. Dans cette presse, il se considère comme un sonneur d'alarme, un sensibilisateur.

Dans une étude sur le journalisme narratif et la culture écologique en RDC, Tebangasa (2016) ne semble pas reconnaître au journaliste le rôle de sonneur d'alarme. La preuve en est que Tebangasa demande au journaliste de prendre le temps de descendre sur le terrain pour réaliser des reportages et des interviews qui démontrent comment les Kinois détruisent l'environnement et les amènent à se rendre compte de « la violence faite contre la nature à Kinshasa. » (Tebangasa, 2016 : 65). Tebangasa n'aurait pas demandé un tel travail au journaliste s'il le considérait dès le départ comme un sonneur d'alarme en matière de gestion des déchets notamment. Pungi (in : Elongo, *et al.*, 2016 : 67-76) ne partage pas totalement le point de vue de Tebangasa. Dans une étude sur les perceptions des émissions télévisuelles consacrées à l'environnement à Kinshasa, Pungi (2016) admet que ces émissions (y compris le journaliste) sensibilisent les Kinois à la protection de l'environnement. Il précise que, si cette sensibilisation n'aboutit pas encore à la salubrité de l'environnement urbain, c'est à cause notamment des défaillances du dispositif de communication mis en place et de certains obstacles d'ordre culturel (Pungi, 2016).

En plus de son rôle de destinateur, le journaliste se présente aussi comme sujet opérateur, mais uniquement en 2016 et dans les interviews. Dans ce rôle, il procède de deux manières. Dans un cas, son objet de valeur est de sensibiliser les pouvoirs publics et la population à la salubrité des places publiques. Pour cela, il se sert de l'information qu'il publie comme un objet d'usage. Dans l'autre cas, en tant que sujet, le journaliste s'investie lui-même dans l'assainissement de son milieu de vie.

Le journaliste joue aussi à l'adjuvant et à l'opposant. En tant qu'adjuvant, il soutient notamment la réhabilitation d'une route défoncée et insalubre en 2016. Il s'agit de l'avenue Nguma, dont la réparation est présentée par le journaliste comme un « soutien à la modernisation de la ville de Kinshasa. » (*L'Avenir,* 22 avril 2016 : 7) Il se positionne comme opposant au cas où la population, principalement, obstrue les caniveaux ou les cours d'eau (*Forum des As,* 13 octobre 2011 : 5).

La population dans ses rôles actantiels

Population dans les axes de communication et de désir

En plus d'être l'unique destinataire, la population émerge aussi comme un destinateur. En tant que telle, elle est en manque de poubelles publiques et de salubrité dans les marchés, les communes, les universités, les hôpitaux, les routes, les places publiques, les caniveaux et les rivières. Du fait qu'elle ne dispose pas de poubelles publiques, la population se permet de jeter ses déchets dans les caniveaux et les rivières et attend que ces derniers soient curés par les pouvoirs publics (*La Référence Plus*, 25 avril 2011 : 12). Parfois, la population s'engage elle- même dans la recherche de la salubrité (*La Prospérité,* 06 décembre 2016 : 9).

Population dans l'axe de pouvoir

La population joue également le rôle d'adjuvant. Dans ce rôle, elle paye l'accès aux latrines des marchés pour soutenir financièrement leur entretien, se construit des toilettes pour suppléer à l'insuffisance de celles des marchés, contribue à l'assainissement de son milieu et entasse ses déchets dans un endroit sûr avant de les évacuer, aide à évacuer les eaux stagnantes dans les allées du marché central de Kinshasa, soutient la réhabilitation des routes défoncées et insalubres (*L'Avenir*, 22 juillet 2016 : 8).

La population est aussi esquissée comme un opposant. Deux cas de figure se présentent à ce niveau. Dans un cas, elle s'oppose à l'aggravation de l'insalubrité et à ses conséquences sur la mobilité des personnes. Tel est le cas des jeunes gens opposé à l'insalubrité qui paralysent la mobilité des personnes au marché principal de Kinshasa et créent des passerelles pour faciliter cette mobilité (*La Prospérité,* 10 mars 2016 : 8).

Dans l'autre cas, la population s'oppose à la salubrité publique lorsqu'elle jette ses déchets partout et n'entretient ni les marchés, ni les latrines, ni les rues (*Le Palmarès*, 6 avril 2011 : 9).

À présent, voyons ce qu'il en est des pouvoirs publics.

Les pouvoirs publics dans leurs rôles actantiels

Pouvoirs publics dans les axes de désir et de communication

Dans leur rôle de destinateur, le journaliste et la population attribue le rôle de sujet aux pouvoirs publics. Ce qui revient à dire que, dans les récits analysés, la charge d'assurer la gestion urbaine des déchets revient principalement aux pouvoirs publics. Mais, dans tous les cas, ces pouvoirs sont disjoints de leur objet de valeur, qui consiste à assainir l'environnement urbain. Pour réaliser leur mission, les pouvoirs publics recourent parfois à des objets d'usage. Par exemple, pour assurer la salubrité publique en 2011, le gouverneur de la ville de Kinshasa a interdit la vente et la consommation d'eau en sachet, présenté dans les récits comme l'une des causes de l'insalubrité à Kinshasa, et a demandé à la police de traquer les vendeurs de cette eau (*La Prospérité,* 27 avril 2011 : 3).

Les pouvoirs publics émergent aussi comme des destinateurs. Ce rôle est notamment attribué à Mobutu, ancien président de la RDC, alors Zaïre, et instaurateur de travail hebdomadaire et collectif d'assainissement urbain, dénommé *salongo* (cf. interview enregistrée à Kinshasa le 9 janvier 2017). Le rôle de destinateur revient également aux actants comme les députés nationaux Jean-Lucien Busa et Martin Fayulu qui, dans les reportages de 2016, sont préoccupés par la sordidité de l'environnement dans lequel vivent les Congolais refoulés de Brazzaville (*Le Palmarès,* 07 avril 2016 : 3)

Pouvoirs publics dans l'axe de pouvoir

Dans les récits analysés, les pouvoirs publics sont aussi esquissés comme l'opposant principal. Deux cas de figure se présentent ici. Dans un cas, ils s'opposent à tout ce qui concourt à l'insalubrité. En 2011 par exemple, l'autorité urbaine de Kinshasa s'oppose à l'insalubrité en interdisant à la population d'utiliser les sachets et bouteilles en plastique qu'elle jette après usage dans les caniveaux et les cours d'eau. Dans l'autre cas, les pouvoirs publics font obstruction à la salubrité. En 2016 par exemple, ils n'aident pas ceux qui assainissent l'environnement, ils ne payent pas non plus les salaires des agents d'assainissement des marchés et, de ce fait, les démotivent.

Enfin, les pouvoirs publics apparaissent également comme adjuvant. Comme dans leur rôle d'opposant, ils se retrouvent aussi ici dans deux cas. Dans un cas, ils concourent à la salubrité publique. En 2011 par exemple, ils contribuent à la salubrité en rémunérant les jeunes engagés à cette fin. Dans l'autre cas, ils appuient le processus créatif de l'insalubrité. Dans les interviews par exemple, les pouvoirs publics facilitent la tâche à

la population qui jette ses déchets partout, y compris dans les rivières et les caniveaux. Ce dans la mesure où ils n'installent pas assez des poubelles publiques dans lesquelles la population peut jeter ses déchets.

Conclusion

En jouant principalement le rôle de destinateur dans les reportages et les interviews analysés, le journaliste se positionne comme le représentant de la valeur de vie qui est au cœur de ces récits. Au sein de la presse quotidienne qu'il présente comme une tour de garde, il tire la sonnette d'alarme et se positionne comme le sujet judicateur de ceux qui sont chargés d'assurer la salubrité publique et, de ce fait, de protéger la vie contre les maladies dues à l'insalubrité et les risques d'en mourir. Même quand il joue le rôle d'opposant dans un récit, c'est toujours en vue de contribuer à l'assainissement de l'environnement et de protéger la vie. Sa position de veilleur à la salubrité prend tout son sens par rapport à celles des pouvoirs publics et de la population qui, en tant qu'opposants, n'aident pas à la bonne gestion urbaine des déchets.

Références bibliographiques

Adam J.-M. (1987). *Le récit.* Paris, PUF.

Allard-Poesi F. & Maréchal G. (2014 [1999]). Construction de l'objet de recherche. Thietart R.-A. et al. *Méthodes de recherche en management.* Paris, Dunod, p. 47-75.

Catellani A. (2016). Sémiotique de la communication environnementale. Libaert, T. (dir.). *La communication environnementale*. Paris, Editions CNRS, p. 77-93.

Everaert-Desmedt N. (2007). *Sémiotique du récit*. Bruxelles, De Boeck-Wesmael.

Frère M.-S. (2007). Les médias au Congo : un « pluralisme quantitatif ». *Africultures*, n° 71, p. 56-57.

Le Moigne J.-L. (2007). *Les épistémologies constructivistes*. Paris, PUF.

Lits M. (2008). *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles, De Boeck Université.

Malibabo Lavu P. (2019). L'« assainissement urbain », un lieu d'effacement des clivages à Kinshasa ? *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 8, n° 2 - 2019, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro. URL: http://www.surlejournalisme.com/re.

Pungi L. J. (2016). Les medias et l'éco-communication à Kinshasa. Perceptions des émissions télévisuelles relatives à l'environnement. Elongo *et. al.* (Eds). *La communication environnementale dans les pays en voie de développement. Enjeux – modèles – applications*. Kinshasa : Université de Kinshasa, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Département des Sciences de l'Information et de la Communication, p. 67 - 76.

Razmig Keucheyan (2007). *Le constructivisme* : *des origines à nos jours*, Paris, Hermann.

Ringoot R. (2012). *Analyser le discours de presse*. Paris, Armand Colin.

Sonnac N. (2013). L'écosystème des médias : Les enjeux socioéconomiques d'une interaction entre deux marchés. *Communication* [En ligne], Vol. 32/2, URL : http://journals.openedition.org/communication/5030.

Tebangasa Apala D. (2016). Le journalisme narratif et la culture écologique pour une information efficace. Elongo et. al. (Eds). *La communication environnementale dans les pays en voie de développement. Enjeux – modèles – applications*. Kinshasa : Université de Kinshasa, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Département des Sciences de l'Information et de la Communication, p. 56-66.

Thietart, R.-A., *et al.*, 2014 (1999). *Méthodes de recherche en management*. Paris, Dunod.

Les reconfigurations éditoriales du territoire par la presse quotidienne régionale à l'heure du numérique et des nouvelles mobilités

How French daily regional press reconfigures its editorial perception of local territory because of digital mutations and new local movements

Alexandre Joux,
IMSIC, Aix-Marseille Univ., Université de Toulon, Marseille,
alexandre.joux@univ-amu.fr

Pauline Amiel,
IMSIC, Aix-Marseille Univ., Université de Toulon, Marseille,
pauline.amiel@univ-amu.fr

Mots-clés : PQR, managers de presse, territoire, mobilités

Keywords: Daily regional press, territory, press managers, movements

Résumé :

La presse quotidienne régionale (PQR) est en pleine mutation pour répondre aux contraintes économiques et aux attentes de publics locaux changeants. Les managers des groupes de presse engagent certaines stratégies de diversification des activités pour s'adapter aux nouvelles mobilités et à la façon dont sont perçus les clients sur les territoires. Aux groupes Nice-Matin, La Provence et La Dépêche, les responsables envisagent aussi des projets éditoriaux pour tenter de conquérir d'autres publics.

Abstract:

French daily regional press tries to adapt to new economical obligations and to respond to changing public. Local press groups managers attempt to diversify activities to attract different clients. In Nice-Matin, La Provence and la Dépêche groups, managers reconsider editorial projects and try to conquer other publics.

Les reconfigurations éditoriales du territoire par la presse quotidienne régionale à l'heure du numérique et des nouvelles mobilités

Alexandre Joux, Pauline Amiel

Le rapport des médias de presse locale à leur territoire de publication est un sujet de recherche pour les SIC depuis les années 1980. Les circulations des populations dans ces espaces, les mutations des relations sociales mais aussi l'émergence du numérique dans ce secteur (Damian, Ringoot, *et al*, 2002) et la « déterritorialisation » de l'information par le web (Bousquet, Smyrnaios, 2013) ont transformé le rapport que la presse quotidienne régionale (PQR) établit avec son territoire. Les médias locaux tentent de s'adapter et reconfigurent pour partie leur mise en sens de l'information locale. Ils renouvellent la grille de lecture éditoriale des territoires qu'ils couvrent, procédant même parfois à des redécoupages entre titres en fonction de l'évolution démographique et de l'émergence de mobilités nouvelles : la carte de l'information s'adapte ainsi à un territoire qu'elle définit en creux.

En tant qu'espace de « sens donné par le lien inscrit dans le lieu » (Boure, Lefebvre, 2000), le territoire apparaît traditionnellement comme construit – pour partie – par la PQR (Paillart, 1993). Sans cesse en mouvement, ses frontières ne sont délimitées ni géographiquement ni institutionnellement. Le territoire prend avant tout sa cohérence dans les interactions des usagers de cet espace qu'ils soient habitants, acteurs économiques, politiques, médiatiques ou encore institutionnels. Le territoire semble alors construit par des caractéristiques identitaires déterminées et propres qui sont nécessaires à sa définition mais pas suffisantes. Le territoire est par ailleurs une unité de sens imbriquée dans un ensemble qui la dépasse et avec lequel il entretient des interactions. A l'opposé, dans chaque territoire, des espaces publics locaux de taille inférieure (car constitués d'un nombre moins important d'usagers, d'interactions et de sens qui créent l'unité) ainsi que des communautés vont exercer leur influence. Au-delà de l'espace physique, le territoire est avant tout une construction mentale forte et déterminante pour chacun de ses usagers. Ceux-ci, qu'ils soient individuels ou institutionnels, animent ce territoire par leurs actions. En effet, le territoire n'apparaît jamais comme figé et son image comme ses usagers sont en perpétuel mouvement.

La PQR au défi de territoires en mouvement

La PQR, acteur traditionnel des territoires, en situation de quasi-monopole dans la plupart des départements français, se base sur la proximité pour construire sa proposition éditoriale (Ringoot, Rochard, 2005). Elle propose une représentation du territoire qui doit correspondre aux attentes des acteurs institutionnels comme du public local. La hiérarchisation de l'information à partir de la perception du territoire qu'ont les journalistes localiers et de leur volonté d'être proches des préoccupations de leur lectorat apparait aujourd'hui confrontée aux mutations en cours et aux nouvelles mobilités des habitants. La proximité est devenue le maître-mot au sein des rédactions mais aussi des autres services quand les groupes de presse sont diversi-

fiés. Elle est toutefois travaillée par les nouvelles mobilités qui installent une relative ubiquité du lectorat, entre lieu de vie et lieu de travail, avec tous les espaces urbains ou ruraux traversés quotidiennement entre ces deux. Par ailleurs le lectorat peut être constitué en partie de nouveaux habitants. Aussi la presse locale doit-elle s'adapter à des sociétés contemporaines de moins en moins attachées au territoire (Le Bart, Lefebre, 2005) ou de manière différente. Les structurations traditionnelles de l'information locale sont alors repensées pour correspondre au mieux aux attentes supposées des lecteurs. Les journalistes localiers doivent répondre à de nouveaux rôles, en plus de leurs fonctions classiques en PQR de structuration de l'espace public local (Ballarini, 2008). Invités à devenir animateurs de communautés locales ou encore à identifier les services à rendre aux clients du groupe, ils participent à cette reconstruction de l'offre éditoriale (Amiel, 2017). Au-delà de la rédaction, la mutation des groupes de presse quotidienne régionale, pour l'essentiel diversifiés dans les secteurs de la communication ou de l'évènementiel, engage tous les services à repenser les liens avec les acteurs du territoire. Dans un contexte de « différenciation territoriale » (Noyer, Paillart, Raoul, 2013), ces évolutions permettent de réfléchir les mouvements du monde social, des relations aux médias, dans un espace public local. Un déplacement s'opère également en fonction des évolutions de la gestion du local marquée par la performance et le marketing (Croissant, Toullec, 2011) qui incitent les médias locaux à réévaluer leurs rôles traditionnels et l'image du territoire qu'ils participent à construire.

Corpus et problématique

Dans cet article, nous interrogeons les rapports entre la carte de l'information locale, construite par la PQR, et le territoire de presse, sur lequel elle diffuse ses publications et propose ses services. Plus particulièrement, nous souhaitons comprendre comment les dirigeants de presse quotidienne régionale reconstruisent l'offre éditoriale par rapport à son territoire et repensent le rapport entre leur groupe de presse et ses différents clients (lecteurs mais aussi institutions, entreprises, etc.).

D'une part, il nous semble que les nouvelles modalités de circulation, les évolutions des cadres de vie et les recompositions des usagers du local ont encouragé les groupes de PQR à repenser leur offre éditoriale et leur perception des publics. D'autre part, nous postulons que ces mutations engagent également des changements dans la stratégie globale des groupes de PQR, au-delà de la construction éditoriale. Les rapports traditionnels entre territoire et PQR s'en trouvent modifiés.

Pour répondre à ces interrogations, nous avons opté pour des entretiens semi-directifs (Kaufmann, 1996 ; Atkinson, 1998) avec ceux qui, au sein des groupes de PQR, décident de leur stratégie, tant du point de vue du modèle économique que de l'offre éditoriale, à savoir les directeurs généraux, les directeurs du marketing ou des régies, enfin les directeurs des rédactions et les rédacteurs en chef. Le terrain reste toutefois circonscrit au sud de la France avec trois groupes de presse objet de notre enquête : La Provence, Nice-Matin et La Dépêche, soit un territoire qui, de la frontière italienne, va jusqu'en Occitanie. Ont été interrogés neuf directeurs de ces groupes entre novembre 2018 et mai 2019. L'objectif de ces entretiens, d'une heure au moins, était d'appréhender les représentations des dirigeants qui sont mobilisées dans la prise de décision stratégique, ces représentations portant notamment sur les rapports entre offre éditoriale et territoire local de presse, ainsi que sur la perception des différentes activités du groupe et la place de l'éditorial dans la straté-

gie. Ce groupe social a encore été peu étudié, ce qui contribue à l'originalité de la démarche pour comprendre les évolutions des groupes de presse (Sedel, 2019).

Par ailleurs, nous avons utilisé les analyses statistiques de l'Insee Provence-Alpes-Côte d'Azur, publiées en 2017 dans le n° 43 de la revue *Insee Analyses* sur la qualité de vie en région PACA. Le travail d'enquête mené par l'institut permet de montrer les territoires, les dynamiques ainsi que la qualité de vie en tant que moteur de mouvements des populations. Nous nous sommes servis de ces données statistiques pour les comparer aux discours des managers de presse. Cela nous a permis de comprendre si les offres éditoriales et les stratégies globales des groupes de PQR de la région correspondaient aux réalités observées par l'Insee.

Notre méthodologie se réfère à la théorie ancrée (Glaser & Strauss, 2010) dont l'un des grands principes est de spécifier progressivement la recherche à partir des éléments recueillis sur le terrain, dans une approche itérative. Les premiers entretiens nous ont ainsi conduits à retravailler notre cadre théorique et nos hypothèses de travail. Nous situons par ailleurs notre travail dans un perspective comparatiste (Vigour, 2005) qui nous permet d'étendre notre champ d'observation. S'ajoutent aux éléments de discours recueillis un travail de documentation sur la stratégie des groupes étudiés et sur les projets éditoriaux qu'ils ont initié. Cette documentation nous permet d'élargir notre approche et de comparer les discours recueillis aux productions constatées.

Une approche différenciée des territoires liée à la stratégie des groupes

Selon les dirigeants interrogés, l'articulation de la stratégie du groupe à la représentation qu'ils se font du territoire va déterminer en partie certains choix organisationnels structurants. Trois tendances se dessinent avec, premièrement, une mission d'intérêt général de la presse dans les territoires où elle opère ; deuxièmement, des stratégies qui s'alignent sur les dynamiques socioéconomiques du territoire ; troisièmement, une volonté pour la presse de participer à la construction du territoire quitte à en redéfinir les frontières.

La première tendance est incarnée par le groupe La Dépêche mais des propos à la tonalité identique sont tenus également par certains des journalistes de *La Provence*. Ici, la stratégie du groupe repose sur un ancrage territorial historique qui conduit à assumer un certain émiettement des moyens afin de garantir la proximité, le rapport au terrain et à ses acteurs, au détriment parfois de la rentabilité du groupe. Ainsi, à *La Dépêche du Midi*, les éditions à faible tirage sont données en exemple et présentées comme le dernier lien avec l'extérieur après la fermeture des services publics dans les zones rurales d'Occitanie. Dès lors, la presse locale a une mission d'intérêt général, l'information hyperlocale étant en quelque sorte sa « raison d'être » même si elle n'est pas véritablement rentable. Réalisée par des correspondants, cette information est relue dans les rédactions où le groupe *La Dépêche* cherche à mutualiser une partie de la production, notamment quand l'information porte sur l'actualité extraterritoriale, qu'il s'agisse des pages nationales ou du sport. Ici, le poids de l'histoire, et avec lui celui de la proximité, irrigue la stratégie du groupe qui a besoin de cet ancrage pour se projeter dans l'avenir. En effet, le groupe La Dépêche, à l'instar des groupes Nice Matin et La Provence, cherche à se développer dans l'événementiel et à profiter de sa marque pour mieux s'imposer sur ce nouveau marché. Par conséquent, son ancrage territorial est une sorte d'investissement marketing, même si cet ancrage conduit à une diversification d'abord dans les grandes métropoles urbaines, Toulouse et Montpellier.

La même ambivalence se retrouve chez certains journalistes de *La Provence* qui valorisent l'information dans les territoires reculés au nom d'une mission d'intérêt général même s'ils sont par ailleurs convaincus de la nécessité de renforcer la génération de chiffre d'affaires dans les territoires métropolitains. La tension entre impératif économique et intérêt général est ainsi pointée par l'un des rédacteurs en chef interrogés :

> « *On a dix éditions aujourd'hui dont des éditions toutes petites. On a des éditions qui font 3 ou 4000 exemplaires donc qui coûtent très cher à faire. Jusqu'à quand on pourra tenir* ? *Mais le jour où on peut plus tenir, cela veut dire que sur les zones il n'y aura plus de journal. Si, ils auront une édition régionale. Mais ça veut dire que le type qui organisera quelque chose, une manifestation, qui en parlera* ? *[…] je pense qu'il y aura une réduction du débat démocratique qui sera dramatique.* »

La deuxième tendance constatée est centrale dans les choix stratégiques des groupes étudiés. Tous les dirigeants interrogés insistent sur la nécessité de développer des activités nouvelles qui s'appuient sur les évolutions démographiques et socioéconomiques des territoires qu'ils couvrent. Ici, la loi des grands nombres l'emporte qui privilégie les espaces métropolitains. Ainsi, tous les groupes étudiés misent sur la diversification, notamment dans l'événementiel.

Ils tentent aussi de se positionner sur des activités numériques nouvelles afin de moins dépendre des revenus des journaux, la PQR étant confrontée à des dynamiques négatives sur son cœur de métier depuis les années 1990 (Charon, 1996).

La diversification dans l'évènementiel va être liée, de manière récurrente, à la capacité de mobilisation de la marque de presse, utilisée comme marque-ombrelle pour se signaler sur de nouveaux marchés (Joux, 2017). Il s'agit des stratégies de *trade media* développées par la PQR pour maximiser autrement l'investissement consenti dans la rédaction. Ainsi, les groupes vont « utiliser leur expérience éditoriale, les réseaux informationnels, leur crédibilité et leur visibilité médiatiques, pour vendre d'autres types de services que ceux liés au support papier » (Damian & *alii*, 2002 : 93). Ces services sont liés au territoire parce que l'expérience éditoriale repose d'abord sur la proximité. Reste que ce type de stratégie recentre les activités des groupes sur les aires métropolitaines, là où la dynamique économique est forte. Ainsi, à Nice Matin, l'évènementiel passe par l'organisation de salons, de festivals et la création de clubs. Les salons nécessitent des locaux situés principalement sur la zone littorale quand le titre couvre pourtant toute les Alpes maritimes. Les festivals ciblent les plages donc encore le front littoral urbanisé. Quant aux clubs, inspirés du modèle des « hubs » de la Provence, ils sont là-encore urbains puisqu'ils rassemblent des décideurs. L'ancien directeur général de la SCIC de Nice Matin résume ainsi l'enjeu de cette activité nouvelle qui consiste en l'animation de communautés de décideurs afin de « monter des projets communs » au sein desquels Nice Matin a un rôle d'organisation et d'animation : « on est sur des structures qui sont liées à la rédaction, avec l'expertise de la rédaction, mais ce sont des systèmes de clubs payants qui génèrent des revenus. […] L'enjeu aujourd'hui, c'est de tirer le maximum de bénéfices de la puissance de la marque ».

Le développement de l'expertise numérique territoriale des groupes révèle la même tendance qui favorise les pôles urbains dynamiques au détriment du reste du territoire. À Nice Matin, à La Provence comme à La Dépêche, des incubateurs sont mis en place pour repérer les futures pépites du territoire et bénéficier à terme des retombées que cet accompagnement initial doit favoriser. Là encore, la géographie de ces incubateurs privilégie les centres urbains : l'incubateur de Nice Matin, Le Mas, est situé à Nice quand celui de La

Provence est à Marseille. A La Dépêche, l'approche est différente et autorise un essaimage territorial plus important. En effet, le groupe recourt au *media for equity* qui, moyennant une part de capital de la start-up, lui octroie en contrepartie des espaces publicitaires.

La diversification est ainsi, pour tous les groupes de PQR étudiés, un moyen de générer de nouveaux revenus et d'établir des relations avec des publics non nécessairement fidélisés au titre de presse (décideurs, jeunes entrepreneurs du numérique). Elle procède en revanche d'un recentrement de l'offre sur les grandes métropoles qui contraste avec la proximité revendiquée sur la totalité de la zone de diffusion des titres.

La troisième tendance constatée concerne d'abord le Groupe La Provence. Le développement de nouvelles activités transforme ici le groupe en acteur pivot pour le territoire, au point parfois d'en redéfinir les frontières. A l'instar de Nice Martin ou de La Dépêche, le Groupe la Provence a parié sur l'évènementiel. Mais il est cité en exemple par les cadres des deux autres groupes pour les performances de ses « hubs ». Un « hub » s'assimile à un club payant pour les membres qui bénéficient de l'accès à des conférences, des déjeuners, des évènements, mais aussi à un espace de communication sur les médias du groupe. L'offre éditoriale a même été repensée pour ces « hubs » avec le développement de pages dédiées à la santé, à l'économie, au tourisme. L'expertise de la rédaction sur ces verticales, le terme étant utilisé dans la presse pour désigner les offres thématiques au sein de titres généralistes, renforce ainsi l'intérêt des hubs qui deviennent un lieu d'échanges et de réseautage entre personnes informées sur le territoire. À travers ses hubs, le Groupe La Provence devient alors un levier du développement économique du territoire et élargit son audience en attirant à lui des publics plus haut de gamme qui n'auraient pas lu la presse locale pour leurs affaires. C'est ce qu'indique le directeur général adjoint du groupe : « Quand on fait les Trophées de l'éco, avec les 300 plus grosses boîtes de Marseille, le lendemain, on a un pic de CSP+. Et c'est nouveau ». Cette dynamique autour du « hub éco » ou encore du « hub santé », parce que Marseille accueille dans le sud de la France des pôles hospitaliers conséquents et quelques grands groupes industriels et de services, va ensuite permettre au Groupe La Provence de franchir les frontières de son territoire de diffusion en aspirant au sein de ses hubs les cadres et dirigeants des entreprises des territoires voisins : « il y a des sociétés des Alpes Maritimes ou de Monaco qui veulent rentrer dans le hub éco. Ce networking, je peux l'étendre jusqu'à Perpignan ».

À cette transgression des frontières du territoire de diffusion par les hubs s'ajoute une seconde transgression, grâce à Internet cette fois-ci. Le Groupe La Provence a notamment développé son offre d'information en ligne en misant sur les réseaux sociaux numériques, ce qui s'est traduit par l'embauche de *community managers*, donc par la création d'un véritable pôle web dédié à l'engagement des communautés. Ce pôle web fait essaimer la marque « La Provence » bien au-delà du territoire éditorial historique en poussant des contenus qui visent d'abord un lectorat plus jeune (expériences culinaires provençales, rappeurs marseillais sont cités). Le numérique favorise ainsi un phénomène d'extension de marque (Cegarra, Merunka, 1993) qui projette sur de l'évènementiel en ligne la puissance de la marque « La Provence », historiquement construite grâce à l'expertise de la rédaction. La marque gagne alors une certaine autonomie par rapport au journal éponyme et se transforme en presque-licence, ce qu'indique autrement le directeur général : « Le Var, c'est la Provence. Monaco, Nice, c'est la Provence. On a la chance d'avoir une spécificité : pour n'importe qui, La Provence, ça va de Montpellier à Cannes et même à Nice ». Dès lors, c'est le groupe La Provence qui assure la communication numérique des « Plages électroniques » de Cannes, territoire de diffusion de Nice Matin !

En revanche, pour l'offre éditoriale, la transgression des frontières semble encore difficile. Les reconfigurations de l'offre éditoriale se font donc au sein même du territoire historique de diffusion.

Géographie de la PQR et dynamiques éditoriales au sud de la France

A Nice-Matin, les éditions ont été refaçonnées en 2018. Ce sont d'abord des raisons économiques qui ont poussé le groupe à réduire le nombre d'éditions : « avec le dernier plan de départ volontaire, il y a beaucoup de départs à la technique. Il a fallu simplifier la production pour réduire les coûts. […] Et c'est aussi un moyen de s'adapter à la diminution de la rédaction. La rédaction a diminué d'un tiers en quatre ans », explique le directeur de la rédaction. Cependant, le passage de 15 éditions dans les Alpes-Maritimes, le Var et à Monaco à 9 relève aussi d'une volonté de s'adapter aux dynamiques démographiques : « j'ai la conviction - qui n'est pas partagée par tous- que la demande des lecteurs évolue aussi. Et que cantonner les lecteurs dans un périmètre très restreint, ça ne correspond plus à la manière de vivre des habitants. Les habitants d'Antibes vont travailler à Cannes, à Nice, et ont besoin d'une vision plus large » complète le directeur de la rédaction. Les dynamiques territoriales perçues façonnent donc la construction de l'information locale.

À La Provence, les mêmes réflexions ont été émises puisque certains dirigeants interrogés souhaitent conquérir de nouveaux publics pour compenser la diminution du nombre de leurs abonnés historiques. Pourtant, le changement est également provenu d'une urgence économique puisque les éditions ont été repensées pendant la pandémie du Covid-19. Présent sur quatre départements, le quotidien proposait 13 éditions dont 10 dans les Bouches-du- Rhône. Pendant le confinement, seules six éditions ont été maintenues dont quatre dans les Bouches-du-Rhône et une seule dans le Vaucluse. L'édition des Alpes (Alpes-de-Haute- Provence et Hautes-Alpes) n'a pas été modifiée. Cette mutation, provoquée par la chute drastique des revenus pendant la pandémie a été maintenue après la fin du confinement.

Ce changement correspond à une réalité économique mais aussi à la perception des dynamiques démographiques qu'ont les dirigeants du groupe. La quête d'un nouveau lectorat, plus jeune, est prégnante dans les discours ainsi que celle d'un lectorat plus fortuné et occupant une position sociale plus élevée : « on essaye de chercher un nouveau lectorat. On a lancé depuis un an une page éco quotidienne qui nous a permis d'aller chercher des décideurs, des chefs d'entreprise », assure le directeur du marketing du groupe.

Cette réalité semble correspondre aux analyses de l'Insee qui constate que les deux métropoles (Aix-Marseille et Nice) concentrent plus de la moitié des habitants de la région PACA. La population y est « plutôt jeune et diplômée et dispose de salaires élevés en moyenne ». Constaté par les managers interrogés, le mouvement sur ces territoires métropolitains, entre les lieux de vie et de travail, est de même validé par les analyses de l'Insee qui assurent que deux tiers des trajets domicile-travail de ces zones se font en voiture, de 40 minutes en moyenne. La cherté de l'immobilier dans ces métropoles, ainsi que sur tout le littoral méditerranéen explique pour partie cet éloignement entre le domicile et le travail. Ainsi les managers des titres de presse souhaitent conquérir ces nouveaux publics, au détriment des abonnés historiques, plutôt âgés et habitant dans des zones rurales.

L'offre éditoriale numérique de Nice-Matin a elle-aussi été repensée depuis 2016, suite à la liquidation judiciaire du groupe puis son rachat par les salariés. Si c'est également une situation économique défavorable

qui est à l'origine de ces mutations, la volonté de conquérir de nouveaux publics reste fondamentale. Deux innovations principales ont vu le jour : « le Nice-Matin des solutions », un site web payant dédié au journalisme de solutions et « Kids- Matin», une offre éditoriale en ligne consacrée aux enfants. Pour le directeur de la rédaction, « le pari, c'est de faire en sorte de séduire les enfants mais aussi les parents et les grands parents et faire en sorte d'amener un public différent sur notre marque à travers des contenus très différents et pensés pour les enfants ». Le pôle numérique du quotidien a également mené une réflexion forte quant à son offre éditoriale sur les réseaux sociaux. Les journalistes publient sur Facebook, Twitter mais aussi Instagram des contenus adaptés aux publics et aux codes de ces réseaux.

Conclusion

Les dirigeants de presse quotidienne régionale des groupes du sud de la France reconstruisent leur offre éditoriale et leur stratégie économique en fonction du territoire mais aussi de leur perception des habitudes de vie de leurs clients et des mutations de la population locale.

D'une part, certains des managers interrogés continuent de percevoir leur média comme un service public local, un des derniers dans certaines zones rurales. D'autre part, les entreprises médiatiques diversifient leurs activités et se transforment en groupes de communication, non seulement pour générer de nouveaux revenus mais aussi afin d'établir des relations avec des publics non nécessairement fidélisés au titre de presse.

Les évolutions démographiques de leurs zones d'édition mais aussi leur perception des habitudes de vie de leurs publics permettent de refaçonner les éditions, qui n'avaient pas évolué depuis plusieurs dizaines d'année. Ces changements fondamentaux pour les rédactions correspondent aux statistiques observées par l'Insee mais génèrent aussi des craintes dans les rédactions, notamment celle de perdre encore plus vite le lectorat historique, habitué aux anciennes éditions. Tandis que les frontières éditoriales du journal papier se décloisonnent, le web est très peu impacté par ces réflexions puisque les sites web éditoriaux des médias avaient déjà évolués et prennent en compte davantage des publics cibles.

Références

Amiel, P. (2017). *L'identité professionnelle des journalistes localiers à l'heure des mutations économiques et de la dématérialisation de la presse locale*, thèse pour l'obtention du titre de docteur en Sciences de l'Information et de la Communication. Université Toulouse 3 Paul Sabatier.

Atkinson, R. (1998). *The Life Story Interview*, Thousand Oaks, Sage Publications.

Ballarini L. (2008). Presse locale, un média de diversion, *Réseaux* 2008/2, n° 148-149, p. 405-426.

Boure R. & Lefèbvre A. (2000). Télévisions « locales » et territoires en mouvement. Vers un programme de recherches, *Hermès, La Revue*, Vol. 1, n° 26-27, p. 263-282.

Bousquet F. & Smyrnaios, N. (2013). L'information en ligne et son territoire : positionnement comparé entre un pure player départemental et un quotidien régional. Dans Noyer J., Paillart I. & Raoul B. (dirs.), *Médias et Territoires*. Presses Universitaires du Septentrion, Lille.

Cegarra J.-J. & Merunka D. (1993). Les extensions de marque : concepts et modèles. *Recherche et Applications en Marketing*, vol. VIII, n° 1/93, 53-76.

Charon J.-M. (1996). *La presse quotidienne*. Paris, La Découverte.

Croissant V. & Toullec B. (2011). De la Coopétition des territoires au consensus médiatique. L'exemple du traitement médiatique d'événementiels culturels par la presse régionale. Études de *communication*, 37/2011.

Damian B., Ringoot R., Thierry D. & Ruellan, D. (dirs.) (2002). *Inform@tion.local, Le Paysage médiatique régional à l'ère électronique*. Paris, L'Harmattan.

Glaser B.G. & Strauss A. L. (2010) (1967). *La découverte de la théorie ancrée : Stratégies pour la recherche qualitative*, Paris, Armand Colin.

Joux A. (2017). Stratégies de marques et stratégies éditoriales du Groupe Figaro. Du portail à l'écosystème intégré par le *data management*. *Réseaux*, 2017/5, n° 205, pp. 117-143.

Kaufmann, J.-C. (2011) (1996). *L'entretien compréhensif, l'enquête et ses méthodes*. Paris, Armand Colin.

Le Bart C. & Lefèbvre R. (dirs.) (2005). Proximité. *Mots les langages du politique*, n° 77. Pailliart I. (1993). *Les Territoires de la communication*. Grenoble, PUG.

Pailliart I. (1995). *L'espace public et l'emprise de la communication*. Grenoble, ELLUG.

Ringoot R., Rochard Y. (2005). Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques. *Mots, les langages du politique*, n° 77, p 73-90.

Sedel J. (2019). Les Dirigeants de presse. *Sociétés Contemporaines* 2019/1 (n°113).

Vigour C. (2005). *La Comparaison dans les sciences sociales, pratiques et méthodes*. Paris, La Découverte.

Mobilité et nomadisme numérique dans la ville « créative » et « intelligente » : utopie et hétérotopie d'une organisation territoriale

Mobility and digital nomadism in the "creative" and "intelligent" city: between utopia and heterotopia

Jean-Baptiste Le Corf
Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication
Laboratoire PREFICS, Université Rennes 2
jean-baptiste.lecorf@univ-rennes2.fr

Mots-clés : organisation territoriale, mobilité, nomadisme, ville créative, ville intelligente.

Keywords: mobility, nomadism, creative city, smart city

Résumé

À partir des idéaux-types de la ville « créative » et « intelligente », cet article examine comment la mobilité et le nomadisme s'imposent comme des paradigmes structurants de l'usage des TIC et des transformations organisationnelles des territoires, avec comme principal enjeu la maîtrise individuelle des espaces-temps. Les utopies et hétérotopies de la mobilité et du nomadisme sont explorées plus particulièrement à partir des résultats de plusieurs projets de recherche.

Abstract

Based on the ideal types of the "creative" and "intelligent" city, this article examines how mobility and nomadism impose themselves as structuring paradigms of the use of ICT and the transformations of territories, with the main stake of individual mastery of space-time. The utopias and heterotopias of mobility and nomadism are explored more particularly from the results of several research projects.

Mobilité et nomadisme numérique dans la ville « créative » et « intelligente » : utopie et hétérotopie d'une organisation territoriale

Jean-Baptiste Le Corf

Il devient impossible de penser les sociétés sans prendre en compte leur dimension spatiale » (Lévy et Lussault, 2003). Si comprendre l'espace devient un enjeu essentiel pour l'ensemble des sciences humaines et sociales, cette perspective est aussi poursuivie plus particulièrement par les SIC afin de proposer une intelligibilité spécifique de l'espace urbain (Lamizet 2002 ; 2008). Cette perspective interagit avec une certaine acception de la notion de territoire, à fondement géographique mais évolutive. À l'origine réduite le plus souvent à une référence politico-administrative, une forme institutionnelle de découpage de l'espace appropriée de différentes manières (par la population locale, les décideurs, l'administration publique de tutelle ou les structures de développement), les travaux en SHS et en SIC en particulier s'ouvrent progressivement à une acception plus large. Le territoire intègre alors la relation à l'espace vécu des pratiques sociales (individuelles et collectives) et les processus d'appartenance (en incluant les notions connexes de territorialité ou d'urbanité). Il est aussi redéfini comme un agencement de ressources (humaines, matérielles ou immatérielles). Ce qui le caractérise est moins l'échelle spatiale que son mode d'organisation, son jeu de relations, la manière dont un construit d'acteurs dépassant le seul périmètre des collectivités territoriales peuvent s'y coordonner dans le cadre de projets ou pour résoudre un problème (faisant ainsi du local un lieu d'expérimentation). Les sciences économiques et de gestion ont tout particulièrement contribué à cette redéfinition du territoire qui tend à se confondre dans une certaine mesure avec la notion de « développement territorial ». Sont plus particulièrement analysés les processus organisationnels dans un cadre de gouvernance associant de multiples acteurs (publics, parapublics, délégataires, privés, citoyens) et les jeux de pouvoir à l'œuvre.

Ces dynamiques sont tout particulièrement à l'œuvre pour articuler les dimensions de la temporalité et de la spatialité, nécessaires pour faire société. La ville est le terrain de multiples réorganisations d'activités et de mobilités, comme l'a notamment montré l'école de Chicago dès le début du vingtième siècle. Cette mobilité (déplacement des biens, des personnes et des informations) apparaît comme une dimension structurante de la vie sociale. Le mouvement peut être appréhendé à travers le temps et l'espace comme cadre de référence (Urry, 2005). S'appuyant sur François Ascher (2005) qui analyse comment la mobilité transforme la ville, ses formes urbaines et ses espaces, Françoise Paquienséguy considère la mobilité (des personnes et des contenus numériques) comme un paradigme structurant de l'usage des TIC ayant comme principal enjeu la maîtrise individuelle des espaces-temps (Paquienséguy, 2006 : 5). L'imposition dans la société de ce paradigme dominant se comprend d'autant mieux si l'on considère les évolutions d'une société hypermoderne composés d'individus hyperconnectés et caractérisés en partie par leur multi-appartenance à plusieurs champs sociaux (Lahire 2007).

Dans ce contexte, cet article propose d'examiner les espaces-temps de la mobilité dans les modèles de la « ville créative » (idéal-type au sens de Weber[1] du territoire comme lieu de production, du développement des industries dites créatives) et de la « ville intelligente » (idéal-type du territoire géré par les TIC, lieu d'innovation et de consommation de services urbains). Certes, ces formules peuvent être analysées sous le prisme de l'analyse des discours institutionnels. Elles illustrent un effacement de la conflictualité (Krieg-Planque, Oger 2010) et incarnent de manière emblématique certaines caractéristiques de la rhétorique de la communication publique en donnant l'image d'une « société parfaite » (Olivier-Yaniv, Rinn 2011). Les notions de ville « créative » ou « intelligente » peuvent en effet décrire ces processus dans lesquels sont engagées certaines villes dans une compétition à l'attractivité où on travaille, on vit et on circule autrement avec des discours performatifs vecteurs d'image. Néanmoins, au-delà des représentations idéalisées du territoire construisant des imaginaires métropolitains, il s'agira d'examiner comment elles peuvent également traduire un même paradigme de mobilité, des modèles d'organisations territoriales associés et plus largement une inscription du développement de deux grandes villes (Nantes et Rennes) dans un processus de métropolisation entraînant une réorganisation des espaces. Comme l'ont montré certains travaux en SIC, c'est d'ailleurs un enjeu pour les politiques locales d'information et de communication que d'accompagner des « pratiques sociales des individus relevant de plusieurs territoires » (de vie, de travail et de de loisirs notamment) en jouant « un rôle de rejointoiement entre ces divers territoires » (Pailliart 2018 : 151).

Ces perspectives seront examinées à partir de résultats d'enquêtes de terrain menées plus particulièrement dans le cadre de deux projets collectifs de recherche (*Smart Rennes/TOSC et Web Créa*). Une première partie traitera des formes de nomadisme qui caractérisent l'organisation du travail créatif d'acteurs free-lance du domaine numérique « hyperconnectés » (infographistes, web-designers, games-designer, illustrateurs, youtubeurs, créateurs de contenus numériques...) fréquentant à Rennes et Nantes des espaces de *co- working* que les collectivités peuvent parfois soutenir pour se médiatiser en qualité de « territoires créatifs ». Puis, dans une seconde partie nous reviendrons, à travers le cas rennais, sur la manière dont ce paradigme s'incarne dans des formes de gouvernance informationnelle pour soutenir des logiques d'innovation de services numériques facilitant les déplacements au sein de l'espace urbain. Enfin, dans une troisième partie sera discutée dans quelles mesure l'organisation socio-spatiale des mobilités dans ces deux types de terrains se situe entre utopie et hétérotopie avec une grille d'analyse info-communicationnelle.

L'organisation du nomadisme numérique dans la « ville créative »

Le nomadisme au travail est facilité par l'urbanisation de la France, l'expansion des agglomérations, le développement de technologies mobiles et l'accès permanent à ses données mais aussi la démocratisation de la vitesse qui ont contribué au développement du travail indépendant. Une recherche[2] initiée il y a deux ans auprès de 25 "web créatifs freelance" nous a permis d'interroger ces formes de nomadisme à l'œuvre des travailleurs freelances de métiers de la communication et de la création numérique (infographistes, web-designers, youtubeurs, vidéastes, illustrateurs, etc.) s'inscrivant dans le cadre des processus d'organisation

1 Avec Weber, nous entendons un idéal-type comme un modèle accentuant une multitude de phénomènes isolés et ayant des caractéristiques que l'on ne retrouve pas toujours dans les phénomènes observés (Weber, 1965).

2 Projet de recherche financé par le Groupement d'Intérêt Scientifique Marsouin en collaboration avec Marcela Patrascu, Anne-France Kogan et Florian Hémont (Université Rennes 2 / PREFICS).

qualitative et spatio-temporelle du travail. Notre enquête a été menée à travers un dispositif méthodologique combinatoire basé sur des photos-participatives, fiches-activité- temps et des entretiens de photo-élicitation (Patrascu 2020) et s'est déroulée dans les métropoles de Rennes et Nantes. Ce terrain contraste avec d'autres travaux connexes ayant abordé les rapports entre régionalité, industries créatives et institutions en dehors des grands centres urbains et des métropoles (Baillargeon 2018). Par nomadisme, nous entendons une « discontinuité spatiale », et par « travail nomade » un « travail affecté, très probablement par une interruption » ou un « changement significatif dans l'organisation ou les conditions de travail » (Bogdan et al. 2006). Cette « dislocation spatiale » du travail en plusieurs lieux, qui est facilitée par les TIC (Le Moënne 2004), se décline de manière spécifique dans l'activité des webs créatifs nomades indépendants. Cette dislocation spatiale traduit aussi une forme d'organisation éclatée, qui n'est pas pour autant déterritorialisée de processus de production et de coopération au niveau local. Nos enquêtés affirment rechercher un espace de travail autre que le domicile (traduisant le besoin d'une frontière entre travail et hors travail), ainsi que le « bon endroit » pour exercer ce travail créatif (Liegl, 2014 ; Saives et al 2016). L'organisation socio-spatiale joue un rôle majeur afin de fournir notamment certaines informations et connaissances professionnelles (Le Corf 2015) et faciliter d'autres sociabilités plus ou moins liées à leur activité professionnelle. Néanmoins, on constate une certaine normalisation entre leurs divers espaces de travail à domicile ou dans ces tiers-lieux (dans l'organisation matérielle des bureaux notamment). Ces espaces de *coworking,* situés entre la maison et le travail (Oldenburg 1989), illustrent le fait que c'est au niveau local que se déploie les usages de cette explosion spatiale et temporelle du travail. Ils font l'objet d'une offre de services ciblant les travailleurs nomades (majoritairement indépendants) au sein du territoire métropolitain, qui est plus ou moins institutionnalisée par les collectivités territoriales intégrant les notions opératoires d'industrie et d'économie créative à leur référentiel d'action publique (Le Corf 2013).

Marqueurs médiatisés d'une « économie numérique de la créativité » et des politiques de développement de la « ville créative » (Moriset 2017), ces tiers-lieux font également l'objet d'une intense production discursive (par les responsables de ces espaces de travail, les collectivités qui les soutiennent parfois ou la communauté scientifique). Ils peuvent être perçus comme de potentiels vecteurs de phénomènes organisant, comme d'une certaine manière les *open space* au sein d'entreprises multinationales (Coulbaut-Lazzarini, Bailly 2017). Ces espaces de travail et de sociabilités seraient ainsi les supports de nouvelles formes d'actions collectives, elles-mêmes productrices d'organisation. Si nos investigations empiriques ne permettent pas d'abonder systématiquement dans le sens de ces représentations, nous observons néanmoins du point de vue des pratiques spatiales de nos usagers une forte recherche de coprésence sociale (Gramaccia 2015), leur permettant d'accéder à des ressources informationnelles à travers des systèmes de relations sociales[3]. Ces sociabilités, se traduisant par diverses modalités de communication interpersonnelle, peuvent satisfaire à plusieurs exigences selon nos enquêtés : la recherche de lien social, l'insertion au sein d'une même communauté de pratiques, une meilleure connaissance de l'environnement, le développement de compétences dans leur champ d'activités spécifiques et la recherche d'opportunités d'affaires entre autres. Ces « sans bureau fixe » intègrent l'idée selon laquelle l'efficience de leur production repose sur une part croissante d'autonomie organisationnelle et sur un mode collaboratif, mobilisant de multiples réseaux (Marzloff 2013 : 99). En

3 La revue de littérature scientifique montre que la nature des liens supportant la transmission d'une information, ainsi que l'organisation des liens entre eux sont déterminants. Les auteurs distinguent les liens dits forts (tissés au sein d'un groupe social homogène comme la famille ou les amis,) relevant d'une dynamique intracommunautaire et nécessitant du temps pour s'établir et inversement les liens faibles (Granovetter 2000).

outre, ces tiers-lieux répondent aussi aux difficultés d'organisation spatiale et de « productivité » exprimées par ces acteurs confrontés aux menaces de la précarité et de la valorisation économique de leurs créations (Patrascu, Kogan, Le Corf, 2019). Bien que non subordonnés au modèle salarial, ils intègrent ces espaces à leur organisation du travail afin de s'imposer eux-mêmes des normes spatio-temporelles au quotidien, en retrouvant un espace-temps de travail séparé de celui de la vie familiale et sociale. Ces observations nous ont ainsi conduites à convoquer une grille conceptuelle empruntée à Michel Foucault et ses relecteurs[4] pour décrire les logiques d'organisation allant de l'autodiscipline au management de soi de ce travail créatif indépendant (Patrascu, Kogan, Le Corf 2021).

La relation au territoire des webs créatifs nomades

Le fait que le travail créatif freelance se relocalise en s'organisant spatialement dans des "tiers lieux", institutionnalisés ou non, nuance l'idée que ces pratiques socio-économiques seraient « hors sol ». La relation affective aux espaces de tiers-lieux s'accompagne aussi d'un sentiment d'appartenance à l'espace de la ville, qui dépasse le cadre strict du travail. Si plusieurs enquêtés fréquentent par exemple des espaces de *coworking* en centre-ville de Rennes et Nantes (tout en habitant dans des zones périurbaines), c'est aussi d'une certaine manière parce qu'ils attribuent un sens singulier à cette urbanité, qui leur permet de construire en partie leur propre identité. Bien que non directive, l'enquête a été l'opportunité d'explorer également cette « territorialité » ayant été par ailleurs appréhendée en SIC dans d'autres contextes (Pamart 2010 ; Gellereau 2003 entre autres). La sémiotique urbaine est recherchée par exemple tout particulièrement par certains graphistes qui expliquent rechercher de l'inspiration au contact de perceptions subjectives, par des ambiances urbaines aptes à servir des « esthétiques existentielles » (Mons, 2013) ou par un design architectural extérieur d'un espace de *coworking*. Certains lieux anthropologiques produisent du sens en étant identitaires, relationnels et historiques (Augé 1992 : 69). Cette expérience sensible de l'espace urbain peut être mise en perspective avec certaines logiques socio-économiques propres à l'industrialisation des biens symboliques au sein de ces secteurs d'activités en quête d'originalité sur un marché concurrentiel et confrontés à une importante incertitude de leurs créations (Bouquillion, Miège, Moeglin, 2013). En outre, cette appropriation de l'urbanité est facilitée par le parcours entre plusieurs lieux (Lamizet, 2002 : 11), des échanges sociaux et symboliques qui se créent dans ces lieux (Corbillé, 2010). Enfin, l'importance accordée par ces individus à l'espace urbain au sein duquel ils évoluent dans le périmètre de leurs multi- activités (travail, loisirs entre autres) traduit aussi un besoin de déconnexion des web créatifs avec les outils numériques et une expérience sensible de leur activité professionnelle hyperconnectée (Liegl 2014).

Ce phénomène appelant à la mobilité se comprend d'autant mieux par la multiplication des territoires d'existence dans un contexte de métropolisation, les individus pouvant habiter dans une commune, mais travailler dans une autre et se divertir par exemple dans une troisième. C'est bien cet enjeu que l'on retrouve également au centre de l'idéal-type de la « *smart city* », qui s'inscrit aussi en réponse à ces modes de vie nomades à travers un nouveau mode organisationnel dans la fourniture de services urbains numériques et s'incarnant dans diverses formes organisationnelles de gouvernance informationnelle (Le Corf 2020 ; Paquienséguy 2020).

4 Voir plus particulièrement Foucault, M. (1994). Les techniques de soi. Dans Dits et Écrits IV, Gallimard, p. 783-813 ; Le Texier T., (2015), « Le management de soi », Le Débat, n° 183, p. 75-86.

L'organisation territoriale des données et des mobilités urbaines dans la « *smart city* »

À partir des résultats d'une enquête menée auprès d'acteurs engagés dans la gouvernance métropolitaine des données à Rennes Métropole depuis dix ans[5], dans le cadre de plusieurs projets de recherche[6], on peut aussi considérer les politiques locales de données à travers le prisme de la généralisation du paradigme de la mobilité dans ces contextes métropolitains. Ainsi, la tentative de définition par les acteurs publics d'une « ville intelligente » sert tout particulièrement l'ambition de faire des données territoriales les bases d'un service efficace pour répondre « au défi d'une croissance des mobilités, pris en étau entre les limites du transport public et la voiture qui congestionne la ville » (Marzloff 2016). Si l'information a depuis longtemps été perçue comme déterminante dans la mobilité urbaine car elle « inscrit la mobilité dans la vie quotidienne » et développe « des usages diversifiés et individualisés » (Amar 2004 : 215), l'action publique en matière de mobilité occupe désormais une place centrale dans ces politiques territoriales de données. Cette tendance est d'ailleurs renforcée avec la loi LOM17 du 24 décembre 2019 visant à accélérer l'ouverture des données tout en développant les services numériques, dans le but de faciliter les transports (cette loi mettant aussi l'accent sur la multimodalité[7] des transports encouragée par le numérique). Derrière ce solutionnisme technologique, on comprend le projet politique d'apporter une meilleure qualité de vie aux citadins, en leur donnant des moyens de mieux organiser les conflits entre les temps sociaux (économiques et domestiques entre autres) caractéristiques de nos modes de vie contemporains (Viard, 2006)[8]. Dans ce contexte également, ce paradigme dominant de mobilité sert de nouveaux référentiels aux politiques publiques (au sens de Muller 2010)[9] qui ne vont pas sans rappeler le projet d'une « urbanité numérique » capable de s'adapter à l'individualisation des modes de vie.

En outre, au-delà du fait que la mobilité relève d'une compétence métropolitaine, la collectivité y voit un remède pour lutter contre la pollution, améliorer le bien-être (en facilitant les déplacements domicile-travail), encourager le développement économique, sans oublier les vertus environnementales associées aux mobilités donnant l'opportunité à la collectivité de communiquer sur le nouveau projet de société d'une « ville durable » pour persuader les citoyens d'adopter certains comportements (Bailleul, Gagnebien, 2011). Cette vision est au centre des initiatives soutenues par Rennes Métropole par exemple. Associé à l'idée de « ville durable », le vaste projet politique de soutenir l'"innovation au service de la mobilité fait en effet l'objet d'une forte mise en scène intégrant la communication territoriale, comme le montre le festival *In Out*,

5 34 entretiens semi-directifs ont été menés en 2010 et 2019 auprès d'acteurs publics et privés engagés dans cette gouvernance urbaine des données. Ils ont été complétés par des observations participantes de réunions organisées par le comité de pilotage du programme Smart City de Rennes Métropole.

6 Le travail généalogique des politiques de données à Rennes a bénéficié des résultats de ma recherche doctorale soutenue en 2014 à l'Université Paris 13 « Les politiques locales de communication au prisme de l'intelligence territoriale : la créativité en question ». Le suivi de ces politiques a ensuite profité de plusieurs collaborations, en particulier la recherche SmartRennes (direction Hélène Bailleul) financée par le PUCA (MTES et MCT), qui regroupe des chercheurs des laboratoires ESO, TVES et PREFics. Elle se poursuit aussi actuellement avec un autre projet TOSC (direction Bruno Chaudet) en collaboration avec le Prefics/ESO Université Rennes 2 et Elico Lyon.

7 La multimodalité désigne l'articulation entre plusieurs modes de transport afin de se déplacer entre plusieurs lieux. Elle apparaît comme la solution miracle de l'optimisation des déplacements individualisés.

8 Viard (2006) prend l'exemple de la récupération des enfants à l'école qui devient un problème difficile à résoudre. L'école est pour cet auteur une des dernières contraintes temporelles, souvent incompatible avec les autres temps sociaux (par exemple des activités de loisirs). Dans ce cadre, nous comprenons que les TIC offrent des moyens d'» ajustement » et de « resynchronisation » pour mieux répondre à l'individualisation des temporalités.

9 « Selon cette approche du référentiel, « les politiques publiques ne sont pas seulement des espaces où s'affrontent des acteurs en fonction de leurs intérêts, elles sont aussi le lieu où une société donnée construit son rapport au monde et donc les représentations qu'elle se donne pour comprendre et agir sur le réel tel qu'il est perçu » (Muller, 2010).

faisant l'objet d'une coopération avec des industriels positionnés sur le marché de l'innovation des mobilités numériques. Avec cet événement s'inscrivant en cohérence de la démarche *Smart City*, Rennes Métropole affiche son ambition de devenir « la métropole française la plus innovante dans le domaine des mobilités »[10].

La gouvernance urbaine des services numériques de mobilité

Si la transformation du territoire vers la « *smart city* » est guidée par l'idéal de partage des biens communs informationnels, elle s'incarne plus concrètement à travers des politiques de gestion partagée des données de transports pour créer des applications numériques de mobilité.Ces data-services entrent en résonnance avec le besoin de maîtrise des espace-temps urbains (Boullier, 1999 ; Allemand et al, 2005). Ils reflètent aussi des choix métropolitains et des formes de gouvernance marquées par une alternance entre deux autres ideaux-types que nous avons conceptualisé par ailleurs : celui que nous nommons « territoires de projets » marqué par une logique d'expérimentation (logique de concours auprès de prestataires à l'image des projets Open Data mettant à disposition des données de mobilité) et celui de « projet de territoire » caractérisé par l'affirmation d'une souveraineté publique des données et l'héritage d'une pensée planificatrice incarné souvent par l' instruction d'un cahier des charges auprès de partenaires (Le Breton et al, 2021). Au centre de ces deux modèles qui recomposent les services de mobilité, on remarque que l'institutionnalisation des parties prenantes diffère également, ainsi que le partage des valeurs avec les entreprises locales autour de principes d'intérêt général. Cette perspective d'analyse des formes de gouvernance (et donc des logiques de l'offre) peut être conciliée avec une étude portant sur les usages des données territoriales auprès de communautés diverses de réutilisateurs enrôlés dans ces formes partenariales de conception des services urbains (Le Corf 2016 ; Dymytrova, Paquienséguy 2017), ceci afin de saisir l'ampleur des logiques sociales (Miège 2004).

Sur le territoire de Rennes Métropole, l'étude de la trajectoire d'un gouvernement des données publiques vers une gouvernance informationnelle impliquant d'avantage d'acteurs (publics, parapublics, privés et citoyens) sur la période 2010-2020 permet de comprendre les recompositions organisationnelles à l'œuvre derrière ce paradigme de mobilité soutenu par la métropole depuis une trentaine d'années. La démarche questionne plus encore la posture d'infomédiaire et de courtage informationnel de la collectivité (Paquienséguy 2020), en tant que productrice, utilisatrice et organisatrice de données urbaines toujours plus nombreuses. L'examen des modalités organisationnelles de cette offre de services de mobilité a fait l'objet d'une étude des stratégies d'acteurs impliqués dans cette gouvernance (convergences ou conflits de valeurs). Au centre de ces dynamiques s'opère un dialogue entre producteurs de données, collectivités territoriales, entreprises des télécoms et du logiciel, entrepreneurs du web, constructeurs de terminaux et usagers (Dymytrova, 2018). À titre d'exemple, le projet politique de Service Métropolitain de la Donnée (SPMD) lancé en 2017 par Rennes Métropole entame un nouveau dialogue avec son délégataire de transport pour obtenir l'accès à des données, en définissant avec l'opérateur les conditions de leur partage et de leur réutilisation. Malgré tout, le bilan réalisé sur le chantier de la mobilité est modeste. En effet, la concurrence entre les différents modes de déplacement, la grande hétérogénéité des acteurs (en termes de taille et de moyens) rendent difficile le partage de données.

10 Discours de Rennes Métropole, https://metropole.rennes.fr/inout-explorateur-des-nouvelles-mobilites.

Mobilité et nomadisme numérique : entre utopie et hétérotopie

Au regard de l'étude de nos deux terrains, que nous considérons comme des idéaux-types du développement urbain en faveur d'un paradigme dominant de mobilité, nous pouvons remarquer que ces pratiques renvoient à des utopies (au sens de Moore). Ce concept d'utopie nous semble à privilégier dans ce contexte plutôt que celui récurrent d'idéologie. Si les deux concepts peuvent être souvent associés en ayant en commun d'exprimer un désaccord avec une réalité, Ricoeur rappelle en s'appuyant sur Mannheim (1956)[11] que « l'utopie est toujours en voie de réalisation. L'idéologie au contraire n'a pas à être réalisée, puisqu'elle est la légitimation de ce qui est » (Ricoeur, 1984, 2016 : 359). Cette délimitation conceptuelle lui permet d'affirmer que l'on peut « imaginer une société sans idéologie. Mais nous ne pouvons pas imaginer une société sans utopie, car ce serait une société sans dessein » (Ricoeur ,1984, 2016 : 372). En outre, ces utopies sont inspirées par l'imaginaire d'une société idéale au sein d'un espace irréel situé souvent dans un « nulle part ». Les idéaux-types de la « ville créative » et « intelligente » montrent qu'ils sont le produit d'un ensemble de discours et de représentations à la croisée des utopies urbaines (Picon, 2002) et des utopies techniciennes et communicationnelles (Breton, 1997 ; Mattelart, 1999). Ces représentations de l'espace urbain évoluent en effet à travers la manière dont les acteurs et les savoirs le produisent, par les discours professionnels et médiatiques (Bonaccorsi, Cordonnier 2019). Dans ce cadre, le travail opéré par divers discours médiatiques contribue, en tant que médiations, à produire des imaginaires territoriaux et des représentations spatiales façonnant l'image perçue du territoire par divers publics y demeurant ou non (Noyer, Raoul, Pailliart 2013). On retrouve d'une certaine manière dans ces utopies des mobilités urbaines une filiation avec des valeurs propres au local depuis les années 1970, par opposition à un territoire sous l'emprise d'une rationalité dictée par un niveau national centralisateur (Raoul 2020 : 46). Aussi, « le local se caractérise moins par une signification spatiale, qu'un contre- pouvoir et le lieu de réalisation d'un possible changement de vie »[12].

Cette conception est prégnante pour ce qui concerne les déplacements au sein de l'espace urbain, car c'est au niveau local que se trouvent des solutions alternatives d'organisation socio-spatiale. Nous redécouvrons aussi à travers ces imaginaires la vision de la politique de la ville dans son ambition de fabriquer au niveau local un modèle « innovant » de société et de réguler le social, mais aussi de considérer le territoire comme un « milieu innovateur » (Tabaries, 2005) en favorisant un brassage des populations et des acteurs locaux pour qu'ils fassent des projets et collaborent (que ce soit dans le cadre de la gouvernance informationnelle pour le modèle de la « smart city » ou des tiers-lieux et autres espaces relationnels de travail notamment pour la « ville créative »). C'est ainsi que par le prisme de la mobilité, comme nouvel impératif sociétal intégré aux politiques publiques urbaines, se dessine une vision du vivre ensemble et du territoire comme « forme incarnée de la société » (Pagès, Pélissier 2000). Ce constat témoigne de la pérennité de la notion instrumentalisée de territoire pour répondre à divers problèmes sociaux, politiques, économiques en faisant aussi l'objet d'appropriations utopiques (*Ibid*). Ce phénomène est emblématique du mouvement localiste, empreint des valeurs de la proximité et du concret et faisant du local d'abord une « utopie localisée » (Pailliart, 1993 : 51).

Ainsi, nous avons pu observer comment ces imaginaires autour des mobilités urbaines deviennent des hétérotopies (Foucault 1967), à partir du moment où l'on peut observer une localisation physique de l'utopie

11 Mannheim K ; Wirth I. (1956). Idéologie et utopie. (P. Rollet, Trad.), Librairie Marcel Rivière et Cie.

12 Bruno Raoul (2020) s'appuie ici sur Armand et Michèle Mattelart (Pensez les médias, 1986, La Découverte p. 175).

« dans les propriétés symboliques de l'espace » et une juxtaposition en un seul lieu réel de plusieurs espaces parfois incompatibles (Foucault 1967 : 758). Si cet appareillage conceptuel a d'ailleurs été mobilisé en SIC dans d'autre contextes d'analyse de projets d'innovation urbaine (Lenne, 2017 ; Labelle 2020), le concept d'hétérotopie a fortement été repris dans le champ de l'urbanisme, à l'instar d'Henri Lefebvre dans son livre *La production de l'espace* (1974), pour désigner un espace en dehors d'un autre espace souvent plus vaste (comme les foires au Moyen-âge). Au sein des modèles de la « ville créative » et « intelligente », le concept d'hétérotopie nous permet ainsi de décrire les espaces communs de matérialisation concrète d'imaginaires et de valeurs liées à la mobilité au sein du territoire métropolitain, matérialisés notamment dans des formes organisationnelles qui peuvent se définir comme « dynamiques, processuelles et non statiques, ouvertes aux logiques d'innovation et d'émergence dans leurs mobilisations par les acteurs » (Le Moënne 2015 :155). Ces dynamiques territoriales accompagnent un principe de *gouvernabilité* entendue aussi comme « la capacité pour un système d'acteurs et de groupes sociaux constituant la localité à produire de l'action collective pour faire face aux problèmes et défis » (Lefèvre 2013 : 225). Elles occasionnent une redéfinition des frontières puisque ce sont les réseaux d'acteurs et les limites de leurs possibilités d'action qui définissent l'aire géographique. Ces systèmes évoluent donc principalement selon les interactions entre les acteurs et la gouvernance endosse aussi un rôle de constructeur du territoire.

Enfin, cette coordination d'une action collective au niveau local pose la question du rôle du politique, ainsi que celle du processus d'institutionnalisation que l'on peut entendre avec Castoriadis (1975) comme une mise en forme des conditions d'un être-ensemble, à travers des règles, des normes, des procédures et des organisations que les collectivités territoriales peuvent appliquer à ces types de pratiques émergentes (Chauvin 2017). Cette institutionnalisation apparaît comme une condition pour que ces hétérotopies du développement urbain, qui se matérialisent dans des espaces et lieux concrets, n'évoluent pas en dystopie. Ce glissement vers la dystopie apparait comme une menace en regard des controverses sur l'utilisation des données personnelles des citoyens par les industries numériques (GAFAM en particulier) ou encore des formes de précarité des travailleurs numériques freelance (qui restent relativement invisibles en dépit des discours institutionnels valorisant les promesses d'emploi de ces secteurs supposément non délocalisables). Ces réalités restent prégnantes, bien que s'inscrivant dans les interstices de la communication territoriale.

Conclusion

Les formes de mobilité et de nomadisme numérique observées rejoignent les mythes contemporains associés à la numérisation en cours de la société (Miège 2020). Ces pratiques peuvent d'une certaine manière rencontrer des expériences métropolitaines vécues ayant été bien décrites par Simmel dans son ethnographie urbaine (Simmel, 1903). Dans ce contexte, nous remarquons l'impact de la filière numérique (entendue comme des dispositifs techniques de médiation et des acteurs économiques qui les produisent) pour accompagner « les permanences et les mutations de l'action politique locale », à travers une multitude d'actions questionnant la place des techniques dans la société (Pailliart 2014 : 97-98). Au centre de cette politique territoriale et de cette territorialisation du numérique, nous retrouvons le mythe, empreint de déterminisme technique, d'une abolition des distances et de l'espace urbain. Néanmoins, nos observations prolongent les recherches ayant montré que les TIC renforcent les déplacements et les mobilités en contribuant à la territorialisation

des relations sociales, sans se substituer aux déplacements (idée reçue qui s'est illustrée dans le syntagme d'» autoroutes de l'information » par exemple). Ce constat invite à poursuivre la critique de la notion de cyberespace qui a « l'immense vertu d'évacuer tout ce qui gêne ou qui résiste, à commencer par le territoire » (Musso 2000 : 35) ou de « territoire numérique » laissant à penser qu'il s'agit de dissoudre le territoire grâce à la technologie, de le « déterritorialiser » (au sens où il serait délocalisé dans l'informationnel et le virtuel) ou bien qu'il s'agit d'enrichir et d'augmenter le territoire à l'aide de réseaux techniques et d'outils logiciels (Musso 2008). Ainsi, nous préférons parler de « territoire informationnel » pour décrire « les zones de contrôle des échanges d'informations numériques dans une zone d'intersection entre le cyberespace et l'espace urbain. Le territoire informationnel n'est pas le cyberespace, mais l'espace de conflit et de jeu entre plusieurs formes de territorialisation de l'espace physique et de l'espace électronique » (Lemos 2011 : 84).

En outre, ces pratiques de mobilités, appuyées par des formes organisationnelles de gouvernance spécifiques entre acteurs du territoire, sont des indicateurs d'un plus vaste paradigme, celui des « territoires d'innovation » allant d'un concept imaginé à l'expérimentation effective (transposition de l'utopie sur le terrain) et nécessitant un regard transdisciplinaire (Coulbaut-Lazzarini, Bailly 2020), à l'instar de l'intelligence territoriale (Bertacchini 2016). Dans une perspective épistémologique et méthodologique propre à une approche info-communicationnelle, l'analyse de ces logiques sociales (Miège 2004) invite à poursuivre le projet de nous détacher d'une attention trop marquée aux mutations rapides, pour prendre en compte l'épaisseur historique des changements et relier les niveaux d'analyse (la logique de l'offre et celle des usages, mais aussi les différentes échelles d'observation sans négliger le niveau macro).

Bibliographie

Amar G. (2004). *Mobilités urbaines : Éloge de la diversité et devoir d'invention*, l'Aube. Ascher F. (2005). *La société hypermoderne*. Paris : Editions L'Aube Essai.

Allemand S, Ascher F, Lévy J (dir). (2005). *Les Sens du mouvement. Modernité et mobilités*. Belin.

Augé M. (1992). Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité. *L'Homme*, 1994, tome 34 n°129, p 193-194.

Baillargeon D. (2018). Hors de la métropole, point de salut ? Articuler institution, territoire et créativité pour saisir les enjeux constitutifs des agences de publicité éloignées des grands centres. *Actes du XXIe congrès de la SFSIC*, p. 173-184.

Bertacchini Y. (2016). *Intelligence territoriale : entre savoirs et expérimentations*, Collection Les ETIC, Presses Technologiques de Toulon.

Bogdan C et al. (2006). *On a Mission without a Home Base: Conceptualizing Nomadicity in Student Group Work. In P. Hassanaly et al. Cooperative Systems Design: Seamless Integration of Artifacts and Conversations—Enhanced Concepts of Infra- structure for Communication*. Amsterdam: IOS Press, p. 23–38.

Bonaccorsi J., Cordonnier S. (dir.) (2019), *Territoires. Enquête communicationnelle*. EAC. Boullier D. (1999). *L'urbanité numérique : essai sur la troisième ville en 2100*. L'Harmattan.

Bouquillion P., Miège, B., & Moeglin, P. (2013). L'industrialisation des biens symboliques, Presses Universitaires de Grenoble.

Breton P. (1997). *L'utopie de la communication,* La Découverte.

Castoriadis, C. (1975). *L'institution imaginaire de la société*, Seuil

Corbillé S. (2010). Paris-Métropole à l'épreuve du vécu métropolitain des quartiers gentrifiés du nord-est de Paris. *Quaderni* 2010/3 (n° 73), p. 75-88

Coulbaut-Lazzarini A ; Bailly G. (2020). Territoires d'innovation : du concept à l'expérimentation. *K@iros* [En ligne], n°4.

Coulbaut-Lazzarini A ; Bailly G. (2017). L'Open space ou comment les jeux de pouvoir engendrent de nouvelles formes de micro-territorialités dans les bâtiments intelligents. *L'Espace Politique* [En ligne], 31-1.

Chauvin D. (2017). Histoire de la communication publique territoriale : trois problématiques parmi d'autres. Communication au séminaire « Histoire et enjeux de la communication publique et territoriale » organisé par la Chaire TMAP (IEP Rennes), le PREFIcs (Université Rennes 2) et le réseau Cap'Com, 13 octobre 2017, IEP de Rennes, en ligne : https://mct.hypotheses.org/54#more-54

Choay, F. 1997. *The Rule and the Model: On the Theory of Architecture and Urbanism.* Cambridge (Mass.), MIT Press.

Dymytrova V. (2018). Les médiations de l'open data au prisme des applications liées à la mobilité. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, N° 19/2, p. 81-92.

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.

Foucault M. (1967). Des espaces autres. Hétérotopies. *Dits Ecrits*, Tome IV, Texte n° 360.

Gellereau M. (2003). Nous et les autres : les représentations des identités culturelles au service de nouveaux territoires ? Études de communication, n° 26(1), p. 5-15.

Granovetter M. (2000). *Le marché autrement : les réseaux de l'économie*, Desclée de Brouwer.

Gagnebien A ; Bailleul H. (2011). La ville durable imaginée : formes et modalités de la communication d'un projet de société. Études de communication, n° 37, p. 115-130.

Gramaccia G. (2015). La coprésence sociale : un objet émergent en communication des organisations. *Communiquer*, n°13.

Krieg-Planque A ; Oger C. (|2010). Discours institutionnels. Perspectives pour les sciences de la communication. *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 94.

Lamizet B. (2008). *Le sens de la ville*, L'Harmattan.

Lamizet B. (2002). « La question de l'espace dans les sciences de l'information et de la communication. » *SFSIC. Actes du XIIIe Congrès national des sciences de l'information et de la communication,* p. 425-431.

Lahire B. (2007). *L'homme pluriel : Les ressorts de l'action*, Hachette Littératures.

Liegl M. (2014). Nomadicity and the care of place—on the aesthetic and affective organization of space in freelance creative work. *Computer Supported Cooperative Work* (CSCW), 23(2), p. 163-183.

Labelle S. (2020). *Médiations et pouvoirs de l'agir ingénieur. Mythes et infrastructures des politiques de données*, Mémoire d'Habilitation à diriger des recherches en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris-Est.

Le Breton M-A, Bailleul H, Le Corf J-B, Mericskay B. (2021). La gouvernance des données urbaines entre territoire de projets et projet de territoire. L'exemple de Rennes Métropole. *Flux*, à paraître.

Lefebvre H. (2000) [1974]. *La Production de l'espace*. Paris : Anthropos.

Le Corf J-B. (2020). Du gouvernement des données publiques à la gouvernance informationnelle : les formes organisationnelles des politiques de données à Rennes. *I2D,* n° 3/2020, p. 34-44.

Le Corf J-B. (2016). Les pratiques d'innovation de services des développeurs web dans les territoires : le cas des projets Open Data. *Communication & Organisation*, n° 50, p. 123- 136.

Le Corf J-B. (2015). Médiation de l'information professionnelle et gestion des connaissances dans les clusters d'industries culturelles et créatives. *Communication et Management*, vol 12, n° 1, p. 97-116.

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

Lefèvre, C. (2013). Gouverner les métropoles : l'improbable gouvernement métropolitain.

Sociologie et Sociétés ,4 Vo 45/ n° 2, p. 223-242.

Le Moënne C. (2015). Pour une approche « propensionniste » des phénomènes d'information–communication organisationnelle. Émergence et différenciation des formes sociales. *Communication et organisation*, n° 47, p. 141-158.

Le Moënne, C. (2004). Quelles conceptions de la communication organisationnelle à l'heure de la dislocation spatio-temporelle des entreprises ? *Sciences de la Société,* n° 61.

Lemos A. (2011). Médias localisés, territoire informationnel et mobilité. *Société*s 2011/1 (n°111), p. 81-91.

Lenne L. (2017). *Humanicité, de l'utopie à l'hétérotopie. Recherche en Information- Communication accompagnant un projet d'innovation urbaine*. Thèse de doctorat, Université Charles de Gaulle - Lille III.

Lévy J ; Lussaut M (dir). (2003). *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Belin.

Mattelart A. (1999). *La communication-monde : histoire des idées et des stratégies*, La Découverte.

Marzloff B. (2016). Y a-t-il un pilote dans la smart city ? *Sociétés* 2016/2, n° 132, p. 37-52.

Marzolff B. (2013). *Sans bureau fixe. Transition du travail, transition des mobilités*, FYP. Miège B. (2004). *L'information-communication, objet de connaissance*, De Boeck & INA.

Mons A. (2013). *Les Lieux du sensible. Villes, hommes, images*, Cnrs Editions.

Moriset, B. (2017). Inventer les nouveaux lieux de la ville créative : les espaces de coworking. *Territoire en mouvement*, [En ligne], 34.

Muller, P. (2010). Référentiel. Dans : Laurie Boussaguet éd., *Dictionnaire des politiques publiques : 3e* édition actualisée et augmentée, Presses de Sciences Po, p. 555-562.

Musso P. (2008). Critique de la notion de « territoires numériques ». Quaderni, n° 66, p. 15- 29.

Musso P. (2000). Le cyberespace, figure de l'utopie technologique réticulaire. *Sociologie et Sociétés*, vol 32, no 2, p. 31-56.

Noyer J, Raoul B, Pailliart, I. (2013). *Médias et territoires. L'espace public entre communication et imaginaire territorial*, Presses Universitaires du Septentrion.

Oldenburg R. (1989). *The Great Good Place,* Paragon House Publishers.

Ollivier-Yaniv C, Rinn M. (2009) (dir.), *Communication de l'État et gouvernement du social*, *pour une société parfaite ?* Presses universitaires de Grenoble.

Patrascu M. (2020). Explorer le travail créatif indépendant « avec » et « par » l'image : un dispositif de collecte et d'analyse de données visuelles participatives. *Recherches qualitatives*, *Hors-série*, (25), p. 74-94.

Pailliart I. (2018). Des territoires à la territorialisation. Études de communication, n° 50, p. 147-160.

Pailliart, I. (2014). De l'objet local aux sujets territoriaux : vers l'émergence de politiques numériques territoriales ? Cormerais F, Musso P, *La société éclatée*, L'aube, p. 97-110.

Paillart I. (1993). *Les territoires de la communication*. Grenoble, PUG.

Pamart E. (2010). « Penser la notion de territorialité sous le regard des Sciences de l'information et de la communication », *Actes du 17ème Congrès de la SFSIC, Dijon 2010*, p. 364-375

Pagès D ; Pélissier N. (dir.). (2000). *Territoire sous influence* (Tome 1), L'Harmattan.

Paquienséguy F. (2020). L'Open Data métropolitain, en voie de structuration ? In : Valentyna Dymytrova et alii, *Données Urbaines et smart city*, Éditions des Archives Contemporaines, https://eac.ac/books/9782813003263.

Paquienséguy F. (2006). *L'étude des usages en SIC aujourd'hui : bilan et perspectives. Questionner les pratiques d'information et de communication*, May 2006, Bordeaux. En ligne, sic_00104303

Patrascu M, Kogan A-F & Le Corf J-B. (2019). Les tensions organisationnelles des web- créatifs free-lance : flexibilité et épanouissement versus précarité et incertitude. *Actes du colloque International Org&Co*, p. 245-259, https://org-co.fr/bordeaux-2019.

Patrascu M, Kogan A-F & Le Corf J-B. (2021). Web-créatifs freelance : d'"entrepreneurs de soi" à "managers de soi", *Terminal*, à paraître.

Picon A. (2002). *Les saint-simoniens : raison, imaginaire et utopie*, Paris : Belin.

Raoul, B. (2020). *Le territoire à l'épreuve de la communication. Mutations, imaginaires, discours*, PU du Septentrion.

Ricoeur, P. (2016), 1986 (première édition). *L'idéologie et l'utopie*, Points.

Saives, A. L., Charles-Pauvers, B., Schieb-Bienfait, N., & Michel, B. (2016). Lieuité et socialisation organisationnelle : les raisons du lieu pour les travailleurs de très petites entreprises créatives et culturelles. *Management international*/, 21(1), p. 41-57.

Simmel G. (1903). *Les grandes villes et la vie de l'esprit*, réed Payot, 2013.

Tabaries M. (2005). *Les apports du GREMI à l'analyse territoriale de l'innovation ou 20 ans de recherche sur les milieux innovateurs*, Cahiers de la MSE.

Viard J. (2006). Éloge de la mobilité. La Tour d'Aigues : Editions de l'Aube.

Weber M. (1965). *Essais sur la théorie de la science*, Édition Plon.

Smart-citizen et développements communautaires : l'organisation des mobilités au sein de Nice Méridia

Smart-citizen and communities' developments: mobilities' organization in Nice Meridia

Jacques Araszkiewiez, MCF, Amélie Coulbaut-Lazzarini, MCF, Frédéric Couston, MCF
Unité de recherche émergente TransitionS, Université Côte d'Azur (UCA)
amelie.coulbaut-lazzarini@univ-grenoble-alpes.fr;
jacques.araszkiewiez@univ-cotedazur.fr ;
frederic.couston@univ-cotedazur.fr

Mots-clés : urbanisme ; mobilités ; indicateurs ; espace public.

Key-words: urbanism; mobilities; indicators; public space.

Résumé : La fabrique de la ville semble déterminée par des impératifs fonctionnels. Une batterie d'indicateurs est donc utilisée pour définir la forme de la ville en lien avec des impératifs de déplacement par exemple. Ces indicateurs standards semblent pouvoir être appliqués au développement d'une smart-city comme Nice Méridia. Ainsi le développement de la smart-city semble indifférent à l'utilisation de données. Le présent article montre que la configuration urbanistique de Nice Méridia correspond au contraire à une vision de la ville prenant en charge l'utilisation des datas et leur effet sur les usagers.

Abstract: Making of the city seems to be determined by functional imperatives. Many indicators are therefore used to define the shape of the city in relation to travel requirements, for example. These standard indicators seem to be able to be applied to the development of a smart-city like Nice Méridia. Thus, the smart city's development seems indifferent to the use of data. This article shows that the town planning configuration of Nice Méridia, on the contrary, corresponds to a vision of the city taking charge of data use and its effect on users.

Smart-citizen et développements communautaires : l'organisation des mobilités au sein de Nice Méridia

Jacques Arazskiewiez, Amélie Coulbaut-Lazzarini, Frédéric Couston

Problématique

Dans le cadre du présent article, nous nous interrogeons sur la manière dont les configurations urbanistiques et architecturales de Nice Méridia influent sur les mobilités au sein de ce micro-territoire. La circulation au sein de la nouvelle ville pourrait-elle être affectée par une déségrégation que nous posons en hypothèse des notions d'espaces publics et privés ? Et quelle contribution apportent les représentations véhiculées sur Nice Méridia, smart-city et ville méditerranéenne, à ce dispositif ?

Objet

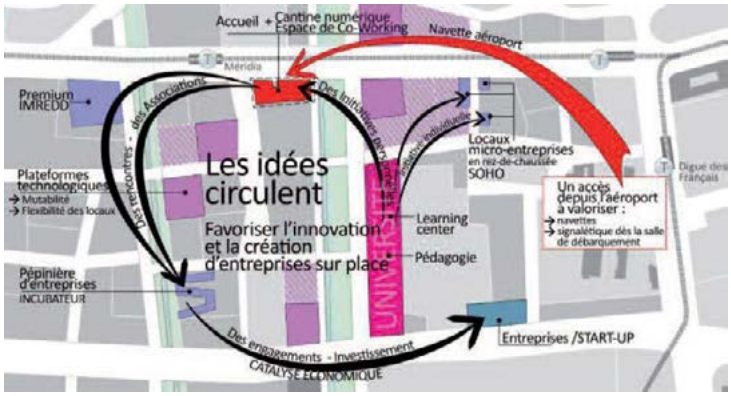


Fig. 1 - Nice Méridia une technopole urbaine pour une ville intense, Document émis pour la Concertation préalable à la création de la ZAC Nice Méridia du 28 septembre au 31 octobre 2012 par Eco-vallée Plaine du Var

Selon le classement proposé par le cabinet « Juniper research » [Amithab et Igor, 2018], Nice est la quatrième smart-city mondiale. L'intégration de capteurs et des données sont donc au programme pour garantir un passage des 6 V des big data (volume, variety, velocity, variability, value, veracity) au 6 S de la smart-city (*smart-economy, smart environnement, smart people, smart governance, smart living, smart mobility*) [Giffinger et alii, 2007]. L'émergence de Nice Méridia, un nouveau quartier en périphérie de la ville, ne peut dans ce contexte être anodine. Ce futur second centre de Nice devra être exemplaire de la ville intelligente. Le projet a donc été élaboré dans sa globalité par un cabinet d'architecture et d'urbanisme (Devillers et Associés, 2012) et intégré à la vaste opération d'intérêt national Eco-vallée Plaine du Var. Quant aux constructions, si de grandes latitudes ont été laissées aux architectes et cabinets d'architecture[1], elles se devaient de répondre à un cahier des charges spécifiant des normes environnementales précises. Et bien sûr intégrer tous les cap-

1 Laisné Roussel, Architecture Studio, Marc Barani, Jean-Philippe Cabane et Corinne Vezzoni, Ateliers Jean Nouvel, Sou Fujimoto …

teurs nécessaires à l'émergence d'un smart-citoyen susceptible de participer activement dans une dynamique collaborative à la vie de son quartier. Tout a donc été conceptualisé avant la réalisation de Nice Méridia : la circulation des personnes mais également, et de manière plus surprenante, la circulation des idées.

Si d'aventure, quelque chose était oublié dans le dispositif, il appartiendrait alors au citoyen grâce aux data dont il dispose d'adapter son comportement : l'usage comme forme ultime de régulation. Mais comment ce projet exemplaire intègre-t-il tout à la fois les dimensions économiques et écologiques à l'usage d'un smart-citoyen dans une architecture réelle ? Comment les discours sur ce territoire s'articulent-ils avec les pratiques, notamment les pratiques de mobilité ?

Dans le cadre d'un projet de recherches Trans-Métro-Med (Transformations des Métropoles Méditerranéennes) réunissant principalement trois laboratoires de recherche[2], l'UMR Espaces a travaillé sur les éventuelles spécificités d'une ville méditerranéenne et sur les possibles correspondances de Nice Méridia avec cette ville méditerranéenne type. A partir d'un jeu de 18 indicateurs morphologiques permettant de décrire les caractéristiques d'une part du réseau urbain et d'autre part du tissu urbain, il s'agissait de comparer la forme urbaine du quartier Sestri Ponente à Gênes, celle de l'Hôtel des Postes, centre historique de Nice, et celle du nouveau centre Nice Méridia. A la suite de l'effondrement du pont Morandi, la technopôle de Sophia Antipolis a été substituée à Sestri Ponente sans réorientation globale du projet. Au regard de l'identification d'une forme méditerranéenne de la ville, Sophia Antipolis pouvait en effet être substituée à Sestri Ponente. En revanche, la référence à Sophia Antipolis a permis d'introduire une comparaison entre une tentative d'incarnation de la ville nouvelle des années 60 conçue pour favoriser la production de savoir (*cross-fertilization*), une nouvelle tentative de planification de la ville là aussi articulée à un projet, celui d'une ville durable (*smart-city*) et une ville « traditionnelle » c'est-à-dire une ville (un quartier de ville) se déployant progressivement et *a priori* sans planification articulée à d'autres préoccupations autres que celles de rendre la ville habitable. Précisons ce point. Ces trois territoires, le quartier de l'Hôtel des postes, Sophia Antipolis et Nice Méridia présentent de nombreux points communs mais également d'évidentes différences que leur singularité exprime mais ne résume pas. En effet, ces trois territoires s'inscrivent résolument dans la modernité. La modernité se donne pour mission de construire elle-même son futur (régime d'autonomie) et se caractérise donc par la planification. Or ces territoires relèvent tous les trois d'un effort exceptionnel de planification : effort exceptionnel car urbanisme et architecture sont à chaque fois articulés dans une approche globale relevant de la complexité, c'est-à-dire du design urbain. Les visions des futurs associés à ces planifications sont pourtant très distinctes : articulé au Consiglio d'Ornato et à l'Hôtel des postes, un futur lointain ; à Sophia Antipolis un futur déjà beaucoup plus proche - le slogan utilisé par les promoteurs de Sophia Antipolis était : « trente ans d'avance », c'est-à-dire en somme une génération – et fortement teinté d'utopie : construire une ville favorisant l'émergence des nouvelles idées en pleine nature ; quant au futur proche voire futur immédiat, il caractérise Nice Méridia. Les trois projets ont par ailleurs fait l'objet de nombreux débats voire de polémiques. Mais ces polémiques ont pris corps dans des médiasphères distinctes : la galaxie Gutenberg (l'imprimerie) pour l'Hôtel des postes, la vidéosphère (la télévision et les mass-média) pour Sophia Antipolis, l'hypersphère (numérique, les réseaux sociaux et le web) pour Nice Méridia.

2 L'UMR Espaces (porteur du projet), le CEPAM [UMR 7264], Cultures et Environnements Préhistoire, Antiquité, Moyen Âge, et l'Unité de Recherches Emergentes Transitions en Sciences de l'information et de la communication

Il revenait aux chercheurs en sciences de l'information et de la communication de Transitions de travailler spécifiquement sur Méridia au sein de l'hypersphère numérique avec un objectif double :

- tenter de mettre en relation la perception des publics, qu'ils soient habitants ou simplement usagers du quartier, avec les critères objectivés par les géographes d'une ville méditerranéenne ;
- tenter de mettre en relation la perception des publics avec les représentations véhiculées sur Méridia, tant par rapport à l'histoire de ce territoire (incarnée ou supposée l'être dans la nouvelle ville) qu'actualisées par différents documents, que ce soient les plaquettes publicitaires utilisées par les promoteurs des projets architecturaux, les écrits des architectes et des urbanistes qui ont participé au projet ou les déclarations des institutions responsables de sa mise en œuvre :
- évaluer en somme la cohérence du design urbain de Méridia (y compris des communications afférentes) par rapport au comportement des usagers

Cadre théorique :

Nos recherches prennent corps sur fond des travaux conduits sur le développement des smart cities, notamment ceux qui inscrivent les discours dans une problématique d'action et de changement [Chopplet, 2018] ou qui questionnent les processus de circulations des idées et la place des acteurs [Eveno, 2018]. Elles s'appuient plus spécifiquement sur une approche traditionnellement ethno-méthodologique en sciences de l'information et de la communication [Héritage, 1991] mais s'inscrivent également dans un cadre socio-sémiotique et médiologique. Les travaux socio-sémiotiques [Van Leeuven, 2002] et sémiotiques ou sémio-pragmatiques [Floch, 1985, Groupe µ, 1992] seront actualisés. Ils nous permettront de repérer au sein des discours architecturaux et urbanistiques des configurations spécifiques et la récurrence de figures propres à l'organisation de Méridia. En effet, à la suite des travaux de Jean Davallon [Davallon, 1982], nous postulons qu'une étude de la relation entre le fonctionnement des ensembles signifiants et leur usage social est possible. Mais nous postulons également que Nice Méridia constitue un dispositif architectural et urbanistique qui :

- mémorise des rapports sociaux existant par ailleurs à l'état latent ;
- incarne ces rapports sociaux dans le réel ;
- par la conjonction mémorisation/incarnation, vise à configurer délibérément le comportement des usagers.

Méthodologie :

Nous avions à notre disposition plusieurs jeux de données ou de recueil d'information : d'une part, des données au sens propre du terme calculées par nos collègues géographes ; d'autre part, les résultats des investigations de nos collègues historiens et anthropologues concernant la présence et la réinterprétation de traces (et de tracés) du passé dans l'organisation de Méridia ; enfin des documents de promotion de la nouvelle

ville. Notre objectif initial était d'agréger ces données via un questionnaire afin d'interroger les usagers sur leurs perceptions et leurs représentations de Méridia. Il s'agissait à partir de questionnaires en ligne, d'entretiens semi-directifs ciblés sur des usagers et de déambulations d'évaluer ainsi les possibilités de passage des données métriques de la smart-city à la perception des usages et ce dans une certaine cohérence avec les annonces d'une smart-city présentée comme a) éco-environnementale, b) urbaine i. e. se constituant comme une ville c) méditerranéenne. Bien que cette enquête soit encore en cours, compte-tenu des premiers résultats obtenus et de l'organisation de journées d'études portant sur la manière dont Méridia prenait en charge par son architecture et son urbanisme un discours sur la nature, nos recherches ont été réorientées vers la prise en compte des ressources socio-sémiotiques de Méridia peut-être plus à même de rendre compte du comportement des usagers. Nous posons en effet en hypothèse que Méridia fonctionne déjà comme un dispositif configurant un comportement spécifique des usagers dans sa manière de circuler dans la ville via un ensemble de nouvelles ségrégations et déségrégations, bref de déplacements affectant notamment les notions d'espaces publics et privés.

Résultats

La forme hybride de Méridia

Giovanni Fusco et les chercheurs d'Espaces proposent 18 indicateurs qui permettent de caractériser le réseau routier et de décrire le tissu urbain des villes étudiées, dont le Floor Area Ratio (FAR) i. e. la densité du construit, le Public Space Index (PSI) i. e. le pourcentage d'espace public et le Percentage of Built-up Perimeter (PBP). i. e. le pourcentage de construction en bordure des rues. La compilation de ces indices a permis à nos collègues géographes de montrer que :

- Méridia correspondait à un modèle hybride ne ressemblant ni à Sophia Antipolis ni au quartier de l'Hôtel des postes
- Méridia ne correspondait pas totalement à un modèle urbain en ne favorisant ni le déplacement pédestre ni la présence d'espaces publics
- Méridia ne répondait probablement pas aux attendus d'une ville méditerranéenne même si les invariants d'une telle ville restent difficiles à identifier.

Un double blocage symbolique

Les premiers résultats de nos questionnaires montrent que les propriétés de cette forme hybride de Méridia ne sont probablement pas perçues. Sans doute à la manière de Roland Barthes, est-il possible de considérer que le dispositif naturalise la technique ou que la forme urbaine de Méridia n'est pas perçue par l'usager parce qu'il la considère comme « naturelle ». Pourtant, c'est bien l'impossibilité d'un passage bottom-up de la forme à sa perception qui est actualisée. Le cheminement top-down du représentatif au perceptif n'est pas plus fluide. Les usagers ont du mal à reconnaitre dans Nice Méridia une smart-city ou bien encore une ville

méditerranéenne. S'ils perçoivent clairement certaines références, ces dernières sont identifiées comme effets de discours » et non comme un ensemble cohérent. Les essences méditerranéennes sont perçues comme symboliques d'une présence de la nature c'est-à-dire vécues comme décors et non comme présence réelle. La reprise dans l'urbanisation de tracés anciens n'est tout simplement pas perçue et l'on peut douter qu'elle apporte en conséquence une légitimité historique à la ville nouvelle. Les exemples pourraient être multipliés y compris en intégrant le peu d'effet sur l'usager de bâtiments pourtant signés par des architectes iconiques ou de constructions pourtant éco-responsables comme Nice-Palazzo, un immeuble intégrant un cœur de bois. De toute évidence, le discours posé sur la smart-city, malgré l'abondance des références et de figures de transformation du minéral et du végétal reste un discours vitrine. On observe donc un double blocage ne permettant pas la production de sens (sense making). La montée de la forme via la perception vers la représentation n'est pas possible. La descente des représentations communiquées vers des perceptions cohérentes ne l'est pas non plus. Ce double blocage pourrait être la caractéristique d'un écoblanchiment. D'un côté une forme urbaine hybride peu propice à la vie dans le quartier ; de l'autre des représentations plaquées sur la smart-city : de l'un à l'autre, la smart-city héraldique perçue en quartier anonyme et sans agrément particulier. Pourtant, plutôt que de témoigner d'un écoblanchiment probable (et sujet à polémique puisque des solutions éco-environnementales sont identifiables à Méridia) en une forme renouvelée de stroy-telling, ce double blocage dans la dynamique de production de sens nous semble plutôt témoigner de l'efficacité d'indices caractéristiques de l'organisation de Méridia et des mobilités que cette organisation induit.

L'organisation matérialisée de Méridia

Si Méridia n'est pas perçue comme une ville méditerranéenne, si sa consistance de smart-city ne semble pas flagrante même par rapport à des bâtiments qui voudraient incarner le caractère smart de la ville, Méridia ne présente pas pour autant une architecture indifférente. La multiplication des références semble masquer l'effet réel du projet sur l'usager. En termes de circulation, les places qui ont vocation à servir d'interface dans le modèle turinois entre la nouvelle et l'ancienne ville sont absentes et remplacées par des entités (par exemple un commissariat de police) qui fonctionnent plutôt comme frontières. La structuration de Méridia en trois ilots constitue une nouvelle différenciation peu propice à la mobilité. La grande taille des parcelles au sein des ilots ou le faible pourcentage de constructions en bordure de rues (PBP) ne favorisent ni l'implantation de commerces ni la circulation pédestre.

Par ailleurs si les ressources sémiotiques du végétal et du minéral sont invariablement perçues comme décors, cette apparence masque l'utilisation de ces ressources comme frontières. Deux exemples permettront de fixer les idées. Les trois ilots constitutifs de Méridia sont séparés par des « vallons obscurs ». Ces zones végétalisées typiques de l'environnement niçois peuvent fonctionner comme bassins de rétention des eaux en cas de fortes pluies et reprennent des tracés anciens. Mais ces vallons obscurs, bien que végétalisés, ne peuvent être considérés comme lieu d'agrément par les usagers. Ils fonctionnement comme frontières. De même, à l'intérieur des parcelles, la disposition des circulations piétonnières est délimitée par des essences végétales. Cette disposition contribue à la signature visuelle des constructions présentes dans la parcelle mais matérialise également autant de frontières (éventuellement redoublées par des clôtures) que les usagers sont invités à ne pas franchir.

Un autre indicateur intéressant est le Public Space Index (PSI). Cet indicateur a unevaleur intermédiaire à Méridia entre Sophia-Antipolis et l'Hôtel des postes. Ces différences manifestent par exemple la grande taille des parcelles de Sophia Antipolis et la limitation du réseau routier dans ce territoire.

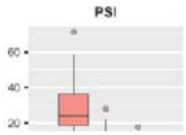


Fig.2 - Sources : laboratoire ESPACES

Autrement dit encore le PSI n'est bien évidemment pas pertinent pour caractériser la surface d'espace public permettant le séjour des usagers (places, jardins, etc.). Au-delà de cet indicateur, on peut cependant rendre compte d'un fonctionnement très particulier de la ségrégation espace public / espace privé à Méridia. En effet, chaque parcelle est occupée par un ou plusieurs immeubles, l'ensemble étant toujours clôturé et disposant d'un accès contrôlé le cas échéant par un gardien. Or ces clôtures sont de taille moyenne et ajourées. Elles permettent donc de contrôler la circulation physique mais autorisent le passage du regard. Ainsi la séparation extérieure/intérieure de la parcelle se trouve corrélée à la possibilité d'apercevoir de l'extérieur une partie de ce qui se passe à l'intérieur. Cette possibilité d'un regard de l'extérieur sur l'axe horizontal se trouve redoublée sur l'axe vertical par la présence de nombreuses terrasses. Comme la nature, un espace non-public est donné à voir tout en restant inaccessible au citoyen. Sous réserve d'avoir l'autorisation de pénétrer autrement que par le regard cet espace non public, ce dernier révèle quelques nouvelles ressources sémiotiques. En effet la surélévation d'arbres de déjà très grandes tailles par leur implantation dans des pots tend à diminuer relativement la perception de la taille des usagers. Ces derniers ne retrouveront en somme leur taille qu'au sein des espaces non privés et préservés comme les terrasses et divers lieux de séjour proposés au sein des constructions. En somme, en passant de l'espace public à l'espace non public de la cour, l'usager voit sa taille proportionnellement à l'environnement diminué puis ramené à une taille normale lorsqu'il pénètre dans l'espace privé de l'immeuble voire grandi lorsqu'il accède à l'espace non privé des terrasses. Au total, ce dispositif a d'une part pour conséquence une réduction de la dimension ou des fonctions d'un espace public conçu uniquement comme lieu de circulation et d'autre part une augmentation de l'espace privé récupérant la dimension de séjour confisqué à l'espace public et manifestée par l'abondance exhibitionniste des espaces non-privés et non-publics. Réduit ainsi, l'espace public devient en quelque sorte un lieu d'exil ou de bannissement. Au contraire, l'espace privé devient le lieu d'un partage et en somme d'une communion. Dans cette transformation, les notions mêmes d'espaces publics et privés sont altérées.

Discussion

En termes sémiotiques, notre approche ethno-méthodologique visait à évaluer la possibilité d'un passage des qualisignes iconiques rhématiques (la perception des usagers) aux légisignes symboliques argumentaux (une représentation globale des usagers) à partir des caractéristiques métriques de la forme urbaine mises en relation avec les discours sur la smart-city. Notre hypothèse était que l'usager devait pouvoir passer des perceptions aux représentations (et vice-versa) dans une continuité supportée par le discours architectural. L'impossibilité de ce passage peut trouver plusieurs explications. Outre qu'il soit difficile de questionner les

usagers alors que Méridia est encore en construction, il peut être rassérénant d'en rester à une critique d'un *green-washing* (écoblanchiment) d'autant plus vive qu'elle renvoie à un *green-building* pourtant réfléchi. Pourtant l'analyse des ressources sémiotiques de Méridia invite à une autre hypothèse. Méridia répond et tout à la fois catalyse un désir latent d'une partie de ses publics, un désir difficile à exprimer. Ce désir où la circulation de désirs que génère Méridia répond aux besoins d'usagers qui perçoivent la société et l'environnement comme potentiellement hostiles et cherchent dans la smart-city une réponse communautaire [Tönnies, 1977]. Que cette nouvelle ville, à supposer qu'elle fonctionne effectivement comme telle, risque de participer à ce qu'annonce Roberto Esposito [Esposito, 2010] comme la montée d'un régime des allergies généralisées au sein des systèmes sociaux ne serait qu'un phénomène marginal dans la mesure même où la société comme la démocratie seraient des promesses évaluées de toutes façons comme trop perfectibles. En anticipant les attentes d'un smart-citizen, ou peut-être d'une partie de ces smart-citoyens, Méridia offrirait un urbanisme parfaitement cohérent avec un monde performatif et gouverné par les données. Autrement dit, les résistances plutôt légitimes à un projet économique se parant de quelques qualités écologiques – ne permettraient pas de prendre en considération les enjeux réels de la construction de Méridia et la capacité de ce projet à diriger les comportements des usagers en produisant un sens évidemment caché, ce qu'on pourrait qualifier de métalogue dans une approche batesonnienne. L'architexte *architecte* Méridia c'est-à-dire présuppose le comportement des usagers. Autrement dit encore, passé un premier constat d'échec du passage des perceptions aux représentations, il serait possible de passer du signe au sens de Méridia pour autant que soit formulée l'hypothèse d'une organisation matérialisée déterminante des usages de Méridia en relation bien sûr avec les métriques de cette forme urbaine.

Au plan théorique ou méta-théorique, l'approche présentée se trouve complémentaire du travail de nos collègues géographes dont les recherches peuvent être présentées comme « systémiques », c'est-à-dire comme décrivant un système de la ville avec ses invariants d'ordre morphologique. Pour fixer les idées, cette systémique n'est rien d'autre en médiologie que celle de la matière organisée [Debray, 1997]. Elle est également complémentaire d'une recherche portant exclusivement sur la perception de la nouvelle ville par les usagers. Mais elle ne se réduit donc ni à l'une ni à l'autre. Si le terme n'était aussi connoté, on pourrait l'inscrire dans le cadre d'une approche de la structuration dynamique de la nouvelle ville. Pour spécifier cette structuration dynamique, en médiologie, il conviendrait de se référer à la notion d'organisation matérialisée. D'un côté donc, une matière organisée, une face technique de l'architecture et de l'urbanisme manifestée par les indicateurs morphologiques de la ville ; de l'autre, une organisation matérialisée, incarnée en de multiples frontières végétales ou minérales prédéfinissant un mode de circulation dans la ville, circulation comprise comme déplacement mais également par exemple comme circulation du regard (perspectives). L'efficacité sociale des pratiques signifiantes pourrait alors être décrite au sein d'un modèle à deux dimensions. Au sein de ce modèle, les coordonnées de l'usage (Z) pourraient être calculées à partir de la projection en (X) du système – la matière organisée et en (Y) de la structuration dynamique – l'organisation matérialisée.

Conclusion

Alors qu'une urbanisation à marche forcée est en cours - on estime qu'en 2060 plus de 70% de la population mondiale vivra dans des villes (UN DESA, 2018) – et que l'accélération des processus de numérisation du

monde sont patents, le développement de Méridia ne peut être considéré comme anecdotique. Meridia pourrait bien être l'exemple emblématique d'une réalisation architecturale et urbanistique devançant les désirs d'usages latents d'une partie au moins de la population. Arrivé à ce point, une dénonciation d'un nouvel écoblanchiment ne suffira pas à définir quel nouveau mode de vie « ensemble » sera à la hauteur des enjeux d'intégration de l'environnement dans nos existences.

Principales références bibliographiques

Amithab, S. & Calzada, I. (2018). *The Smart City Transformations: « The Revolution of 21st Century »,* Bloomsburry, India.

Caglioni M., Fusco G. & Verandini A. (à paraître). The form of the smart city. A comparison with previous design paradigms. *Urban Design International*.

Chopplet, M. (2018). Smart City : Quelles intelligences pour quelle action ? *Quaderni*.

Davallon, J. (1982). « Systèmes sémiotique et rapports sociaux », in *Espaces et représentations.* Paris, Les éditions de la villette.

Debray, R. (1999). *Transmettre,* Paris, Odile Jacob.

Esposito, R. (2010). *Communauté, immunité, biopolitique,* Les prairies ordinaires.

Eveno, E. (2018). « La Ville intelligente : objet au cœur de nombreuses controverses ».*Quaderni*, 29–41.

Floch, J. M. (1985). *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit.* Paris-Amsterdam, Hadès-Benjamins.

Groupe µ. (1912). *Traité du signe visuel.* Paris, Seuil.

Heritage, J. C. (1991). *L'Ethométhodologie : une approche procédurale de l'action et de la communication.* Paris, CNET.

Tönnies, F. (1977). *Communauté et société*. Paris, Retz.

Van Leeuwen. (2005). *Introducing social semiotics*, Routledge (Taylor & Francis Group).

Analyse du discours média sur la compréhension de l'espace touristique : le cas de la smart destination

Analysis of the media discourse on the understanding of the tourist space: the case of the smart destination

Cyril Blanchet, Doctorant,
Université Gustave Eiffel, laboratoire Dicen-IdF
cyril.blanchet@univ-paris-est.fr

Nathalie Fabry, MCF-HDR,
Université Gustave Eiffel, laboratoire Dicen-IdF
nathalie.fabry@univ-eiffel.fr

Mots-clés : tourisme, espace, destination touristique, smart destination

Keywords: tourism, space, tourism destination, smart destination

Résumé

Cet article questionne les liens entre recherche et médias. Trois hypothèses sont présentées à travers la notion d'espace touristique : (1) la smart destination est un concept construit par les auteurs académiques ; (2) la smart destination prend part dans des processus établis avant d'être proclamés ; (3) les évolutions touristiques contemporaines ont un lien privilégié avec les TIC. À travers la constitution d'un corpus médiatique issu d'un média spécialisé en tourisme digital, nous explorons la complémentarité des acteurs du secteur touristique.

Abstract

This article is questioning the links between research and media. 3 hypotheses are presented through the notion of tourism space: (1) smart destination is a concept constructed by academic authors; (2) smart destination takes part in processes established before being proclaimed; (3) contemporary tourism evolutions have a privileged link with ICT. Through the constitution of a media corpus from a media specialized in digital tourism, we explore the complementarity of the tourism sector actors.

Analyse du discours média sur la compréhension de l'espace touristique : le cas de la *smart destination*

Cyril Blanchet, Nathalie Fabry

L'espace touristique est une construction culturelle qui définit un périmètre géographique par sa capacité à mettre en tourisme des lieux à travers le développement de prestations touristiques (transports, hébergements, activités, etc.). Comme toute construction culturelle, cet espace s'est adapté aux différentes révolutions numériques du secteur, d'abord avec l'arrivée d'internet et la digitalisation des produits touristiques puis avec l'avènement des données massives et de l'automatisation. Dans ce sens, les terminologies pour définir les espaces touristiques ont elles aussi évolué pour adapter le discours des professionnels et identifier un espace physique et imaginaire aux frontières toujours plus vastes. Cette reconfiguration de l'espace entraine une réflexion dans la délimitation des compétences territoriales et la coopération entre les acteurs.

Dans cette contribution nous tenterons d'appréhender la perception de l'espace touristique et notamment celle de la *smart destination* à travers une approche en sciences de l'information et de la communication (SIC). Nous définirons comme espace touristique un lieu où l'activité touristique se crée et se déploie, caractérisé respectivement comme territoire, destination, puis *smart destination*. Nous mettrons en parallèle les résultats de la recherche académique avec l'analyse du discours de la presse spécialisée en tourisme. Nous formulons trois hypothèses :

(H1) La smart destination est un concept non stabilisé construit par les auteurs académiques. Nous souhaitons ici illustrer un manque d'interactions entre la recherche et les médias dans l'usage du terme *smart destination*. Il semble que les médias spécialisés identifient les vocables, tandis que les académiques tentent de les conceptualiser sans qu'il n'existe de liens de cause à effet entre ces deux initiatives.

*(H2) La smart destination prend part dans des processus établis avant d'*être proclamés ou arrêtés. Dans ce sens, les médias spécialisés en tourisme n'exploitent pas les concepts définis et construits par la recherche académique. Nous démontrerons comment les termes non appropriés par la presse spécialisée en tourisme ont pris progressivement place dans leurs publications avant même que la *smart destination* ne soit conceptualisée par les académiques. En effet, les composantes et préoccupations définies par la *smart destination* sont présentes dans les débats et les actualités depuis plusieurs années. Ainsi, comme le précise Fabry & Blanchet (2019) la *smart destination* doit être envisagée comme un *processus* et non comme un *statut.*

(H3) Les évolutions touristiques contemporaines ont un lien privilégié avec les technologies de l'information et de la communication qui leur servent de levier. L'étude du tourisme s'est peu à peu émancipée de sa discipline d'origine, la géographie. En nous basant sur les principales évolutions technologiques du tourisme, nous identifions dans les SIC des méthodologies d'analyses privilégiées pour accompagner les acteurs dans ces changements structurels.

Dans un premier temps, nous rappellerons l'évolution des périmètres définitionnels de l'espace touristique en lien avec les évolutions des technologies de l'information et de la communication (TIC). Puis nous préciserons notre méthodologie et l'importance de l'analyse de presse pour illustrer l'évolution des objets d'études dans le secteur du tourisme. Enfin nous conclurons sur nos trois hypothèses en rappelant les limites identifiées à cette analyse puis en ouvrant cette recherche vers de nouvelles perspectives.

Caractériser l'espace touristique

Le territoire, un périmètre géographique culturel

En 1981, Joël Bonnemaison précisait « *L'espace des géographes est bien une structure et un système où jouent des paramètres sociaux et économiques, mais il est aussi pour les hommes qui l'habitent un territoire, perçu à travers les grilles de leur culture (...) traduit en termes d'espaces le concept de culture renvoie immanquablement à celui de territoire* » (Bonnemaison, 1981 : 1). Dès lors, l'espace devient territoire lorsqu'il est associé à des valeurs, des traditions, des coutumes et une histoire. Pour l'illustrer nous pouvons nous intéresser au Musée du Quai Branly à Paris qui présente ses *collections* par *parcours géographiques* pour représenter des tendances culturelles : Asie, Afrique, Océanie, Amériques. Il n'est pas question de réduire les cultures à des périmètres géographiques délimités mais d'illustrer des caractéristiques communes. Le Musée du quai Branly, devient alors « *un musée pour les arts non occidentaux* » construit à travers le regard occidental qui souhaite valoriser la diversité culturelle (Pezzini, 2015 : 6). Le territoire comme espace géographique représente alors une entité délimitant un espace culturel commun dont des limites sont propres à celui qui les caractérise.

La destination, une mise en tourisme des espaces touristiques

La notion d'espace touristique précise *l'espace géographique* par son usage comme un lieu d'accueil de visiteurs désireux de séjourner temporairement sur un territoire. En tant que territoire culturel, le territoire touristique s'attache à valoriser ses qualités construites comme l'architecture, le paysage, la gastronomie ou l'artisanat. Cependant, dans l'*Encyclopedia of Tourism* (Jafari, 2017), il n'existe pas d'entrée pour « territoire ». Pour définir un espace touristique, nous parlons de « destination » : *destination benchmarking, destination branding, destination competitiveness, destination lifecycle, destination marketing*. Dès lors la terminologie « destination » est intrinsèquement reliée au tourisme, et la destination touristique devient une tautologie pour les acteurs du secteur.

Cette lecture de la destination a de nouveau été forgée par les géographes qui voyaient initialement dans le tourisme un phénomène délimité par des frontières politiques, administratives et/ou physiques. C'est ainsi que dans sa déclinaison la plus ancienne, le tourisme a été adossé à des espaces attractifs, spécialement aménagés, et directement ancrés au territoire support. « *C'est la société qui élit des lieux et non ceux-ci qui l'attirent.* » (Gay, 2000 : 18). On parle alors de mise en tourisme pour marquer la transformation d'un territoire à usage résidentiel vers un usage touristique. On développe les infrastructures touristiques dans « *un processus économique (apport de devises) et spatial (aménagement des lieux)* » (Kadri, 2019 : 1). Le

développement des stations littorales, de montagnes ou thermales, illustre cette acception avec des lieux qui n'ont pas attendu d'être valorisés pour exister. Par ailleurs, les lois et règlements touristiques en appui au développement touristique ont ciblé des territoires clairement délimités. « *Ce schéma veille à la cohérence des projets d'*équipement et des actions de l'État et des collectivités territoriales qui ont une incidence sur l*'aménagement ou la protection du littoral.* » (Loi littoral, 1986) La délimitation des espaces tient donc une importance dans la mesure où ils impliquent des initiatives de protection, de développement et des financements.

L'ère numérique, un délitement des frontières

L'entrée dans l'ère numérique a contraint le tourisme à composer avec les TIC (e-tourisme, i- tourisme et m-tourisme) si bien que l'espace touristique a fait l'objet d'une modification conceptuelle de ses périmètres. Portée par les technologies de l'information et de la communication, ces innovations majeures vont impacter l'espace étudié avec (1.) un périmètre plus ouvert aux délimitations floues et (2.) multidimensionnel.

Un périmètre aux délimitations floues

Avec une augmentation des départs en vacances, les destinations vont progressivement devenir imaginaires et se baser sur la représentation des lieux construits pour concrétiser le voyage (Gravari-Barbas & Graburn, 2012). Il n'est plus question de savoir dans quels lieux nous voyageons mais dans quel imaginaire nous nous projetons. Avec l'ère du numérique, les « frontières » se délitent car ce qui importe n'est plus le périmètre géographique de la destination mais sa capacité à accompagner les visiteurs dans leur expérience touristique (Sohee, 2018). Ainsi, lorsque des touristes profitent d'un séjour à Paris avec une nuitée et une journée à Disneyland©, ils profitent d'un weekend dans la capitale, on parle d'ailleurs de Disneyland Paris©. Paradoxalement, ce même espace devient lointain lorsque le complexe *Villages Nature*© (Groupe Pierre et vacances) propose un espace d'évasion pourtant à trente minutes de Paris et à proximité de Disneyland Paris©. L'imaginaire et la distance des destinations est donc construite par la position du touriste et le marketing des professionnels.

Un périmètre multidimensionnel

Auparavant identifié dans un onglet des sites internet institutionnels des villes, le tourisme s'autonomise et développe ses propres sites de destination pour les touristes. On caractérise ainsi son importance comme une activité permettant de révéler les qualités intrinsèques des destinations, source d'emplois et de revenus économiques.

Pour se démarquer, les destinations sont alors façonnées par la symbolique de nouveaux positionnements. Par exemple, le site touristique de la région *Bretagne* se décompose en dix univers pour accompagner le touriste dans son parcours : Destination Brocéliande, Brest terres océanes, Rennes et les portes de Bretagne, etc. D'un autre point de vue, le site de *la Loire à vélo* propose des expéditions tout au long de ses 900 km pour découvrir les territoires à travers une caractéristique commune : la Loire. Les sites internet viennent donc superposer différents imaginaires sur une même destination afin de valoriser les différentes approches des espaces touristiques valorisés.

Cependant le digital ne représente qu'une première vague d'innovation liée à la digitalisation du secteur. On parle aujourd'hui d'une deuxième transformation radicale qui va venir bouleverser l'équilibre du secteur autour de l'avènement des données, de l'intelligence artificielle et de l'automatisation (Fabry & al, 2019). Ces modifications vont continuer de modifier les frontières de l'espace touristique. Par exemple, l'émergence des réseaux sociaux fait que la destination prend vie dans les commentaires utilisateurs. L'espace touristique se conçoit donc à travers des fonctions digitales et numériques avec une possibilité de construire des espaces aux limites physiques, numériques ou imaginaires.

La *smart destination*, un espace technologique

Plus récemment, les écosystèmes *smart* vont intégrer la notion de réseau inhérente au développement des espaces touristiques avec une part importante dédiée à l'exploitation des données issues des espaces étudiés (Eveno, 2018). Qu'il soit humain ou technique, le réseau va être guidé par la facilitation des interactions entre les parties prenantes d'une destination : les informations sont croisées pour construire une offre touristique globale associée à la destination et plus uniquement aux acteurs. Cet espace *smart* appliqué au tourisme va intégrer une notion de gouvernance qui de manière générale va s'attacher à prendre en compte les différents usages du territoire qu'il soit résidents ou touristiques (Blanchet, 2020).

L'imbrication des technologies dans la pratique touristique vient à nouveau modifier l'espace touristique : la *smart destination* est alors définie par la notion de réseaux, d'échange et de coopération et va être favorisée par l'essor des avancées technologiques (stockage, algorithme, télécommunication, etc.).

Analyse média de la représentation définitionnelle de l'espace touristique

Une étude en construction

L'étude de la presse en tourisme reste une initiative sous-développée dans la recherche en tourisme. Notre approche méthodologique questionne les différences entre les discours (média) et l'objet (concepts académiques) dans la lignée des travaux de Ringoot (2014).

Bien que l'objet *média* ne soit pas transparent et que la lecture du chercheur ne soit pas celle du lecteur, nous admettons dans ce travail qu'un corpus média représente l'expression des communications issues des différents acteurs du secteur, où les médias seraient « *perçus comme des relais incontournables et autonomes, disposant d'un puissant pouvoir d'influence sur les opinions* » (Fourrier & al, 2011 : 48). Dans ce sens, en republiant les communiqués de presse, en relayant les actualités des différentes acteurs (direction, initiatives, solutions, etc.), en proposant des interviews ou en publiant des lettres ouvertes, ils participant à la visibilité de l'actualité du secteur.

En tourisme, il existe peu d'études sur l'analyse de la presse professionnelle qui représente pourtant un acteur majeur et indispensable pour comprendre les évolutions du secteur. Cette presse se positionne comme une ressource privilégiée pour les acteurs, que ce soit lors des formations (BTS, Licence, Master) ou lors des parcours professionnels individuels en tant que veille informationnelle. Cette presse, en condensant les

actualités, relate les nouveautés dans un secteur où l'innovation est indispensable. Elle devient un outil de coopération pour fédérer un secteur transversal à travers la mise en visibilité des évènements, des nominations et des réseaux qu'elle constitue.

Méthodologie

Dans cette recherche, nous nous concentrerons sur le média *Tom travel* dont la ligne éditoriale se positionne sur le tourisme digital pour illustrer les initiatives numériques du secteur. Nous avons constitué un corpus d'analyse de 280 articles depuis la base de données Factiva à travers la recherche du mot clé « destination » (2018-2020). Ainsi, la représentation du terme destination devrait traduire les mots clés qui illustrent les concepts *smart*. Deux approches exploratoires seront proposées : La première à travers une analyse quantitative des mots clés (NVivo) pour caractériser les dimensions principales de l'actualité technologique du secteur. Puis une deuxième approche exploratoire pour illustrer les mots clés préalablement identifiés.

Résultats

La destination, périmètre définitionnel implicite du tourisme

Le corpus média permet de mettre en avant deux dimensions caractéristiques du tourisme et du média étudié (tableau 1). Tout d'abord le champ lexical associé à l'espace touristique (tourisme, voyage, destination, territoire) permet de rappeler l'importance de l'espace sur lequel vient se construire l'activité touristique. Le terme destination est intrinsèquement lié au tourisme et au voyage. La deuxième dimension concerne les développements technologiques associés au tourisme (services, solutions, applications, plateforme, etc.) qui construisent un écosystème où le champ lexical du numérique vient s'appuyer sur les espaces touristiques identifiés.

Espace touristique		Dimensions technologiques			
Voyage.s.r/voyageur.s	1118	Clients	341	Site.s	167
Tourisme.s/te.s/tique.s	936	Technologie.s/que.s	329	Entreprise.s	155
Destination.s	543	Service.s	321	Transport.s	135
France	208	Données	256	Start-up	129
Travel	143	Solution.s	266	Mobile	126
Territoire.s	108	Plateforme	185	Réservation	126
Smart	103	Google (156) Facebook (28)	184	Prix	121
Monde	87	Acteurs	177	Utilisateur.s	107
		Application.s	176	Mobilité	77

Tableau 1 – Occurrences principale issues du corpus média. Source : NVivo

De la *smart destination* au *smart tourisme*, un concept en construction

L'analyse exploratoire du corpus médiatique révèle que la destination est très peu associée à la « *smart destination* » que ce soit dans l'utilisation de la terminologie « *smart destination* » ou dans la définition proposée par les académiques. Cependant, le corpus illustre une autre dimension *smart* théorisée par la recherche, celle du « *smart tourisme* ». En effet, un consensus académique récent établi une différence entre les termes *smart* associés à la gouvernance d'un espace touristique (= *smart destination*) au terme associé à l'expérience touristique (=*smart tourisme*) (Femenia Serra, 2019). Dans ce sens, peu d'articles présentent réellement la dimension technologique qui contribuent à l'attractivité touristique de la destination que ce soit dans sa gouvernance, dans la coopération des acteurs ou la gestion des données publiques. Nous retrouvons plus facilement l'illustration du *smart tourisme* qui montrent comment les nouvelles solutions technologiques viennent accompagner les nouvelles médiations touristiques entre le touriste et la destination. Ainsi, que ce soit des applications, des plateformes ou des objets connectés, l'actualité touristique propose un renouvellement de l'offre touristique (*smart tourisme*) mais non un renouvellement dans la gestion de la destination (*smart destination*).

Tel que défini par la recherche académique, ce processus de mise en technologie du tourisme était en cours depuis plusieurs années, ce que nous retrouvons à travers l'identité du média étudié « *Le site d'information évangélise l'innovation, décrypte les nouveaux défis et attire l'attention sur les nouvelles technologies à fort potentiel pour l'industrie.* » (Tom, Qui sommes-nous, 2019). D'un point de vue académique, il se positionne dans la lignée des études en « *smart tourisme* » cependant ce titre n'est pas revendiqué par le média.

Discussions

Des secteurs d'activités imperméables

(H1) La smart destination est un concept non stabilisé construit par les auteurs académiques. Notre recherche montre qu'il n'existe pas de liens entre l'actualité touristique, son illustration par les médias et la recherche académique. À travers l'analyse exploratoire du corpus médiatique, nous pouvons affirmer que la *smart destination* est un concept en construction mais seulement du côté des académiques. En effet, le corpus ne révèle ni le nom d'auteurs ni des définitions qui pourraient illustrer l'évolution du secteur autour des termes *smart*. Il existe donc un manque d'interactions entre la recherche, les médias et les professionnels dans l'usage des concepts et théories académiques.

Nous pouvons affirmer que les médias spécialisés identifient les vocables, tandis que les académiques tentent de les conceptualiser sans qu'il n'existe de liens de cause à effet entre ces deux initiatives.

Un processus établi avant d'être proclamé

*(H2) La smart destination prend part dans des processus établis avant d'*être proclamés ou arrêtés. Nous pouvons également soutenir que les termes non appropriés par la presse spécialisée en tourisme ont pris progressivement place dans leurs publications avant même que les concepts *smart* en tourisme ne soient concep-

tualisées par les académiques. Cependant cette appropriation de concepts universitaires reste relative : quasi inexistante pour le terme de *smart destination*, récurrente pour le terme de *smart tourisme*.

En complément des travaux présentés par Fabry & Blanchet (2019) précisant que la *smart destination* doit être envisagée comme un *processus* et non comme un *statut,* nous pouvons affirmer que les tendances *smart* en tourisme sont des processus établis sans qu'ils soient nécessaire d'être proclamés ou arrêtés.

Un processus définitionnel lié aux sciences de l'information et de la communication

(H3) Les évolutions touristiques contemporaines ont un lien privilégié avec les technologies de l'information et de la communication qui leur servent de levier. Nous avons montré le lien entre des processus en développement et des objets présents dans la presse. La diversité des terrains de recherche en SIC permet de questionner ces processus de transformations impactés par les TIC dans de nombreux secteurs d'activités. Le tourisme devient donc un terrain de recherche pertinent et privilégié pour les SIC pour caractériser certaines transformations qui sont identifiées par les acteurs mais non analysées. En effet, au regard des nombreux sujets abordés dans le corpus étudié, l'impact des TIC sur le tourisme transforme en profondeur les habitudes et les comportements autant des touristes que des acteurs.

Pour illustrer ces évolutions entre les différents termes qui caractérisent les espaces touristiques à travers l'émergences des TIC, le tableau 2 propose d'illustrer les différents supports liés aux évolutions technologiques et leur usage auprès des acteurs du tourisme.

Espace touristique	Médiation et technologies	Usages touristiques
Le territoire : espace délimité	Cartes postales Guides touristiques Affiches	Information Publicité
La destination espace ouvert et numérique	Téléphonie /Internet Réseaux sociaux Réalité virtuelle	Communication Information Réseaux sociaux
La smart destination : espace multidimensionnel	Stockage Algorithme Télécommunication	Ultra personnalisation Analyse prédictive Automatisation des taches

Tableau 2 – Les espaces touristiques à l'épreuve des technologies de l'information et de la communication. Source : auteurs

Limites méthodologiques et conceptuelles

De nombreuses limites peuvent être identifiés dans cette recherche. Tout d'abord concernant la *représentation* d'un corpus médiatique. Bien qu'il soit révélateur de l'actualité, il illustre le regard d'un média défini, construit autour d'une ligne éditoriale précise. Il existe un choix dans la diffusion des informations sélectionnées et dans la manière dont elles vont être présentées. La notion de représentativité peut donc être questionnée.

Par ailleurs, il pose la question de la légitimité et la pérennité d'un terme académique sur l'analyse d'un secteur. Comment devons-nous considérer la *représentativité* d'un terme : à travers son retentissement médiatique ou par le nombre de citations d'un auteur ? Cette recherche ne permet pas de définir qui de la recherche ou de la presse médiatique est l'acteur privilégié pour diffuser de nouvelles terminologies touristiques.

Conclusion

L'espace touristique peut être défini selon plusieurs terminologies en fonction de sa discipline académique et des technologies de l'information et de la communication. En effet, les vagues d'innovations viennent modifier sa représentation et rendre flou et multidimensionnel le périmètre des espaces touristiques. Récemment, les académiques ont souhaité conceptualiser le terme de *smart destination* pour illustrer une nouvelle vague d'innovation liée aux données massives et à l'automatisation pour marquer un changement radical dans le secteur du tourisme.

À travers l'analyse d'un corpus médiatique issu d'un média spécialisé sur le tourisme digital, nous avons montré que la terminologie du nouvel espace touristique ne se retrouve pas dans l'actualité : autant au niveau des acteurs touristique que dans la presse professionnelle. Pourtant, l'impact des innovations technologiques sur le secteur est réel et n'est, semble-t-il, pas suffisamment théorisé ou diffusé par les académiques. Ainsi, les concepts *smart* en tourisme prennent part dans des processus établis avant d'être proclamés ou arrêtés. Enfin, les TIC permettent de renouveler l'approche et l'étude du tourisme en tant que phénomène en constante évolution. Les sciences de l'information et de la communication se positionnent comme une science privilégiée pour continuer à étudier les modifications conceptuelles et structurelles du tourisme.

Bibliographie

Blanchet C. (2020). Réguler les conflits entre résidents et touristes : nouvel enjeu des villes intelligentes. *Revue Sur-Mesure,* n° 5, en ligne, consulté le 7 avril 2021, http://www.revuesurmesure.fr/issues/reprendre-la-ville/reguler-les-conflits-entre-residents-et- touristes-nouvel-enjeu-des-villes-intelligentes

Bonnemaison J. (1981). Voyage autour du territoire. *L'Espace géographique,* vol. 10, n °4, p. 249-262.

Fabry N. & Blanchet C. (2019). Monaco's struggle to become a smart destination. *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 5 No. 4, p. 672-684.

Eveno E. (2018). La Ville intelligente : objet au cœur de nombreuses controverses. *Quaderni,*

Vol. 96, p. 29-41.

Fabry N, Zeghni S. & Blanchet C. (2019). Gouvernance des données touristiques : Pratiques et enjeux. *Data Value Chain in Science and Territories, Symposium CODATA France*, Mars 2019, Marne-la-Vallée, France.

Femenia-Serra F, Neuhofer B. & Ivars-Baidal, J. A. (2019). Towards a conceptualization of smart tourists and their role within the smart destination scenario. *The Service Industries Journal,* Vol. 39, n° 2, p. 109-133.

Fourrier C, Lépine V, et Martin-Juchat F. (2011). Représentations des pratiques des professionnels de la communication en France : Entre injonctions marketing et idéal de la communication. *Communiquer,* Vol. 6, p. 41-56.

Gay J. C. (2000). La mise en tourisme des îles intertropicales. *Mappemonde*, Vol. 2, p.17-22. Gravari-Barbas M. & Graburn N. (2012). Imaginaires touristiques. *Via. Tourism Review*, Vol. 1, en ligne, consulté le 7 avril 2021, https://journals.openedition.org/viatourism/1178.

Jafari J. (2014). *Encyclopedia of tourism*. London, Routledge.

Kadri B, Bondarenko M. & Pharicien, J. P. (2019). La mise en tourisme : un concept entre déconstruction et reconstruction. *Une perspective sémantique. Téoros*, vol. 38, n°1, en ligne, consulté le 7 avril 2021, https://journals.openedition.org/teoros/3413.

Pezzini I. (2015). Paris, Quai Branly. Le dialogue des natures et des cultures. *AS-Actes Sémiotiques,* n° 118, en ligne, consulté le 7 avril 2021, https://www.unilim.fr/actes- semiotiques/5367.

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

Sohee H. (2018). L'impact des TIC sur la communication sociale : Les touristes asiatiques à Avignon. *Hermès, La Revue,* Vol. 82, n°3, p. 60-66.

Tom (2020). *Qui est tom ?*, en ligne, consulté le 7 avril 2021, https://www.tom.travel/qui-est- tom/.

CHAPITRE 2

CULTURES EN CIRCULATIONS

Les réseaux et lieux de sociabilité des Français en Allemagne : médias sociaux, espaces géographiques et transnationalité. Le cas des Français à Munich.

Networks and places of socialisation of the French in Germany: Social media, geographical spaces and transnationality. The case of the French in Munich

Lauriane Debrock, cotutelle entre l'Université de Lorraine (France)
et l'Université de la Sarre (Allemagne),
Laboratoire du CREM
lauriane.debrock@univ-lorraine.fr

Mots-clés : Français en Allemagne, transnationalisme, réseaux socionumériques, géocyberespace

Keywords: French in Germany, transnationalism, social media, geocyberspace

Résumé

Bakis considère que les espaces hors-ligne et en ligne sont interdépendants et fusionnent, créant un « géocyberespace ». Or, la gestion de ces espaces et réseaux sociaux est centrale dans la migration. Nous nous intéressons ici aux Français installés à Munich, vivant une mobilité privilégiée aux niveaux administratif, économique, culturel et social. Ces facilités encouragent- ils la formation d'un géocyberespace spécifique au groupe concerné ou au contraire le rendent- ils moins nécessaire ?

Abstract

Bakis considers that online and offline spaces are interdependent and merge, creating a "geocyberspace". Furthermore, the management of its social spaces and networks is central to migration. French people living in Munich experience a privileged migration, thanks to their administratively, economical, culturally and socially simplified mobility. Do these facilities encourage the formation of a geocyberspace specific to the concerned group or, on the contrary, do they make it less necessary?

Les réseaux et lieux de sociabilité des Français en Allemagne : médias sociaux, espaces géographiques et transnationalité. Le cas des Français à Munich.

Lauriane Debrock

Introduction

Selon Henri Bakis (2007), l'avènement des nouvelles technologies de communication modifie le géoespace, l'espace géographique classique, en le mêlant au cyberespace. Ces deux espaces fusionnent pour devenir ce qu'il appelle un « géocyberespace ». Depuis le développement de cette théorie les réseaux socio-numériques, proposant des plateformes spécifiquement destinées à la création de réseaux et d'espaces d'échanges en ligne, accessibles partout dans le monde tout en n'étant pas géographiquement neutres, semblent augmenter les possibilités de fusion. Dans le même temps, le développement de l'Union européenne, à travers des politiques encourageant la libre circulation, a facilité les déplacements entre ses pays. Cette mobilité est d'autant plus privilégiée dans le cas des Français s'installant en Allemagne : issus d'un pays économiquement stable, de tradition judéo-chrétienne, les Français bénéficient d'une certaine « invisibilité », voire même de préjugés positifs, dans la société allemande. À cela s'ajoute la décision prise après-guerre par la France et l'Allemagne de renforcer leurs relations à travers des institutions et l'encouragement d'initiatives citoyennes.

C'est ainsi que plus de 10 500 Français vivent aujourd'hui à Munich, selon les statistiques 2019 de la ville. Ils représentent 0,7% de la population, une minorité suffisante pour avoir une présence tout en étant trop restreinte pour avoir un poids réel sans une organisation de ses membres. Or, la ville accueille un certain nombre d'institutions, de lieux culturels, d'associations et de commerces français et les Français à Munich sont aussi présents sur Internet, à travers des sites Internet, blogs et les réseaux socio-numériques. Ces différents espaces en ligne et hors-ligne peuvent-ils correspondre à ceux décrit par Henry Bakis et peut- on constater leur fusion dans un géocyberespace franco-munichois ? Quel serait alors le rôle des réseaux socio-numériques dans le renforcement de ce géocyberespace ? Celui-ci s'étend-il également au niveau transnational, vers la France et le reste de l'Allemagne ?

Nous commencerons par présenter les caractéristiques sociologiques des Français à Munich ainsi que des espaces qu'ils investissent. Nous détaillerons ensuite les rôles des réseaux sociaux et d'Internet dans la migration pour finalement nous poser la question de l'existence d'un géocyberespace franco-munichois en vous présentant les méthodes utilisées pour étudier le terrain choisi et nos premiers résultats.

Les caractéristiques des Français à Munich

Le recoupement de différentes sources permet de dresser un portrait approximatif des Français installés à Munich, malgré le manque de ressources précises sur le sujet. Favell (2010) distingue dans la migration

intra-Union européenne les circulants Est-Ouest et ceux qu'il appelle les « Eurostars », décrits comme des personnes hautement qualifiées se déplaçant plutôt entre les pays de l'Ouest de l'Union européenne. En se basant sur l'étude PIONEUR, Recchi et Favell (2009) décrivent de façon plus détaillé ces migrants comme étant un phénomène assez récent (depuis 1994), avec des migrants plutôt jeunes (28 ans en moyenne), restant pour une période courte (8 ans en moyenne) et s'installant pour des motifs variés : travail, études ou rapprochement de conjoint. L´étude précise que plus de la moitié des Français s'installant en Allemagne parlent mal ou pas du tout la langue mais après quelques années dans le pays, 75% la parlent bien à très bien. 25% des Français en Allemagne connaissaient déjà des Français sur place avant de s'installer. Ils ont soit autant d'amis dans les deux pays (35%) soit plus d'amis en Allemagne (46%) et un sentiment d'attachement vis-à-vis des deux pays (68%). 59% souhaitent cependant revenir un jour en France. Ils sont de plus en plus diplômés et 82% d'entre eux font partie des classes moyenne ou aisée (60% en France). Certains de ses résultats se recoupent avec les travaux de Lüsebrink (2016) : les Français s'installant en Allemagne ont tendance à en sous-estimer les difficultés culturelles : méconnaissance de la langue et de la culture du pays hôte, incompréhensions interculturelles, etc., ce qui peut être un frein à leur « ancrage » dans le pays. Les statistiques de la ville de Munich révèlent de leurs côtés que les Français s'installant à Munich sont sensiblement autant d'hommes que de femmes. Une partie de ces données est différente de celles de l'étude PIONEUR : l'âge moyen à l'installation est de 36,7 ans et 50% repartent dans les trois ans. Ce dernier chiffre peut cependant être « faussé » par les étudiants, notamment en Erasmus, qui ne restent souvent que pour la durée de leurs études.

Les caractéristiques de la ville de Munich

Par ailleurs, la ville de Munich a ses propres caractéristiques, ce qui influe sur le type de mobilité qu'elle attire. Elle est un des principaux centres économiques de l'Allemagne et le marché de l'emploi y est très dynamique, avec un taux de chômage à 3,5% en 2019[1], et elle accueille de nombreuses grandes entreprises. Munich est par ailleurs régulièrement nommée comme la ville d'Allemagne avec la meilleure qualité de vie[2] : sa situation géographique au cœur de l'Europe, à proximité des Alpes, avec un climat continental agréable et une taille humaine la rend très attractive. Cependant, le coût de la vie munichoise peut être un frein pour une installation à long terme : les loyers y sont très élevés et l'achat immobilier y est difficile. Elle accueille aussi deux des meilleures universités allemandes. Enfin, elle est très cosmopolite avec 28,5% de sa population ayant une nationalité autre qu'allemande. Elle attire donc un public varié de professionnels, étudiants et personnes simplement séduites par une vie dans la capitale bavaroise.

Les espaces des Français à Munich

Comment les Français qui y sont installés investissent-ils la ville et leur transnationalisme ? Pour le comprendre, nous nous basons donc sur le concept du géocyberespace de Bakis (2007), qu'il définit comme composé des espaces suivants :

- L'espace de la distance, classiquement abordé comme l'espace physique avec ses lieux et sa

1 https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1107314/umfrage/entwicklung-der-arbeitslosenquote-in-muenchen/

2 Mercer Quality of Living Index et Monocle Quality of Life Index.

« rugosité » (le géoespace) ;

- L'espace technologique des réseaux et des flux où l'on peut retrouver le contenu de la notion de cyberespace ;
- Les manifestations spatiales résultant de l'interface entre les deux premiers niveaux, en un « tout » définissant la nouvelle réalité spatio-temporelle des sociétés de communication et d'information, dans une sorte de fusion entre l'espace physique, l'espace des réseaux et les nouvelles potentialités et usages sociaux en découlant.

Quels sont les différents espaces en ligne et hors ligne des Français à Munich ? Concernant leur géoespace, la ville accueille de nombreuses institutions françaises avec une école et un lycée français, un consulat, un Institut français avec une médiathèque, un centre de coopération universitaire franco-bavarois, ainsi que de nombreuses initiatives personnels : entreprises, restaurants, bars, commerces ou associations français ou franco-allemands. La distance géographique avec la France peut lui avoir un impact sur les déplacements vers leur pays d'origine. Munich a bien un aéroport desservant de nombreuses villes françaises mais avec peu de liaisons à bas coût. Les distances en train et en voiture sont importantes, la ville étant située à l'extrémité sud-est du pays.

Face à la distance physique, les outils de communication disponibles sur Internet sont donc une ressource importante. Dans les années 2000, les Français en Allemagne avaient rapidement investi les blogs (Rival, 2011 ; Martin, 2014). Internet garde des traces de nombreux blogs écrits par des Français installés dans la capitale bavaroise. À titre d'exemple, il y avait en 2012 une quinzaine de blogs actifs de Français à Munich[3]. À ceux-ci s'ajoute le site Internet « Munich French Connection », créé en 2008, qui au fil des années s'étoffe d'un forum et d'un wiki recensant les informations nécessaires à la vie courante des Français de la ville (démarches administratives, lieux de vente de produits français, médecins francophones, etc.). Ces blogs ne sont, pour la plupart, plus en activité aujourd'hui. Le site est lui toujours en fonctionnement, mais les interactions sur le forum sont beaucoup moins fréquentes. Il existe également des sites Internet : ceux des associations de Français à Munich (Munich accueil, Franz'München, etc.) ainsi que ceux des institutions. Depuis plusieurs années, les réseaux socio-numériques se sont ajoutés, voir ont pris le relais, avec des groupes comme « Français à Munich », « Parents à Munich », « Munich Nanas », etc. Récemment, des applications comme WhatsApp sont également utilisées pour la création de différents groupes locaux. Les outils Internet à disposition des Français de Munich ne cessent donc d'évoluer et d'être investis.

Les rôles d'Internet et réseaux socio-numériques dans la migration

Pour approfondir le concept de Bakis et mieux comprendre la spécificité des liens et espaces sociaux dans la migration et les rôles qu'y jouent aujourd'hui Internet et les réseaux socio- numériques, nous nous basons sur les recherches de Granovetter, Kissau et Diminescu.

3 http://bretzeletcafecreme.blogspot.com/2012/02/10-blogs-francais-munich.html, consulté le 02/08/2020.

Les liens sociaux dans la migration

Mark Granovetter théorise dès 1973 l'importance des réseaux sociaux en distinguant les liens forts (famille, amis proches) et les liens faibles (connaissances), ces derniers permettant de créer des ponts entre différents réseaux sociaux et d'ainsi faciliter l'accès à des informations et ressources. Ceux-ci peuvent s'avérer centraux pour des migrants qui, en arrivant dans le pays d'accueil, doivent chercher un emploi, un logement, etc. généralement sans bénéficier du soutien de leurs liens forts. Ce sont alors les liens faibles qui peuvent leur permettent de créer des « ponts » entre différents groupes sociaux et de multiplier ainsi les contacts qui pourront devenir des ressources. Internet et les réseaux socio-numériques apportent aujourd'hui une nouvelle dimension en permettant de recréer ces liens en ligne et en facilitant la mise en relation de personnes partageant des contacts communs. Une étude (Backstrom, Boldi, Rosa, Ugander, Vigna, 2012) montre ainsi que les 6 degrés de séparation entre toute personne sur le globe sont passé à 4 degrés sur Facebook.

Les usages d'Internet et des réseaux socio-numériques dans la migration

De son côté, Kissau (2009) liste les usages spécifiques d'Internet par les migrants. Elle met ainsi en avant la facilitation de l'accès à l'information qui sont souvent disponibles dans plusieurs langues sur Internet, permettant aux migrants d'avoir un meilleur contrôle de leur situation. Le passage par l'écrit est également un avantage pour les migrants qui ne sont pas encore à l'aise dans la langue du pays d'accueil car il leur permet de communiquer en ayant le temps de comprendre et de se corriger. Sur les réseaux socio-numériques, l'accès à l'information est également facilité par les groupes créés par les différentes communautés.

Par ailleurs, Internet est utilisé pour maintenir les contacts avec les personnes restées dans le pays d'origine. Les réseaux socio-numériques ont ici l'avantage de fournir de nombreuses possibilités : ces plateformes offrent différents canaux de communication, passifs ou actifs et en parcourant les publications de ces contacts, on peut se tenir au courant ce qu'il se passe dans leurs vies quotidiennes.

La chercheuse met aussi en avant la possibilité de participation sociale et politique. Elle explique que, dans le pays d'accueil, Internet permet au migrant de prendre part à des échanges avec des locaux sans que leur différence de statuts soit directement visible. La possibilité pour les migrants de se regrouper en ligne leur permet aussi d'acquérir une certaine visibilité qui peut être mise à profit pour d'éventuelles revendications. Cette visibilité peut également être utilisée dans le pays d'origine, d'autant plus que les retombées économiques de la migration dans le pays d'origine incitent les politiques à prendre en compte les besoins de leurs ressortissants à l'étranger.

Enfin, Kissau pense que les usages d'Internet par les locaux peuvent également améliorer l'expérience migratoire : ils y sont en contact avec des migrants, ce qui leur offre la possibilité de mieux comprendre ce que ceux-ci vivent et de communiquer avec eux.

La double présence des migrants et les « e-diasporas »

Dana Diminescu (2008, 2012) s'intéresse elle aussi à l'usage des TIC par les migrants. Ces recherches montrent que les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont permis de rendre vi-

sible et largement accessible une culture du lien chez les migrants et ont rendu possible le passage d'une double absence, dans le pays d'origine et le pays de résidence, telle que la décrivait Sayad (1999) à une double présence. Aujourd'hui, un migrant n'est plus isolé, mais au contraire a même de créer et maintenir des liens à la fois sur place et à distance. Diminescu (2012) est également à l'origine d'un projet d'études des « e-diasporas », qui s'intéressent à l'organisation des migrants originaires d'une même communauté (groupe ethnique, religieux, linguistique…) dont les interactions et l'organisation est facilité par Internet. Elle décrit l'« e-diaspora » comme auto-définie et existant à la fois en ligne et hors- ligne, un « collectif de migrants qui s'organise lui-même et est actif d'abord et principalement sur Internet. Ces pratiques sont celles d'une communauté dont les interactions sont « enrichies » par les échanges digitaux ». On se rapproche ici du concept de géocyberespace de Bakis, adapté au contexte migratoire.

Un géocyberespace franco-munichois ?

Méthodologie

Ces différentes recherches montrent qu'Internet et les réseaux socio-numériques ont pris une place centrale dans l'expérience migratoire. Nous avons vu par ailleurs que les Français se sont créés un géoespace et un cyberespace dans Munich. Pour vérifier si ces éléments peuvent effectivement mener à l'existence d'un géocyberespace particulier et quel rôle les réseaux socio-numériques jouent dans celui-ci, nous avons décidé de mener une recherche exploratoire grâce à des méthodes mixtes dans une approche qualitatives. La thèse se déroulant en cotutelle entre une université française, en sciences de l'information et de la communication, et une université allemande, en communication interculturelle, les références théoriques ainsi que les méthodes choisies sont influencées par les traditions scientifiques des deux pays et l'interdisciplinarité du sujet de recherche. L'utilisation des méthodes mixtes correspond donc bien à cette démarche. Une triangulation avec un questionnaire suivi d'un entretien semi-ouvert puis complété par une analyse des réseaux permettra d'explorer un terrain n'ayant jamais été étudié et d'obtenir une vue d'ensemble du rapport entre sociabilité, réseaux socio-numériques et espace social du corpus sélectionné.

Actuellement en deuxième année de thèse, le recueil des données est cependant encore en cours et a été rendu difficile par les circonstances actuelles. Il se fait en deux parties : tout d'abord l'administration des questionnaires et des entretiens auprès d'un corpus de Français installés dans la ville depuis au moins deux ans. Les entretiens ont été jusqu'ici recueillis auprès de 13 Français aux profils divers, l'objectif est d'environ 20 personnes. Les questionnaires ont été soumis à 15 personnes, l'objectif est de 30 participants. Par la suite, nous nous baserons sur les réponses aux questionnaires et entretiens pour analyser les réseaux hors ligne et en ligne des Français à Munich et créer ainsi une cartographie de ce géocyberespace franco-munichois, voire franco-allemand.

Les espaces et liens sociaux des Français à Munich

L'analyse des questionnaires déjà recueillis donne des premiers éléments de réponses. Il faut cependant garder à l'esprit que l'étude du terrain et l'analyse des résultats ne sont pas encore finalisés. L'échantillon est

pour le moment restreint et en partie biaisé, puisque la première campagne de recrutement s'est faite sur les groupes Facebook des Français à Munich ainsi qu'une liste de diffusion d'e-mails de Français à Munich, ce qui implique une utilisation d'Internet et une identification culturelle à ce groupe.

Nous pouvons toutefois voir des premières tendances se dessiner : toutes les personnes interrogées se rendent au moins une fois par an en France, pour voir leurs familles et leurs amis. La plupart (12 sur 15) se rendent aussi régulièrement dans des villes ou lieux allemands en dehors de Munich, pour des raisons familiales et amicales, le tourisme ou les loisirs. Dans Munich, tous exceptée une personne se rendent au minimum une fois par an dans les institutions françaises ainsi qu'une association ou un lieu français. Les événements français sont aussi très fréquentés : 14 des 15 personnes interrogées y participent en fonction de leurs centres d'intérêts (concerts francophones, diffusion d'événements sportifs français, fête du beaujolais nouveau, etc.).

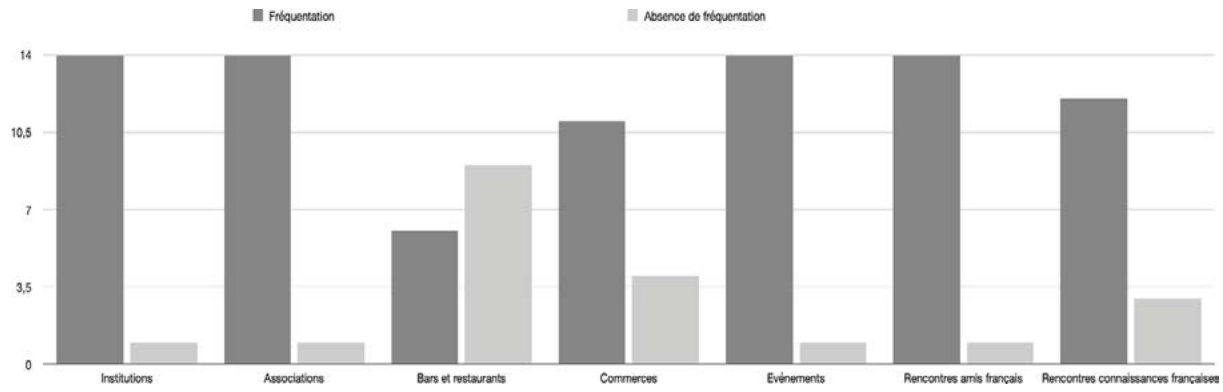


Fig.1 : Le géoespace français à Munich

Concernant les réseaux socio-numériques, la plateforme la plus utilisée est Facebook (11 personnes). L'usage est cependant plutôt passif : seuls quatre publient au moins une fois par semaine. La majorité des inscrits à la plateforme font partie de groupes (10), essentiellement des groupes de Français à Munich, même si l'usage est là aussi plutôt passif (peu de publications, de mentions j'aime ou de commentaires). Le deuxième type de réseau social le plus utilisé (10 personnes) sont les plateformes professionnelles, avec Linkedin et Xing. Sept y fréquentent des groupes mais seule une partie de ceux-ci concerne la présence française à Munich. Les autres types de réseaux socio-numériques sont beaucoup moins utilisés : cinq sont sur des réseaux socio-numériques d'images (Instagram, Snapchat, Pinterest), cinq sur des réseaux socio-numériques de voisinage, quatre sur des plateformes de rencontres, trois sur Twitter et trois sur des réseaux socio-numériques d'expatriés (InterNations, expat.com).

Dans la composition de leurs réseaux sociaux, tous les participants maintiennent des contacts avec leur famille proche. Pour cela, ils privilégient des moyens de communication directs comme le téléphone, les messageries type WhatsApp et le face-à-face. Ils maintiennent également des liens avec leur famille éloignée mais en communiquant et en se voyant rarement. Tous les participants ont encore au moins quelques amis proches en France et douze d'entre eux utilisent les réseaux socio-numériques pour rester en contact avec eux. WhatsApp et les appels téléphoniques sont les deux autres moyens de communication privilégiés. Le nombre de leurs amis allemands est légèrement moins important mais tous déclarent en avoir au moins un. Dix participants utilisent les réseaux socio-numériques avec ces amis, là aussi en majorité Facebook. Ils utilisent également fréquemment WhatsApp, plus rarement le téléphone. La proximité géographique fait

qu'ils voient beaucoup plus souvent leurs amis allemands que français. Tous ont au moins un ami français à Munich. Les réseaux socio-numériques sont relativement peu utilisés entre Français à Munich : seule la moitié d'entre eux y a recours. On garde une communication essentiellement par WhatsApp et en face-à-face. Concernant leurs liens faibles en France, la majorité des participants ont fait un « tri » et ne sont plus en contact qu'avec une partie d'entre eux, parfois même aucun. Pour maintenir le contact, la grande majorité utilisent les réseaux socio-numériques, souvent passivement. D'autres moyens de communications sont rarement utilisés. Tous les participants ont des liens faibles allemands. L'utilisation des réseaux socio-numériques est moins généralisée qu'avec les liens faibles français et se concentrent là aussi sur Facebook et sur les réseaux professionnels. WhatsApp et le face-à-face sont privilégiés. Avec les collègues se rajoutent les e-mails et le téléphone. Enfin, concernant les liens faibles français à Munich, un seul participant n'en a aucun. Là encore, l'usage des réseaux socio-numériques est moins répandu : huit personnes les utilisent. Comme avec les liens faibles allemands, WhatsApp et le face-à-face sont préférés. Pour avoir une vision globale du cyberespace français à Munich, nous devrons compléter ces données (fig. 2 et 3) en créant une cartographie des sites Internet, wikis, blogs et forums créés par et à destination des Français de Munich.

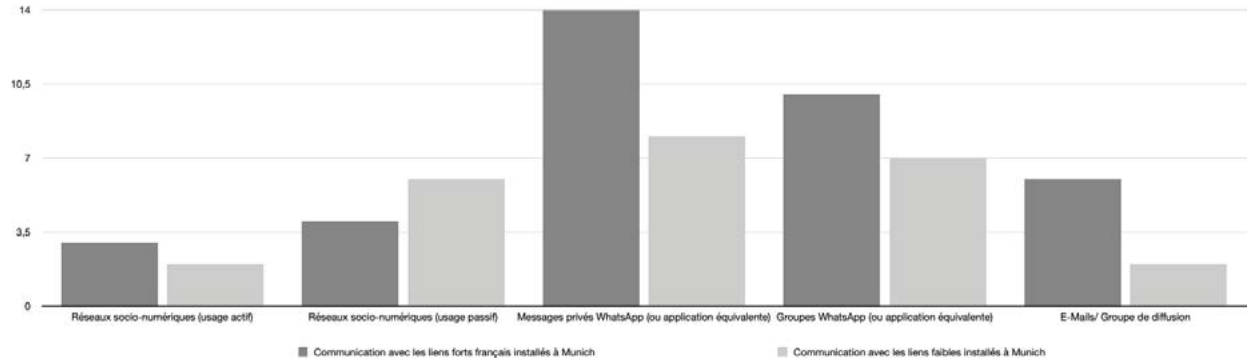


Fig. 2 – Outils de communication en ligne privilégiés par les Français à Munich

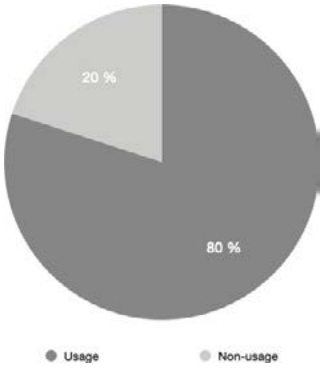


Fig. 3 – Présence des participants sur les groupes de Français à Munich des réseaux socio-numériques

Un géocyberespace franco-munichois ?

Concernant les manifestations d'une fusion du géoespace et cyberespace des Français à Munich, il s'agit, grâce aux recoupements des usages et des expériences des personnes interrogées, de faire ressortir des éléments montrant « une vision globale de l'espace, englobant l'espace euclidien mais le transcendant tant avec l'espace technologique qu'avec l'espace social » (Bakis, 2007). Il peut s'agir d'éléments concrets : une

prise de contact en ligne qui se concrétise par une rencontre hors-ligne ou un commerce se rendant visible auprès de son public cible sur les réseaux socio-numériques, ou plus abstraits : par exemple, un sentiment d'appartenance à une communauté renforcé par la visibilité de celle-ci en ligne. Nos recherches ne sont là aussi pas encore suffisamment abouties pour pouvoir affirmer qu'une fusion existe bien entre le géoespace et le cyberespace des Français de Munich, néanmoins certaines réponses des participants vont dans ce sens.

Le réseau des Français à Munich semble plutôt basé sur un réseau de liens faibles, les participants ayant en général un nombre limité d'amis et beaucoup plus de connaissances françaises dans la ville (7,2 amis en moyenne contre 37,7 connaissances). Tous fréquentent des lieux français dans la ville mais la plupart de façon assez sporadique (une ou deux fois dans l'année). Les entretiens montrent cependant que certains de ces lieux jouent un rôle dans l'imaginaire collectif : la plupart évoque le bar « Déjà Bu ? », les soirées « Tour de France » ou du Beaujolais nouveau, alors que dans les réponses au questionnaire, la fréquentation de ces lieux n'est pas généralisée. De la même manière, la plupart pense qu'une « communauté » française à Munich a une existence réelle, sans pour autant toujours revendiquer en faire partie. Ils justifient leur réponse par un sentiment d'entraide visible sur les groupes français des réseaux socio-numériques et par la présence française dans la ville.

Concernant le rôle des réseaux socio-numériques dans ce géocyberespace, outre la visibilité dont nous venons de parler, les premiers résultats indiquent que les réseaux socio-numériques sont privilégiés lorsque les contacts ne se trouvent pas dans une zone géographique proche et/ou qu'ils font partie des liens faibles. Dans les autres cas (liens forts vivant à distance et une partie des liens faibles vivant à proximité), des modes de communications plus directs sont préférés : face-à-face, téléphone ou messages (de groupes ou direct). Cela semble confirmer le rôle des réseaux socio-numériques dans la création et le maintien d'un réseau de liens faibles d'une part et d'autre de la frontière.

Conclusion

Ces premiers éléments semblent donc valider l'existence d'un géocyberespace franco- munichois mais avec un rôle des réseaux socio-numériques plutôt symbolique, passif et en complément d'autres outils. Le rôle des réseaux socio-numériques semble plus important pour un type particulier de contacts : à distance et avec des liens faibles. Si cette hypothèse se confirme, elle est tout de même importante dans un géocyberespace transnational : comme le montrent les travaux de Granovetter et Diminescu, les liens à distance et les liens faibles sont centraux dans les relations dans le pays d'accueil, avec le pays d'origine et dans la création d'un sentiment d'appartenance à une communauté.

Concernant un géocyberespace qui dépasserait l'espace munichois pour être transnational, ces premiers éléments vont dans la direction d'un prolongement vers la France, mais la question se pose concernant le reste de l'Allemagne et devra être creusé.

Bibliographie

Backstrom, L., Boldi, P., Rosa, M., Ugander, J., & Vigna, S. (2012). Four degrees of separation. *Proceedings of the 4th Annual ACM Web Science Conference*, p. 33-42.

Bakis, H. (2007). Le « géocyberespace » revisité. Usages et perspectives. *Netcom. Réseaux, communication et territoires*, n° 21-3/4, p. 285-296.

Diminescu, D. (2008). The connected migrant: an epistemological manifesto. *Social Science Information,* n° 4-47, p. 565-579.

Diminescu, D. (2012). Introduction: Digital methods for the exploration, analysis and mapping of e-diasporas. *Social Science Information*, n° 4-51, p. 451-458.

Favell, A. (2010). Immigration, migration et libre circulation dans la construction de l'Europe. *Politique européenne*, n° 2-31, p. 33-64.

Granovetter M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, n° 6-78, p. 1360-1380.

Kissau, K. (2008). *Das Integrationspotential des Internet für Migranten.* Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Lüsebrink, H.-J. (2016). *Einführung in die Landeskunde Frankreichs: Wirtschaft – Gesellschaft – Staat – Kultur – Mentalitäten*. Berlin, Springer-Verlag.

Martin, D. (2014). Récits d'expat'. Des auteurs et des blogueurs racontent leur quotidien en France et en Allemagne. *Culture de masse et médiateurs franco-allemands. Acteurs, médias, articulations.* p. 169-183

Recchi, E. & Favell, A. (2009). *Pioneers of European Integration: Citizenship and Mobility in the EU*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing

Rival, S. (2011). Diaspora et réseaux numériques francophones : l'exemple des blogs français de Berlin. *Le cyber espace francophone, Perspectives culturelles et médiatiques*, p. 101-119.

Sayad, A. (1999). *La Double Absence*. Paris, Éditions du Seuil.

Communiquer sur la mobilité internationale à destination des jeunes : vers un modèle de transmission horizontale des informations

Communicating on international mobility for young people: towards a model of horizontal transmission of information

Cécilia Brassier Rodrigues, Maître de conférences
Université Clermont Auvergne, Communication et Sociétés
cecilia.brassier@uca.fr

Mots-clés : mobilité internationale, vivre ensemble, communication

Keywords: international mobility, living together, communication

Résumé

Dans le cadre d'une enquête, 74 jeunes ayant réalisé une mobilité internationale ont proposé un témoignage visant à donner envie à d'autres jeunes de partir. Les résultats révèlent que les gains de la mobilité sont d'abord personnels et interpersonnels, avant d'être linguistiques et professionnels. Ils contribuent à façonner une forme de vivre ensemble. Si les informations transmises par les jeunes sont les mêmes que celles qu'ils peuvent trouver sur internet, le mode de transmission change - les jeunes parlent aux jeunes – suscitant une nouvelle forme de communication.

Abstract

Within the framework of a survey, 74 young people who had been through an international mobility scheme offered a testimony aimed at making other young people want to leave. The results reveal that the gains from mobility are first and foremost personal and interpersonal, before being linguistic and professional. They contribute to shaping a form of living together. While the information transmitted by young people is the same as that which they can find on the internet, the mode of transmission is changing - young people talking to young people - leading to a new form of communication.

Communiquer sur la mobilité internationale à destination des jeunes : vers un modèle de transmission horizontale des informations

Cécilia Brassier Rodrigues

Au démarrage du programme Erasmus, il y a 30 ans, les premiers bénéficiaires auraient pu être qualifiés de pionniers. Aujourd'hui, participer à un chantier international, passer un semestre ou deux à l'étranger ou y réaliser un stage de fin d'année semble être devenu une norme pour les jeunes (Labadie et Talleu, 2015), un élément indispensable pour son CV (Roulet, 2010), dans un contexte global d'essor des migrations internationales (Withol de Wendel, 2010). La France prend ainsi la tête du classement des pays d'origine des étudiants Erasmus[1], avec 47811 étudiants sortants pour 2017-2018[2], enregistrant une hausse de plus de 50% entre 2011 et 2016[3]. Plus largement, les étudiants français étaient en 2016 plus de 90 000 dans le monde. Le développement des dispositifs d'échange (parmi lesquels en Europe, Erasmus pour les étudiants de l'enseignement supérieur, Comenius pour les élèves de la maternelle au secondaire, ou encore Leonardo favorisant la formation tout au long de la vie) semble avoir aidé à démocratiser les périodes de mobilité à l'étranger dans le cursus scolaire d'un élève. Et les aides financières déployées par l'Europe, les régions, les villes, les universités accompagnent ce phénomène.

Face à un tel développement de la mobilité internationale des jeunes, les acquis de cette migration temporaire et de courte durée sont au cœur de travaux de recherche, beaucoup d'entre eux s'intéressant aux compétences (Potts, 2015 ; Tarrant *et al*, 2014 ; Teichler et Janson, 2007). L'Agence Erasmus, elle aussi, organise la promotion de la mobilité autour du thème des compétences acquises lors de ces phases d'immersion, tant sur les plans linguistique et technique, que sur le plan du savoir-être. Elle met en avant, par exemple, la capacité à la résolution de problèmes, la faculté d'adaptation, les compétences organisationnelles ou encore la curiosité (Brandenburg, 2014). Mais quel est le point de vue des jeunes à ce sujet ? Quels bénéfices associent-ils à ces expériences ? Plus largement, nous nous demandons ce que les jeunes retiennent réellement de leur mobilité, non seulement dans la perspective d'identifier les gains obtenus, mais également afin de mieux communiquer auprès d'eux.

Pour mener à bien ce travail et contribuer à la réflexion sur la promotion de la mobilité internationale à l'attention des jeunes, nous avons donné la parole à ceux qui viennent de vivre une telle expérience. Nous avons obtenu le témoignage de 74 jeunes qui ont accepté de parler de leur mobilité pour convaincre d'autres jeunes de partir à leur tour. En privilégiant un mode de transmission horizontale des informations, nous avons associé d'emblée les jeunes à la promotion de la mobilité internationale. Ils ne sont plus seulement bénéficiaires, ils deviennent également acteurs et promoteurs. À travers la manière dont ils racontent leurs expériences,

1 Le programme Erasmus + vise à donner aux étudiants, aux stagiaires, au personnel et d'une manière générale aux jeunes de moins de 30 ans avec ou sans diplôme, la possibilité de séjourner à l'étranger pour renforcer leurs compétences et accroître leur employabilité. Pour cela, il soutient financièrement une large gamme d'actions et d'activités dans les domaines de l'enseignement, de la formation, de la jeunesse et du sport. *Extrait du site* : https://info.erasmusplus.fr/erasmus/102-qu-est- ce-qu-erasmus.html

2 https://www.touteleurope.eu/actualite/le-programme-erasmus-et-la-mobilite-en-europe.html

3 Campus France, Les chiffres clés 2019, https://ressources.campusfrance.org/publications/chiffres_cles/fr/chiffres_cles_2019_fr.pdf

nous avons identifié les éléments qu'ils mettent en avant et qui sont importants pour eux, faisant ainsi le lien entre ce qu'ils ont envie de promouvoir auprès des autres jeunes et les gains perçus et associés d'emblée à leur mobilité. Nous prenons également appui sur leur discours pour proposer des pistes visant à repenser la communication sur la mobilité internationale des jeunes.

La mise en place de l'enquête « Les Jeunes parlent aux Jeunes »

La manière de s'informer des jeunes évolue rapidement puisque c'est une population qui, par définition, se renouvelle fréquemment. Les jeunes d'aujourd'hui sont nés au moment de l'arrivée d'Internet et du développement consécutif des nouvelles technologies de l'information et de la communication, qu'ils se sont appropriées au fur et à mesure de leur introduction (Delesalle, 2012a). L'étude annuelle « Les chiffres clés de la jeunesse »[4], réalisée en 2016, révèle que les étudiants et lycéens passent en moyenne 1h47 pour les hommes et 52 minutes pour les femmes de leur temps de loisirs sur Internet et les jeux. Appartenant à la génération des « digital natives », les jeunes ont l'habitude de s'informer essentiellement sur Internet, notamment sur les réseaux sociaux parmi lesquels Facebook et Twitter. Ils cherchent de l'information sur des sites de vidéo comme Youtube. En outre, grâce à ces médias, ils peuvent se mettre en scène, jouer avec leur identité, ce qui peut expliquer l'intérêt qu'ils leur portent (Corroy, 2012). Et ce comportement est confirmé par Cécile Delesalle (2012a : 9) qui explique que « les jeunes sont davantage acteurs de la production et la circulation des informations ; et ils aspirent à participer plus à l'élaboration, l'organisation, la mise en forme de l'information les concernant ». De ces constats est née l'idée de proposer aux jeunes de les rendre acteurs et promoteurs de la mobilité internationale à destination des autres jeunes en participant à une enquête en ligne qui leur permettrait également de se mettre en scène dans leur communication avec leurs pairs. A cette fin, nous avons créé un questionnaire permettant de collecter le témoignage des jeunes.

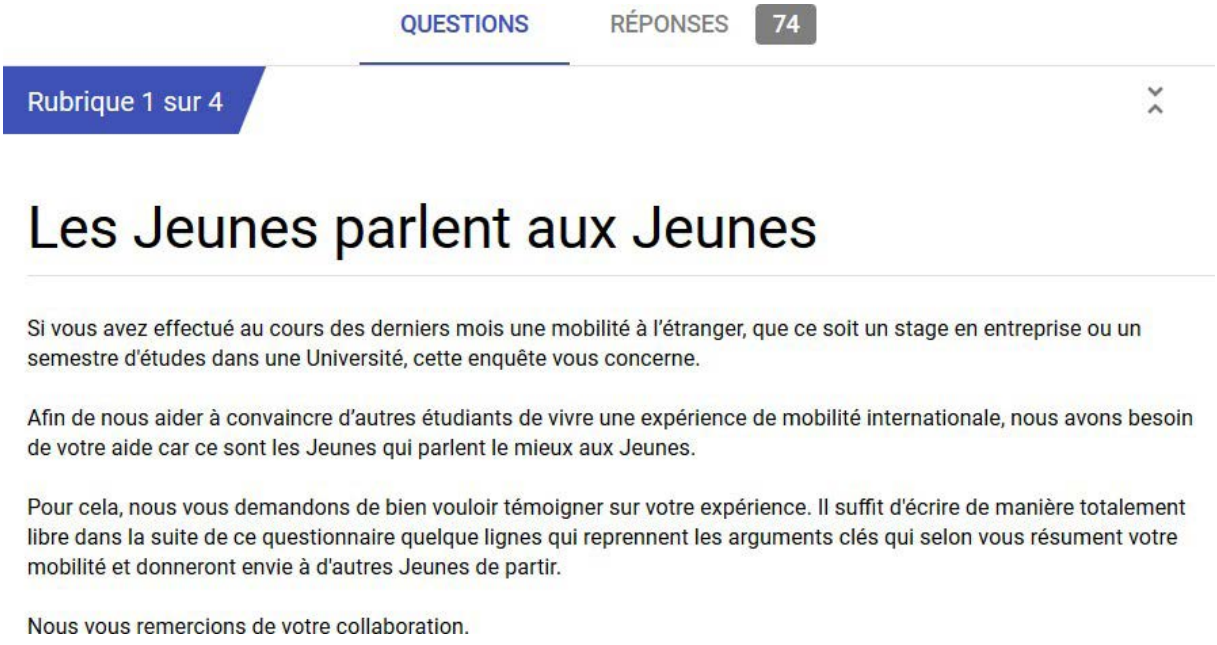


Fig. 1 : Présentation de l'enquête en ligne « Les Jeunes parlent aux Jeunes »

4 http://www.jeunes.gouv.fr/ministere/publications/chiffres-cles-1187/article/chiffres-cles

Nous avons relayé l'enquête auprès de plusieurs structures de l'éducation formelle et non formelle, qui l'ont-elles-même relayé auprès de leur public jeune. En deux semaines, nous avons recueilli le témoignage de 74 jeunes qui ont réalisé une mobilité internationale au cours de l'année précédente. La diversification de l'échantillon a été respectée ; elle s'est faite sur la base de plusieurs critères : le sexe du répondant, le type de mobilité réalisée (étude, stage, chantier international), le niveau d'étude (lycée, premier cycle d'études supérieures, deuxième cycle d'études supérieures). Une fois l'ensemble des données collectées, nous avons organisé leur analyse de manière à pourvoir atteindre leur saturation. Pour cela, nous avons constitué six groupes de 12 à 14 répondants hétérogènes en prenant en compte les données constitutives de l'échantillon.

Echantillon total		**Echantillon 1**	**Echantillon 2**	**Echantillon 3**	**Echantillon 4**	**Echantillon 5**	**Echantillon 6**
	74	14	12	12	12	12	12
Sexe							
Femmes	52	8	8	8	9	10	9
Hommes	22	6	4	4	3	2	3
Niveau d'études							
Lycée	8	2	1	2	1	1	1
1er cycle post-bac	14	3	2	2	2	3	2
2ème cycle post-bac	52	9	9	8	9	8	9
Type de mobilité							
Etudes	16	4	3	2	3	2	2
Stage	41	7	6	5	7	8	8
Autre	17	3	3	5	2	2	2

Tableau 1 : Constitution de l'échantillon global et des 6 sous-échantillons

La lecture flottante du premier échantillon de témoignages nous a permis de prendre connaissance des propos de 14 répondants et d'identifier les principaux thèmes récurrents parmi les témoignages constituant le corpus (Gavard-Perret et al., 2008). Une fois les thèmes validés par leur confrontation au deuxième échantillon de témoignages, nous avons commencé l'analyse des données. Pour cela, nous avons procédé à une analyse de contenu thématique manuelle (Bardin, 2007) qui nous a permis, pour chaque thème identifié, de renseigner l'ensemble des éléments pertinents de chaque entretien. Nous avons ainsi analysé les données du premier groupe et dégagé quelques résultats. Puis, nous sommes passés à l'analyse des témoignages du second groupe, en procédant de la même manière, et ainsi de suite. Nous avons atteint la saturation des données

avec le troisième groupe, soit après l'analyse de 38 témoignages. La lecture des témoignages suivants n'a pas apporté de nouvel élément d'analyse, elle a simplement permis de compléter les thématiques déjà identifiées avec des verbatims supplémentaires et d'approfondir l'analyse.

Au final, les témoignages sont constitués en moyenne de 622 signes, avec un minimum de 81 signes et un maximum de 4931 signes, sans que l'on puisse établir un lien entre la durée du séjour et la longueur du témoignage. Par exemple, le répondant qui a écrit le plus long témoignage a passé 3 semaines au Japon alors que le plus court vient d'un répondant qui a réalisé un stage de 5 mois en Allemagne.

L'analyse réalisée nous permet de dessiner une structure-type des témoignages. Les premières lignes en constituent l'introduction. La plupart des répondants donnent ici des informations factuelles : ils annoncent le pays et/ou la ville de séjour choisis, ainsi que la durée passée à l'étranger. Le type de mobilité et le niveau d'étude sont mentionnés parfois, mais pas systématiquement. Globalement, l'introduction est assez peu personnalisée. Ainsi, seul un répondant donne son prénom. Quelques-uns toutefois ne disent rien de tout cela et parlent directement de l'expérience vécue, passant ainsi à ce qui constitue la deuxième partie des témoignages. Le corps de ceux-ci permet de répondre à la consigne de l'exercice en parlant de l'expérience vécue. C'est ici que les jeunes exposent leur-s motivation-s au départ, de façon assez superficielle toutefois, sans entrer dans les détails. Puis, très vite, ils abordent la question des gains liés à la mobilité. Les compétences linguistiques et professionnelles sont citées dans quelques témoignages, mais celles qui fédèrent l'ensemble des répondants sont les acquis personnels et sociaux. Le processus qui leur a permis d'arriver à ces résultats n'est pas décrit, ou très partiellement, pas plus que le contexte ou l'environnement dans lequel le stage a été réalisé. Rares sont les témoignages qui évoquent la vie quotidienne à l'université, sur le chantier ou dans l'entreprise. Au final, la lecture flottante de l'ensemble du corpus nous a permis d'identifier et d'isoler quatre thèmes sur lesquels a pris appui notre analyse de contenu : la préparation de la mobilité, la vie en mobilité, le retour de la mobilité et les gains de la mobilité. Nous les analyserons dans les parties ci-après. Enfin, la conclusion synthétise ce qu'il convient de retenir. Nous remarquons qu'elle est très souvent constituée par une phrase d'encouragement qui appelle les jeunes à partir : « *Bref, ne réfléchissez plus, partez ! Sinon vous le regretterez dans quelques années …* » *(répondant 23)* ; « *Alors juste une chose, foncez !!! Ce n'est pas qu'un plus dans vos études* ; *c'est surtout une opportunité dans votre vie !* » *(répondant 34),* « *Je recommande ce workcamp !* » *(répondant 74).*

L'analyse des réponses a permis de dégager plusieurs résultats que nous allons présenter et discuter dans les points suivants afin de répondre aux deux questions initialement posées. D'abord, l'expérience de mobilité internationale semble être mise en avant par les jeunes comme un lieu de découverte de soi et des autres, plutôt que comme un lieu de découverte d'un espace physique. Ce faisant, les principaux acquis de la mobilité se situent à un niveau interpersonnel et social. Ensuite, la manière dont les jeunes ont répondu à l'enquête nous donne quelques orientations en termes de communication sur la mobilité internationale.

La mobilité internationale étudiante : un lieu de développement de soi et du vivre ensemble

Le premier résultat que nous souhaitons discuter concerne la manière dont le lieu du séjour est appréhendé dans notre enquête. Avec la mobilité internationale des jeunes, notre enquête révèle que la découverte d'un espace propice à la découverte de soi et des autres est davantage mise en avant que la découverte d'un espace physique.

La place du lieu physique dans l'expérience internationale

La migration est définie par l'Institut National d'Etudes Démographiques comme « un déplacement de population d'un pays dans un autre, dans le but de s'y établir »[5]. En ce sens, la mobilité internationale des jeunes est une forme de migration temporaire (le retour est prévu dès le départ) et de courte durée (de quelques semaines à plusieurs mois). On pourrait donc s'attendre à ce que la référence au lieu, à l'espace physique visité soit importante dans les témoignages des répondants, attendu que l'» une des premières implications concrètes de leur migration internationale est ce contact avec de nouveaux lieux » (Terrier, 2009 : 601). Et pourtant ce n'est pas le cas. La mention du lieu apparaît dans l'introduction du discours, au moment où le répondant se présente. Et encore ce n'est pas systématique : plusieurs jeunes n'ont pas dit où ils avaient séjourné. Ensuite, dans le corps du propos, à de rares exceptions près, on ne retrouve plus d'informations sur le lieu. Ainsi, les déplacements réalisés sur leur lieu de séjour, la découverte du nouveau territoire ne figurent pas souvent parmi les éléments que les jeunes souhaitent porter à la connaissance de leurs pairs. Ils arrivent pourtant dans une ville, un pays qu'ils ne connaissent pas ou peu et qu'ils vont visiter. Eugénie Terrier (2009) s'est intéressée aux pratiques de mobilité des étudiants internationaux sur leur lieu de séjour. Elle a notamment montré, dans le cadre d'une enquête réalisée auprès d'étudiants en mobilité études, que « les pratiques spatiales sont largement déterminées par la signification que l'étudiant attribue à sa migration pour études. » (611). Ce résultat pourrait suggérer que les jeunes ne font pas de la découverte du territoire l'un des objectifs premiers de leur mobilité. Et l'on fait le même constat pour le type de mobilité effectué. Les jeunes se sont déplacés à l'étranger pour une durée moyenne de 23 semaines. Ils ont réalisé des semestres d'études dans des universités, des stages en entreprise ou ont participé à des chantiers internationaux. On peut donc imaginer que les motivations de mobilité ne sont donc pas exactement les mêmes. S'agissant des étudiants, on le sait, les migrations peuvent poursuivre des motivations variées : « compléter la formation obtenue dans son pays d'origine ; obtenir pour sa formation principale un diplôme étranger ; contourner les barrières à l'entrée d'un parcours professionnel bien précis » (Roulet, 2010 : 71). Pourtant, les témoignages ne montrent pas de réelle différence dans le discours des répondants en fonction du type de mobilité effectuée. Les raisons au départ, pas plus que le type de mobilité réalisé, ne sont pas mises en avant lorsqu'il s'agit de promouvoir l'expérience vécue. Elles apparaissent dans le propos introductif, rarement plus loin.

En conséquence, il semblerait que l'expérience vécue soit indépendante du lieu et du type de motivations. En d'autres termes, quel que soit le lieu et quel que soit le type de mobilité, un jeune pourrait vivre une expérience similaire : celle d'un séjour à l'étranger dans le cadre de l'éducation formelle ou non formelle. Et de la

5 Définition de l'Institut national d'études démographique, https://www.ined.fr/fr/lexique/migrations-internationales/

découverte d'un espace physique, les jeunes sont passés à la découverte d'un lieu qui leur permet d'explorer leur propre identité et le vivre ensemble avec les autres.

Un espace de développement de soi et de sa relation à l'autre

Parmi les objectifs clairement affichés du programme Erasmus, figure « le développement des compétences linguistiques, interculturelles et professionnelles »[6]. Nous les retrouvons dans notre enquête. Les gains de la mobilité internationale sont ainsi scindés en trois catégories par les jeunes, distinguant les gains linguistiques, les gains professionnels et les gains en termes de développement personnel.

Dans les travaux antérieurs, les compétences linguistiques sont souvent citées par les jeunes comme l'un de leurs objectifs de mobilité et comme l'un des acquis au retour (Brassier- Rodrigues, 2015). La langue est au cœur de leur projet de mobilité, elle en est le principal obstacle aussi : parmi ceux qui n'envisagent pas de faire une mobilité internationale, 38% mettent en cause leur niveau de langue[7]. L'on comprend ainsi aisément pourquoi les répondants parlent de leur progression à ce niveau. Les gains professionnels du séjour à l'étranger sont également présents dans les témoignages, mais pas de manière systématique, même lorsque l'expérience est un stage. Ainsi, plusieurs jeunes parlent de la manière dont l'expérience qu'ils ont vécue met en valeur leur CV : « *elle booste le CV (répondant 7)* ». Les gains en termes d'employabilité sont également exposés. Le répondant 28 commence son témoignage en écrivant : « *ce stage en Allemagne m'a permis d'être acceptée pour mon premier emploi dans une entreprise allemande* ». Dans le même esprit, le répondant 6 explique que son expérience lui a permis de « *décrocher une place dans une école supérieure et un stage pour l'année prochaine* ». Ces résultats vont dans le sens des travaux sur la mobilité internationale qui valorisent l'acquisition de compétences professionnelles (Schomburg et Teichler, 2008).

Enfin, sous le vocable de gains en termes de développement personnel, nous avons rassemblé les verbatims qui touchent à la découverte de soi et ceux qui concernent la découverte des autres. Ils sont les plus nombreux : presque tous les répondants en parlent et de multiples manières. S'agissant de soi, d'abord, on retrouve fréquemment dans les témoignages les termes : « *aventure, autonomie, indépendance, prise d'initiative* ». Nombreux sont les répondants qui parlent « *d'expérience inoubliable, incroyable, surprenante ou d'aventure extraordinaire* ». Les superlatifs sont fréquents. L'adjectif *inconnu* est également fortement cité. Il semblerait que cette expérience permette aux jeunes de franchir un cap, de grandir, de prouver qu'ils sont capables de s'adapter dans un nouvel environnement, favorisant ainsi leur propre développement personnel. L'agence Erasmus fait la promotion de ces compétences de savoir-être dans ses publications (Bradenburg, 2014), montrant le lien entre développement de ces compétences et le degré d'employabilité. Par ailleurs, les jeunes évoquent aussi explicitement le développement des relations avec les autres dans leur témoignage : « *J'ai également rencontré des personnes venant des quatre coins du monde et ce fut très enrichissant* » *(répondant 12)* ; « *Je pense avoir beaucoup appris auprès de ces personnes qui étaient très accueillantes* » *(répondant 63).* Ce faisant, ils mettent en valeur la capacité de la mobilité internationale à créer du lien social. Et à ce niveau, la référence au lieu physique réapparaît. En effet, lorsqu'il s'agit de terminer leur témoignage, plusieurs parlent de retourner dans la ville, le pays, où ils ont séjourné. On pourrait alors penser

6 http://www.agence-erasmus.fr/page/erasmus-mobilite

7 Les notes de Campus France, n°48, Février 2016.

qu'un lien avec le territoire semble avoir finalement été créé et que les jeunes souhaitent le maintenir. Mais en réalité plus qu'un lien avec un espace physique, c'est un lien avec les personnes présentes dans cet espace physique. Quasi-systématiquement, lorsque le jeune parle d'un retour dans le lieu de sa mobilité, il l'associe aux personnes rencontrées : « *sur ce, je te laisse car j'ai un voyage à préparer pour retourner quelques jours à Berlin car Erasmus ça a aussi été pour moi la découverte de toute une nouvelle famille cosmopolite, des italiens, des allemands, des suisses et des français* ; *allez hop je file les retrouver le temps d'un week-end dans ma nouvelle ville préférée, Berlin* » *(répondant 6)*. Le lieu est un espace physique, associé à un espace de développement de soi et de la relation avec les autres.

Le lien social peut être défini comme « l'ensemble des relations personnelles, des normes, des valeurs et des règles communes qui relient les individus » (Cusset, 2006, p.21). Il est ce qui fonde le *vivre ensemble en société*. Pourtant depuis quelques années, lorsque l'on parle de lien social, on évoque fréquemment une crise (Paugam, 2009), un effondrement (Ossorguine, 2007), une reconfiguration (Cusset, 2006). En réalité, le lien social évolue. Les sciences sociales parlent de phénomène « d'individuation », selon lequel « nous sommes face à une montée en puissance du projet personnel pour se construire une trajectoire et des comportements sociaux en adéquation » (Ponsot, 2012 : 57). Nous vivons une époque où l'individu souhaite « diversifier ses appartenances » (Paugam, 2009 : 51) et par là-même multiplier les types de liens sociaux, quelle que soit leur forme. La migration permet cela. Des travaux ont établi un lien entre la mobilité internationale et la création de lien social, en montrant que « les périodes de mobilité à l'étranger semblent propices à l'acquisition de plusieurs compétences en communication interculturelle qui servent de base à la construction du lien social, indispensable au vivre ensemble en société et au travailler ensemble en entreprise » (Brassier-Rodrigues, 2015 : 55). Notre enquête va plus loin en montrant non seulement que les jeunes suivent le phénomène d'individuation puisqu'ils pensent à ce que l'expérience de mobilité internationale apporte à leur trajectoire personnelle, mais également qu'ils valorisent les relations développées avec les autres, participant de fait à la construction de soi et dans le même temps d'une forme de *vivre ensemble.* Et il s'agit d'un lien social que les jeunes ne veulent pas éphémères, mais durable. C'est ce que l'on peut comprendre lorsque le répondant 6 parle de *famille cosmopolite*, ou lorsque les répondants 28 et 62 expliquent qu'ils souhaitent garder des liens avec les personnes rencontrées.

L'information des jeunes sur la mobilité internationale

Le dernier résultat que nous allons discuter concerne l'évolution des pratiques de communication en matière de mobilité internationale des jeunes. L'enquête réalisée nous permet de proposer deux pistes d'évolution. D'abord en analysant l'adéquation entre le contenu de l'information proposée et les attentes des jeunes. Ensuite en examinant la manière dont cette information est délivrée.

Améliorer le contenu de l'information

À l'heure actuelle, l'information sur les programmes de mobilité est nombreuse. Lorsqu'un jeune souhaite partir à l'étranger, il a de nombreuses sources à sa disposition. D'abord, si la mobilité est réalisée dans le cadre scolaire ou universitaire, il a accès au service des relations internationales de sa structure d'accueil.

Au niveau national, le Centre d'Information et de Documentation Jeunesse anime un réseau local de bureaux et de points information jeunesse et régional de centres information jeunesse. Chaque municipalité, chaque conseil régional, chaque structure d'éducation non formelle met à la disposition des jeunes des points d'information. Sans compter la Maison de l'Europe pour les mobilités au sein du continent. Nous pourrions continuer de lister les pourvoyeurs d'informations tant la liste est longue au plan national. Et au plan européen, il faut ajouter l'agence Erasmus qui produit régulièrement de nombreuses études. Bref, non seulement l'information existe en grande quantité, mais en plus elle dispose de nombreux relais physiques et numériques.

Si l'on analyse le contenu de l'information transmise aux jeunes à l'heure actuelle par les structures que nous venons de citer, celle-ci concerne largement tous les aspects pratiques de la préparation à la mobilité. Elle répond aux attentes des principaux déterminants de la mobilité internationale (Harfi et Mathieu, 2006 : 36) : « le coût de la vie à l'étranger et la qualité des infrastructures d'accueil ; la langue, la proximité géographique et culturelle, ainsi que la qualité de la vie ; la présence de diasporas et de réseaux d'accompagnement ». L'enquête réalisée auprès des 74 répondants a confirmé l'importance de cette information, puisque les jeunes ont abordé les difficultés rencontrées sur le plan de la logistique (transport, organisation), de l'adaptation ou encore de l'intégration sur place. Beaucoup de témoignages parlent d'une confrontation à l'inconnu, que l'on retrouve dans les adjectifs « *nouveau, atypique, inconnu, incroyable, incomparable, différent* » ou dans les expressions « *sortir de la zone de confort*, *sortir de sa routine* ». Dans ce contexte, les dispositifs développés par les instances locales, régionales et nationales sont utiles aux jeunes lors de la préparation de la mobilité. Les informations doivent être complètes et transparentes en évoquant aussi bien les avantages que les difficultés liées à la mobilité, même s'il convient de noter que les jeunes ne voient pas ces « *déconvenues* » *(répondant 48)* comme une barrière à la mobilité, mais plutôt comme des éléments auxquels il faut se préparer et qui participent également à l'expérience vécue. S'agissant des informations relatives aux gains de la mobilité mis en avant par les jeunes dans leurs témoignages (linguistiques, professionnels et personnels), elles sont également relayées par les différents organismes.

Au final, l'enquête révèle que l'information liée aux trois phases de la mobilité – avant, pendant et après – mise à la disposition du jeune qui a décidé de partir semble d'ores et déjà riche et largement disponible. Les 74 témoignages collectés n'apportent pas d'informations complémentaires. Ils mettent en avant celles qui peuvent motiver au départ, lorsque la décision n'est pas encore prise. Le problème ne se situe donc pas tant au niveau de la disponibilité de l'information que de sa présentation et de son utilisation par le jeune.

Améliorer la manière de délivrer l'information

Les jeunes sont surinformés (Corroy, 2012). Avec l'arrivée du numérique, nous sommes tous entrés dans un contexte d'abondance de l'information. Rosa (2010) parle d'une « société de l'accélération ». Et dans cette société, force est de constater que l'activité informationnelle des jeunes est défaillante (Boubée, 2008). Des études font état d'« une grande hétérogénéité des pratiques et surtout du rapport à l'information, et des variations individuelles très importantes, avec des écarts entre jeunes qui semblent se creuser » (Delesalle, 2012b : 18). Ceux-ci pourraient souffrir « d'illectronisme », c'est-à-dire « d'un manque de connaissances des clés nécessaires à l'utilisation des ressources électroniques » (Caclard, 2012 : 22). S'agissant de l'utilisation

de Facebook, par exemple, une étude récente réalisée par plusieurs chercheurs du Centre de recherche sur les médiations[8] sur la manière dont les 18-24 s'informent a montré qu'il existe deux types d'exposition à l'information sur ce canal. La première est « accidentelle » : les jeunes trouvent l'information par hasard, au gré de leurs likes, des partages ou des commentaires trouvés. La seconde est « volontariste » de la part des jeunes qui recherchent des informations via ce canal.

En conséquence, même si le contenu de l'information qui leur est délivrée concernant la mobilité internationale correspond à leurs attentes supposées comme nous l'avons vu, les jeunes ne savent pas forcément trouver et traiter cette information. À ce niveau, la médiation numérique, qui consiste à « accompagner des publics variés vers l'autonomie, dans les usages quotidiens des technologies, services et médias numériques » (Cazeneuve, 2011), devient un réel enjeu auprès de cette population. Mais ce n'est pas la seule solution. Des chercheurs ont remarqué que malgré la multitude d'informations à la disposition des jeunes, quel que soit le sujet, ceux-ci ne sont pas suffisamment « accrochés », alors qu'ils se révèlent très intéressés par des initiatives qui consistent à présenter des témoignages vidéos d'autres jeunes partis à l'étranger (Labadie, Conlon et Gallibour, 2015 : 38). Ici, c'est un mode de transmission horizontale des informations qui est privilégié et qui est en phase avec ce que souhaitent les jeunes : être « davantage acteurs dans la production et la circulation de l'information » (Delesalle, 2012a : 9), alors que les informations actuellement mises à leur disposition par les structures évoquées précédemment circulent plutôt de manière descendante, allant des experts vers les jeunes. Donner la parole aux jeunes serait un moyen de capter davantage leur attention, de répondre à leurs attentes, de respecter leur manière de communiquer en laissant s'exprimer « un parler jeune », qui se caractérise par trois critères : la reconnaissance d'une identité sociale des jeunes ; des pratiques spécifiques d'énonciation ; la parole et le lexique (Lamizet, 2004 : 83-85). Lorsque l'on sait que 32% des jeunes intéressés par une mobilité ne partent pas parce qu'ils n'ont pas envie de quitter leur environnement de vie[9], lorsque certains témoignages disent que « *le plus dur est de se lancer* » *(répondant 4),* on peut imaginer qu'entendre les bienfaits de l'expérience vécue par d'autres jeunes peut aider ceux qui hésitent. C'est la piste que nous proposons d'explorer : donner la parole aux jeunes, les rendre acteurs de la mobilité des autres. Des initiatives comme celles-là existent déjà (Labadie, Talleu, Conlon, Gallibour, 2015), elles méritent d'être développées.

Conclusion

Alors que les chiffres montrent une constante évolution à la hausse de la mobilité internationale des jeunes ces dernières années, pour certains chercheurs elle reste toutefois une pratique « confidentielle et sélective » (Labadie et Talleu, 2015 : 10). Les obstacles au départ sont nombreux. Ils sont financiers mais pas seulement. Le manque d'information est également mis en avant par les jeunes. Ainsi, afin de comprendre comment mieux communiquer auprès de cette population sur la mobilité, nous avons demandé à ceux qui en avaient fait l'expérience d'apporter un témoignage, de manière totalement libre, qui donnerait envie à

8 http://www.slate.fr/story/142307/jeunes-consomment-information- facebook?utm_content=buffer66dd2&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

9 Note Campus France, BVA, n°48, Février 2016, 20 pages, http://ressources.campusfrance.org/publi_institu/agence_cf/notes/fr/note_48_fr.pdf

d'autres jeunes de partir. Ce faisant, les répondants ont sélectionné les éléments qui seraient susceptibles d'accrocher l'attention de leurs pairs, des éléments qui les auraient probablement convaincus eux-mêmes.

Les principaux résultats de notre enquête réalisée auprès de 74 répondants montrent que les jeunes font la promotion de l'expérience internationale au sens large. Ils valorisent les récompenses obtenues à l'issue de leur séjour prolongé à l'étranger, sans toutefois inciter à vivre le même type de mobilité (étude, stage ou chantier international) ou à partir dans le même pays ou la même ville. Le lieu du séjour est davantage considéré comme un lieu de découverte de soi et des autres, plutôt que comme un espace physique. Les gains de la mobilité sont d'abord personnels et interpersonnels, avant d'être linguistiques et professionnels. Si au final, les informations transmises par les jeunes dans leur témoignage sont les mêmes que celles qu'ils peuvent trouver sur internet, le mode de transmission change : les jeunes parlent aux jeunes. Allant dans le sens d'un mode de transmission horizontale des informations, permettant aux jeunes de parler la même langue, nous proposons de développer ce genre d'initiatives afin de communiquer sur la mobilité internationale à leur attention.

Bibliographie

Bardin L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris, PUF, 3ème édition.

Boubee N. (2008). Les stratégies des jeunes chercheurs d'informations en ligne. *Questions de communication,* n° 14*,* p. 33-48.

Brandenburg U. (dir.) (2014). *The ERASMUS impact study. Effects of mobility on the skills and employability of students and the internationalisation of higher education institutions*. Study published by the European Commission, http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmus-impact_en.pdf

Brassier-Rodrigues C. (2015). La mobilité internationale, un passeport pour vivre et travailler ensemble. *Journal of international Mobility,* n° 3*,* p. 45-60.

Caclard N. (2012). La médiation numérique : une urgence pédagogique et politique. *Cahiers de l'action.* 36*,* p. 21-25

Cazeneuve P. (2011). Vers une définition de la médiation numérique. *Conférence introductive des Assises de la médiation numérique,* Ajaccio, septembre.

Corroy L. (2012). Quand les jeunes s'emparent des médias. *Cahiers de l'action,* n° 35, p. 27- 34.

Cusset Y. (2006). Les évolutions du lien social, un état des lieux. *Horizons stratégiques,* Vol. 2, n° 2*,* p. 21-36.

Delesalle C. (2012a). Internet change la donne. *Cahiers de l'action,* n° 36*,* p. 9-16.

Delesalle C. (2012b). L'information dans le « monde numérique » : un paysage en transformation permanente. *Cahiers de l'action,* n° 36, p. 17-20.

Gavard-Perret M.L. et alii (2008). *Méthodologie de la recherche, Réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion.* Paris, Pearson Education.

Harfi M. & Mathieu C. (2006). Mobilité internationale et attractivité des étudiants et des chercheurs. *Horizons stratégiques,* n° 1, p. 28-42.

Labadie F. et alii (2015). Informer sur l'Europe et les programmes de mobilité : de l'information institutionnelle à l'information partagée. *Cahiers de l'action,* n° 44, p. 35-42.

Labadie F. & Talleu C. (2015). Les enjeux de l'action publique en faveur de la mobilité internationale des jeunes. *Cahiers de l'action*, n° 44, p. 9-14.

Lamizet B. (2004). Y a-t-il un « parler jeune » ? *Cahiers de sociolinguistique,* n° 9, p. 75-98 Ossorguine M. (2007). Lien social, utilitarisme et travail social. *VST - Vie sociale et traitements,* Vol. 4, n° 96, p. 108-113.

Paugam S. (2009). *Le lien social.* Paris, PUF.

Ponsot C. (2012). Éduquer à l'ère du numérique ? *Cahiers de l'action,* n° 35, p. 57-60.

Potts D. (2015), Understanding the early career benefits of learning abroad programs. *Journal of Studies in International Education,* n° 6, April.

Rosa H. (2010). *Accélération*. Paris, La Découverte.

Roulet T. (2010). Les migrations étudiantes. *Regards croisés sur l'économie*, n° 8*,* p. 71-73. Schomburg H. & Teichler U. (2008). Mobilité internationale des étudiants et débuts de vie active. *Formation emploi*, n° 103, p. 41-55.

Tarrant M. et alii (2014). The Added Value of Study Abroad: Fostering a Global Citizenry.

Journal of Studies in International Education, n° 18*,* p. 141-161.

Teichler U. & Janson K. (2007). The professional value of temporary study in another European country: employment and work of former ERASMUS students. *Journal of Studies in International Education*, n° 11, p. 486-495.

Terrier E. (2009), Les mobilités spatiales des étudiants internationaux. Déterminants sociaux et articulation des échelles de mobilité. *Annales de géographie*, Vol. 6*,* n° 670, p. 609-636.

Withol de Wenden C. (2010). La géographie des migrations contemporaines. *Regards croisés sur l'économie*, n° 8*,* p. 49-57

Les pratiques d'interaction et la construction identitaire dans les familles des migrants roumains, sous l'influence des nouvelles technologies

Interaction Practices and the Construction of Identity in Romanian Migrant Families, under the Influence of New Technologies

Antonia Noël, Doctorante
École Doctorale en Sciences de la Communication, Université de Bucarest, Roumanie
contact@antonianoel.com

Mots clés : migration, nouvelles technologies, familles, communication

Keywords: migration, new media, families, communication

Résumé

Dans le contexte d'une migration économique ascendante (plus de 15 % de la population vit en dehors de la Roumanie), ce texte analyse les pratiques de communication et la construction identitaire des familles roumaines exposées au phénomène migratoire. Considérant les espaces de vie comme des lieux d'expression de stratégies d'acteurs, nous nous sommes intéressés à analyser comment les acteurs construisent leur identité, en se rapportant aux membres de la famille (se trouvant à distance et sur place) et aux nouvelles technologies insérées dans leur vie quotidienne.

Abstract

In the context of upward economic migration (more than fifteen percent of the population lives outside of Romania), this text analyses the communication practices and the identity construction of Romanian families exposed to the migration phenomenon. Considering spaces of living as places of expression of actors' strategies, we are interested in analyzing how actors construct their identity, by relating to family members (located abroad and on site) and to new technologies inserted in their daily life.

Les pratiques d'interaction et la construction identitaire dans les familles des migrants roumains, sous l'influence des nouvelles technologies

Antonia Noël

Introduction

La migration économique intra-européenne constitue un thème récurrent dans les débats publics transnationaux, au niveau communautaire, avec des réverbérations à la fois sur les agendas politiques et médiatiques européennes et sur les politiques publiques nationales. En Roumanie, ce type de migration se situe au centre des débats publics après 1989-chute du régime communiste- (Beciu & Ciocea, 2018), compte tenu de l'ampleur du phénomène émergeant dans les années 1990 : « Dans la période pré-Schengen l'intensité du phénomène double par rapport à l'étape 1990-1995 et, dans la période d'après 2001, par rapport à l'étape précédente, le phénomène triple d'intensité en ce qui concerne la migration pour le travail à l'étranger ». (Sandu, 2006, p.16).

La spécificité du phénomène migratoire roumain n'est toutefois pas uniquement liée au facteur démographique (plus de cinq millions d'émigrants cf. INS 2018[1]) mais aussi à une dynamique du discours public et médiatique au niveau international. Les derniers évènements liés à la crise sanitaire globale (le retour d'une partie de migrants dans le pays et, ultérieurement le départ des travailleurs saisonniers dans les pays de l'Europe de l'Ouest- principalement en Allemagne) ont ramené en premier plan médiatique le « statut diasporique » (Beciu, 2012) des migrants roumains qui travaillent à l'étranger. Récemment, certaines chaînes média internationales ont soulevé le problème d'une catégorie des migrants roumains appelés « substitut de travail déshumanisé, accessible par une application », faisant référence aux Roumains qui, pendant la période de l'état d'urgence instauré en Roumanie (due à la pandémie de Covid19), sont allés cueillir les asperges en Allemagne et Angleterre, recevant, dans ce but, leurs contrats de travail sur les réseaux sociaux (Rogozanu & Gabor, 2020). Nous distinguons, également, une série des particularités socio-culturelles, parmi lesquelles *la migration circulaire* « ici et là-bas », (Beciu & Lazăr, 2014) et le fait que la migration n'appartient pas à toute une famille mais souvent, elle corresponde à un seul de ses membres. Ainsi, des syntagmes tels que « maman partie en Italie » ou bien « papa est parti travailler à l'étranger » apparaissent souvent dans le quotidien du dialogue social et du discours media. Les concepts de *ghost-village* (correspondant aux villages dépeuples suite aux départs des migrants) ou encore *l'*état assistant sans assistés (en référence à ceux qui, restés au pays, sont soutenus financièrement par ceux qui sont partis) apparaissent dans la presse locale pour mettre en évidence la situation de précarité économique de la population qui demeure sur place. Aussi, le positionnement identitaire des acteurs migrants est repris par les différents discours politiques et médiatiques (Ciocea, 2012), de deux côtés des pays concernés par le phénomène migratoire.

Mais au-delà du discours médiatique sur le phénomène migratoire roumain, la reconfiguration des relations sociales de ces familles roumaines constitue une réalité. De ce point de vue, cette recherche aborde la

1 Insse- Institutul National de Statistica- http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table.

construction identitaire de ces acteurs sociaux soumis à des pratiques d'interaction à distance. Nous allons exposer comment se négocie la construction identitaire au travers le discours de l'acteur social, dans les situations et les contextes donnés. Dans ce sens, nous avons interviewé les membres d'une famille des migrants de Transylvanie, famille exposée directement au phénomène migratoire (chaque année une partie de ses membres émigrent pour le travail saisonnier à l'étranger). En prenant le corpus résultant du discours des acteurs, nous avons utilisé une approche méthodologique mixte, l'analyse de contenu thématique (contexte social, économique, nouvelles technologies) l'objectif étant d'identifier « l'univers des références » (Bardin, 2013) des acteurs sociaux et l'analyse du discours (élaborant une grille des catégories visant le *positionnement* et la *représentation* de l'acteur) qui aident à la construction de leur identité. Par ***le positionnement*** nous comprenons le rapport que l'acteur social établit avec et ses interlocuteurs (Charaudeau, 2009) et *la représentation* vise les représentations mentales (Van Dijk, 2006) que le sujet expose en fonction des contextes et interactions donnés.

En suivant cette recherche exploratoire visant deux sujets acteurs (une grande mère contrainte de rester avec les petits enfants pour les élever et, de l'autre côté, la mère de ces enfants, émigrante), nous avons analysé leur discours de trois perspectives. Nous avons voulu étudier :

- Comment l'acteur social construit son identité par son positionnement et ses représentations en rapport à soi-même et à l'autre *?*
- Comment il construit des représentations de sa vie quotidienne dans le contexte donné *?*
- Quel rapport chacun des acteurs construit-il avec les nouvelles technologies comme moyen de communication interpersonnelle à distance *?*

Les résultats de cette analyse révèlent le fait que la construction de l'identité se réalise dans l'interdépendance des facteurs relationnels et contextuels auxquels est exposé l'acteur social. Aussi, bien qu'ils soient le fruit d'une recherche exploratoire, nous considérons que ces résultats peuvent contribuer à la compréhension du phénomène migratoire économique intra- européen dans son ensemble. Car, de notre point de vue, tel que souligné par Van Dijk, « la valeur réelle de l'analyse du discours en tant que discipline, réside dans le nombre de solutions qu'elle peut apporter aux grands problèmes de la société » (Van Dijk, 1995 : 28).

Contexte théorique

Cette recherche s'inscrit dans un cadre analytique qui réunit des théories et des concepts appartenant aux champs interdisciplinaires tels que *(1) migration et transnationalisme* (Sandu, 2006, Portes, 2007, Schiller et Callagar, 2009, Balabanova et Balch, 2010, Ban, 2012,), *(2*) *migration et nouvelles technologies* (Buckingham 2008, Diminescu 2009, Madianou et Miller, 2012,) et *(3) analyse du discours* (Angermuller, 2013, Charaudeau, 2009, Fairclough, 2013, Grad et Martin-Rojo, 2008, Maingueneau, 1991, Van Dijk, 1995).

L'article fait partie d'une recherche plus ample avec focus sur le *micro-contexte* (celui de la famille) comme approche phénoménologique, dans le cadre de la migration économique intra-européenne, en tant que *macro-contexte.* Prenant en compte le fait que, dans l'analyse du contenu « on y recherche, certes, des « modèles

argumentatifs » mais on travaille sur la signification des énoncés » (Bardin, 2013, p.243), et que l'analyse du discours peut être réalisée à la fois d'une perspective *pragmatique*, *socio-ethnographique* et *psychologique* (Charaudeau, 2002) nous envisageons d'observer et analyser le discours social des migrants, en suivant au travers celui-ci la construction identitaire des acteurs sociaux soumis au phénomène migratoire. Au niveau pragmatique, nous allons analyser le positionnement de l'acteur face à l'usage des nouvelles technologies. La perspective socio-ethnographique étudiera le positionnement et les représentations de l'acteur face au contexte donné. Le volet psychologique vise à analyser les représentations mentales et le positionnement du sujet en rapport à soi-même et aux autres, en englobant les émotions énoncées. Le discours des acteurs est construit autour de la narration, car, tel que le souligne Angenot, le discours représente « tout ce qui est narré et argumenté, si l'on part de l'hypothèse que la narration et l'argumentation sont les deux grands moyens de la construction du discours. Nous allons nommer *discours social* non pas un tout empirique, cacophonique et redondant mais plutôt les systèmes génériques, les répertoires topiques qui organisent dans une société donnée le dicible- ce qui est narrable et discutable » (Angenot, 1988 : 88). Ainsi, dans notre article, le rapport énonciatif de l'acteur avec son interlocuteur, son argumentation, ses représentations des évènements et des objets du monde social représentent-il l'ensemble des éléments qui constituent son discours social.

Ce discours social s'inscrit dans un contexte tout particulier pour la Roumanie car, ce pays étant le deuxième pays de l'ancien bloc de l'Est au niveau de sa population (après la Pologne), il se situe à la première place parmi les pays européens en ce qui concerne la migration intra- européenne (Eurostat, 2019)[2]. Voir Fig. 1.

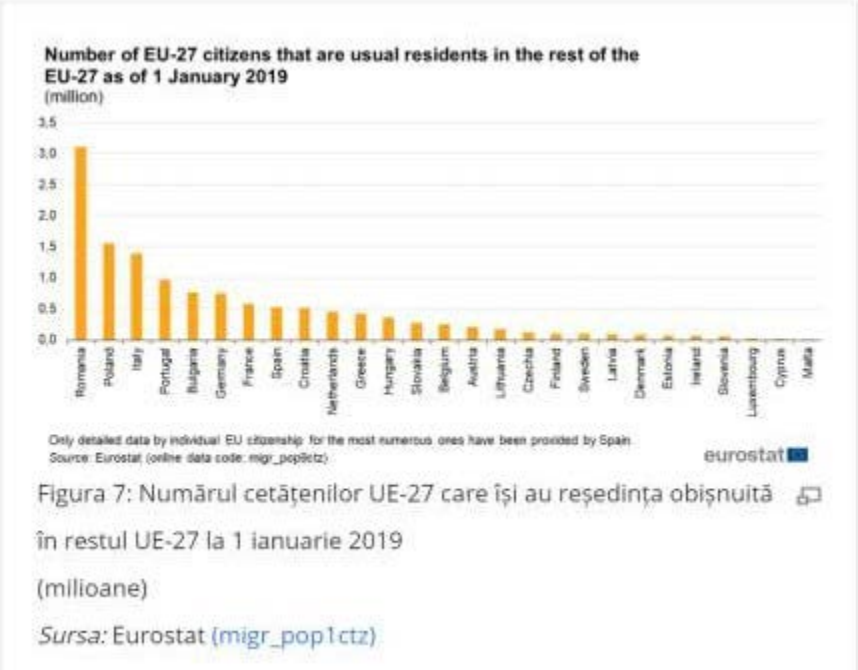


Figure 1- Nombre des citoyens UE ayant leur résidence habituelle dans un autre pays de l'UE au 01.01.2019

Le choix de la migration est principalement économique pour les Roumains. Ils vont dans des pays comme l'Espagne, l'Autriche ou encore les Etats-Unis ou le salaire est beaucoup plus élevé si l'on se rapporte au même type de compétences requises. (Ambrozini, 2015). L'un des pays qui a connu récemment une grande

2 https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php ?title=Migration_and_migrant_population_statistics/ro.

vague des migrants venant de Roumanie est l'Allemagne. Ce phénomène s'explique par le fait que « la sévérité de la crise [nr: celle de 2008] en Espagne et en Italie, qui ont accueilli la plupart des migrants Roumains et Bulgares avant 2008, a dirigé le flux des migrants vers l'Allemagne » (Bertoli, 2013, p.36). Mais la situation de ces migrants reste généralement précaire : par exemple, environs 25% des migrants roumains travaillant en Italie affirment ne pas avoir un contrat de travail régulier, 60% des femmes roumaines qui travaillent sans contrat en Italie ont un travail à mi-temps et 16% des hommes n'ont pas du tout de contrat de travail (Mara, 2012). Cette vulnérabilité sociale (Boboc, 2012) associée aux différentes formes d'embauche est principalement liée à une catégorie spécifique des migrants : celle ayant un faible niveau d'études, n'ayant pas de spécialisation professionnelle, qui accepte d'accomplir des travaux difficiles, physiques, prestant des métiers souvent refusés par les populations d'origine dans les pays d'accueil.

Dans ce contexte, il nous semble important et utile de cadrer le discours identitaire du migrant se trouvant dans cette catégorie sociale et d'identifier à la fois son positionnement et ses représentations mentales (Van Dijk, 2006), en rapport avec les autres et en rapport à son quotidien. Nous voulons ainsi cibler le contexte dans lequel les pratiques d'interaction de l'acteur social ont lieu car nous supposons, « d'un côté, que les modelés mentaux incorporent l'histoire personnelle, les expériences et les opinions des individus, mais, de l'autre côté, elles impliquent une instantanéité spécifique aux croyances sociales. Ainsi, presque toute action discursive est produite et comprise dans les termes des modèles mentaux qui combinent les croyances sociales et personnelles- les deux expliquant l'unicité de la production et de la compréhension de tout discours) (Van Dijk, 2006 : 396).

Compte tenu du fait que tout discours comporte deux aspects, un communicationnel et un autre qui englobe les représentations mentales du locuteur, nous allons observer le discours des acteurs sociaux sous trois angles : *pragmatique*, *socio-ethnographique* et *psychologique*. (Charaudeau, 2002). Partant du concept du « migrant connecté » (Diminescu, 2009), et de la théorie conformément à laquelle « l'utilisation des medias peut servir comme moyen d'accroitre ou détruire les relations au sein de la famille » (Buckingham, 2008 : 97) nous allons explorer l'aspect *pragmatique* relatif à l'utilisation des nouvelles technologies par ces familles. Nous nous sommes intéressés à comprendre comment, au travers le discours, l'acteur se positionne face aux nouvelles technologies et si, cette son utilisation peut apporter un lien communicationnel au sein de ces familles. L'approche *socio-ethnographique* nous permettra d'appréhender la représentation des acteurs en rapport avec les évènements et les contextes sociaux et l'approche *psychologique* nous conduira à l'identification de l'autoreprésentation de l'acteur par rapport aux tiers et a son propre positionnement en rapport avec l'interlocuteur.

Nous nous sommes ainsi intéressés à observer *la construction identitaire* et *les pratiques d'interaction* en rapport avec leur milieu, en rapport avec l'autre et en rapport aux nouvelles technologies comme moyen de communication en famille.

Méthodologie

L'objectif de cet article étant d'identifier la construction d'identité des acteurs sociaux soumis au contexte migratoire et leurs pratiques d'interaction, nous avons réalisé deux interviews narratives des personnes tou-

chées directement par la migration. Nous avons voulu observer et analyser leur positionnement identitaire dans le rapport avec les autres, dans le contexte spatio-temporel donné et, analyser leur propre représentation de la vie quotidienne et de leur pratique de communication via les nouvelles technologies. Nous avons ainsi démarré la recherche par une construction inductive, en partant d'une recherche empirique de type *bottom-up*, en utilisant l'étude de cas (comme méthode qualitative) d'une famille des migrants du milieu rural roumain. Le texte analysé est constitué des discours de deux acteurs sociaux, réalisés sous forme d'interview narrative.

La catégorie d'acteurs dont nous avons analysé le discours est représentée par une famille des migrants issue des milieux à faibles revenus, sans études et ayant des métiers non-qualifiés en Roumanie. Pour aller à la rencontre de cette famille nous avons réalisé une recherche auprès des autorités locales. Nous avons contacté la mairie pour connaitre les familles à fort potentiel migratoire (celles qui émigrent de manière récurrente). Nous avons choisi cette famille à cause de son grand nombre de membres qui émigrent (maris et femmes, frères et sœurs).

La famille, vivant dans une communauté rurale de Transylvanie (au centre de la Roumanie), est composée de Maria et Gheorghe, à la fois parents de cinq enfants et grands-parents de sept petits-enfants. Ceux derniers se retrouvent souvent (une fois par an) seuls avec les grands- parents, quand les parents partent travailler à l'étranger.

Nous avons dans un premier temps interviewé Maria, la grand-mère de ces enfants, âgée de 63 ans, comme *acteur indirect* de la migration (elle subit les conséquences du phénomène). Nous avons voulu connaître son positionnement relatif à la relation avec ses petits-enfants quand leurs parents se trouvent à l'étranger. Comment *construit-t-elle ses représentations en rapport avec son milieu*, *avec ses petits-enfants restés avec elle* et *ses représentations par rapport aux nouvelles technologies comme moyen de communication à distance, avec ses propres enfants* ? En deuxième lieu, nous avons rencontré Veta, âgée de 41 ans, la mère de trois de ces enfants (aujourd'hui âgés de vingt-trois, vingt et un et respectivement dix-sept ans). Veta, comme *acteur direct*, est migrante saisonnière régulière en Allemagne depuis 2003, elle a commencé donc à prendre la route de la migration quand ses enfants étaient en bas âge. À cette époque-là, avant l'adhésion de la Roumanie a l'Union Européenne, les enfants de Veta avaient un, trois et respectivement six ans. Depuis, leur mère a continué chaque année de partir travailler avec des contrats saisonniers en Allemagne, principalement dans le domaine agricole. Au moment de l'interview elle se trouvait en Roumanie (à cause de la crise globale de santé, elle a choisi de rester au pays). Nous avons donc réalisé l'entretien face-à face, à son domicile respectif, en suivant les axes nous permettant d'identifier *sa propre construction identitaire* en tant que migrante, par rapport au milieu donné (conditions de vie en tant qu'immigrante en Allemagne) et *ses pratiques d'interaction à distance*, avec ses enfants et les membres de la famille restés sur place. De deux interviews en résultent des récits narratifs qui décrivent des situations du passé. Nous considérons que cette approche offre à notre recherche une richesse de données supplémentaire car l'acteur social remplit un double rôle : celui d'*acteur de son propre vécu* et celui d'*observateur de son propre positionnement dans le contexte spatio-temporel donné*. De ce point de vue, les représentations mentales dont nous avons parlé plus haut prennent tout leur sens.

Nous avons utilisé donc comme méthode de recherche empirique l'interview narrative et, pour son analyse, nous nous sommes servis de deux grilles de recherches comme instruments appartenant à deux méthodologies de recherche : l'analyse du contenu et l'analyse du discours.

Pour atteindre notre objectif, nous avons décidé d'utiliser donc les instruments appartenant à :

- *L'analyse thématique*- en superposant le discours social de la mère et de la grand- mère sur une *grille de catégories* qui regroupe les thèmes centraux du discours de la migration : le contexte social, le contexte économique, rapport aux nouvelles technologies comme moyen de faciliter l'interaction au sein de la famille.
- *L'analyse du discours*- utilisant comme catégories *le positionnement énonciatif de l'acteur avec l'interlocuteur* et *ses représentations* en rapport avec les membres de la famille et au contexte donné, en observant également le lien d'interdépendance entre ces éléments (voir figure 2).

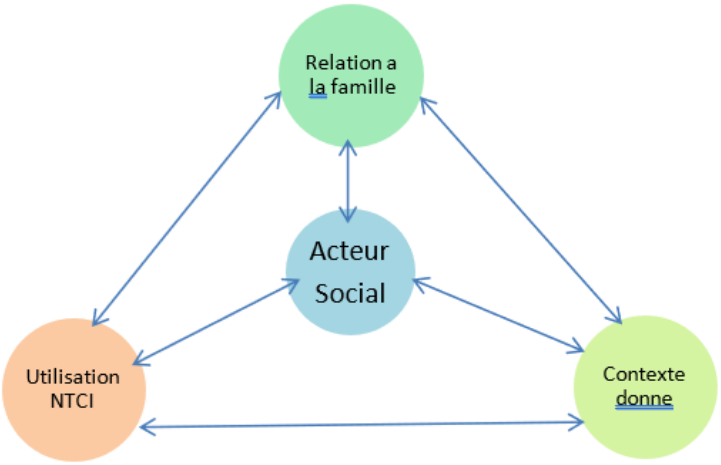


Figure 2- Relation d'interdépendance dans la construction identitaire du migrant, entre le contexte, les relations aux membres de la famille et l'utilisation des nouvelles technologies

Les deux interviews (chacune d'environ une heure) de la grand-mère et de la mère de trois enfants (belle fille de la grand-mère) constituant l'échantillon étudié, nous avons superposé sur les deux discours une grille de catégories thématique, suivant les catégories d'une perspective inductive. Aussi, nous avons extrait du texte les macro-catégories qui ont été mises en avant dans la dynamique du dialogue et les grands thèmes récurrents dans les deux discours (voir tableau 3).

Macro-thèmes	Contexte social/spatio-temporel		Contexte économique	Nouvelles technologies	Contexte relationnel (relation à l'autre)	
Thèmes récurrents	nourriture	Allemagne	argent	téléphone	Enfants	"dor"= languir après
Grand-mère	17	15	11	16	58	9
Mère	20	24	21	16	45	6

Tableau 3- analyse du contenu des Marco thèmes (contexte social/spatio-temporel, contexte économique, contexte relationnel, NTCI) dans le discours des acteurs sociaux

Dans le cadre de l'analyse du discours, nous avons choisi comme grille de catégories *le positionnement* de l'acteur en rapport avec les autres, et *la représentation* de celui-ci par rapport aux autres, en rapport avec soi-même et en rapport avec les nouvelles technologies, en identifiant les trois perspectives du discours : pragmatique, socio-ethnographique et psychologique (Charaudeau, 2002) (voir tableau 4).

Pragmatique	**Socio-ethnographique**		**Psychologique**	
Positionnement	Positionnement	Représentations	Positionnement/ Représentations	
Utilisation des Nouvelles Technologies pour interaction à distance	Faits, récits, thèmes introduits	Description du contexte social/ contexte économique	La relation à soi-même Vécu, émotions	La relation avec les enfants

Tableau 4- Instrument de recherche- grille d'analyse du discours

Résultats de la recherche

En ce qui concerne le récit (Bertaux, 2016), nous observons qu'autour des concepts se définissent des représentations sociales : dans le discours de la grand-mère la répétition du verbe d'action « il/elle est/sont allé », (Sidnell, 2011) comme marque énonciative. Le syntagme fait référence au processus de déplacement au-delà des frontières et met en avant la récurrence du processus migratoire. Bien que le verbe soit énoncé sous une forme grammaticale qui pourrait laisser entendre la fin d'un processus (passé-composé), sa *répétition* lui confère la valeur de l'imparfait : il s'agit d'une action répétitive qui ne semble pas s'arrêter dans la perception de l'acteur.

Dans le discours de la mère, le thème de l'argent est récurrent et s'inscrit dans le macro-thème du contexte économique, ayant valeur symbolique spatio-temporelle tout au long du récit : « je suis partie gagner de l'argent », « j'ai gagné beaucoup d'argent », « j'ai ramené à la maison *x* euros (nr : argent en Roumain) ». Le futur, le passe et le présent, sont construits en rapport avec l'argent et la motivation d'en avoir. Le « je » énonciatif confirme l'autoreprésentation en rapport avec le contexte économique. Le récit de la grand-mère relevé les situations économiques précaires dans lesquelles elle s'est trouvée, au moment de « prendre

soin » de ses trois petits-enfants. Les syntagmes tels que « nous n'avions pas de machine à laver à cette époque-là », « je lavais à la main », « nous n'avions pas d'eau dans la maison », « j'apportais de l'eau du village », oscillent entre *avoir* et *pas en avoir* et soulignent la précarité sociale de cette famille qui trouve, chaque année, dans le phénomène de migration, une opportunité pour « se débrouiller ». L'item de **l'argent** revient onze fois dans le discours de la grand-mère, illustrant son positionnement dans la recherche de « l'avoir ». L'alternance du « je »- « nous » dans le discours de la grand-mère relève la construction identitaire en rapport avec le contexte relationnel de la famille.

En suivant le discours dans sa perspective psychologique (Charaudeau, 2002) nous remarquons dans le récit de la grand-mère l'utilisation du verbe « pleurer » à l'imparfait, mettant en évidence les conséquences psychologiques que rencontrent les *acteurs directs* et *indirects* de la migration. La mère relate aussi les pleurs de l'enfant quand elle est partie et, la représentation durant l'interview des situations vécues du passe l'a fait pleurer également. Nous repérons ici les premiers indices d'une *construction identitaire* issue d'une stratégie discursive subjective (Charaudeau, 1999), dans laquelle l'acteur se représente dans le rôle du type « victime », qui prend en compte *la séparation*, non pas tant sur le plan physique mais surtout psychologique, entre le parent et l'enfant : « son père lui disait d'arrêter de pleurer, qu'elle regarde la lune et qu'elle sache que je suis là-bas », raconte la mère. « Moi aussi je pleurais », « elle pleurait beaucoup, beaucoup, beaucoup », « elle se cachait et pleurait », souligne la grand-mère. La répétition de cette construction énonciative suggère une *conséquence à long terme* (passé et présent) de la séparation dans la relation parent-enfant. De plus, les indicateurs verbaux « elle se cachait », « fermait sa chambre », en parlant de l'enfant, souligne une autre possible conséquence du phénomène migratoire, *l'auto-isolation* des enfants restés au pays sans leurs parents. Le manque du dialogue direct entre les parents et leurs enfants, assorti à l'état émotionnel instable de l'adulte tuteur (la grand-mère préoccupée par les besoins quotidiens) pourrait transformer les enfants des migrants en les premières victimes du phénomène migratoire.

Nous nous sommes donc interrogés sur les pratiques de communication que le migrant met en place à distance et si, au travers les nouvelles technologies, les acteurs sociaux peuvent mieux interagir avec leurs proches. Nous avons voulu savoir si les acteurs migrants utilisent les nouvelles technologies, dans quel but, sur quel type de canal. Est-ce que les NTIC[3] contribuent à la consolidation du lien relationnel dans ces familles ? Sont-t-ils, les parents et leurs enfants dans un dialogue réel via les nouvelles technologies ? Nous savons que les instruments modernes de communication permettent au migrant mobile (Diminescu, 2009) de rester en contact avec « chez soi », mais, si cela est possible, nous nous demandons avec quelle intensité discursive se produit le dialogue ? Concernant cet aspect, nous retrouvons un discours unitaire de la part de deux acteurs interrogés : au début de la migration, la communication à distance avec la famille était déficitaire car elle était conditionnée par le téléphone fixe (dans les années 2000 cette famille n'avait pas encore accès aux téléphones mobiles) et par les coûts des appels, que la mère estime « exorbitants » : « nous appelions d'un téléphone fixe, avec de la monnaie, il « mangeait » beaucoup d'argent », « il mangeait 30 à 40 euros pour une conversation, on appelait très rarement ». La grand-mère se positionne en affirmant que les enfants et leurs parents avaient très peu d'interaction à cette époque-là : parfois les parents appelaient leurs enfants en soirée et le dialogue était sonore uniquement. Le jour même de notre rencontre, une autre petite fille qui est restée chez la grand-mère (ses parents étant partis en Allemagne pour cueillir les asperges),

3 NTCI- nr. Nouvelles Technologies de l'Information et de Communication

communiquait uniquement par les ondes audio car son père ne possédait pas un téléphone intelligent, avec caméra vidéo incorporée. En ce qui concerne Veta, celle-ci souligne que l'apparition des nouvelles technologies lui a permis ces dernières années d'appeler quotidiennement ses enfants via les réseaux sociaux (principalement Messenger- Facebook). Il est possible que les cas de non- communication dû au manque des moyens technologiques soient de plus en plus rares, mais ils existent encore et représentent la réalité du contexte financier précaire (Anghel, 2016) de ces familles : « Ici ils gagnent 2000 lei par moi, là-bas 300 lei par jour », affirme la grande mère. « Ici je gagne 250 euros par mois, là-bas je gagne 1500 euros pour un moi de travail », se positionne la mère. La présence des déictiques spatiaux « ici » et « là-bas » (Beciu, 2012) recadre dans le discours des acteurs le micro-contexte (chargé des précarités matérielles) en rapport au macrocontexte, vu comme perspectives d'une vie meilleure, qui offre la possibilité de "se débrouiller". Le conditionnel énonciatif "je repartirais", répété en fin de discours par la mère, indique la représentation de celle-ci d'une vie construite dans un contexte choisi.

Conclusions

Tous ces modèles mentaux (Van Dijk, 2006) représentés par les indicateurs linguistiques, démontrent que, dans ces familles exposées au phénomène de la migration économique, la préoccupation principale des adultes (parents émigrés, adultes restés pour prendre en charge les enfants) demeure liée au contexte socio-économique.

Nos conclusions sont que l'acteur social se construit principalement en rapport avec son milieu socio-économique et que les conditions financières précaires restent le principal facteur qui le détermine à émigrer de manière récurrente (en tant que migrant saisonnier).

L'apparition des nouvelles technologies dans ces familles de migrants aide à l'entretien du dialogue entre les acteurs, mais toutefois, le manque de dialogue direct entre les parents et leurs enfants peut avoir des conséquences psychologiques sur le long terme sur ceux derniers. L'intensité du dialogue communicationnel au travers les nouvelles technologies entre les parents et les enfants est moindre qu'en rapport relationnel direct et les besoins relationnels restent présents.

Loin d'être exhaustive, notre recherche apportera par ses résultats, nous le souhaitons, une meilleure compréhension de la construction de l'individu migrant dans la société actuelle car « il est essentiel que l'étude du discours devienne une composante fondamentale de la société » (Maingueneau, 1991 : 14).

Bibliographie

Ambrosini, J. W., Mayr, K., Peri, G., & Radu, D. (2015). The selection of migrants and returnees in Romania: Evidence and long-run implications. *Economics of Transition*, *23*(4), p. 753-793. http://ftp.iza.org/dp6664.pdf

Angenot, M. (1988). Pour une théorie du discours social : problématique d'une recherche en cours. *Littérature*, p. 82-98.

Anghel, R., Botezat, A., Coșciug, A., Manafi, I., & Roman, M. (2016). International migration, return migration, and their effects: a comprehensive review on the Romanian case, *IZA Institute of Labour Economics, IZA DP nr. 10445*.

Balabanova, E., & Balch, A. (2010). Sending and receiving: The ethical framing of intra-EU migration in the European press. *European Journal of Communication*, *25*(4), p. 382-397.

Ban, C. (2012). Economic transnationalism and its ambiguities: The case of Romanian migration to Italy. *International Migration*, *50*(6), p. 129-149.

Bardin, L. (2013). *L'analyse du contenu,* Quadrige, Paris, PUF.

Bertaux, D. (2016). *Le récit de vie - 4e* édition. Armand Colin.

Beciu, C. (2011). *Sociologia comunicării şi a spaţiului public: concepte, teme, analize*. Bucarest, Polirom.

Beciu, C. (2012). Qui fait la diaspora ? Le problème de l'identité dans les recherches sur les diasporas. *Revista Română de Comunicare şi Relaţii Publice*, *14*(4), p. 13-28.

Beciu, C., Ciocea, M., Mădroane, I. D., &Cârlan, A. I. (2018). Introduction: Intra-EU Labor Migration and Transnationalism in Media Discourses. A Public Problem Approach. *Debating Migration as a Public Problem: National Publics and Transnational Fields*, p. 1-37.

Beciu, C., & Lazăr, M. (2014). Migrația forței de munca în contextul crizei economice. Redefinierea mediatică a unei probleme publice. *Revista romana de sociologie*, *25*.

Bertoli, S., Brücker, H., & Moraga, J. F. H. (2013). The European crisis and migration to Germany: expectations and the diversion of migration flows. *Institute for the Study of Labor, IZA DP No. 7170*

Boboc, C., Vasile, V., & Todose, D. (2012). Vulnerabilities associated to migration trajectories from Romania to EU countries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *62*, p. 352-359.

Buckingham, D. (2008). *Introducing identity*. MacArthur Foundation Digital Media and Learning Initiative.

Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique : la construction du miroir social*. Paris, Nathan.

Charaudeau, P. (2009). *Identités sociales et discursives du sujet parlant*. Paris, l'Harmattan.

Ciocea, M., & Cârlan, A. (2012). Debating migration as a public problem: diasporic stances in media discourse. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 14(3), 27.

Diminescu, D. (2009). Chapitre 15-Le migrant dans un système global des mobilités. In *Les circulations transnationales*. Paris, Armand Colin, p. 211-224.

Diminescu, D. (2009). Exercițiul dificil al liberei circulații: o introducere în istoria migrației recente a românilor [The difficult exercise of free movement: an introduction to the recent history of Romanian migration]. *Sociologia migrației: Teorii și studii de caz românești [The sociology of migration. Theories and Romanian case studies]. Iași: Polirom*, p. 45-62.

Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. New York, Routledge.

Grad, H., & Martin-Rojo, L. (2008). Identities in discourse. *Analysing identities in discourse*. John Benjamins Publishing Company

Mara, I. (2012). *Surveying Romanian migrants in Italy before and after the EU Accession: migration plans, labour market features and social inclusion* (No. 378).wiiw Research Report.

Maingueneau, D. (1991). *Introduction aux discours de l'archive.* Paris, Hachette.

Madianou, M., & Miller, D. (2013). *Migration and new media: Transnational families and polymedia*. London, Routledge.

Portes, D. (2007). *Rethinking migration: New theoretical and empirical perspectives*. New York, Berghahn Books.

Rogozanu, C. & Gabor, D. (2020). Are western Europe's food supplies worth more than east European workers' health ? *The Guardian*, https://www.theguardian.com/world/commentisfree/2020/apr/16/western-europe-food-east- european-workers-coronavirus ?fbclid=IwAR3QX30JajIaGv- wPq9QJxMsLW6zZEN-E53bijWLhWHrYC_t0pydAf2mWT80

Salomé, J. (2013). *Heureux qui communique : Pour oser dire et être entendu*. Paris, Albin Michel.

Sandu, D., Bleahu, A., Grigoras, V., Mihai, A., Radu, C., & Radu, C. (2006). *Living abroad on a temporary basis. The economic migration of Romanians: 1990-2006.* Bucharest: Open Society Foundation.

Schiller, N. G., & Çağlar, A. (2009). Towards a comparative theory of locality in migration studies: Migrant incorporation and city scale. *Journal of ethnic and migration studies*, 35(2), p. 177-202.

Sidnell, J. (2011). *Conversation analysis: An introduction* (Vol. 45). John Wiley & Sons.

Van Dijk, T. A. (1995). Aims of critical discourse analysis. *Japanese discourse*, 1(1), p. 17-28.

Van Dijk, T. A. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & society*, 17(3), p. 359-383.

Circuits et itinéraires des cinémas d'Amérique latine. Vers la construction de la figure de « cinéaste-auteur du Sud transnational »

Tours and itineraries of Latin American cinemas. Towards the construction of the figure of "Transnational South author-filmmaker"

Amanda Rueda, maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication
LERASS, Université Toulouse Jean Jaurès
amanda.rueda@univ-tlse2.

Mots clés : cinéma d'auteur, réseaux, transnational, Sud

Keywords: author cinema, networks, transnational, South

Résumé

En mettant au centre de la scène les trajectoires de deux cinéastes contemporains originaires d'Amérique latine et l'articulation entre processus de production et de circulation des films, il s'agit d'étudier les « trans-nationaux cinémas », ces cinémas au pluriel qui repoussent les frontières bien au-delà des territoires nationaux - trans-colombien, trans-guatémaltèque, trans- chilien voire plus largement trans-latino-américain -.

Abstract

Focusing on the trajectories of two contemporary filmmakers from Latin America and on the articulation between the processes of production and circulation of films, the aim of this article is to study "trans-national cinemas". These cinemas, in plural, push the borders well beyond national territories, they are trans-Colombian, trans-Guatemalan, trans-Chilean and even more broadly trans-Latin American.

Circuits et itinéraires des cinémas d'Amérique latine. Vers la construction de la figure de « cinéaste-auteur du Sud transnational »

Amanda Rueda

Bien que les relations transnationales entre les pays d'Amérique latine et les pays européens existent depuis longtemps au travers notamment des accords de coproduction et de la circulation des films dans les festivals internationaux ou spécialisés, leur généralisation et leur caractère systématique rendent compte depuis deux décennies d'une organisation réticulaire que nous désignerons sous le terme générique de « transnationalité ». Ces pratiques promeuvent un mode de production appuyé sur des fonds et des plateformes professionnelles et soutenu par des sociétés de production dites indépendantes locales et internationales. Elles incitent en tout état de cause les cinéastes à la mobilité dans un circuit de formation, de production et de diffusion qui leur est propre. Elles sont révélatrices d'une nouvelle « territorialité » culturelle (Lacroix, 2018) à laquelle contribue une multiplicité d'acteurs – institutionnels, associatifs et entrepreneuriaux –, et qui accouche d'un imaginaire spatial nouveau. Davantage circulatoire que fixe, cette territorialité est faite de réseaux dont les piliers sont dispersés dans plusieurs villes européennes et latino-américaines ; enfin, elle engendre des histoires et des esthétiques qui, du fait de leurs processus de création et de circulation, sont forcément nécessairement normalisées, acceptées, célébrées. Plus largement, elles façonnent un monde singulier du cinéma aux contours délimités, qui existe en parallèle des cinémas et de la production audiovisuelle *mainstream* mondialisée et des cinémas d'art et essai notamment européens (espagnol, français, allemand…). À côté des productions domestiques qui se trouvent confinées à une diffusion nationale, des cinémas de plusieurs pays d'Amérique latine et plus globalement d'Asie, d'Europe de l'Est voire d'Afrique, profitent de dynamiques en réseau, décentrées et transnationales.

En mettant au centre de la scène l'articulation entre les trajectoires des cinéastes et les processus de production et de circulation des films, il s'agit dans cette contribution d'étudier les « cinémas transnationaux », ces cinémas au pluriel qui repoussent les frontières bien au-delà des territoires nationaux - trans-colombien, trans-guatémaltèque, trans-chilien voire plus largement trans-latino-américain.

À travers le portrait du cinéaste colombien Juan Andrés Arango, écrit à partir de plusieurs entretiens, nous cherchons aujourd'hui à rendre compte de la complexité de ces dynamiques de mobilité, traversées à la fois par des circonstances propres aux parcours individuels et par des logiques structurantes de cette nouvelle *territorialité transnationale*[1]. Ce choix ne prétend pas être représentatif car, bien que les trajectoires d'un nombre important de réalisateurs et de réalisatrices s'articulent autour d'une multiplicité d'alliances transnationales, la territorialité réticulaire transnationale ne détermine pas pour autant des trajectoires homogènes ou univoques. Il se justifie en l'occurrence par le fait que la question de la déterritorialisation et de la réterritorialisation traverse aussi, dans le cas de ce réalisateur, les récits et les parcours de ses personnages. Portés par l'expérience du déplacement - forcé dans le cas de *La Play*a, ou volontaire dans le cas de *X 500* -, ils

1 Ces entretiens ont été réalisés en 2015 dans le cadre de la co-rédaction, aux côtés de Marie-Pierre Lafargue, du dossier pédagogique édité par le Centre national du cinéma et de l'image animée CNC pour le dispositif d'éducation à l'image Collège au cinéma.

sont le siège d'une reterritorialisation marquée par des conflits identitaires et des négociations culturelles complexes.

Juan Andrés Arango, un jeune cinéaste voyageur

La carrière de Juan Andrés Arango, né à Bogotá le 19 septembre 1976, se façonne dans un mouvement fait d'allers-retours à l'étranger, avec des séjours plus ou moins longs dans plusieurs pays, notamment au Canada où, au milieu de son parcours universitaire à l'École de Cinéma et de Télévision de l'Université Nationale en Colombie, il suit une formation en production de cinéma à l'Université Concordia. Ces voyages s'avèrent déterminants : la rencontre d'une diversité de cultures et la richesse des expériences vécues définissent très vite chez lui une sensibilité aux problématiques de la migration et de la transculturalité, qui sera très présente dans ses futurs films.

En 2003, il quitte à nouveau la Colombie, cette fois-ci pour l'Espagne, où il poursuit des études de directeur de la photographie à l'École Supérieure de Cinéma et Audiovisuel de Catalunya (ESCAC). Les voyages s'enchaînent : de Barcelone, Arango part en résidence artistique au Mexique, et de là, à Amsterdam en 2008, où il travaille en tant que chef-opérateur de films documentaires. Ce séjour aux Pays-Bas sera dédié au développement de son premier long- métrage de fiction, *La Playa*, qu'il ne tournera qu'à la fin 2011.

La réalisation de ce film est tout à fait représentative de ces nouvelles dynamiques de mobilité. Après deux ans passés à l'écriture du scénario grâce à l'aide à l'écriture du Fonds de Développement Cinématographique colombien (FDC), Juan Andrés Arango commence, avec l'aide de la jeune productrice Diana Bustamente de la société indépendante Burning Blue, une longue recherche de financements en Colombie et à l'étranger. Ils se heurtent à une première difficulté : son projet de premier long-métrage de fiction est jugé localement risqué en raison de la problématique traitée - l'expérience d'adaptation-exclusion dans Bogotá de personnages afrodescendants déplacés à cause du conflit armé, et jusqu'alors peu représentés dans le cinéma national - et des partis pris de réalisation – fondés sur une approche ethnographique des lieux et des personnes, sollicitées par la suite en tant qu'acteurs non professionnels. En 2008, ils parviennent à obtenir l'aide à la production du FDC et, un an plus tard, l'association avec la société brésilienne Bananeiras films qui devient coproductrice du film - ce qui lui permet d'obtenir l'aide à la production du Programme de soutien à la coproduction Ibermedia - puis avec la société française de Thierry Lenouvel, Ciné-Sud Production - qui lui permet à son tour de bénéficier de l'ancien Fonds Sud français du CNC français – devenu l'Aide aux cinémas du monde - pour la finition du film.

Un premier montage du film réalisé rapidement après le tournage en 2011 lui assure une série de soutiens qui permettent l'achèvement du film : le Hubert Bals Fund (Festival de Rotterdam), la sélection à Cinéma en Construction (plateforme professionnelle des festivals de Toulouse et de San Sebastián) et au *Work in Progress* du Festival de Cinéma de Valdivia (Chile). Le film terminé est projeté pour la première fois en mai 2012 à la section Un Certain regard de Cannes. Démarre alors une belle tournée dans les festivals internationaux qui se poursuit dans le circuit des festivals français (Amiens, Biarritz, Nantes, Toulouse). Le film est finalement sélectionné pour représenter la Colombie aux Oscars en 2014. Le Centre national du cinéma et de l'image animé (CNC) l'intégrera en 2015 au catalogue du dispositif Collège au cinéma.

Quatre ans plus tard, en juin 2015, Juan Andrés Arango tourne son deuxième long-métrage *X Quinientos*, film choral qui relie trois histoires de migrants tirées de contextes culturels différents mais qui se déploient dans un monde globalisé : Buenaventura, le port d'où sont originaires les personnages de son premier long, Tomás et sa famille, dans le Pacifique colombien, Mexico et Montréal, où il vit aujourd'hui. D'une région à l'autre, d'un pays à l'autre, la mobilité des personnages résonne avec celle du réalisateur qui trouve des partenaires dans le circuit de plus en plus institué de ce que nous appelons ici le 'cinéma d'auteur du Sud transnational'.

Mobilités

La trajectoire de Juan Andrés Arango s'inscrit dans l'éclosion d'une nouvelle génération de réalisateurs à la faveur de deux facteurs : une structuration institutionnelle à l'échelle nationale à travers la mise en place en 2003 de la loi du cinéma favorisant la production nationale en Colombie, d'une part, la connexion à un réseau international, d'autre part. Le tour d'horizon de cette trajectoire invite à envisager l'avènement d'un "monde" cosmopolite ou transfrontalier, à la fois factuel, en cela qu'il se fonde sur la mobilité des acteurs et des films, et imaginaire, dans la mesure où il relève d'une volonté esthétique et politique. Car ces mobilités sont communes à de nombreux réalisateurs et réalisatrices contemporain.es d'Amérique latine : le Guatémaltèque Julio Hernández Cordón, les Argentin-es Lucrecia Martel, Lisandro Alonso, Lucia Puenzo, les Mexicains Amat Escalante, Nicolás Pereda, Yulène Olaizola, les Colombiens Oscar Ruíz Navia, Franco Lolli, Ciro Guerra, les Chilien.nes Cristian Jiménez, Marcela Said, Marialy Rivas, Dominga Sotomayor, les Costariciennes Paz Fábrega et Sofía Quirós Ubeda, les Brésilien.nes Juliana Rojas, Marcelo Gomes… Le corollaire le plus frappant des mobilités internationales de ces cinéastes et de jeunes producteurs est le fait que des équipes locales mobilisées autour de l'idée d'indépendance ont essaimé au fil des deux dernières décennies sous la forme de collectifs de travail ou de sociétés de production indépendantes. Les premiers sont nés en Argentine au début des années 2000, avec Pablo Trapero, Lucrecia Martel, Santiago Loza, Martín Rejtman... Suivis de près par les Uruguayens, les Mexicains, les Chiliens, les Colombiens. Par ailleurs, la jonction des métiers de producteur et de réalisateur s'est imposée assez naturellement au sein de cette nouvelle territorialité du cinéma. Les Colombiens Ciro Guerra, Oscar Ruiz Navia, Franco Lolli et les Guatémaltèques Jayro Bustamante, Julio Hernández Cordón produisent leurs propres films, Oscar Ruiz Navia produit les films de William Vega et de César Acevedo, Carlos Reygadas produit les films d'Amat Escalante, Pablo Larraín ceux de Sebastian Lelio et de Marialy Rivas…

S'il est prématuré de parler d'une communauté réelle d'artistes cinéastes, l'accroissement du nombre de réalisateurs et de réalisatrices par rapport aux décennies précédentes et le phénomène générationnel qui lui est associé ne sont pas totalement étrangers à l'idée de configuration de « cultures voyageuses » qui façonnent des « formes d'affiliation transnationales » (Mattelart, 2007 : 28).

Ces mobilités peuvent être appréhendées comme des impératifs de la transnationalité, vue d'une part comme la condition essentielle de l'expérience des individus-cinéastes contemporains, et d'autre part comme une stratégie efficace pour exister dans le monde du cinéma. Car si le « cinéaste global » a toujours existé, la singularité de la condition contemporaine réside dans les compétences de mobilité et de conception stratégique requises aujourd'hui dans le cadre de dispositifs de médiation localisés dans des villes et des pays différents

à chaque phase de la production cinématographique. On y cherche aussi bien des connexions interpersonnelles, des partenaires financiers, des possibilités d'expression et de création, que l'expérience directe du public et, dans le meilleur des cas, le prestige (Dovey, 2015). La mobilité est donc à la fois une stratégie et une aspiration associée aux sensibilités contemporaines d'ouverture au monde.

Nous proposons d'approcher les trajectoires de ces cinéastes à partir de la « figure archétypale de la globalisation » du migrant transnational, dépeinte par Swanie Potot : il s'agit d'un « commerçant autonome et en constante mobilité, que celle-ci soit physique ou dans ses relations sociales et projections. Le postulat implicite est qu'il incarne en cela le processus de mondialisation, dans ses dimensions économique, technologique, sociale, etc. » (2016 : 61). Alors que Potot revient sur cette affirmation en soulignant la condition du migrant salarié, sa description ressemble à s'y méprendre à celle des professionnels du cinéma, issus des classes moyennes plus ou moins aisées des capitales et des grandes villes d'Amérique latine, majoritairement blancs ou métis, manifestant des compétences linguistiques certaines - ils parlent tous anglais, langue dominante dans ces circuits, se déplacent de ville en ville, de festival en festival, de *workshops* en résidence, du laboratoire au marché des films en Europe, en Amérique latine et aux États-Unis.

Leur mobilité relève d'un processus de socialisation dans des contextes hétérogènes qui n'est pas sans rappeler également la figure de l'acteur pluriel théorisée par Bernard Lahire : « Il [l'acteur pluriel] a participé successivement au cours de sa trajectoire ou simultanément au cours d'une même période de temps à des univers sociaux variés en y occupant des positions différentes » (2011 : 60). La pluralité des actions et des lieux qu'il investit fonde aussi la figure de « Global south filmarker » (Falicov, 2013), de cinéastes « interstitiels » (Naficy, 1996), qui suggère un *entre-deux* énonciatif, ou alors de « cinéaste du monde », institutionnalisée par les fonds de soutien comme l'» Aide aux cinéastes du monde » française et le « World cinéma » de la Berlinale. La question ne se pose plus - en tout cas plus uniquement - en termes de formes d'appartenance culturelle ou identitaire qui stimuleraient une pratique cinématographique *transnationale*, mais bien davantage en termes d'expérience des interactions culturelles que suscitent les nombreux voyages. Les pratiques personnelles et professionnelles (ou professionnalisantes) de circulation et de déplacement, les modalités d'attachement aux lieux habités, les discours sur ces pratiques et ces lieux, révèlent des « stratégies biculturelles » (Haynes, 2014 cité par Dovey, 2015) qui redéfinissent et ressoudent l'écart entre *soi* et l*'autre*.

Cosmopolitisme et déterritorialisation

La notion de dislocation, qui nous a permis de comprendre l'expérience de l'*entre-deux* des réalisatrices documentaristes installées en France (Rueda, 2009), se révèle également opératoire dans le cas des cinéastes de fiction dont l'internationalisation est le produit du circuit festivalier. Il s'agit pour eux d'un *entre-deux* stratégique qui induit des modalités d'attachement originales (des codes artistiques et des imaginaires) et compose un univers hétérogène de références interculturelles. Il est possible en tout état de cause d'analyser cet *entre-deux* selon une conception pragmatique, comme une activité réflexive à l'origine d'une circulation facilitée aussi bien des cinéastes que des objets filmiques qu'ils signent[2].

2 Nous paraphrasons Antoine Hennion dans son travail sur le goût musical et la sociologie des attachements (2004).

Il est toutefois question ici d'expériences récurrentes de déterritorialisation (relative, car non définitive) - au sens de quitter une sédentarité et par ce biais d' « échapper à une aliénation, à des processus de subjectivation précis » (Deleuze, 1972 : 162, cité par Bessis) et de son pendant, la reterritorialisation – « la conscience retrouve son territoire, mais sous de nouvelles modalités (…) jusqu'à une prochaine déterritorialisation » (Leclercq et Villani, 2003 : 301). La déterritorialisation ne concerne pas uniquement la mobilité internationale ou transfrontalière, mais elle opère comme une stratégie des cinéastes pour échapper aux limitations financières et aux logiques de pouvoir et de domination de la télévision et du cinéma *mainstream* domestique. Elle est porteuse de l'expérience cosmopolite qui imprègne par ailleurs les discours d'auto- exposition des réalisateurs. Déterritorialisation et reterritorialisation finissent par constituer l'habitus des cinéastes voyageurs. « Il s'agit d'un mouvement créatif » par le biais duquel le territoire se redéfinit sans cesse et « perd cette territorialisation acquise » par habitude.

Le cosmopolitisme est la traduction en termes d'expérience de la mobilité des individus, en l'occurrence des cinéastes, dans une territorialité ou un espace de circulation transfrontalier qui produit des formes culturelles spécifiques et ouvre de nouveaux espaces de discours légitimes. Au-delà des mobilités, des rencontres et des contacts inter-individuels, l'expérience cosmopolite des cinéastes se construit comme une ressource de pratiques de création qui révèle des savoirs et des imaginaires partagés, des expériences du monde qui engagent des méthodes de réalisation, des processus de production et de circulation des formes esthétiques, des récits et des discours.

L'étude des trajectoires individuelles des « jeunes cinéastes » révèle combien les stratégies de mobilité doivent être mises en relation avec l'inscription contemporaine assumée et revendiquée de ce qui peut être appréhendé comme l'» imaginaire du cinéma d'auteur », partagé par les créateurs, les festivals et les critiques. L'intégration d'un certain cinéma national à un écosystème transnational est en effet dépendante de l'inscription dans la *matrice culturelle* moderne de la politique des auteurs. L'affirmation d'une posture auctorielle assure en effet l'existence et la visibilité des cinéastes du Sud à la recherche de coproducteurs et de fonds de soutien européens dans l'espace international du XXIe siècle. Pour ces réalisateurs, cette inscription représente l'adhésion à un label de qualité appuyé sur la jonction de plusieurs acteurs et dispositifs : politiques cinématographiques fondées sur l'exception culturelle, nouveaux métiers - producteurs et distributeurs indépendants, programmateurs des festival, agents de vente -, spécialisation professionnelle. Ce label, qui se confond avec le label festivalier, est la pierre angulaire d'une industrie relativement émergente, dont le fonctionnement relève de logiques et de pratiques autonomes vis-à-vis des industries nationales qui capitalisent sur le *mainstream* ou le cinéma populaire domestique.

Par ailleurs, si le cadre national se desserre, il n'est pas pour autant aboli (Beck, 2002 : 450). L'attachement au lieu d'origine - le Brésilien, le Colombien, le Chilien, le Guatémaltèque, mais aussi le Coréen, l'Indien, le Sénégalais, etc. -, à travers l'adoption de concepts géopolitiques hérités d'une vision eurocentrée des territoires, reste au cœur de la fabrique de l'artiste-cinéaste issus de ces géographies dites « périphériques ». Si la question nationale est en apparence reléguée aux aspects économiques et juridiques de la coproduction, l'appartenance territoriale des cinéastes et des films peut fonctionner comme un label différenciation, révélant les stigmates du passé colonial.

L'expression « cinéma d'auteur périphérique et transnational » nous semble la plus en mesure de rendre compte des conditions matérielles et discursives de ces cinémas émergents qui ont acquis une visibilité mondiale. Le terme « périphérique » se rapporte au Sud, en ce qu'il désigne des régions en dehors de l'Europe et de l'Amérique du Nord éligibles aux fonds de soutien français et plus largement européens. Mais il ne décrit pas tant un lieu géographique qu'une expérience de la colonialité du pouvoir, c'est-à-dire, « l'entreprise de racialisation du monde et de hiérarchisation de l'humanité par l'Occident depuis les premières conquêtes de « l'Amérique » jusqu'aux formes contemporaines d'emprise du capitalisme sur la globalisation » (Dufoix & Macé, 2019 : 110). Le terme « périphérique » renvoie donc aux endroits non-hégémoniques de la carte du monde, désignés « *autres* » par les autorités de l'institution cinématographique qui sont précisément chargées de dynamiser le marché international des films concernés. Cette assignation prend ici le risque d'entretenir le clivage centre/périphérie, alors même qu'elle ne propose pas de grille de compréhension des dynamiques en cours. Elle porte l'idée d'» *altérisation* » (des cinéastes et des cinématographies). Elle renvoie également à l'idée d'écart par rapport aussi bien aux pratiques et aux représentations associées au *mainstream* hollywoodien largement copié par les cinémas nationaux, qu'à celles associées au cinéma d'auteur européen, évoqué ci-dessus. Le mot transnational présente quant à lui l'avantage de ne pas occulter la relation dialectique « national-mondial », totalement absente en revanche de l'appellation « global » (Falicov, Galt, Rosalind & Schoonover, Karl , etc.), et annonce un imaginaire cosmopolite produit à partir de nouvelles relations entre soi, l'autre et le monde[3] (Delanty, 2006 : 27).

La ressource cosmopolite n'est donc pas une abstraction, mais se matérialise en compétences professionnelles, linguistiques et interculturelles (de circulation, de communication, de négociation et d'auto-promotion). Mais cette ressource interagit avec une autre, celle de la nationalité, comprise, voire assimilée par cette territorialité en tant qu'appartenance culturelle. Les réalisateurs en sont conscients, comme l'exprime le propos du Guatémaltèque Julio Hernández Cordón : « J'ai réalisé que finalement la taille du Guatemala et sa mince histoire cinématographique sont aujourd'hui des atouts car il existe une sorte de soif envers ce que nous sommes en train de créer là-bas »[4]. La perspective cosmopolitique ouvrirait ainsi aux réalisateurs des possibilités d'action que la perspective nationale entrave**.**

Presque un demi-siècle plus tard, le cosmopolitisme a délaissé le collectif qui caractérisait le cosmopolitisme des cinéastes des années 1960 et 1970 - qui ont également créé des circuits transnationaux et des dynamiques en réseau, mais dont les enjeux restaient essentiellement politiques voire militants -, pour servir la stratégie de carrière des cinéastes du Sud. Appuyée par la valeur symbolique de l'*auteurisme*, cette individualisation des parcours repositionne les « périphéries cinématographiques » sur la mappemonde du cinéma.

Conclusion

Si l'étude de l'itinéraire d'un seul cinéaste présente des limites, elle permet du moins d'interroger l'étroite dépendance du monde cinématographique - acteurs, enjeux économiques et culturels - et des formes de mo-

3 Delanty propose l'approche de « cosmopolitanisme critique » pour appréhender l'imagination cosmopolitique : "In this approach, which I term critical cosmopolitanism, the cosmopolitan imagination occurs when and wherever new relations between self, other and world develop in moments of openness" (2016 : 27).

4 Entretien avec Julio Hernández Cordón réalisé lors du 29e Festival Cinélatino Rencontres de Toulouse, le 22 mars 2017.

bilité contemporaines. L'un des traits dominants de cette transnationalité est en effet la mobilité des cinéastes et des professionnels du cinéma (producteurs, programmateurs de festivals), nés pour la plupart dans les années 1970, qui constitue à la fois une condition et une disposition stratégique de leur positionnement transnational. Il s'agit là de ce fait d'un phénomène générationnel qui par ailleurs n'est pas propre à l'Amérique latine, mais qui concerne plus largement les régions que l'on englobe un peu rapidement sous le vocable de *Sud* telles l'Asie, l'Afrique ou l'Europe de l'Est.

Des alliances et des métissages s'opèrent entre les territorialités nationale et transnationale du cinéma, et ce, à chaque étape de la production des films. Le national engendre ainsi du transnational comme le montrent les aides des instituts nationaux du cinéma des pays concernés – la Colombie en l'occurrence. À l'inverse, le transnational se fait le promoteur du national quand les professionnels, institutions et dispositifs européens qui participent à la fabrication des films et à leur reconnaissance internationale. Dans ce processus, le « national » est soit appréhendé comme une marque, soit éclipsé dans une trajectoire globalisante. Voilà la situation dans laquelle le lieu d'énonciation des cinéastes transnationaux se redéfinit, une situation d'autant plus complexe qu'elle engage des interactions avec des acteurs d'autres territoires (producteurs, festivals, critiques, publics).

Transnational, global, réseau… ces mots sont dans l'air du temps et opèrent certes comme des « outillages théoriques » pour approcher les dynamiques cinématographiques contemporaines : circuits, film, communauté, mode de production, publics transnationaux… L'ambition de cette contribution répond à une nécessité à la fois épistémologique et méthodologique qui vise à mettre les notions de transnational et de déterritorialisation à l'épreuve des dynamiques cinématographiques contemporaines.

Enfin, nous finirons avec un questionnement d'ordre géopolitique. Si ces dynamiques en réseau introduisent une certaine horizontalité entre les acteurs et résistent à l'analyse en termes de modèle d'organisation centres-périphéries, il n'en reste pas moins que les positions d'autorité subsistent sous d'autres formes. En soulignant le fait que les fonds et les festivals sélectionnent ceux et celles qui ont accès au réseau (Ostewska, 2010), des chercheuses ont mise en évidence que ces espaces transnationaux sont porteurs de relations asymétriques, de dépendances financières et de canons esthétiques. En ouvrant la question à d'autres films et d'autres cinématographies, nous postulons à ce titre l'existence de périphéries cinématographiques qui se mondialisent par l'intermédiaire d'un réseau aux enjeux économiques, politiques et esthétiques complexes.

Bibliographie

Beck, U. (2002). *Pouvoir et contre-pouvoir à l'heure de la mondialisation*, Paris, Editions Flammarion.

Delanty, G. (2006). The cosmopolitan imagination : critical cosmopolitanism and social theory. *The British Journal of Sociology*, Volume 57 Issue 1, p. 25 – 47.

Dovey, L. (2015). *Curating Africa in the Age of Film Festivals*, Published by Palgrave Macmillan.

Dufoix, S. & Macé, É. (2019). Les enjeux d'une sociologie mondiale non-hégémonique. *Zilsel*, n° 5, p. 88-121.

Falicov, T. (2013). Cine en Construcción/'Films in Progress': How Spanish and Latin American filmmakers negociate the construction of a globalized art-house aesthetic. *Transnational Cinemas*, 4, 2, p. 253-271.

Lacroix, T. (2018). *Le Transnationalisme* : *Espace, Temps, Politique*, HDR, Géographie. Université de Paris Est <tel-01810672>

Lahire, B. (2011). *L'homme pluriel* : *les ressorts de l'action*. Paris, Armand Colin.

Mattelart, T. (sous la dir.). (2007). *Médias, migrations et cultures nationales*, Bruxelles, de Boeck, INA.

Naficy, H. (1996), Phobic Spaces and Liminal Panics: Independent Transnational Film Genre. Wilson, R. & Dissanayake, W. (eds), *Global-Local: Cultural Production and the Transnational Imaginary*, Durham and London, Duke University Press, p. 119–144.

Potot, S. (2016). *Les mutations européennes au prisme des migrations. Un regard sociologique au-delà des frontières,* HDR Sociologie. Université Paris Diderot (Paris 7) ; Lettres et Sciences humaines <tel-01438852>

Ostrowska, D. (2010). International Film Festivals as Producers of World Cinema. *Cinéma & Cie: International Film Studies Journal*, n° 10 (14-15), p. 145-150.

Rueda A. (2009). Carmen Castillo et Catalina Villar : l'*entre-deux* du lieu d'énonciation du « latino- américain », *Caravelle*, n° 92, p. 71 – 89.

La patrimonialisation des arts de la scène dans des espaces de rencontre en mouvement

Mathieu FERYN
A.T.E.R., Docteur, qualifié aux fonctions de MCF en S.I.C.
Laboratoire Culture et Communication, Avignon Université
mathieu.feryn@gmail.com

Vincent LAMBERT
Enseignant-chercheur, médiateur culturel et artiste du spectacle vivant
Laboratoire Siclab Méditerranée, Université Côte d'Azur
vincent.lambert@univ-cotedazur.com

Mots clés : dynamiques culturelles – circulation du patrimoine – patrimonialisation – arts vivants

Keywords: cultural dynamics – circulation of heritage – heritage development – performing arts

Résumé

En comparant nos terrains respectifs, nous rendons compte des dynamiques culturelles à l'œuvre dans le domaine des arts de la scène en région Sud-PACA. Nous y décrivons les pratiques info-communicationnelles qui permettent aux acteurs de la patrimonialisation de s'intégrer à des dispositifs sociotechniques existants et innovants. Ainsi, en nous intéressant aux politiques culturelles en région, nous avons questionner la manière dont les acteurs et leurs objets participent à réinventer différentes formes de patrimonialisation : conventionnelle, participative et de proximité.

Abstract

By comparing our respective fields, we report on the cultural dynamics at work in the field of the performing arts in the South-PACA region. We describe the info-communication practices that allow heritage development actors to integrate into existing and innovative socio-technical devices. Thus, by focusing on cultural policies in the regions, we questioned the way in which the actors and their objects participate in reinventing different forms of heritage development: conventional, participatory and local.

La patrimonialisation des arts de la scène dans des espaces de rencontre en mouvement

Mathieu Feryn, Vincent Lambert

De toute antiquité, les arts de la scène apportent aux sociétés humaines une expression en résonnance avec leur présent commun, mettant en scène corps et objets utiles aux représentations : instruments de musique, costumes, masques, pinceaux, espaces dédiés… Les communautés qui partageaient ces expériences souhaitaient prolonger de tels moments de partage, les rejouer, les mettre à profit, en en conservant des reliques et en les échangeant via des supports de textes et d'images. Dès lors, face à l'incertaine circulation des traces de ces poèmes, de ces airs, de ces mouvements, de ces jeux et même des lieux, résultent des logiques de collections, de mémoire, de connaissance, d'économie et de pouvoir. Les techniques d'imprimerie, de gravure, de photographie et de film ont ouvert à une large circulation et une industrialisation des copies d'œuvres. Le développement de ces dispositifs sociotechniques se poursuit dans la seconde moitié du XXe siècle avec un accès étendu aux télécommunications et aux enregistrements, renforcé au début du XXIe siècle par les formes sans cesse renouvelées de partages numériques des expériences des arts. Ces mutations profondes ont modifié les pratiques culturelles et les formes artistiques. Pour les arts de la scène, la qualité de l'expérience vécue *in situ* semble encore échapper à celles télé- ou rediffusées, aussi immersives et participatives fussent-elles : « encore manque-t-il à la reproduction la plus parfaite une chose : le *hic et nunc* [l'ici et maintenant] de l'œuvre d'art – l'unicité de son existence au lieu où elle se trouve (Benjamin : 18). » Cependant, la technique, « une active productrice d'art (Hennion et Latour, 1996 : 240) », prolonge et participe tant à sa médiation qu'à sa patrimonialisation.

Or, « la culture ne se transmet pas comme un objet » (Hennion, 2015 : 116). À partir de « l'approche anthropologique du spectacle » comme « étude du spectacle en tant que situation d'interaction entre ses participants, [qui reconnaît] la variété des objets engagés dans le spectacle et la complexité de l'expérience que fait le spectateur » (Leveratto, 2017 : 17), l'étude de ces dynamiques culturelles mène à considérer que la circulation des objets, des discours, des individus et des groupes participe au désir de communiquer autour d'une relation sensible avec soi-même et les autres. Nous convoquons ici le terme de médiation au sens d'un passage, d'un événement irréductible à ses origines, à ses déterminants ou à ses effets. Sous l'angle anthropologique et communicationnel s'effondrent non seulement la distinction classique entre acteur·ice et spectateur·ice, mais encore celle entre ces acteur·ices et l'objet. Nous suivons l'idée d'Alfred Gell selon laquelle la performance « permet de prendre au sérieux son agentivité –autre manière de désigner la performativité d'un objet artistique– sans la réduire à l'intentionnalité du seul artiste » (Leveratto, 2017 : 14). L'objet n'est plus perçu « comme un produit fixé sur une partition, un disque ou un programme, mais comme un événement incertain, en faire une situation, un surgissement à partir d'instruments et d'appareils, de mains et de gestes » (Hennion, Maisonneuve et Gomart, 2000 : 41). Dans cette perspective, les objets s'envisagent comme « des acteurs non humains dans la transmission de la performance artistique et la possibilité de la détacher d'une situation de coprésence physique » (Leveratto, 2017 : 14). Dès lors, les objets et les acteur·ices détiennent la

même capacité de médiation et de patrimonialisation des arts de la scène, en tant que cette notion de médiation relativise le privilège ontologique accordé à la performance (Gell, 2009).

Nous nommons donc ici comme acteur·ice toute personne engagée individuellement ou collectivement dans la patrimonialisation des arts de la scène : créateur·ice, interprète, spectateur·ice, habitant·e, collectionneur·euse privé·e, éditeur·ice, élu·e, personnel de collectivités, conservateur·ice… Ces acteur·ices s'engagent dans un processus continu de négociations de ces patrimoines comme cadre de référence. Nous observons que des pratiques hétérogènes s'organisent pour constituer des patrimoines, tant dans l'espace public que dans l'espace privé. Les sciences de l'information et de la communication (Sic) conçoivent aujourd'hui la patrimonialisation comme une notion et une pratique dynamique, fortement liées aux acteur·ices qui font vivre le patrimoine (Davallon, 2006). La collecte des informations constitutives d'un patrimoine scénique auprès de ces différentes communautés implique aussi bien des pratiques domestiques, comme celle de posséder une collection d'affiches à domicile, que des pratiques civiques, comme l'exposition d'objets sociotechniques dans des bars, des restaurants ou des centres culturels. Face à l'incertitude de la rencontre entre les objets et les acteur·ices de la patrimonialisation des arts de la scène, nous interrogeons leurs médiations et remédiations selon une approche compréhensive et communicationnelle. L'approche communicationnelle montre qu'élaborer un patrimoine en société implique de l'interroger dans sa relation aux acteur·ices en réseaux, dans leur relation au patrimoine et dans le rapport au corps, au temps et à l'espace : « La patrimonialisation apparaît comme un processus de réappropriation du temps collectif, de symbolisation du social autour d'entités liées par des représentations communes » (Tardy et Rautenberg : 122). Si ce processus communicationnel varie d'un contexte énonciatif à un autre, en quoi affecte-t-il le processus de patrimonialisation des arts de la scène ? Comment l'information sur ces patrimoines circulent ? Où ces patrimoines se transforment et se partagent ?

Jean Davallon s'interroge sur la pertinence « de transférer des outils conceptuels du domaine des œuvres d'art à celui du patrimoine » (Davallon, 2019 : 135). De même, nous nous interrogeons sur les manières de décrire les processus de patrimonialisation des arts de la scène qui s'entremêlent à d'autres logiques, parfois de manière confuse. Comment s'accordent-ils aux logiques de mémoire ou d'histoire des arts de la scène ? À la logique même de performance artistique ? Les processus de patrimonialisation institutionnelles et muséales cadrées par l'acquisition et la conservation s'oppose-t-elles à l'anarchie prétendue des initiatives privées et domestiques ? Les politiques publiques territoriales de patrimonialisation des arts vivants s'attachent-elles à graver dans le marbre les cultures traditionnelles au détriment du soutien à la création artistique progressiste, alternative ou expérimentale ?

Les collectivités territoriales et les concepteurs de l'espace Brassens, en choisissant d'installer un espace muséal à proximité de la tombe mais aussi en tolérant – voire en favorisant – les pratiques cultuelles dans et autour du musée, ont bien saisi que la question de la mise en patrimoine de la chanson ne pouvait être résolue simplement et indépendamment des autres modalités de transmission existantes. Il semble qu'elles aient trouvé là un point d'équilibre entre deux logiques apparemment contradictoires : celle d'une mise en patrimoine qui vise à instituer, désigner, légitimer mais qui en même temps rationalise, et celle d'une mise en mémoire qui permet aux amateurs de ne pas se dessaisir de l'objet culturel auquel ils sont attachés. (Dalbavie, 2017 : 74-75).

Cet recherche fait suite à une rencontre dans le cadre de l'élaboration du groupement d'intérêt scientifique Créamed. En tant que jeunes chercheurs, nous avons mis en commun deux corpus provenant d'enquêtes qualitatives auprès d'acteur·ices des arts de la scène de la région Sud- Paca. Au total, une centaine d'entretiens semi-directifs réalisés, d'une part sur la Côte d'Azur à l'occasion de l'ANR Partita en 2017-2019, et d'autre part à Avignon pour une thèse en Sic soutenue en octobre 2018 (Feryn, 2018). Nous avons élargi nos investigations autour de l'étude du territoire vécu et par l'étude des mobilités perçues. Nous ajoutons à ce corpus une série d'observations participantes dans le cadre de nos activités culturelles et artistiques respectives, présentes et passées telles que l'accompagnement scientifique à la constitution d'un fonds d'archives d'une Salle de musiques actuelles conventionnée (Smac), la participation à la vie de collectifs artistiques et l'immersion dans des sites institutionnels de patrimonialisation. Cette démarche ethno-méthodologique ouverte rend compte des manières complexes dont les acteur·ices participent à la patrimonialisation. Elle réduit le décalage entre les pratiques et les discours sur le terrain (Austin, [1962]). Nous relions ces pratiques communautaires, structurées et structurantes, à des identités dynamiques et provisoires en termes de savoirs, de valeurs et de croyances. Ainsi, nous participions à des rencontres au-delà des espaces d'investigation définis au préalable. En effet, la pratique de la patrimonialisation invite les acteur·ices à interagir dans, puis en dehors des lieux institutionnels de conservation et d'exposition. Comprendre la patrimonialisation des arts de la scène suppose d'étendre la recherche avant, pendant et après la rencontre entre les acteur·ices et leurs objets.

Notre méthodologie exploratoire dévoile que la patrimonialisation des arts vivants se déploie dans un écosystème ouvert, à la fois par l'intermédiaire des politiques culturelles et par des actions non institutionnelles dans l'espace public. Du point de vue institutionnel, le principal changement de paradigme s'est déroulé au tournant du XXIe siècle, reflété par des législations spécifiques comme la « loi musée » (2002) ou des législations plus générales telles que la « loi NOTRe » (2015), issues d'une coopération renforcée entres les institutions du millefeuille territorial. La législation participe à l'évolution des pratiques institutionnelles. Ces dispositifs prévoient que les publics soient non seulement invités dans le processus de patrimonialisation, mais qu'ils préexistent à ce système. Ainsi, la logique institutionnelle encadre les pratiques sur le territoire. Or, en participant à la vie des collectifs, nous constatons que leurs membres partagent des informations en dehors de cette logique institutionnelle : partitions, textes, instruments de musique, costumes, masques, techniques vocales, instrumentales, corporelles… Elle constitue des références culturelles communes partagées avec de nouvelles communautés qui participent à ce mouvement de patrimonialisation. Les membres des collectifs engagent des valeurs très différentes au cours des répétitions, avant la diffusion des œuvres avec les responsables des lieux de diffusion, pendant la diffusion avec les publics autour d'eux, ainsi qu'après. Ces membres réalisent de nombreuses médiations et remédiations. Ces activités participent à regarder et échanger des traces et des souvenirs communs, que les critères retenus soient, ou non, ceux choisis par les responsables des espaces d'exposition ou de conservation du patrimoine des arts de la scène. De telles observations liminaires montrent que ces patrimoines circulent beaucoup en dehors des sites institutionnels, moteur de notre investigation qui interroge les espaces où se réalisent ces pratiques patrimoniales quotidiennes et diversifiées

Quelques formes de patrimonialisation des arts vivants

Le processus de patrimonialisation décrit par Jean Davallon, inspiré d'un ensemble pratique et épistémologique que Michel de Certeau à dénommé l'opération historiographique (1975), présente différents gestes : 1) l'intérêt porté à l'objet, 2) la production de savoir, 3) la déclaration du statut de patrimoine, 4) l'accès à l'objet du patrimoine, 5) la transmission aux générations futures. À partir de ces différents « gestes qui assurent la réussite de ce processus » (Davallon, 2014 : 1), nous avons repéré parmi nos entretiens des formes singulières et parfois récurrentes appliquées à la patrimonialisation de arts vivants que nous présentons ici.

1. L'un des régimes de patrimonialisation des arts de la scène que nous avons observée a pour acteur·ices des collectionneur/euses privé·es. Leur parcours de vie témoigne de quelques paradigmes récurrents. Leur pratique, qui dans nos entretiens date souvent de leur jeune âge, se rattache à des commodités et des sociabilités. Depuis la seconde moitié du XXe siècle, la circulation d'enregistrements, d'images et de sons dans un monde globalisé permet aux spectateur·ices d'échapper à certaines autorités institutionnelles –famille, école, État…– pour le développement d'une connaissance, d'un goût et d'un patrimoine intime. Dès lors, dans une démarche émancipatrice, il leur devient plus commode d'accéder à ces objets qu'à la représentation scénique. Ces accès physiques ont souvent précédé la rencontre avec la scène. L'attachement à ces objets grandissant, la collection commence par une accumulation liée au sentiment d'appartenance. Dans des situations particulières comme la précarité de la dépendance familiale, les moyens pour obtenir ces biens, se formalisent par le biais d'échanges, de partages, de reventes… qui les introduisent dans une sociabilité communautaire.

Pour moi l'idée de collectionner un son extrait d'un concert a toujours été présente. J'ai des amis qui m'ont encouragé ou montré la voie. Souvent quand on devient collectionneur c'est qu'on a connu un collectionneur, il me semble. J'ai vu le résultat que je pouvais me faire des amis et pour moi c'était évident qu'il fallait que j'en fasse autant, qu'on échange des sons avec des gens, etc.[1]

Des pratiques communes s'articulent dans une dialectique où chacun·e teste en permanence ses connaissances, son appartenance et sa capacité d'agir dans le collectif (Leveratto ; Feryn). Elles participent à une tension forte : le désir simultané de la possession et du partage. En somme, l'inévitable confrontation aux représentations et aux savoirs d'une communauté élargie met en danger son rapport intime aux objets collectionnés. Nous avons observé plusieurs manières de négocier cette tension en recourant en différentes formes de médiation. La première forme consiste en un rejet d'un trop grand élargissement de ce cercle de partage.

On retrouve les cas d'érudit·es de niches, fétichistes de style musical ou artistique, qui dans un désir et une pratique de proximité avec l'artiste, les objets de scène et son cercle, ne supportent pas que leur artiste ou leur cercle ne se popularise trop, dans la crainte de perdre cette proximité.

Les jazzeux aiment bien leur marge. […] Ils aiment bien une élite dans la marge, avoir leurs trucs codés, ils sont des incompris… Ils aiment ça. Où ils sont au-dessus du panier. Alors évidemment, je partage ce type de pathologie. Et je joue à ça avec un certain nombre de personnes. Mais moi, ce qui me plaît beaucoup, c'est

1 Corpus 1 Where is the jazz, entretiens encadrés par Émilie Pamart et Mathieu Feryn (Maéva Belloy, Valentine Cadu, Pierre-Alain Courbet, Louise Dorne, Étienne Huber, Zoé Lucchini, Romaine Morillon, Marie Perret, Mélissa Siino). Jean-Paul R., entretien du 16 mars 2017 à son domicile.

d'essayer d'amener avec moi, des gens dont ce n'est pas forcément la tasse de thé, où je sais qu'à partir de la psychologie et de la sensibilité des uns et des autres, qu'il risque de se passer quelque chose.[2]

2. Une autre forme de médiation observée consiste à réagir à la crainte de solitude des collectionneurs/euses, la crainte que leurs manies les enferment ou les éloignent de leur sociabilité la plus intime : famille, amis proches…

Ma fille, la pauvre, elle a subi ma collection (rire). C'est le problème, c'est-à-dire que quand les enfants sont confrontés à autant d'objets chez les parents –que ce soit pour la peinture avec les tableaux, la musique avec les disques, la littérature avec les livres–, on est quand même un peu obligé de s'en détacher pour se construire soi-même. Donc je ne lui en veux pas de ne pas être une fana de jazz, mais elle en a tellement vu, tellement écouté, y compris dans le ventre de sa mère, que… oui, je comprends qu'elle fait une overdose ![3]

Pour ces raisons, le collectif de collectionneurs/euses, aussi réduit soit-il, régule ces antagonismes. Ce processus de socialisation passe par un échange collectif de leur consommation individuelle des arts de la scène au sein des communautés ou avec les objets de leurs collections. Dans ces cercles, la reconnaissance sociale des trouvailles des un·es et des autres s'accompagne d'une réflexion sur l'avenir de leurs collections partagées. Pour le cas des communautés vieillissantes, la problématique de la transmission d'une vie de collectionneur/euse se pose et des solutions s'articulent dans les interactions du groupe avec d'autres cercles. Cet ensemble de médiations constitue l'un des régimes de patrimonialisation observés (Davallon, 2014).

3. Un régime complémentaire de patrimonialisation des arts de la scène à celui que nous venons d'observer se situe dans les dynamiques de groupes de fans. Les pratiques s'entremêlent avec celles des collectionneur/euses spécialisé·es décrites plus haut, mais dans une approche collective plus affirmée. Leur rapport aux objets et aux autres apparaît comme plus décomplexé, par une valorisation des artistes, de leurs gestes, de leur corps, de leurs esthétiques, de leurs propositions, et par la déclaration et leur reconnaissance comme objets de patrimoine. Publics, consommateurs de culture, ils/elles s'inscrivent aussi dans des formes de production de sens et de contenus culturels : « Le fan n'est pas seulement un « suiveur », un collectionneur ou un enthousiaste […], il ne placarde pas seulement ses murs de posters […], mais il est aussi un producteur de contenus et de signification » (Bourdaa, 2019 : 3). En plus des valeurs marchandes, les productions de fans répondent à un besoin de laisser des traces des rencontres : photographie, dédicace, selfie, affiche, programme, enregistrement des performance… Ces objets entrent en circulation sur des supports médiatiques variés comme les fanzines, la presse spécialisée, les blogs. Les groupes de fans réinventent en permanence les espaces de rencontre et de circulation des savoirs et objets. Ainsi, ils constituent un agent actif à la patrimonialisation des arts de la scène, en-deçà et au-delà des sites et des formes institutionnelles classiques : musées, expositions, conservatoires. Ces pratiques et ses objets s'établissent et se partagent tant à domicile, dans l'espace public, dans les bars, cafés et restaurants, qu'au sein des forums, ou par les hashtags ou autres jeux de communication au sein de médias sociaux…

4. Un autre régime de patrimonialisation des arts vivants s'ancre dans les pratiques contemporaines de la production des équipes artistiques : les objets de scène (instruments, costumes, décors, accessoires, création lumière et son, mises en scène…), les textes et les enregistrements, les objets de communication (affiches,

2 Corpus 1. Jean-Paul G. entretien du 18 avril 2017 à son domicile

3 Corpus 1. Jean-Paul G., op. cit.

teasers…). Nous ajoutons, entre autres, des éléments immatériels du même ordre : souvenirs de création, de scènes, de tournées, et encore méthodes ou techniques créatives, scéniques, rituels artistiques… Les démarches de stockage, d'entretien, d'inventaire et de référencement du matériel de scène suivent des logiques pratiques d'inscription dans le temps : 1) Maintenir les matériaux à l'usage d'une production qui se perpétue sur des années ; 2) Réemployer les objets ou les matériaux pour de nouvelles productions et choisir ce dont on se sépare ; 3) Mettre en commun ces éléments dans un réseau de compagnies. Ces démarches de sauvegarde ouvrent à un second degré de fonctionnalité, communicationnel, en mettant en valeur les interactions autour de l'expérience *hic & nunc :* coulisses, processus créatif, métiers, leurs produits et leur savoir-faire. Outre leur rendre justice, ces mises en valeur contribuent à donner à voir l'ampleur du travail collectif et de développer une activité supplémentaire à la scène, à valeur esthétique, communicationnelle, stratégique, économique : les expositions de photos, d'affiches, d'objets, les performances de personnels techniques, les témoignages, les enregistrements de moments *off*, publiés en direct ou rediffusés sur les médias sociaux… Ainsi, la visée de ces objets, même si elle reste ici fonctionnelle & économique, acquiert une orientation mémorielle, mais change aussi « l'ensemble de la situation sociale dans laquelle cette visée intervient (Davallon, 2019 : 138) ». Ainsi, dans ce cas précis, les auteur·ices de la production artistique coïncident avec les auteur·ices de l'intention patrimoniale, ce qui n'est pas le cas pour tous les régimes de patrimonialisation. Et ces deux intentions s'inscrivent dans une attente de reconnaissance sociale double : esthétique et mémorielle.

Quelques applications dans le contexte de la région Sud-Paca

Ces mouvements donnent à partager les objets d'une patrimonialisation vivante issue des productions artistiques, mais qui leur échappe par ce principe même de partage, inhérent aux arts de la scène et à leur patrimonialisation. Ainsi, s'inscrire dans une histoire, une généalogie des pratiques, un répertoire, permet aux praticien·nes de se positionner vis-à-vis de leurs pairs. Les difficultés à stocker et à conserver –liées aux prix des loyers et aux espaces restreints, notamment dans des régions comme la Côte d'Azur, mais aussi au déficit de temps, de savoir- faire ou de métiers liés à la conservation– s'inscrivent dans un paradigme qui vise à accorder la légèreté artistique au poids du patrimoine : ici, l'esprit, le corps et le mouvement libres, la tournée vagabonde, l'action improvisée et l'éphémère de l'expérience ; là l'espace fixe, l'accumulation, le poids de l'objet, la lourdeur de sa gestion… À ce paradigme, souvent fantasmé, répondent plusieurs réalités : d'abord, la nécessité et la préciosité de ces objets pour la scène qui explique l'antiquité et la permanence de cette question ; ensuite, l'aspect structurant et professionnel de sa prise en charge qui pérennise les métiers dans un logique cohérente en lien avec les financeurs, les publics et les territoires ; enfin, l'aspect dynamique de la patrimonialisation. De plus, Barbara Kirshenblatt-Gimblett, « comparant le patrimoine immatériel aux arts du spectacle » (Davallon, 2019 : 140) avance deux caractéristiques qui leur sont communes : « l'immatérialité et l'évanescence » (Kirshenblatt-Gimblett, 2004). Conçues, non comme des inscriptions dans le marbre, dans des fonds fétichisés muséaux, privés ou de compagnies, mais plutôt comme participant à des mouvements de retransformation et de réappropriation de ces objets en mouvements. Prenons l'exemple des fonds de costumes. L'opéra de Nice met le sien à disposition des compagnies locales. Cette circulation démontre la valeur de bien commun des objets de patrimonialisation des arts de la scène, puisque l'économie du spectacle, à cheval entre le privé et le public, produit des biens partagés qui se transfèrent vers la société en objet de patrimoine commun.

Les temporalités de ces mises en valeur et de ces circulations par les équipes artistiques varient beaucoup. On retrouve des cas de simultanéité entre le processus de création, celui de patrimonialisation et celui de mise en valeur, notamment avec les captations et les réseaux numériques :

Concrètement, j'utilise Instagram et Périscope. Donc, je fais mes petites sessions et les gens venaient me voir, à jouer dessus, et les gens venaient me voir jouer, chanter. […] Chez moi ou en concert. J'ai trouvé beaucoup d'audience sur Périscope, justement, des gens qui sont venus spécialement pour la musique, pour ce que je fais. Et l'Instagram, parce que c'est complètement public, ça permet de parler, et les hashtags, ça permet justement aux gens de trouver ce qu'ils veulent.[4]

On peut trouver aussi une simultanéité entre la performance et la patrimonialisation quand la conception d'un décor ou d'un costume se fait face au public lors d'un spectacle, où les *live painting* pendant les représentations. Cependant, si ces expériences directes de patrimonialisation s'accordent beaucoup avec l'instantanéité des pratiques numériques, les temps moins immédiats jouent aussi en faveur de ces mises en valeur, comme pour cette exposition de dix ans des projets d'affiches du festival de musique contemporaine des Manca à la galerie des dominicains de Nice, ou cette exposition des affiches du festival d'Avignon à la maison Jean Vilar, qui valorisent les prouesses des graphistes. Quant aux temps longs, les cas plus connus ressortent avec les institutions, comme les ballets de Monte-Carlo qui participent à l'exposition des décors et costumes de Léon Bakst à la villa Paloma, plus de cent ans après la création de l'*Après-midi d'un faune*. Enfin, le musée national du costume de scène à Moulins rassemble et met en valeur le patrimoine de la Comédie française, à vocation perpétuelle (Loi musée : 2002). Cette prise en charge institutionnelle répond, sur le temps long, à la prise en compte de déclaration du statut de patrimoine.

D'un point de vue des espaces, cette patrimonialisation issue des dynamiques de compagnie s'opère sur les lieux de formation, de création et de diffusion : le bâtiment, la scène, des expositions dans l'entrée, dans les lieux de convivialité, voire dans les loges ou les coulisses…

Leur modernisation ou les constructions nouvelles se dotent de lieux et d'équipements liés à cette mise en valeur. Les lieux de fabrique ou de stockage constituent aussi parfois des lieux de rencontre avec les objets et les concepteur·ices : sortie de résidence, visites à l'occasion de journées du patrimoine ou de sorties scolaires… Dans cette logique, et aussi pour des raisons de nécessité d'espaces dédiés à la pratique, les musées d'instruments de musique sont issus, comme pour celui de Paris, de la collection du conservatoire avant de se moderniser en musée de la musique (Magro : 2015). Ces lieux, comme à la Philharmonie de Paris, ont ainsi été aménagés pour favoriser leur pratique, témoignant d'une volonté de les regrouper et de travailler en réseau. Dans cette dynamique institutionnelle, les lieux de formation comme les conservatoires constituent des lieux de circulation, non seulement des artistes, mais encore de cette patrimonialisation. Ils accueillent ici des salons de luthiers, là des rencontres de professionnel·les d'un univers matériel dont une partie se retrouvera dans des salles des ventes.

Parmi ces espaces, les festivals comme lieux d'exposition à la fois des arts de la scène et de leur patrimonialisation, constituent un régime de patrimonialisation singulier. Le festival, comme « l'exposition est le rituel par lequel le public peut revivre le moment de la « trouvaille » et éprouver le sentiment de sublime.

4 Corpus 2 Partita, entretiens réalisés par Franck Debos, Renata Kaminska, Vincent Lambert, Nicolas Pélissier, Véronique Pillet, Linda Ravez, Paul Rasse, Nathalie Richebé, Béatrice Toustou, Hervé Zénouda. Azzedine L., entretien du 11 juillet 2018 en visioconférence

Elle rend visible le fait que les membres du collectif s'estiment les héritiers des producteurs de ces objets » (Davallon, 2014 : 2). Dans le sud de la France, ils se structurent depuis le milieu du XXe siècle, et peu à peu, ils convoquent les éléments de leur propre mémoire, au service de leur existence, de leur image et de leur économie. Les équipes de festival travaillent ainsi à multiplier les collectes, les initiatives partagées et les lieux de mise en valeur de cette patrimonialisation. À partir de la mémoire de ces expériences vécues, elles participent à la co-construction de marques : celles de plateaux artistiques liés à des noms (Miles Davis, Nina Simone, Gérard Philippe…), mais aussi celles du festival.

Il nous a semblé intéressant de constater qu'à ces logiques de patrimonialisation des arts vivants au service de l'histoire des festivals correspond un autre rapport de ces festivals à la patrimonialisation, en lien cette fois au sites classés. Qu'il s'agisse de lieux de spectacles anciens –comme les théâtres ou amphithéâtres antiques d'Orange, de Vaison-la-Romaine, d'Aix-en-Provence, d'Arles…– ou d'autres sites patrimonialisés dont l'exemple type est le Palais des papes, les valeurs esthétiques et symboliques participent à l'expérience festivalière. Ici, le paradigme qui opposerait les logiques artistiques de la scène à la patrimonialisation trouve une seconde résolution, puisque la patrimonialisation d'un site participe à activer des représentations de l'expérience du spectacle « dans et hors du temps présent » (Gimello-Mesplomb, 2002). Cette corrélation participe à la transmission aux générations futures de ce patrimoine des arts de la scène en l'adjoignant à un espace patrimoine « monumental », dans une temporalité présente en relation avec le passé et le futur.

Conclusion

Ces observations mettent en perspective la co-construction du patrimoine et l'incertitude de le conserver. Dans la pluralité de ses dispositifs, cette complexe patrimonialisation empêche une définition claire et unilatérale des patrimoines, ce qui entraîne des contraintes pratiques, mais aussi ouvre à la confrontation des idées, aux débats, à un processus de patrimonialisation instable, donc dynamique (Di Meo, 2007).

En termes de prescription, les critères relèvent de la culture, de l'esthétique, des modèles socioéconomiques… Ces modes de prescriptions mettent en jeu des écosystèmes de patrimonialisation interdépendants que nous modélisons selon la typologie suivante : 1) la patrimonialisation conventionnelle, passant par les circuits balisés des institutions publiques et privées ; 2) la patrimonialisation participative, perçue comme une circulation forte de tous les acteur·ices en interrelation avec les objets et les pratiques ; 3) la patrimonialisation de proximité, particulièrement développée dans les arts vivants, qui s'approche du désir de la non-patrimonialisation en marge des institutions.

Bibliographie

Austin, J. L. (1991). *Quand dire, c'est faire [How to do things with words, 1962]*. Paris : Seuil.

Benjamin, W. (2016). *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Paris : Allia.

Bourdaa, M. (2019). Les fans, ces publics si spécifiques. Définition et méthodologie pour le chercheur. *Belphégor. Littérature populaire et culture médiatique* 17, nº 1.

Certeau, M. de (1975). *L'*écriture de l*'histoire*. Paris : Gallimard.

Dalbavie, J. (2017). Performer la chanson au musée : l'espace Brassens de Sète. *Culture & Musées*, nº 29, p. 61-80.

Davallon, J. (2014). À propos des régimes de patrimonialisation : enjeux et questions. Conférence d'ouverture de *Patrimonialização e sustentabilidade do património: reflexão e prospectiva*, Lisbonne.

Davallon, J. (2006). *Le don du patrimoine* : *une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris : Hermès science publications, Lavoisier.

Davallon, J. (2019). De l'œuvre d'art à l'objet patrimonial. *Communication & langages* n° 202, p. 133-152.

Feryn, M. (2018). *Where is the Jazz ? Enjeux et axiologie de l'information jazzistique en France depuis le début des années 2000 : De l'hybridation des dispositifs info-communicationnels du jazz à leurs médiations formelles*. Thèse de doctorat, Avignon.

Gell, A. (2009). *L'art & ses agents : une théorie anthropologique*. Dijon : Presses du réel.

Hennion, A. (2015). La médiation : un métier, un slogan ou bien une autre définition de la politique ? *Informations sociales* 190, nº 4, p. 116-123.

Hennion, A., Latour, B. (1996). L'art, l'aura et la technique selon Benjamin. Ou comment devenir célèbre en faisant tant d'erreurs à la fois… *Les cahiers de médiologie* 1, nº 1, p. 235-241.

Hennion, A., Maisonneuve, S., Gomart E. (2000). *Figures de l'amateur : formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*. Paris : Documentation française.

Kirshenblatt-Gimblett, B. (2004). Intangible Heritage as Metacultural Production. *Museum International* 56, nº 1-2, p. 52-65.

Leveratto, J.-M. (2017). Introduction. *Culture & Musées*, n° 29, p. 13-26.

Magro, C. (2015). Donner la musique à entendre, à voir, à expérimenter : regard comparatif sur la transformation de trois musées instrumentaux en musées de la musique (Paris, Bruxelles, Montluçon). *Musées & collections publiques de France*, n° 273, p. 38-40.

Di Meo, G. (2007). Processus de patrimonialisation et construction des territoires. *Patrimoine et industrie en Poitou-Charentes* : *connaître pour valoriser*. Poitiers : Geste éditions, p. 87- 109.

Tardy, C., Rautenberg, M. (2013). Patrimoines culturel et naturel : Analyse des patrimonialisations. *Culture & Musées*, Hors-série Muséologie : 20 ans de recherches, p. 115-138.

* * *

Gouvernement français. « Loi relative aux musées de France » (loi musées), Pub. l. nº 2002-5, *Code du patrimoine* (2002). http://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2002/1/4/2002-5/jo/texte.

Gouvernement français. « Loi portant nouvelle organisation territoriale de la République » (loi NOTRe), Pub. l. nº 2015- 991, *Code général des collectivités territoriales* (2015). https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2015/8/7/2015-991/jo/texte.

Enjeux de la création artistique contemporaine au service du développement territorial en milieu rural. Forces et limites d'une politique de la métaphore.

What is at stake in contemporary artistic creation for territorial development in rural areas. Strengths and limits of a policy of metaphor.

Pierre Mœglin, Professeur
LabSic, Université Sorbonne Paris Nord
Pierre.Moeglin@wanadoo.fr

Mots-clefs : création artistique et territoire rural, stratégies muséales, politique de la métaphore

Keywords: artistic creation and rural territory, museum strategies, policy of metaphor

Résumé

Cette communication analyse la stratégie adoptée par le musée Gassendi, à Digne-les-Bains, depuis 1988 pour donner une cohérence et une identité culturelle à son territoire environnant. Sont mises en valeur les raisons pour lesquelles la métaphore de la circulation a été choisie par le musée, ses effets positifs du point de vue artistique, politique et économique. Cependant, elle insiste en contrepartie sur les limites de cette politique de la métaphore, par rapport aux réalités du territoire.

Abstract

This paper analyzes the strategy adopted by the Gassendi Museum in Digne-les-Bains since 1988 to give coherence and cultural identity to its surrounding area. It highlights the reasons why the metaphor of circulation was chosen by the museum, its positive effects from an artistic, political and economic point of view. On the other hand, it insists on the limits of this policy of metaphor in relation to the realities of the territory.

Enjeux de la création artistique contemporaine au service du développement territorial en milieu rural. Forces et limites d'une politique de la métaphore.

Pierre Mœglin

La recherche à l'origine de cette contribution s'appuie sur un travail d'enquêtes et d'observations mené depuis 2007. Elle procède du constat suivant : les territoires urbains et, plus généralement, les zones géographiques à forte densité démographique ne sont pas les seuls à mettre en œuvre des projets artistiques et culturels de grande ampleur pour valoriser leur image et, ce faisant, renforcer leur attractivité. Plus rarement, certes, et selon des modalités différentes, mais de manière aussi significative, certains territoires ruraux mobilisent également les pratiques et milieux de la création artistique afin d'améliorer leur image et acquérir une notoriété propice à leur développement social et économique (Delfosse & George, 2013).

Tel est le cas de Digne-les-Bains et de son territoire, dont l'un des vecteurs est le musée municipal Gassendi, labellisé « Musée de France ». Depuis 1988, celui-ci développe, en effet, différentes initiatives pour entretenir et renforcer l'identité culturelle et patrimoniale de la ville et de son territoire. Pour ce faire, il promeut et valorise ses collections traditionnelles, centrées sur les ressources archéologiques, ethnographiques, géologiques, fauniques et botaniques locales. Mais il procède aussi à des commandes adressées à des artistes contemporains de renommée internationale, dont les œuvres sont installées dans ses murs, mais aussi, et plus souvent, en pleine nature, sur des sites parfois distants les uns des autres de plusieurs dizaines de kilomètres.

Le territoire autour de Digne, où ces œuvres sont ainsi installées, correspond à deux entités qui se recouvrent pour une part, mais qui relèvent de statuts administratifs différents : d'une part, le « Pays dignois », entité créée en 2003, regroupant 43 communes, devenue à la suite de la loi NOTRe de janvier 2017 la Communauté d'agglomération Provence Alpes Agglomération ; d'autre part, la Réserve géologique, zone de Préalpes d'environ 200 000 hectares, forte de 18 sites dans les Alpes-de-Haute-Provence et le Var et regroupant près de 60 communes. La création de la Réserve date d'un décret du ministère de l'Environnement d'octobre 1984 et elle est le premier territoire labellisé par l'Unesco en 2000 sous l'intitulé « Géoparc de Haute-Provence », modèle pour les 160 Géoparcs créés ensuite.

Les stratégies du Musée Gassendi se situent à l'intersection de plusieurs logiques qui, sans être forcément contradictoires, ne s'apparient néanmoins pas spontanément. Ce sont les logiques artistiques des commandes et incitations à la création d'œuvres d'art ; ce sont aussi les logiques culturelles et sociétales de conservation, d'entretien et d'enrichissement du patrimoine, ainsi que les logiques économiques de revitalisation d'un territoire désireux d'attirer des financements nationaux et européens ; ce sont enfin les logiques institutionnelles et politiques présidant aux regroupements d'acteurs locaux.

Le problème vient de ce que les porteurs de ces logiques ont des intérêts peu compatibles. L'objectif de la recherche est donc d'examiner comment le musée les prend en compte, dans quelle mesure il les articule les unes aux autres, au prix de quels compromis et avec quelles incidences sur les réalisations territoriales elles-mêmes.

Pour la clarté de l'analyse, la présentation sera déclinée en trois volets, dont chacun correspondra respectivement à l'une des trois questions suivantes.

La première aura trait aux raisons des programmes de revitalisation territoriale auquel contribue le musée Gassendi. L'on interrogera en particulier les motifs de ses interventions, leurs atouts et leur légitimité par rapport à celles d'autres institutions.

La deuxième question portera sur la nature et le contenu des stratégies du musée pour renforcer la cohésion territoriale en créant des liens à la fois symboliques et matériels entre des entités géographiques dispersées. L'accent sera mis plus particulièrement sur l'opérativité d'une politique de la métaphore privilégiant les images du circuit, de la circulation et de la déambulation.

La troisième question, enfin, s'intéressera, en conclusion, à la portée et aux incidences de la mobilisation de la création artistique au service de visées politiques, sociétales et économiques dont la réalisation échappe aux domaines de compétence du musée. Seront donc évoquées les limites de stratégies qui, du fait de leurs dimensions symboliques et communicationnelles, ne peuvent se substituer aux autres stratégies.

Stratégies muséales en contexte

Pour appréhender les tenants et aboutissants des initiatives du musée Gassendi, il faut commencer par se référer au contexte social et économique de son territoire. Celui-ci connaît, en effet, un déclin économique et démographique lent, mais significatif. Le phénomène est imputable à plusieurs facteurs tels que le dépérissement de l'agriculture de moyenne montagne, la baisse des activités artisanales et semi-industrielles traditionnelles et les incertitudes pesant sur les activités touristiques.

Concernant l'agriculture, les chiffres sont parlants. Entre 1988 et 2000, le département perd 34% de ses exploitations. Après 2000, le rythme des disparitions diminue, mais sans que, jamais, un équilibre ne soit trouvé entre pertes et créations (Volle, 2006). La faiblesse du secteur se traduit également par le fait qu'en 2010, sur les 2 180 exploitations agricoles recensées, à peine plus de la moitié (1 150) a un potentiel de production annuelle supérieur à 25 000 euros (Observatoire économique des Alpes de Haute Provence, 2015 : 20-21).

Cet affaiblissement n'est pas compensé par la croissance de l'agritourisme et de l'agriculture biologique, même si celle-ci occupe, dans le département, 13% des surfaces agricoles (à rapporter aux 1,69% au plan national en 2013) et de 23% en 2018 (à rapporter aux 6% des surfaces totales en France). Cependant, ces deux leviers de relance sont moins présents à Digne qu'à Forcalquier et Manosque. Le constat d'Éric Fabre et Claire Vernet (2006 : 39) garde donc toute son actualité : autour de Digne, « les espaces montagnards sont devenus des espaces quasi exclusivement pastoraux. La contraction de l'*ager* s'est faite au profit de la lande ».

S'agissant des services, ceux-ci reposent en grande partie sur l'activité touristique, notamment sur le tourisme thermal. Or, si le thermalisme est un secteur en croissance, Digne en profite moins qu'ailleurs. Cette croissance y est, en effet, de 6% entre 2013 et 2017, alors qu'elle est de 10% en France ; dans le Département, les performances de Digne sont très inférieures à celles de la station de Gréoux-les-Bains. En 2017, cette station compte, en effet, 39 800 curistes, alors qu'à la même date, Digne-les-Bains n'en compte que 8 500 (Office de Tourisme, 2017 : 11).

Surtout, l'économie du thermalisme est fragile. D'une part, sa progression en dents de scie dépend, comme celle de la « Silver Economie » en général, des politiques de l'assurance maladie ; d'autre part, ainsi que l'indique un rapport de la Cour des Comptes (2019 : 443), « les dépenses d'équipement des communes thermales dépassent de 119 % celles de communes de taille équivalente ». Comme, par ailleurs, les recettes fiscales provenant de cette activité vont à l'État, les communes ne peuvent compter que sur la taxe foncière sur les propriétés bâties et sur les prélèvements touchant au produit des jeux. Or, il n'y a pas de casino à Digne et, après l'échec du projet « Casino Imperial Resort », en 2007-2008, il n'y en aura pas de sitôt.

L'autre branche du tourisme dignois est les loisirs de montagne. Or, à nouveau, le territoire profite peu des recettes dues aux séjours et activités des visiteurs et randonneurs. Il est caractéristique, à cet égard, que l'emploi du secteur se situe davantage dans la vallée de la Durance, à Manosque et Sisteron, qu'à Digne-les-Bains, où se trouve pourtant le siège du Géoparc : le pays dignois ne totalise en 2009 que 6% de l'offre départementale en « lits marchands » (Comité de pilotage Feder, 2009 : 9).

Ces faiblesses structurelles expliquent l'évolution démographique. Si le département fait état d'un solde positif, dû à l'augmentation de la population de 0,6% entre 2007 et 2014, cette augmentation est en trompe-l'œil. De fait, elle résulte de l'arrivée d'habitants de la tranche des 40-80 ans (980 par an). En revanche, celle des 19-39 ans est sous-représentée, à cause, spécialement dans le territoire dignois, de l'exode des 18-25 ans (Observatoire économique des Alpes de Haute Provence, 2015 : 5).

La raison pour laquelle ce déclin est peu sensible sur la courte durée tient à ce que les entreprises du territoire ne sont ni assez nombreuses ni assez importantes pour donner lieu à des faillites ou fermetures spectaculaires. Toutefois, ce déclin est suffisant pour que les collectivités, services de l'État et autres institutions s'en alarment et s'efforcent de l'enrayer. Recourant à la palette traditionnelle des outils de revitalisation territoriale, ces acteurs engagent des plans et projets en vue d'une relance économique et territoriale.

Tel est le cas, entre autres, du programme « Espace valléen AquaTerra », dans le cadre du Fonds Européen pour le Développement Régional, du « Contrat Régional d'Équilibre Territorial » et du programme « Territoire à énergie positive pour la croissance verte ». Sans sous-estimer l'efficacité de ces initiatives, il apparaît qu'en règle générale, les mesures qui en résultent atténuent les problèmes, mais n'apportent pas de solutions durables. Du moins celles qui sont mises en œuvre n'enclenchent-elles pas de nouvelles dynamiques.

Plus originales sont les initiatives placées sous le signe de la thématique des « territoires créatifs ». Elles ne donnent toutefois pas l'impression de connaître des retombées plus significatives. Ainsi en va-t-il de trois opérations récentes : la première consiste dans le lancement d'un Living Lab « Santé-Autonomie », en 2019-2020 avec le concours du réseau associatif « Initiative Alpes de Haute-Provence » et de la communauté d'agglomération Provence Alpes Agglomération, sur le modèle des Living Labs de ce type promus

par le ministère de l'économie (Picard, 2016) ; la deuxième est l'implantation de la pépinière d'entreprises Diniapolis, en 2018 par la communauté d'agglomération, qui met à disposition des espaces de *co-working* ; il s'agit troisièmement d'un « Pôle d'innovation territoriale », lancé en 2019 par Aix-Marseille-Université pour faciliter les échanges entre recherche et entreprises, mais dont les réalisations sont modestes.

Tel est le contexte économique et institutionnel qui justifie l'intervention du musée Gassendi. Trois atouts plaident en sa faveur.

Tout d'abord, le musée se prévaut, à juste titre, d'une excellente expertise fondée sur une tradition de valorisation des ressources territoriales. Dès sa création, en 1883, à l'initiative de la Société scientifique des Basses-Alpes et après son implantation entre 1904 et 1909 dans le bâtiment de l'ancien hôpital du XVIIe siècle, où il se trouve toujours, ses collections visent, en effet, à promouvoir l'histoire, la culture et les richesses locales.

Sans doute l'influence d'un régionalisme idéalisé et d'une Provence mythique, porté notamment par le peintre félibre Etienne Martin, grande figure dignoise, ne comptent-elles pas pour rien dans les origines du musée. Il n'en reste pas moins qu'au fil des ans et grâce à un travail de conservation, d'enrichissement et de mise en valeur scientifique méthodiquement mené depuis la fin des années 1980, le musée Gassendi a trouvé son ancrage dans la vie artistique et culturelle locale.

Ensuite, comme le montrent l'analyse des documents émanant du musée et nos enquêtes sur sa programmation depuis l'arrivée à sa direction de N. Gomez, celui-ci conjugue habilement trois modèles muséologiques : premièrement, celui de l'écomusée, conservatoire de la richesse ethnographique et historique locale ; deuxièmement, celui du cabinet de curiosité, précurseur du musée d'histoire naturelle, à l'articulation entre sciences, arts et philosophie, sous l'autorité de deux figures intellectuelles locales : celle du philosophe Gassendi et celle du botaniste du XIXe siècle le docteur Samuel Jude Honnorat ; troisièmement, celui du *Land art* et des multiples formes d'intervention artistique dans la nature.

Enfin, la contribution du musée répond à une forte demande de la part des collectivités locales. Significative est, à cet égard, la déclaration figurant dans la *Charte de développement du Pays dignois*, en juin 2003 : « Le Pays dignois doit pour se fédérer rechercher dans son espace et dans son histoire les points d'union indispensables à la définition d'une identité commune, base de sa cohérence future et de son devenir » (Pays dignois 2003 : 7). Or, espace et histoire sont précisément les domaines de compétence du musée Gassendi.

Métaphores opératoires

Fidèle à sa mission et à ses ambitions, le musée ne peut évidemment pas faire l'impasse sur ce contexte économique et social. Encore moins peut-il se montrer indifférent aux attentes des acteurs locaux à son égard. Par la force des choses, toutefois, son intervention ne se situe pas sur le plan économique, mais sur les plans symbolique, communicationnel et artistique, dans le cadre de ce que nous appelons une « politique de la métaphore ».

Caractéristique de cette politique est le choix de thématiques comme celles du circuit, de la circulation et de la déambulation. De fait, leur plasticité et leur pluridimensionnalité sont censées leur permettre de dynami-

ser le programme artistique du musée, de donner leur cohérence à ses interventions et, plus généralement, de justifier les synergies interinstitutionnelles auxquelles travaillent ensemble sa direction et les représentants des collectivités locales.

Ces thématiques sont d'autant moins choisies au hasard, en l'occurrence, que l'un des principaux points faibles de Digne-les-Bains tient à son enclavement : aucune ligne ferroviaire ne dessert une ville qui, en dépit de son petit nombre d'habitants (25 000), est quand même une préfecture. En outre, sur le territoire dignois lui-même, le réseau routier est insuffisant, ce que confirme une enquête réalisée au milieu des années 2010 par l'Association Pays dignois (Pays dignois, s. d. : 18) : 60% des acteurs des milieux socio-professionnels considèrent que l'état des transports est un frein au développement territorial. Le recours aux thématiques de la circulation peut donc, à bon droit, être interprété comme une manière de transposer sur le plan métaphorique des problèmes bien réels de déplacement et de mobilité.

Cet usage stratégique de la transposition métaphorique s'inscrit dans l'orientation territoriale donnée par la direction du musée. Très tôt, en effet, s'exprime le souhait « que le musée soit lié à son environnement et que les artistes invités interviennent non seulement parmi les collections, mais qu'ils puissent également faire le lien avec le territoire par la réalisation d'œuvres *in situ*, dans des espaces naturels, comme la montagne, une rivière, une prairie ou des lieux occupés par l'homme – un village, une forteresse, une ancienne ferme, etc. » (Gomez, 2014).

Les invitations adressées aux artistes rentrent toutes dans cette perspective. Tel est le cas des œuvres d'Andy Goldsworthy, dont les « Sentinelles » et « Refuges d'art » balisent les anciens chemins du pastoralisme, de Richard Nonas, dont les installations mettent en valeur le relief et d'herman de vries, dont les traces et inscriptions soulignent discrètement des caractéristiques géologiques peu visibles à l'œil nu. Encore faut-il que les communes concernées donnent leur autorisation à ces installations, souvent au prix de débats publics et concertations inédites.

Le musée lui-même donne l'exemple : suite à la nomination en 2016 de sa directrice à la tête de la Maison Alexandra David-Neel, les activités respectives du Musée et de la Maison sont mises en réseau. Une illustration en est fournie par la commande passée par le musée à l'artiste Jean-Jacques Rullier en 2019 : s'inspirant des relations de voyages et autres ouvrages d'Alexandra David-Neel présentés dans sa maison, il expose ses propres dessins rapportés du Tibet au Centre d'art de la Réserve géologique. Les relations avec la Réserve géologique sont d'ailleurs grandement facilitées par le fait que la directrice du musée vient de la Réserve où elle a travaillé en tant que géologue.

De même, la proximité de l'Italie favorise d'utiles collaborations entre le musée et différentes institutions culturelles du Piémont. C'est ainsi que l'artiste Abraham Poincheval réalise, en 2011-2012, une performance consistant à pousser devant lui, sur la route qui va de Digne à Caraglio, en Italie, un lourd cylindre lui servant d'abri (*Gyrovague, le voyage invisible*). Quant à Trevor Gould, dans *La Folie d'Hannibal*, il expose la statue grandeur nature d'un éléphant rappelant ceux de l'armée d'Hannibal à travers les Alpes.

L'objectif de ces mises en circulation n'est pas uniquement d'ancrer la création artistique dans le territoire. Il est aussi de faire en sorte que, par une injonction circulatoire, le musée contribue à la mobilisation des

ressources, incite les acteurs à collaborer, propose aux habitants du territoire le principe d'une identité partagée.

L'on ne peut qu'être frappé, à cet égard, par le rôle central du musée dans une série de programmes, à partir de 2003. Il y a d'abord le programme européen Leader II, entre 2003 et 2007, pour la mise en place d'un itinéraire pédestre et de circuits de découvertes géologiques « permettant aux randonneurs de rencontrer des œuvres inscrites dans l'environnement rural » (Direction régionale des affaires culturelles & Agence pour le Développement et la Valorisation du Patrimoine, 2019). Puis, vient, en 2000, la création du Centre d'art informel de recherche sur la nature (Cairn), fruit du partenariat entre la Réserve et le musée, à quoi s'ajoute la candidature du territoire au Programme Leader + « Valorisation des ressources naturelles et culturelles », dans le cadre d'un projet intitulé « Les Refuges d'Art du Pays dignois, un musée à ciel ouvert ». Il en va encore de même en 2006, avec la création du « Pôle d'excellence rural ».

De l'une à l'autre de ces initiatives, le musée engage systématiquement des partenariats. Comme l'écrit Christel Venzal, auteure d'une recherche sur la Réserve géologique, « La notion de partenariat s'articule autour d'un savant mélange basé sur les qualités relationnelles de ses acteurs, l'environnement de ses institutions et la conscience des jeux d'acteurs et des zones d'influence de ces derniers. Enfin, le partenariat se positionne, pour être pertinent, sur des répertoires relationnels complémentaires » (Venzal, 2010 : 72).

S'agissant de ces « répertoires relationnels », il est remarquable que les métaphores de la circulation, du circuit et de la déambulation soient reprises par les collectivités. En témoigne ce passage de la *Charte de développement du Pays dignois* dont, après avoir fait état de l'enclavement et de la fragmentation territoriale, les rédacteurs convoquent Gassendi en citant presque mot pour mot un document produit par le musée : « Pierre Gassendi, humaniste, médecin, scientifique, et philosophe représente également par sa réflexion l'esprit du Pays dignois […] Ainsi, opposant au célèbre "Je pense donc je suis" de Descartes, son "Je marche donc je suis", il fait référence au temps qui est nécessaire à l'homme pour découvrir un espace en marchant, au temps qu'il lui faut pour appréhender le monde qui l'entoure » (Pays dignois, 2003 : 7).

Limites de la politique de la métaphore

Des considérations précédentes ressortent clairement deux des avantages de la politique de la métaphore.

Premièrement, la métaphore de la circulation permet de ne rien occulter de l'éclatement et des disparités territoriales, tout en offrant aux acteurs concernés un cadre collaboratif suffisamment ouvert pour qu'ils puissent s'y « enrôler », au sens de la sociologie de l'acteur- réseau. Ainsi, par leurs contributions respectives, sont-ils en mesure d'enrichir au fur et à mesure la construction collective d'un projet. Par exemple, la participation de plusieurs villages au tracé et à la mise en place de la logistique des « Parcours d'art » constitue un signe tangible des progrès de l'organisation territoriale mise en place en 2017, avec la création d'une communauté d'agglomération.

Plus généralement, la circulation que le musée (re)met à l'honneur tire son efficacité de sa déclinaison à différents niveaux. Il s'agit, au niveau le plus élémentaire, de la circulation à laquelle le visiteur est invité, lorsqu'il passe des collections traditionnelles du musée aux collections contemporaines, les secondes étant

censées faire écho aux premières. Mobilisatrice est également la référence à la circulation lorsque le visiteur se déplace de l'un à l'autre des sites fédérés par le musée : du musée lui-même, en centre-ville, à la Réserve et à la Maison Alexandra David-Neel, en périphérie, puis au siège de Réserve et au territoire de la Réserve elle-même. Il s'agit également de la circulation qui fait faire au visiteur le lien entre les collections (géologiques, botaniques et artistiques) à l'intérieur du musée et celles qui se trouvent en dehors ; il ne s'agit pas moins du déplacement du randonneur (à pied, par les chemins de montagne, ou en voiture, lorsque cela est possible) de l'une à l'autre des œuvres placées dans la Réserve géologique, pour certaines distantes de plus de cent kilomètres les unes des autres.

Deuxièmement, la métaphore de la mise en circulation concilie le niveau artistique et le niveau politique et institutionnel. Au premier, les artistes du musée de Digne-les-Bains pratiquent la déambulation, à l'instar de Gassendi ; au second, le musée lui-même réalise lui- même une forme d'itinérance institutionnelle. La référence à la circulation est donc mobilisée à la fois comme image de la mise en relation et comme invitation à la pratique concrète du déplacement sur le territoire. Elle est censée mettre en visibilité et mettre en cohérence des ressources, fédérer des institutions et exploiter au mieux un potentiel patrimonial éclaté et dépareillé.

Reste la question des limites et de la portée de cet usage multifonctionnel et multidimensionnel des métaphores de la circulation, du circuit et de la déambulation. Cette question se pose d'autant plus que, si elle provoque un certain engagement de la part d'acteurs peu habitués à collaborer les uns avec les autres, la référence à la mise en circulation apparaît insuffisante pour fonder et nourrir un authentique projet de revitalisation territoriale.

Nos enquêtes suggèrent, à cet égard, que les protagonistes, direction du musée, élus et représentants de l'État, ne se font pas d'illusions sur l'efficacité d'une politique de la métaphore. La contrepartie négative de son incontestable force mobilisatrice réside, en effet, dans le fait que cette politique favorise un rapport abstrait à l'environnement, dont il est évident qu'il n'est pas en mesure de produire les effets mobilisateurs et intégrateurs attendus. Tel est l'enseignement principal à retirer du cas dignois : une politique de la métaphore peut créer les conditions de synergies interinstitutionnelles. Mais pour que ces synergies produisent des effets concrets, les opérations de communication et la manipulation des symboles sont insuffisantes.

Bibliographie

Comité de pilotage Feder (2009). *Innovation touristique en milieu rural – Pays dignois. Programme Feder 2007-2013 Refuges d'art*. Digne-les-Bains, http://www.infos- patrimoinespaca.org/lip_archives/article_imprimer.php?num_article=323&nomLettre=Mai% 202018.

Cour des Comptes (2019). *Rapport public annuel 2019, tome 1*. Paris, La Cours des Comptes. https://www.ccomptes.fr/fr/publications/le-rapport-public-annuel-2019

Delfosse C. & Georges P.-M. (2013). Artistes et espace rural : l'émergence d'une dynamique créative, *Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement*, n° 19-20, p.60-76. http://journals.openedition.org/tem/2147

Direction régionale des affaires culturelles & Agence pour le Développement et la Valorisation du Patrimoine (2019). Penser la mise en tourisme de Refuge d'Art dans le cadre d'un appel à projet européen. *Lettre d'information des patrimoines DRAC PACA*, n° 9, mai. http://www.infos-patrimoinespaca.org/lip_archives/article_imprimer.php?num_article=323&nomLettre=Mai% 202019

Fabre E. & Vernet C. (2006). Évolution de l'occupation du sol dans les Alpes-de-Haute- Provence (début du XIXe siècle-fin du XXe siècle), *Méditerranée* n° 107, p. 35-42.

Gomez N., interview de (2014). Musée Gassendi de Digne-les-Bains – Retourner au territoire. *Artshebdomedias*, 29 août. https://www.artshebdomedias.com/article/290814-musee- gassendi-de-digne-les-bains-retourner-au-territoire/

Observatoire économique des Alpes de Haute Provence (2015). *Panorama économique des Alpes-de-Haute-Provence*. Digne-les-Bains, Chambre de commerce et d'industrie. http://www.digne.cci.fr/IMG/pdf/Panorama_2015_Alpes-Haute-Provence.pdf

Office de tourisme de Digne-les-Bains (2017). *Rapport d'activité*, Digne-les-Bains, Office de tourisme. https://www.dignelesbains-tourisme.com/wp-content/uploads/2017/09/rapport- dactivite-2017-office-de-tourisme-provence-alpes-digne-les-bains.pdf

Pays dignois (2003). *Charte de développement du Pays dignois*. Digne-les-Bains. http://www.paysdignois.fr/charte_pays_dignois.pdf

Pays dignois (s.d.). Une expérience à vivre des Alpes à la Provence. L'espace valléen Aquaterra. Digne-les-Bains, Pays dignois. https://fr.calameo.com/read/004406547ee570569b6a1

Picard R. (synthèse du travail collectif dirigé par) (2016). *La co-conception en Living Lab Santé et autonomie*. Paris, Ministère de l'Économie, Conseil général de l'économie, de l'énergie et des technologies. https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/Actualites/Synthese- 1_web.pdf

Venzal C. (2010). Les partenariats au cœur de la stratégie d'introduction du géotourisme en France. *Téoros*, vol. 29, n° 2, p. 67-76. https://journals.openedition.org/teoros/907?file=1

Volle A. (2006). Agritourisme et productions biologiques dans les Alpes-de-Haute- Provence : indicateurs de la redynamisation des campagnes ?, *Méditerranée, revue géographique des pays méditerranéens*, n° 107, p. 67-71.

Enquête multisituée et perspective comparative sur les circulations du reggae

Multisited survey and comparative perspective on the circulation of reggae

Jean-Christophe Sevin, Maitre de Conférence
Laboratoire Culture et Communication. Avignon Université
jean-christophe.sevin@univ-avignon.fr

Mots clefs : reggae, circulation, enquête multisituée, comparaison

Keywords: reggae, circulation, multisited survey, comparison

Résumé

Ce texte rend compte de la circulation et des territoires du reggae. Il relève d'une démarche comparative, où les éléments de comparaison émergent des questions que posent les différents sites où il circule, pris comme terrains d'investigation. Nous passons par une exposition internationale sur les diasporas musicale de deux anciennes capitales impériales, « Paris et Londres. 1962-1989. Music Migrations », qui pose la question des rapports entre musiques et mobilisations anti-racistes dans un contexte d'immigrations postcoloniales. Nous poursuivons en nous rendant à des symposiums/sessions musicales « sound system outernational » qui posent la question de la dimension sonore associée à la circulation du reggae depuis un ancrage caribéen et anglais. Nous nous arrêtons pour finir sur la scène marseillaise du reggae qui présente un cas d'appropriations en fonction de problématiques locales, articulée à ces composantes médiatiques et migratoires.

Abstract

Based on a comparative approach between different sites, this text deals with the circulation and territories of reggae. The elements of comparison emerge from the questions raised by these different sites. We go through an international exhibition on the musical diasporas of two former imperial capitals, "Paris and London. 1962-1989. Music Migrations", which raises the question of the relationship between music and anti-racist mobilizations in a context of postcolonial immigration. We continue by going to the symposiums / musical sessions "sound system outernational", which raise the question of the sound dimension associated with the circulation of reggae from Caribbean and English worlds. We finish on the Marseilles reggae scene which presents a case of appropriation according to local issues, articulated to these media and migratory components.

Enquête multisituée et perspective comparative sur les circulations du reggae

Jean-Christophe Sevin

Introduction

Le reggae est le résultat d'un syncrétisme de différents influences musicales (Daynes, 2004 : 4), un produit de ce que Paul Gilroy a conceptualisé comme l'Atlantique noir (2010). Sa diffusion internationale s'accompagne ensuite de multiples appropriations en Angleterre tout d'abord et sur tous les continents. Les studios jamaïcains d'enregistrement ont par ailleurs été des lieux d'innovations, si l'on songe au dub qui évoque autant un dérivé du reggae qu'une façon de faire de la musique en partant des techniques de reproduction sonore – dont l'influence est considérable sur les musiques populaires actuelles (Veal, 2007). Le reggae et le dub sont eux même indissociables du sound system à travers lequel le reggae s'est d'abord diffusé sur son île de naissance puis en suivant les routes de migration afro-caribéenne. Il s'est distingué là encore comme un lieu d'innovation d'où est sorti la pratique du « talk over » (ou « toasting »), en tant qu'improvisation verbale, qui en fait un site précurseur du rap.

Notre enquête concerne la circulation de cet objet composé (Dodier et Stavrianakis, 2018) qui agence des pratiques musicales et sonores, des dispositifs médiatiques et leurs usages associés, matériellement et/ou symboliquement à la migration afro-caribéenne et à des réinterprétations locales articulant d'autres thématiques. Appuyé sur une enquête multi-située, ce texte rend compte du suivi de cet objet composé dont les contours et les échelles restent incertains. Il relève d'une démarche comparative, où les éléments de comparaison émergent des questions que posent les différents sites (Marcus, 2010, p.379). Nous passerons ainsi par une exposition internationale sur les diasporas musicale de deux anciennes capitales impériales, « Paris et Londres. 196-1989. Music Migrations », qui pose la question des rapports entre musiques et mobilisations anti-racistes dans un contexte d'immigrations postcoloniales. Nous poursuivrons en nous rendant à des symposiums/sessions musicales « sound system outernational » où interviennent universitaires, musiciens et acteurs de ces musiques et pratiques sonores, qui posent la question de la dimension sonore associée à cette circulation du reggae dans un espace transnational depuis un ancrage caribéen et anglais. Nous nous arrêterons pour finir sur la scène marseillaise du reggae/ragga qui présente un cas d'appropriations en fonction de problématiques locales, articulée à ces composantes médiatiques et migratoires.

Paris/Londres

Du 12 mars au 5 janvier 2020, Paris et Londres furent au centre de l'exposition « Paris- Londres. Music Migrations (1962-1989) », au Musée national de l'histoire de l'immigration. Elle documentait les circulations musicales suivant les migrations postcoloniales des deux anciens centres des empires coloniaux français et britannique, comparés sur la base d'une histoire postcoloniale similaire notamment en termes de temporalité

des processus de décolonisation entamés après la deuxième guerre mondiale. La période couverte courre de 1962-1989 : 1962, parce que c'est l'année de l'indépendance de l'Algérie du côté de l'empire français et de la Jamaïque du côté de l'empire britannique. Tandis que 1989 renvoie à la chute du mur de Berlin qui ouvre une nouvelle phase dans la mondialisation des échanges. L'exposition montrait « comment, dans un contexte postcolonial, les modèles de circulation et d'échange étaient encore conditionnés par l'héritage des relations coloniales respectives des deux métropoles. » (Evans, 2019 : 26) Tout en abordant les interactions multiculturelles entre les deux capitales.

En trois parties correspondant aux trois décennie 1960, 1970 et 1980, l'exposition explore les liens entre migrations et formes musicales dans ces deux villes qui se sont transformées avec ces vagues migratoires pour devenir des carrefours multiculturels. Dans les années 1960, la musique prend une grande importance comme moyen d'expression et d'affirmation de la jeune génération d'après-guerre. Les productions issues d'anciennes colonies ou d'artistes immigrés ont une faible audience et restent confinés dans des espaces peu visibles. Dans les années 1970, de nouvelles formes musicales associées au rock et/ou liées aux mouvements migratoires postcoloniaux deviennent des moyens de luttes contre le racisme et de défense des travailleurs immigrées. La troisième partie consacrée aux années 1980 montre comment les deux métropoles se trouvent façonnées par ces productions et manifestations du multiculturalisme, aboutissant à des événements marquant comme le concert pour Nelson Mandela en 1988 au stade de de Wembley à Londres, et aux cérémonies du Bicentenaire de la Révolution française organisées à Paris en 1989 par Jean-Paul Goude.

Mais revenons aux années 1970 qui est la décennie où est abordé le cas du reggae. Des collaborations entre militant arabes parisiens et caribéens londoniens contribuent à structurer les luttes antiracistes s'appuyant sur la musique. Londres apparait comme un site précurseur dont le mouvement et les concerts *Rock Against Racism* inspirent les concerts à échelle plus réduite intitulés *Rock Against Police* (Mogniss, 2019). L'interface constituée par l'alliance entre reggae et punk s'affirme alors comme un site de lutte privilégié. Londres devient un haut lieu de la culture sound system qui s'empare notamment du Carnaval de Notting Hill au début des années 1970, pour en faire un lieu de contestation qui mène à des affrontements récurrents avec la police, avant de devenir une vitrine célébrée du multiculturalisme de la capitale anglaise. Mais dans les années 1970, le reggae et la culture sound system qui apparaissent comme « porteurs d'un message de résistance pour les jeunes Londoniens noirs, se sont solidement implantés dans le carnaval » (Evans, 2019 : 24). Plus généralement c'est le sound system qui apparait comme vecteur de la diffusion du reggae à l'échelle du pays. Les importantes tensions raciales et sociales de cette décennie forment un contexte qui inspire le développement du reggae anglais. Ce genre musical constitue un support dans la formation d'une identité collective des jeunes caribéens dans une société qui les rejette, tandis que les jeunes blancs y trouvent, en lien avec le mouvement punk, un moyen d'expression de leur révolte. Le reggae va ainsi contribuer « à unir la jeunesse anglaise des classes populaires blanches et les enfants de migrants noirs » (Célestine, 2019 : 140.).

L'exposition n'en reste pas à la comparaison termes à termes de deux entités séparées mais en vient aussi une histoire transnationale dont le reggae est un des vecteurs. Celui-ci n'est ainsi pas cantonné à l'Angleterre et apparait comme un moyen de contestation qui circule depuis la Jamaïque et l'Angleterre vers les jeunes magrébins et antillais de France. Du côté du grand public, Serge Gainsbourg popularise le reggae avec l'album *Aux armes etc*. enregistré en Jamaïque en 1979 (Kaiser, 2020). Le dub poète Linton Kwesi-Johnson raconte que beaucoup de jeunes français noirs et maghrébins se reconnaissent dans ses compositions, en y trouvant

« des ressemblances entre leurs expériences et celles des noirs en Grande Bretagne » (Evans, 2019 : 138). Le reggae apparait ainsi comme une pièce significative de ce corpus traité par cette exposition dédiée aux connexions entre mouvements migratoires et formes musicales. Les souffrances de l'exil suite à l'installation au cœur des anciens empires sont combattues et mises en lumière par ces formes musicales qui y trouvent un point d'ancrage dans un espace de circulation qui tend vers l'expansion.

Sound System Outernational : Londres, Naples

D'une exposition qui met en regard deux anciennes capitales d'empire coloniaux, les migrations postcoloniales qu'elles suscitent et les formes musicales qui circulent sans accorder de primauté au cadre de l'État nation, nous passons aux manifestations *Sound system outernational*[1]. Le terme « outernational » renvoie à la terminologie rastafarienne et suggère un espace en dehors du cadre national plutôt qu'un espace entre les nations comme entités nationales distinctes. Cette série de manifestations est née de l'initiative de Julien Henriques (Media Studies Dept, Goldsmith London), en lien avec un réseau de chercheurs et d'acteurs du monde des sound system reggae/dub basés en Italie (Université l'Orientale) et au Brésil (Université de Minas Gerais). Le format de cette manifestation se décline en deux volets avec des présentations académiques, des discussions et des sessions musicale ou *dance hall* conçues comme une continuation des premières à travers le medium sonore, considérées comme d'égale importance selon l'idée que le savoir n'est pas exclusivement « épistémique », conçu comme un texte. Comme il ne s'agit pas uniquement de recherche mais aussi de valorisation de savoirs locaux et de stimulations d'initiatives diverses, les conférences sollicitent aussi des interventions d'acteurs de la culture sound system (musiciens, producteurs, sound men, labels, organisateurs etc…). J'ai assisté à la quatrième édition qui se tenait à Londres (Sevin, 2018) et participé à la cinquième édition qui se tenait à Naples à propos de la scène reggae de Marseille. La sixième édition devait se tenir à Sao Luis au Brésil en avril 2020, à laquelle je devais également participer, a été transformée en webinaire au mois de juin 2020. Je ne l'inclus pas dans le corpus d'analyse.

La fréquentation de ces deux éditions permet de repérer des thématiques récurrentes. Premièrement, celle de la migration jamaïcaine en Angleterre, des pratiques musicales et sonores et de l'identité collective constituée autour du reggae et des sound systems. La perspective n'étant toutefois pas celle de l'histoire de luttes contre le racisme mais de la valorisation de l'apport culturel de la migration caribéenne à l'Angleterre. Celle-ci s'exprime notamment dans des démarches de recherche et d'archivage comme le *Black music research unit*[2] de Mickaël Riley ou des expositions comme celles de Michael McMillan[3], tous deux intervenant réguliers des événements sound system outenational. D'autres thématiques structurantes concernent les appropriations locales de cette culture sound system, de l'Inde à la technobregga du Brésil ou des sound system cumbia du Mexique qui ont transformé ce genre musical né en Colombie. Naples où s'est tenue la cinquième édition de cette manifestation est elle-même le lieu d'une importante scène reggae roots où des nombreux sound systems organisent chaque semaine des sessions, en lien avec la forte culture alternative des centre sociaux autonomes occupés (CSOA) qui caractérise la ville (Ysuf, 2019). La question de la place des femmes

1 https://www.gold.ac.uk/sound-system-outernational/events/

2 http://basscultureduk.com

3 Cf. Michael McMillan (University of the Art, London), Rockers, Soulheads & Lovers: Sound Systems back in da day (Nottingham et Londres, 2015-2016). URL : http://www.nae.org.uk/exhibition/rockers-soulheads-and- lovers-sound/91.

dans les sound systems est l'objet de panels récurrents faisant intervenir des figures pionnière anglaises ou italiennes mais aussi des collectifs féminins actuels qui gèrent et animent des sound systems.

Le principal marqueur de cette manifestation, qui tient dans son intitulé même, touche à la dimension sonore et à la culture matérielle du reggae/dub. Alors que l'attention se tourne souvent sur le contenu des textes ou sur l'analyse musicologique comme dans l'exposition Paris/Londres, la dimension médiatique, fondamentale pour comprendre ce qui se présente comme culture sound system, souffre d'un défaut de compréhension et de reconnaissance. Cela concerne également les institutions politiques culturelles jamaïcaines, alors même que le sound system peut être considéré comme l'instrument national de l'ile, comme l'a rappelé Sonjah Stanley Niaah (University of the West Indies, Mona, Jamaica) dans son intervention de Naples ("Sounding the System: Noise and the Politics of Citizenship"). Considéré ordinairement comme moyen de diffusion, dont le trait distinctif serait le volume sonore, le sound system est autant un collectif qu'un dispositif sociotechnique qui a valeur d'instrument, c'est-à-dire d'interprétation de la musique, plus que de simple diffusion de celle-ci (Sevin, 2017). Originaire des secteurs défavorisés de Kingston et devenu l'objet d'une culture transnationale, le sound system repose sur une approche radicale de la technologie du son, qui comprend autant une appréhension affective des effets sonores qu'une approche des techniques de production qui en a fait un lieu d'expérimentation d'où un ensemble d'innovations sont sortie et ont nourri les musiques populaires actuelles du rap aux diverses musiques électroniques. Le sound system est une institution culturelle qui aussi été étroitement associée aux luttes d'affirmation des caribéens de Londres et qui a durablement influencé la culture de la ville. Il sera l'objet d'une prochaine exposition au Museum of London (octobre 2020-janvier 2021), intitulée « Dub London : Bassline of a City ».

Autour du thème central de la propagation proposé pour l'édition de Sao Luis, la dimension sonore s'affirme aussi comme un vecteur de compréhension des migrations et des identités sonores qui se constituent dans la migration. Julien Henriques (2008) envisage le son non pas comme une fonction illustrative mais comme un medium à l'aide duquel suivre les connexions établies par la migration jamaïcaine à travers les pratiques sonores des sound system nées à Kingston. Si le son est invisible et éphémère, il n'en a pas moins le pouvoir de nous toucher profondément et de maintenir des liens avec des traditions, des identités et des valeurs. Il nous permet de comprendre les identités auditives forgées par la migration, tant pour les communautés migrantes que pour la société d'accueil, mettant en question les conceptions fixistes de l'identité.

Marseille

Marseille est notre troisième site d'enquête, et dont les quelques points de synthèse présentés ici prennent sens par rapport aux autres sites. L'entrée par Marseille permet d'introduire un écart par rapport à l'exposition Paris/Londres, un contrepoint à une tendance de l'exposition à réduire les innovations et appropriations musicales comme étant les propriétés des centralités parisienne et londonienne. Une entrée par Marseille permet d'éclairer autrement, à partir de sa configuration propre, les dynamiques de circulation musicales. On y retrouve l'importance de la dimension médiatique évoqués sur les autres sites. En lien ici avec une identité locale, un folklore marseillais trouve à être articulé avec le reggae/ragga et les problématiques locales liées à l'immigration et au racisme.

L'appropriation locale du reggae/ragga bénéficie de la libéralisation du paysage radiophonique de la France du début des années 1980 (Suzanne, 2003). Le studio de radio sert d'espace d'expérimentation pour le montage sur bande mixant des disques jamaïcains et des extraits de films ou de chansons provençales et marseillaises. A l'occasion d'émissions hebdomadaires les animateurs s'essayent aux pratiques issues du sound system jamaïcain comme le « talk-over » qui consiste à improviser des paroles sur les faces b instrumentales de 45 tours de reggae, pratique qui a donné naissance à ce dérivé du reggae nommé raggamuffin. Lors de scènes improvisées en plein air, dans les MJC et plus tard les café-concert qui apparaissent dans le quartier de la Plaine, les premières sessions sound system sont organisées à l'aide d'un matériel rudimentaire, où les « selecta » prennent la parole et proposent le micro à qui veut bien se lancer sur une improvisation.

Le studio de radio apparait comme un point nodal, autant que les quelques initiateurs de cette mouvance qui servent de connecteurs et de relais, voire de déclencheurs de passion. Mais comme repéré dans l'exposition Paris/Londres, un magasin de disque (Mr Khan) apparait lui aussi comme un point nodal. Comme la rappelle Martin Evans c'est un « espace transformateur parce que les gens y faisaient des découvertes et interagissaient avec une musique venue d'ailleurs » (2019 : 26). En ce début des années 1980, Mr Kahn, se révèle crucial par sa capacité à mobiliser des réseaux de distribution implantés en Afrique et en Amérique, approvisionner ces amateurs en disques et servir de plateforme de rencontre. Dans cet univers marqué par une rareté d'information les circulations sont faibles. Quarante ans après, l'observation des pratiques et des circulations des acteurs et des enregistrements laisse apparaitre une autre configuration dessinant un espace dans lequel l'information est surabondante. L'enquête en cours, basée sur des entretiens et une observation participante de différentes rencontres et soirées permet de mettre en lumière, à la fois une territorialisation d'un ensemble d'acteur et un ensemble de circulations qui dessinent un espace social transnational.

Ce qui se met en place dans les années 1980 de façon embryonnaire, prend de l'ampleur et acquiert une audience nationale dans les années 1990 pour faire partie aujourd'hui des musiques « locales ». Cette appropriation d'un modèle perçu comme jamaïcain était au départ une façon de remixer à travers le ragga les éléments d'un identité musicale marseillaise (opérette, music-hall, chanson occitane). Cela pourrait paraître anecdotique mais renvoie à des questions d'usage de la langue qui sont des préoccupations centrales dans le reggae et le ragga qui s'expriment dans une langue vernaculaire locale (patwois), voire en suraccentue les spécificités comme dans le cas du ragga (Chude-Sokey, 1994). C'est sur ce plan de l'usage de la langue, en accentuant ou mettant en scène un accent, un parler marseillais, que se joue ce qui peut être considéré comme un processus de traduction culturelle (Hall, 2013 : 81). Celui- ci est articulé avec l'affirmation d'une identité méditerranéenne et cosmopolite qui prend valeur de positionnement sur deux plans, à la fois localisé mais non localiste. Un positionnement contre le discours raciste dont l'audience est élevée dès les années 1990 et contre le centralisme français. Le reggae et la ragga jamaïcain sont perçus comme une façon qu'a eue une ile des caraïbes de s'adresser au monde en parlant depuis chez elle et dans son patois. C'est ce qui inspire les acteurs de cette scène marseillaise qui, comme Massilia Sound System pensent qu'eux aussi peuvent de

la même façon s'adresser au monde en parlant depuis chez eux et notamment en occitan (Barbet et Cassar, 2018).

Conclusion

Pour conclure rapidement, dans ce suivi de la circulation du reggae dans un espace discontinu nous adoptons un positionnement mobile qui évite le point de vue en surplomb. L'investigation de ces différents sites offre des perspectives partielles (Haraway, 2007), entendues comme condition d'objectivité puisqu'il n'y a pas de point de vue nulle part et que toute vision est ancrée depuis un point de vue situé, toute vision est médiatisée.

Les réceptions localisées, comme dans le cas de Marseille, peuvent nous amener à questionner la nature des liens entre ces différents sites, dont les relations ne vont pas de soi. Si un cadre de référence émerge de l'intégration de ces perspectives partielles, cela pose néanmoins la question de ce que l'on peut entendre par « culture », dans un cadre transnational. Peut-être pourrait parler d'un effet de culture plus que d'une culture commune, fondé autant sur des éléments partagés que sur des malentendus.

Bibliographie

Abdallah M. (2019). Les circulations militantes entre Paris et Londres : antiracisme et anti- apartheid. Paris-Londres. Escafré-Dublet A, Evans M, Malfettes S. (dir.), *Music Migrations, 1962-1989*. Paris, Co-édition du Musée national de l'histoire de l'immigration et de la Réunion des musées nationaux.

Arnaud L. (2019). Une brève histoire de Notting Hill et de son institutionnalisation par la ville de Londres. *Music Migrations, 1962-1989*. Paris, Co-édition du Musée national de l'histoire de l'immigration et de la Réunion des musées nationaux.

Barbet P. et Cassar S. (2018). Episode 6. En chair et en Oc'. La nouvelle scène musicale occitano-marseillaise. *Histoire de Marseille*. France-Culture. URL: https://www.franceculture.fr/emissions/la-fabrique-de-lhistoire/histoire-de-marseille-24- marseille-en-chair-et-en-oc-la-nouvelle-scene-musicale-occitano

Célestine A. (2019). Musique et politique dans les diasporas caribéennes. Paris, Londres, New York. *Music Migrations, 1962-1989*. Paris, Co-édition du Musée national de l'histoire de l'immigration et de la Réunion des musées nationaux.

Chude-Sokei L. (1994). Post-Nationalist Geographies: Rasta, Ragga, and Reinventing Africa.

African Arts, Vol. 27, No. 4, p. 80-96.

Daynes S. (2004). Frontières, sens, attribution symbolique : le cas du reggae. *Cahiers d'ethnomusicologie*, n°17. URL : http://journals.openedition.org/ethnomusicologie/460

Dodier N. et Stavrianakis A. (2018). Le champ des objets composés. Dodier & Stavrianakis (dir.), *Les objets composés Agencements, dispositifs, assemblages*. Editions de l'Ehess, Collection Raisons pratiques, vol. 28, p. 9-38.

Evans M. (2019). Linton Kwesi-Johnson en France. Paris, Londres, New York. *Music Migrations, 1962-1989*. Paris, Co-édition du Musée national de l'histoire de l'immigration et de la Réunion des musées nationaux.

Evans M. (2019). Histoire comparée, transnationale et interdisciplinaire. Les concepts analytiques de l'exposition Paris-Londres. Music migrations. 1962-1989. *Hommes & migrations,* n° 1325, p. 21-29. URL : http://journals.openedition.org/hommesmigrations/9080

Gilroy P. (2010). *L'Atlantique noir. Modernité et double conscience*. Paris, Editions Amsterdam.

Hall S. (2013). Diasporas, ou les logiques de la traduction culturelle. *Identités et cultures 2. Politique des différences*. Paris, Editions Amsterdam.

Haraway D. (2007). Savoirs situés : la question de la science dans le féminisme et le privilège de la perspective partielle. *Manifeste cyborg et autres essais. Sciences – Fictions – Féminismes*. Paris, Exils éditeur, p. 107-142.

Henriques J. (2008). Sonic diaspora, vibrations, and rhythm: thinking through the sounding of the Jamaican dancehall session. *African and Black Diaspora*, n°1/ 2, p. 215-236.

Kaiser M. (2020). *Aux armes et caetera* : poétiques de la communication chez Serge Gainsbourg. *MEI*, n° 50, p. 143-154.

Marcus G.E. (2010). L'ethnographie du/ dans le système-monde. Ethnographie multi-située et processus de globalisation. Cefaï D. (ed.), *L'engagement ethnographique*. Paris, Éditions de l'EHESS.

Sevin J.C. (2018). Sound System Outernational # 4. Strictly Vinyl Conference. *Volume!*, n° 15-1, p. 154-158. URL: http://journals.openedition.org/volume/5879

Sevin J.C. (2017). Le vinyle, le reggae et les soirées sound system. Une écologie médiatique.

Volume!, n°13-2, p. 61-79.

Suzanne G. (2003). De reggae en ragga, Marseille Sound System. Bordreuil J.S., Sage R., Suzanne G. *Marseille et ses moments musicaux. Rapport final, Programme Interministériel de recherche* : « *Culture, Ville et Dynamiques Sociales* ». Ministère de la Culture et de la Communication, p. 20-146.

Suzanne G. (2007). La controverse du cosmopolitisme marseillais. *Terrains & travaux*, vol. 13, no. 2, p. 149-168.

Veal M. (2007). *Dub: Soundscapes & Shattered Songs in Jamaican Reggae*. Middletown, Wesleyan University Press.

Yusuf C. (2019). 'Here, you fight for your life': how reggae brought hope to Naples. *The Guardian*, 19 june. URL: https://www.theguardian.com/music/2019/jun/19/reggae-sound- systems-naples

Pratiques, usages et perceptions de la Science Ouverte chez les enseignants-chercheurs : enquête à l'Université de Toulon

Practices, uses and perceptions of Open Science among teacher-researchers: survey at the University of Toulon

Clara Galliano, doctorante 71ème section
Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information et de la Communication (IMSIC) EA 7492, Université de Toulon, Aix-Marseille Université, Toulon
clara-galliano@etud.univ-tln.fr

Mots-clés : Enquête ; Enseignants-chercheurs ; Pratiques de recherche ; Science Ouverte

Keywords: Survey; Teacher-researchers; Research practices; Open Science

Résumé

La Science Ouverte est un mouvement mondial prônant la libre circulation des connaissances scientifiques, principe déjà ancien, mais qui a pris toute sa grandeur et son importance dans notre société grâce au numérique et au développement d'initiatives autour de ces questionnements.

Les pratiques des enseignants-chercheurs sont analysées et deviennent des modèles à suivre ou, au contraire, à améliorer. Des études ont déjà été menées dans différentes universités françaises et ont montré des résultats plutôt encourageants. Dans cet article, nous proposons de revenir sur les résultats d'une enquête menée au sein de l'Université de Toulon.

Abstract

Open Science is a worldwide movement advocating the free circulation of scientific knowledge, a principle that is already old, but which has taken on its full size and importance in our society thanks to digital technology and the development of initiatives around these issues.

The practices of teacher-researchers are analysed and become models to follow or, on the contrary, to improve. Studies have already been conducted in various French universities and have shown rather encouraging results. In this article, we propose to review the results of a survey conducted at the University of Toulon.

Pratiques, usages et perceptions de la Science Ouverte chez les enseignants-chercheurs : enquête à l'Université de Toulon

Clara Galliano

Contexte

De nombreuses références théoriques sont utilisées aujourd'hui pour aborder le mouvement de l'*Open Science* dans sa globalité, ainsi que sur les enjeux liés à l'*Open Access* et l'*Open Data*. Les questions autour de ce mouvement sont très souvent étudiées par des chercheurs en sociologie, en sciences de l'information et de la communication, et également par des économistes.

S'intéresser à l'ouverture des données de la recherche, c'est avant tout s'intéresser à la sociologie des sciences. À travers le concept de « crédit scientifique », Pierre Bourdieu (1975) ou encore Bruno Latour et Steve Woolgar (1979) accordent une valeur singulière à la recherche, et plus précisément à la connaissance scientifique en tant que telle. Dans son ouvrage, Robert K Merton (1973) évoque l'ethos de la science en citant les quatre normes : universalisme, communisme, désintéressement, scepticisme organisé. Ces fondements théoriques ont permis d'aborder le mouvement de l'*Open Science* d'une certaine façon. Une autre approche économique a été discutée notamment par Paul A David (2008) :

« *L'*émergence, à la fin du XVI*e siècle et au début du XVIIe siècle, de l'idée et de la pratique de la* « *science ouverte* » *était un aspect organisationnel distinctif et vital de la révolution scientifique. Cela représentait une rupture avec l'*éthique du secret qui dominait auparavant dans la poursuite des secrets de la nature, vers un nouvel ensemble de normes, d*'incitations et de structures organisationnelles qui renforçaient les engagements des chercheurs scientifiques à divulguer rapidement de nouvelles connaissances[1] ».*

Le mouvement de la Science Ouverte, touchant aujourd'hui bien plus que la communauté scientifique et universitaire, questionne les pratiques des chercheurs et leur impose une certaine appétence aux outils numériques qui sont de plus en plus nombreux. L'accès aux publications scientifiques et l'ouverture des données de la recherche sont les deux thématiques les plus souvent mobilisées pour aborder la Science Ouverte dans les communautés scientifiques et universitaires. À ce jour, plusieurs enquêtes ont été menées, dont notamment par le Consortium Couperin sur les archives (2017, 2019) et les pratiques (2019, 2020) ; par les universités françaises telles que Lille 3 (Prost & Schöpfel, 2015), Paris Sud (Michel & Chekib, 2015), Rennes 2 (Serres, Malingre, Mignon, Pierre & Collet, 2017), Lille (Schöpfel, 2018), Strasbourg (Rebouillat, 2019), Bordeaux Montaigne (Duprat, 2019), Aix-Marseille (Donati, 2019), Paul-Valéry Montpellier 3 (Dillaerts, Paganelli, Verlaet & Catherine, 2020) ; par les universités étrangères comme au Québec (Kumiko, 2006), en Tunisie (Boulakbech, Hachicha & Ben Romdhane, 2016), au Maroc (Lrhoul, 2017) ; et plus récemment

1 Dans son texte original, traduit de l'anglais : « The emergence during the late sixteenth and early seventeenth centuries of the idea and practice of 'open science' was a distinctive and vital organizational aspect of the Scientific Revolution. It represented a break from the previously dominant ethos of secrecy in the pursuit of Nature's Secrets, to a new set of norms, incentives, and organizational structures that reinforced scientific researchers' commitments to rapid disclosure of new knowledge. »

par le projet SOSP (2021). Même si les résultats peuvent différer d'une université à une autre, la tendance reste égale aux résultats obtenus dans les différentes enquêtes citées. Les études portées au niveau national montrent un certain intérêt et l'engouement autour de ce mouvement ce qui est signe d'encouragement pour proposer de nouvelles solutions et ainsi développer de nouveaux outils au sein d'une communauté critique mais désireuse.

Problématisation

Les enjeux de l'ouverture de la science reposent avant tout sur des facteurs économiques et politiques, mais il est important de souligner que les enjeux éthiques ont également une place très importante dans la diffusion de la science. Il n'est pas sans intérêt de rappeler l'une des missions du chercheur, trop souvent oubliée au profit d'intérêts stratégiques, qui est de diffuser ses connaissances et ses résultats au reste de la communauté scientifique et à la société. De nombreuses procédures ont été mises en place par les universités, leurs bibliothèques et les agences de financement de la recherche pour encourager, appuyer, guider, accompagner et assurer (voire même déléguer) les pratiques du chercheur afin de privilégier l'accès ouvert. Comme l'affirme Peter Suber (2016) : « *mais ce sont ces derniers qui, ultimement, font ou non le choix de ce mode de diffusion. Quelques résistances sont observées chez les chercheurs, inquiets de ce qu'implique ce changement de paradigme sur la diffusion et la reconnaissance de leurs travaux. Ce sont des obstacles culturels qu'il faut surmonter à ce moment-ci* ». La place du chercheur dans la diffusion des connaissances est donc primordiale et nécessaire.

Ghislaine Chartron (2018) apporte une nuance dans sa position : « *des corps intermédiaires prônent les orientations et prennent les décisions, à la place même des principaux acteurs concernés. Ainsi, dans l'*évolution du mouvement Open Access/Open Science, une grande *différence est évidente entre la liberté d'ouvrir ses travaux des années 1990 et l'injonction politique actuelle à tout ouvrir, heurtant profondément l'autonomie de décision du chercheur* ».

La même année, Marin Dacos, conseiller pour la Science Ouverte DGRI, a réagi lors d'un entretien[2] en évoquant les nouvelles mises à jour de l'archive ouverte pour faciliter le travail du chercheur dans la diffusion de la production scientifique : « *une grosse amélioration ergonomique a déjà été apportée sur HAL en 2017, qui a consisté à demander beaucoup moins de métadonnées aux chercheurs. Nous travaillons également sur un autre projet de simplification de la vie du chercheur, en mettant en place un moissonnage de publications déjà déposées ailleurs en un seul clic* ».

Si le chercheur est un acteur fondamental de la science, à la fois producteur et diffuseur de la connaissance et du savoir : quelles sont les motivations et quels sont les freins qui l'encouragent, ou inversement, l'empêchent d'ouvrir sa recherche et de partager ses résultats ? Au-delà des freins financiers et économiques, politiques, d'usages et éthiques : quels sont les autres facteurs que l'on peut recenser dans les communautés scientifiques qui ne permettent pas la transparence totale des sciences et de la recherche française à l'heure

2 Entretien complet disponible sur : https://education.newstank.fr/fr/tour/news/135985/science-ouverte-dacos-detaille-strategie-entrainer-tous- acteurs-esr.html

actuelle ? Cette question nous semble d'autant plus pertinente aux vues des nombreuses initiatives et lois qui sont adoptées en France et dans les pays Européens (Quoniam, Galliano & Reymond, 2020).

Méthodologie

Dans cet article, nous utilisons une méthode mixte, alliant à la fois une étude quantitative (à l'aide d'un questionnaire) et une étude qualitative (en réalisant des entretiens semi-directifs). L'originalité de cette étude tient de son inscription dans la continuité d'un projet proposé en Juillet 2019 à l'Université de Toulon, visant à cartographier les compétences des chercheurs tout en favorisant l'utilisation de l'archive ouverte HAL.

Objectifs

Les objectifs de ces enquêtes (qualitative et quantitative) sont multiples, à la fois pour la gouvernance de l'Université mais aussi pour la recherche académique et scientifique :

- Faire un état des lieux sur le terrain et interroger les producteurs de données (laboratoires, unités)
- Analyser le comportement au sein de la communauté scientifique (pratiques, gestion des données, typologie et nature des données, outils, cible…)
- Mettre en place une offre/un service et adapter sa politique de recherche.

Le but de cette étude est également d'apporter un point de vue complémentaire aux différentes enquêtes réalisées (même s'il est difficile de comparer à partir du territoire, des politiques de recherche, de la taille des universités et des laboratoires). L'idée est d'avoir une vision d'ensemble de l'*Open Science* tant au niveau des pratiques qu'au niveau des motivations des chercheurs pour ainsi couvrir au mieux (et non en totalité) le paysage français de la recherche grâce aux études déjà établies au sein des universités françaises.

La cible

Créée en 1968, L'Université de Toulon est une université pluridisciplinaire (hors santé) répartie sur 4 sites dans le Var : Toulon, Draguignan, La Garde et La Seyne-sur-Mer. Elle accueille près de 10 719 étudiants et compte 982 personnels, enseignants, chercheurs et BIATSS[3].

La recherche s'établit autour de 14 laboratoires de recherche dynamiques et ouverts à l'international, reconnus par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

On compte :

- 5 Unités Mixtes de Recherche (UMR) du CNRS en cotutelle avec Aix-Marseille Université : CDPC-DICE, CPT, IM2NP, MIO, LIS
- 8 Equipes d'Accueil (EA) dont 3 en cotutelle avec l'Université de Nice Sophia Antipolis : BA-

3 Chiffres du rapport d'activité 2019-2020 en ligne : https://www.univ-tln.fr/IMG/pdf/rapport-activite-2019-2020-utln-lg.pdf

BEL, CERC, COSMER, CERGAM, IMSIC, LEAD, IMATH, MAPIEM

- Equipe émergente : IAPS.

Plusieurs disciplines sont représentées à travers la recherche issue de ces laboratoires : droit, économie, gestion, lettres, sciences humaines, sciences de l'information et de la communication, chimie, mathématiques, sciences physiques, informatique, automatique, sciences du vivant et sciences de l'environnement.

Depuis 2018, l'Université de Toulon est en contrat de site avec d'autres universités et écoles : Aix-Marseille Université, Université d'Avignon, Science Po Aix et l'Ecole Centrale de Marseille, et ce jusqu'en 2022. L'association AMPM (Aix-Marseille-Provence-Méditerranée)[4] permet aux établissements de bénéficier des partenariats, des interactions régionales, d'une plus forte attractivité et visibilité, le renforcement de l'écosystème d'excellence de recherche et de formation soutenant l'interdisciplinarité, accélérer l'innovation, la mise en place et le développement de l'*Open Access*.

Notre cible concerne l'ensemble du personnel de la recherche l'Université de Toulon, selon leur profil : professeurs des universités, maîtres de conférences, habilitation à diriger des recherches, directeurs/trices de laboratoire, chercheurs, ATER, ingénieurs, techniciens, doctorants et post-doctorant (soit 307 enseignants-chercheurs et 253 doctorants).

Construction de l'enquête

Pour rédiger notre questionnaire, nous nous sommes inspirés des différentes études citées précédemment. De notre point de vue, il était essentiel d'aborder la notion « *Open Science* » dans sa globalité. C'est pourquoi nous avons construit un questionnaire complet, prenant en considération plusieurs éléments majeurs comme : le libre accès, l'ouverture et la gestion des données de la recherche, l'innovation et les outils, les communs, la propriété intellectuelle, la relation science-société, la communication et la vulgarisation.

Notre questionnaire est divisé en 8 parties distinctes, dont 4 principales. Au total, nous avons 36 questions majeures ainsi que 17 questions facultatives. Il y a également 2 questions ouvertes à la fin du sondage où nous laissons la liberté au répondant de répondre à sa convenance. Ces réponses nous donnent des données qualitatives nécessaires dans le cadre de l'enquête.

Nous avons fait le choix de laisser le questionnaire non obligatoire. Plusieurs questions sont à choix multiples et nous laissons majoritairement la place au répondant de rajouter des détails grâce à la proposition « Autre » dans les questions. Nous avons choisi l'outil LimeSurvey[5] pour l'édition de ce questionnaire.

Explication des données

Dans un premier temps, il nous a paru important de donner des explications sur le parcours du répondant et les différentes interprétations possibles de ces données pour une meilleure lisibilité et une meilleure exploitation des résultats. À la clôture du questionnaire et à la récolte des données, nous obtenons ces informations :

4 Contrat de site disponible en ligne : file:///C:/Users/claro.000/Downloads/contratampm1822_signe_060718(1).pdf

5 https://enquetes2.lp-ecmn.ovh/index.php/263893?newtest=Y (le lien n'est plus actif)

Nous avons récolté au total 140 réponses (tout type confondu) à partir de l'ouverture du questionnaire. Sur les 140 répondants, seuls 60 ont répondu aux 36 questions majeures et sont allés au bout du questionnaire. 59 répondants ont participé partiellement et 21 utilisateurs n'ont pas répondu au questionnaire. Ce dernier chiffre correspond aux utilisateurs qui ont ouvert le questionnaire sans y répondre, et à ceux qui ont ouvert et passé la première étape sans poursuivre. Dans ce cas, les réponses sont automatiques (« N/A » dès l'ouverture du questionnaire et « non » par défaut pour les réponses sautées)

Nous avons également remarqué que sur ces 140 répondants, il y avait 20 adresses IP similaires. Par précaution, nous n'avons pas supprimé ces données car nous n'étions pas sûrs que ce soient des doublons. En effet, l'adresse IP peut signifier qu'une même personne a répondu plusieurs fois au sondage ou que plusieurs personnes ont répondu au sondage en utilisant la même adresse IP (le même serveur proxy, le même appareil connecté au même réseau). Nous pensons également que certains doublons peuvent représenter des situations particulières comme un problème de connexion au questionnaire ou un problème d'affichage[6].

Pour les résultats détaillés plus bas, nous avons effectué un tri à plat. Le tri croisé pourra être nécessaire par la suite si nous souhaitons déterminer des profils « type » (en fonction de l'âge, du genre et des pratiques, ou encore par discipline).

Résultats

Grâce aux explications précédentes, nous pouvons désormais présenter les résultats en nous basant sur la nouvelle proportion : 119 réponses en comptant les réponses complètes et partielles. Nous avons fait le choix de ne pas considérer les 21 répondants par manque d'informations permettant leur qualification.

Les répondants sont majoritairement des enseignants-chercheurs (63) et des doctorants (41) affiliés aux laboratoires IMSIC (15), IAPS (15) et IM2NP (13), mêlant les sciences humaines et sociales et les sciences dures. Au niveau des responsabilités, nous retrouvons davantage l'enseignement (66) et la direction/co-direction des thèses (46).

Concernant les critères socio-démographiques, les répondants sont majoritairement âgés entre 40 et 49 ans (38) et certains ont moins de 30 ans (34) ce qui correspond aux statuts précédents. La proportion est plus importante chez les répondants de sexe masculin (70) que féminin (47).

Lors du test de connaissance basé sur 7 questions, la majorité des répondants savent définir la Science Ouverte (77) et une donnée de la recherche (83). 67 ont été sensibilisé au RGPD. Cependant ces réponses sont contrastées par le manque d'informations concernant la Loi pour une République Numérique (81) et le Plan S (12 personnes seulement ont entendu parler des 10 principes du Plan S). Pour ce qui est des données FAIR, 87 répondants ne connaissent pas les 4 principes.

La majorité des données collectées par les répondants sont de nature : observation (52), données textuelles (45), données chiffrées (31) et des données expérimentales (28). A l'inverse, les données produites après exploitation sont d'une autre nature : textes (69), des tableaux (47), des analyses statistiques (40), des modé-

6 Ensemble des données brutes et anonymisées disponibles en Annexe 2

lisations (37) et des bases de données (32). Pour ce qui est du stockage des données, les résultats montrent que l'ordinateur personnel est davantage utilisé

(62) ainsi le disque dur externe, clé USB, CD/DVD (57). La majorité des répondants n'utilisent pas d'entrepôt de données (83). Concernant l'espace nécessaire pour le stockage, 35 répondants estiment entre 1 et 20GO la quantité d'espace nécessaire. Et plus généralement, les responsables des données (stockage, sauvegarde, archivage) sont les personnes elles-mêmes (87).

La fréquence de sauvegarde est essentiellement journalière (26) et en fonction des besoins (24). 90 répondants n'ont jamais rédigé de DMP (plan de gestion de données).

Concernant l'innovation, on remarque que la majorité des répondants n'ont pas développé d'outil/logiciel nécessitant la création ou la réutilisation de données (71). Quant à l'utilisation des ressources, 52 répondants se servent d'outils gratuits et 42 d'outils ou logiciels *Open Source*. Les répondants n'utilisent pas de licences pour protéger leurs créations (83). Ils n'ont également pas de craintes vis-à-vis de la diffusion de leurs données et de la réutilisation d'autres données de la recherche (62).

Pour la lecture d'ouvrages et d'articles scientifiques, notre cible préfère le format imprimé et numérique (46). Pour effectuer la recherche documentaire et la veille informationnelle, ce sont les moteurs de recherche (Google Scholar, Base, 1findr, Google Books, Isidore) qui sont le plus utilisés (69), suivis par les archives ouvertes de type ArXiv et HAL (59) et les plateformes de diffusion comme OpenEdition, Cairn ou Science Direct (50). Pour obtenir les publications nécessaires à la recherche, les répondants rencontrent quelques fois des difficultés (56). 70 répondants n'utilisent pas d'extensions de navigateur pour faciliter le téléchargement d'articles.

Pour ce qui est des archives ouvertes, seulement 51 répondants les utilisent et plus spécifiquement celles qui sont multidisciplinaires (50) comme HAL, LARA, TEL, PEER ou encore Theses.fr. Les principales raisons d'utiliser ces archives pour les 51 répondants sont les suivantes (par ordre d'importance): garantir un accès libre et gratuit aux résultats de la recherche, obligation (du laboratoire, de l'université ou de l'organisme de recherche), partager et élargir la visibilité de ses recherches, éditer des documents de manière automatique, augmenter l'impact de ses travaux par un meilleur référencement et une meilleure citabilité, apporter une protection juridique à ces travaux et enfin, bénéficier de servies à valeur ajoutée. Concernant la lecture des contrats d'édition lors de la signature, le résultat est mitigé : 33 répondants se sont abstenus et 31 ont répondu « parfois ». En ce qui concerne les motivations pour publier, le premier critère qui apparaît est la diffusion et le partage des connaissances (37 répondants ont choisi ce critère en premier). Ce choix est ensuite suivi par les critères: faire avancer la recherche scientifique; la visibilité, la reconnaissance et la notoriété; la collaboration. Pour les critères de sélection d'une revue, nous avons obtenu plusieurs réponses. Pour la majorité, le choix d'une revue se fait pour son audience et sa spécialisation (35 répondants ont choisi ce critère en premier). Ce choix est ensuite suivi par les critères : la notoriété, les modalités de diffusion, le processus de sélection et de validation, la facilité d'identification, la gestion des droits, les frais de publication. Enfin, cette dernière partie nous informe sur les intentions de notre cible à faire partie d'un processus éditorial ouvert (PCI) : 43 répondants sont favorables contre 41 défavorables.

Les freins concernant la diffusion de la production scientifique sont liés : au manque de temps (50) et aux politiques éditoriales actuelles (32). Pour entretenir le lien social et élargir sa communauté, les réseaux sociaux académiques (de type Académia et ResearchGate) sont davantage privilégiés (50). La majorité des répondants ne vulgarise pas la science (49), ne participe pas aux sciences citoyennes (71) et n'utilisent pas les ressources éducatives libres (REL) de type MOOC (72).

Pour finir, nous avons la partie qualitative du questionnaire correspondant aux questions ouvertes sur leur avis sur la Science Ouverte et sur l'accompagnement des chercheurs proposé par l'Université de Toulon. Dans l'ensemble, les réponses concernant la Science Ouverte sont positives. Cependant, l'accompagnement des chercheurs dispensé par l'Université doit être amélioré et des moyens (humains et matériels) doivent être mis en place.

Limites

Les limites de cet article tiennent avant tout dans le choix du terrain. Les études évoquées tout au long de cette recherche sont basées sur des universités d'une certaine taille. Dans notre cas, nous nous situons dans une université de taille moyenne, sans politique de Science Ouverte à proprement parler.

Ensuite, nous avons rencontré certaines difficultés pendant la réalisation de l'étude. Le lancement de l'enquête a été retardé à cause d'une mauvaise gestion des besoins. En effet, pour envoyer l'enquête à notre cible, nous devions construire notre propre base de données avec les contacts de l'ensemble du personnel de la recherche car le référentiel interne n'était plus à jour depuis 2016. Au lieu d'être envoyé en mars, le questionnaire a été envoyé avant la fermeture estivale de l'établissement, en début d'été. Nous avons suivi 2 procédures :

- Envoi sur les listes de diffusion (laboratoire, direction de la recherche et écoles doctorales)
- Envoi personnel à chaque membre de l'Université de Toulon en fonction de son statut.

À cette contrainte, s'est ajoutée la crise sanitaire de la Covid-19 qui a stoppé la prise de rendez- vous pour effectuer les entretiens semi-directifs.

De plus, au moment du lancement de notre questionnaire, une enquête nationale similaire avait été administrée à la communauté scientifique. Nous pensons que cet imprévu a pu modifier l'engagement de nos enseignants-chercheurs à l'égard de notre questionnaire, tout en privilégiant l'étude de nos collègues qui était plus officielle[7].

Conclusion

Nous pouvons conclure cet article en disant que notre étude se veut ambitieuse par le croisement des méthodologies, ainsi que dans la complémentarité que les résultats tentent de démontrer. L'Université de Toulon

7 Enquête menée par le Comité pour la Science Ouverte, l'Université de Lyon (projet State of open science practices in France-SOSP-FR)

a déjà fait l'objet d'une enquête lors du lancement de l'étude « Enquête sur vos pratiques de publication et d'Open Access » par le Consortium Couperin, clôturé en mars 2019. Le résultat par établissement a montré que moins de dix répondants concernaient l'Université de Toulon, ce qui donne une information significative sur le désintérêt de la communauté scientifique de l'UTLN pour cette étude. Notre enquête a été davantage appuyée et relayée. Nous avons reçu un taux de participation (à l'ouverture du questionnaire) de 25%, dont un taux de réponses exploitables (complètes et partielles) de 21,25%.

Malgré les difficultés rencontrées lors de l'administration du questionnaire, il nous parait nécessaire de rendre compte des résultats obtenus à la gouvernance de l'établissement pour ainsi mettre en place des services et des offres adaptées à la communauté scientifique. L'UTLN fait partie du Consortium Couperin et dispose d'une collection HAL-UTLN ainsi que les portails des laboratoires qui y sont rattachés. Cependant, les résultats de cette enquête montrent que ces dispositifs ne sont pas suffisants.

Cette enquête tente de compléter les précédentes études menées jusqu'à présent pour ainsi mieux comprendre les attentes des enseignants-chercheurs concernant la Science Ouverte. Nous espérons compléter nos données quantitatives par des données qualitatives en réalisant des entretiens semi-directifs avec les 25 répondants qui ont répondu « favorable » pour participer à la suite de notre enquête.

Dans un deuxième temps, nous souhaitons apporter de nouvelles informations sur le long terme grâce à l'outil de cartographie que nous avons mis en place au sein de l'Université de Toulon. Par sa construction, l'outil vise à catalyser la dynamique de dépôt sur HAL, favoriser l'utilisation des archives et aboutir à une consistance de la représentation des expertises d'un établissement qui optimise sa cohérence (validée par les chercheurs eux-mêmes) et sa dynamique. Réciproquement, il s'agit de directement renforcer la contribution aux archives ouvertes et l'appropriation de ces dernières par les enseignants-chercheurs. Etant en phase de test, la version officielle peut encore être augmentée d'ici janvier 2021 (Reymond & Galliano, 2020). Mais le prototype a fait l'objet d'une expérimentation au sein de deux laboratoires pilotes (IM2NP et IMSIC) et sera bientôt développé sur l'ensemble de l'établissement universitaire.

Bibliographie

Ashta, E., Béraud, L., Caillet, C., Gallet, M., Laffont, M et al. (2017). *Enquête Archives Ouvertes COUPERIN 2017* : résultats de l'*enquête.* [Rapport de recherche] Consortium Couperin. https://hal.archives-ouvertes.fr/sic_01858348

Ashta, E., Augouvernaire, M., Caillet, C., Laffont, M., Okret, C et al. (2020). *Enquête sur les archives ouvertes françaises menée par Couperin en 2019* : résultats et analyses. [Rapport de recherche] Rapports et études COUPERIN ; 2, Consortium Couperin. https://hal.archives- ouvertes.fr/sic_02562594

Baligand, M-P., Colcanap, G., Harnais, V., Rousseau-Hans, F., Weil-Miko, C. (2021). *Les pratiques de recherche documentaire des chercheurs français en 2020* : *étude du consortium Couperin.* [Rapport de recherche] Rapport Couperin N°2, Couperin.org., 57 p. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03148285

Boulakbech, S., Hachicha, S., Ben Romdhane, M. (2016). Attitudes du chercheur tunisien en médecine envers le libre accès à l'IST: Cas de la Faculté de Médecine de Tunis. *Revue maghrébine de documentation et d'information*, Institut Supérieur de Documentation, https://hal.archives-ouvertes.fr/sic_01950744

Bourdieu, P. (1975). La spécificité du champ scientifique et les conditions sociales du progrès de la raison. *Sociologie et sociétés* n° 7(1), p. 91-118, http://www.erudit.org/fr/revues/socsoc/1975-v7-n1-socsoc122/001089ar/

Chartron, G. (2018). L'Open science au prisme de la Commission européenne. *Education et sociétés*, n° 41 (1), p. 177-193. https://doi.org/10.3917/es.041.0177

David, P. A. (2013). The Historical Origins of 'Open Science' : An Essay on Patronage, Reputation and Common Agency Contracting in the Scientific Revolution. *Capitalism and Society*, Vol. 3, Issue 2, Article 5, 2008. Available at SSRN : https://ssrn.com/abstract=2209188

Dillaerts, H., Paganelli, C., Verlaet, L., Catherine, H. (2020). *Usages et pratiques en lien avec les données de recherche. Une enquête menée auprès des chercheurs de l'université Paul- Valéry Montpellier 3.* [Rapport de recherche] Université Paul-Valéry Montpellier 3. https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-02902710

Donati, C-S. (2019). *Données de la recherche* : *Quelles pratiques* ? *Quels besoins* ? *Enquête à Aix-Marseille Université.* [Rapport de recherche] Aix Marseille Université. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02493679

Duprat, J. (2019). *Les données de la recherche à l'Université Bordeaux Montaigne* : *Synthèse d'une enquête qualitative auprès des chercheurs.* [Rapport de recherche] Université Bordeaux Montaigne. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02020141

Kumiko, V. (2006). Libre accès à la recherche scientifique : opinions et pratiques des chercheurs au Québec. *Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, vol. 1, n. 1. http://eprints.rclis.org/8558/

Latour, B. & Woolgar, S. (1979). *La vie de laboratoire. La production des faits scientifiques.* Paris : La Découverte.

Lrhoul, H. (2017). La production scientifique des chercheurs de la faculté de médecine et de pharmacie de Casablanca : mesures, cartographie et enjeux du libre accès. [Thèse de doctorat]. Conservatoire national des arts et métiers-CNAM. https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01815122

Merton, R. K. (1973). *The Sociology of Science. Theoretical and Empirical Investigations.* Chicago : University of Chicago Press.

Michel, B., Chekib, V. (2015). *Les pratiques de recherche documentaire, de publication et de diffusion scientifique des productions de la recherche à l'Université Paris-Sud* : *questionnaire à destination des chercheurs, enseignants-chercheurs et doctorants*. [Rapport de recherche] Université de Paris 11. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01292693

Prost, H., Schöpfel, J. (2015). *Les données de la recherche en SHS. Une enquête à l'Université de Lille 3.* : *Rapport final*. [Rapport de recherche] Lille 3. http://hal.univ-lille3.fr/hal-01198379

Quoniam, L., Galliano, C., Reymond, R. (2020). Open Science in France: state of play, legislation, initiatives, tools and measures. *1ª Conferência Luso-Brasileira de Ciência Aberta*, Universidade do Minho ; IBICT ; FCT, Oct 2020, Braga, Portugal. https://hal.archives- ouvertes.fr/hal-02966758

Rebouillat, V. (2019). *Ouverture des données de la recherche* : *de la vision politique aux pratiques des chercheurs.* [Thèse de doctorat]. Conservatoire national des arts et métiers - CNAM. https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02447653

Reymond, D., Galliano, C. (2020). Cartographier de l'expertise des chercheurs et les accompagner vers la science ouverte : le cas de l'outil SOVisuHAL. *7ème conférence Document numérique & Société «Humains et données* : *création, médiation, décision, narration»*, Université de Lorraine ; Crem ; Dicen-IDF ; le CNAM, Sep 2020, Nancy, France. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02955961

Rousseau-Hans, F., Ollendorff, C., Harnais, V. (2019). *Les pratiques de publications et d'accès ouvert des chercheurs français en 2019* : *Analyse de l'enquête Couperin 2019.* [Rapport de recherche] Consortium Couperin. https://hal.archives-ouvertes.fr/cea-02450324

Schöpfel, J. (2018). *Vers une culture de la donnée en SHS* : *Une étude à l'Université de Lille.* [Rapport de recherche] Université de Lille. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01846849

Serres, A., Malingre, M-L., Mignon, M., Pierre, C., Collet, D. (2017). *Données de la recherche en SHS. Pratiques, représentations et attentes des chercheurs* : *une enquête à l'Université Rennes 2* : *Rapport.* [Rapport de recherche] Université Rennes 2. https://hal.archives- ouvertes.fr/hal-01635186

Suber, P. (2016) *Qu'est-ce que l'accès ouvert* ? Nouvelle édition [en ligne]. Marseille : OpenEdition Press. Disponible sur Internet : ISBN : 9782821869806. DOI : 10.4000/books.oep.1600.

CHAPITRE 3

ORGANISATIONS ET REPRÉSENTATIONS DU TERRITOIRE

La construction des imaginaires urbaines : le cas de la ville d'Autun

The Construction of urban imaginaries: the case of the city of Autun

Nanta Novello Paglianti,
MCF Cimeos Université de Bourgogne
nanta.novello-paglianti@u-bourgogne.fr

Mots-clé : espaces, territoires, communication, musées, patrimoine

Keywords: Spaces, territories, communciation, museums, heritage

Résumé

L'article s'inscrit dans une perspective d'analyse de la perception des visiteurs par rapport à la ville et au patrimoine autunois. Nous allons explorer le rôle des images et des imaginaires patrimoniaux dans l'attractivité d'une ville questionnant la notion de « paysage de ville » (Chenet-Faugeras 2007). L'étude réalisé dans la ville d'Autun (Saône-et-Loire) mettra en évidence la perception patrimoniale des publics.

Abstract

The article is part of an analysis of visitors' perception of the city and the heritage of the Autonomous Community. We will explore the role of heritage images and imaginations in the attractiveness of a city, questioning the notion of 'cityscape' (Chenet-Faugeras 2007). The study carried out in the city of Autun (Saône-et-Loire) will highlight the public's perception of heritage.

La construction des imaginaires urbaines : le cas de la ville d'Autun

Nanta Novello Paglianti

Les SIC : une approche communicationnelle du territoire et sa méthodologie

Notre étude cherche à comprendre « les définitions renouvelées de ce «qu'est « un territoire, de ce que sont sa mémoire, ses pratiques culturelles, ses formes imaginées, ses dynamiques sociales et politiques » (Garcin-Marrou 2018 : 136). Une des façons de concevoir le territoire comme vivant et en mutation continue est aussi celui d'observer ses représentations et ses appropriations. Autrement dit : « Proposer une approche info-communicationnelle des territoires, c'est enfin éclairer la communication de l'État non seulement à partir de ses intentionnalités et de ses politiques mais également à partir de sa mise en œuvre et de la confrontation avec les pratiques sociales » (Paillart, 2011 :152).

À ce propos, la notion de pratique (De Certeau 1990, Floch 1990) se révèle significative pour pouvoir comprendre les déambulations, dans notre cas, des habitants et des touristes dans la ville d'Autun. Nous employons ce mot dans le sens de A. Cordier (2011 : 178) : « le concept de pratique implique une dimension sociale forte ; il renvoie à une culture, des actions finalisées, plus ou moins réglées, répétées dans le temps ». Il s'agit concrètement de rendre compte des « tactiques » d'appropriation et des parcours urbains que les que les habitants et les institutions organisent dans un territoire. « Les pratiques de l'espace trament les conditions déterminantes de la vie sociale » (De Certeau 1990 : 146). Les relations entre les constructions spatiales et les parcours dans la ville, les appropriations personnelles (le style) et l'usage (norme sociale) sont des variables porteuses de sens.

Ces réflexions vont s'appuyer sur une étude réalisée en 2018-2019 dans la ville d'Autun[1], commune française située dans le département de Saône-et-Loire, en région Bourgogne-Franche-Comté. Commanditée par la mairie autunoise, l'enquête avait le but de mettre en évidence le rôle de la culture et du patrimoine dans le développement local.

Plus particulièrement, il s'agissait d'entreprendre une étude des publics de deux institutions muséales locales : le Musée Rolin et l'Espace Gislebertus –Destination Autun. Le premier est l'ancien hôtel particulier du Chancelier Nicolas Rolin construit au XVème siècle. Bâtiment classé au titre des Monuments Historiques depuis 1877 et implanté sur la partie haute de la ville, il s'organise autour d'une vingtaine de salles disposées sur plusieurs niveaux.

Le seconde, situé face à la cathédrale St. Lazare, est depuis 2017 un lieu d'accueil, d'information et de médiation pour les touristes et pour les habitants permettant la découverte du territoire d'Autun et du Grand Autunois Morvan. Il a été conçu pour accueillir les visiteurs désireux de recevoir des renseignements sur le

1 Cette enquête a été réalisée par A. Chenevez (MCF en Sciences de l'Information et de la Communication, Centre G. Chevrier) et moi-même grâce à l'association SEA Europe.

patrimoine autunois et régional. Il propose une visite virtuelle du tympan de la Cathédrale autunoise (film en 3D) et fournit des approfondissements (sous forme de maquettes, de panneaux et de vidéos) sur l'histoire de la ville autunoise.

Pour comprendre et étudier la diversité des publics et la perception patrimoniale, nous avons procédé à la rédaction des trois différents questionnaires, les deux premiers dédiés aux deux institutions muséales citées, le Musée Rolin et l'Espace Gislebertus et le troisième soumis à l'attention des habitants de la ville. Les questionnaires anonymes ont été administrés à la sortie des deux lieux culturels et dans différents quartiers de la ville (en centre-ville, dans des quartiers résidentiels et dans d'autres prioritaires).

Le corpus global comptait 1.264 questionnaires subdivisés de la manière suivante (327 recueillis pour l'Espace Gislebertus, 387 pour le Musée Rolin et 550 pour les habitants).

Le questionnaire présenté aux enquêtés (45 questions), se composait de plusieurs parties distinctes. D'abord, la première partie interrogeait les images et les représentations des visiteurs sur la ville d'Autun. Nous souhaitions saisir les modalités de découverte et le niveau de connaissance de la ville d'Autun, et en ricochet les symboles qui s'exprimaient et qui se dégageaient des parcours urbains.

Une deuxième partie portait plus particulièrement sur les questions de réception, c'est -à dire la manière dont les visiteurs percevaient le musée. Quels étaient les impacts communicationnels des éléments muséographiques? (Mitropoulou & Novello Paglianti 2018). Une troisième partie interrogeait les pratiques culturelles des visiteurs en se focalisant sur leur consommation culturelle (cinéma, théâtre, occupations divers et variées) et sur la participation aux manifestations organisées par la ville.

La partie conclusive du questionnaire prenait en considération les images et les mots employés par les interviewés. Quelles énonciations caractérisaient les habitants ? Quelles réflexions se dégageaient de la part des visiteurs occasionnels ?

Une méthodologie quantitative a permis, grâce au logiciel SPHYNX, spécialisé dans le traitement des questionnaires, de mettre en évidence les données les plus significatives d'un point de vue statistique. Ce logiciel a permis de réaliser des croisements entre les variables socio-professionnelles et les réponses liées aux questionnements des espaces museaux et urbains en tant que lieux symboliques et identitaires. Les résultats ont été travaillés aussi par la méthode qualitative. Elle a été appliquée, entre autres, dans la construction d'une enquête adaptée au territoire autunois, à la taille de la ville et à ses spécificités urbaines.

Pour question de brièveté nous allons nous focaliser sur les données issues de l'Espace Gislebertus- Destination Autun (327 questionnaires) dans le but de comprendre la conception patrimoniale des touristes et la construction des éléments fondamentaux des imaginaires urbains.

La communication de l'Espace Gislebertus–Destination Autun : les valeurs de l'histoire et des monuments

Nous allons employer le concept de « représentations » de la ville au pluriel par ce qu'il s'agit de comprendre la ville en tant que système de significations « dont la nature et les logiques diffèrent selon ceux qui en sont

porteurs : à la fois les statuts des acteurs politiques et sociaux, les enjeux de ces interprétations, et la réalité même de l'existence des paysages urbains, sont de nature à structurer des modes spécifiques d'interprétation des formes de la ville » (Sanson 2007 : 6). Dès que l'on investigue le terrain de la part des institutions ou des habitants nous sommes confrontées à diverses perceptions spatiales et à une pluralité des images urbaines impliquant des choix politiques précises.

« Souvent léguée par une histoire plusieurs fois séculaire, et parfois millénaire, la ville représente un fait patrimonial qui inscrit dans l'espace ses tracés, ses architectures, ses monuments et ses œuvres d'art » (Sanson 2007 : 7). Cette phrase pourrait résumer la conception que l'Espace Gislebertus (Destination Autun, DA) fournit du patrimoine autunois à ses visiteurs. Cherchons à comprendre comment elle arrive à communiquer ce portrait d'un patrimoine historique, basé principalement sur la Cathédrale St. Lazaire et ses alentours.

L'espace Gislebertus prend la forme d'une salle divisée en deux parties principales : une partie consacrée au visionnage d'un film en 3D « Révélation » (2013) sur la réalisation et les spécificités du tympan de la cathédrale Saint Lazare ; une autre partie dédiée à une maquette en relief qui explicite l'évolution de la ville au fil des siècles depuis 2.000 ans. Ce dernier espace est doté aussi de deux écrans interactifs à disposition des visiteurs, voués à la découverte des sites proches de la ville et de la communauté des communes du Grand Autunois Morvan. Les murs-rideaux qui entourent cet ensemble illustrent les thématiques et les projets en cours sur le territoire. La circulation dans la structure reste ouverte et libre. L'organisation spatiale reflet un choix du contenu : d'un côté la mise en valeur d'un monument qui exprime une richesse emblématique d'Autun, confié au support filmique d'une durée de 15 minutes; d'autre part la volonté de porter à connaissance des visiteurs l'histoire d'une ville et d'un territoire parfois méconnus permettant de comprendre les évolutions sociales et historiques de la région. Ces supports multi-médiaux placés relativement près, invitent les publics à la découverte d'une spécificité régionale (la cathédrale Saint-Lazare étant le monument le plus visité dans la ville) qui s'inscrit dans une valorisation territoriale plus ample.

La présence dans l'espace Gislebertus de ces supports permet de diversifier l'acquisition du contenu informatif et de rendre plus accessible à un public jeune et varié un lieu riche en histoire comme celui de sa cathédrale. L'emploi des dispositifs technologiques contemporains comme les écrans tactiles, la 3D et les vidéos modifient les rapports avec les usagers et se placent au cœur du dispositif d'exposition. Ils deviennent incontournables pour la vision de l'objet exposé. Le médium devient partie intégrante de l'œuvre et même sa seule trace tangible. Une idée d'immédiateté et de transmission d'un savoir direct est créée par l'usager qui a l'impression de construire son parcours personnel d'acquisition des connaissances.

Dès son ouverture Destination-Autun a été marquée par une importante fréquentation. L'espace a été côtoyé par 2.493 personnes pour son premier mois de visite et ensuite par 2.760 le mois suivant[2]. Ce succès se doit

2 www.villes-internet.net/actions/59dcddef2027374d82e99c6c, consulté le 10/09/2020.

à son emplacement et à sa vocation touristique tournée vers les habitants de la ville pour promouvoir son patrimoine culturel local. Les attentes de la structure ciblent un public large, familial et jeune.

La typologie des publics : l'étranger, le national, le départemental

Même si la notion de public reste encore très complexe et en elle-même très discutée, nous pouvons généralement regrouper sous ce nom toute « personne qui franchit un seuil, un lieu pour entrer dans un espace de visite » (Le Marec 2007 : 84). Notre enquête a mis en évidence que le public présent à Destination Autun se partage dans trois catégories principales : le public étranger, le public français, le public départemental.

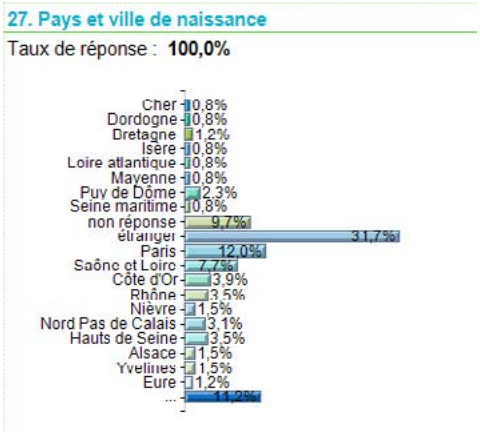


Fig. 1 - Pays/département de provenance du public

Pour la première catégorie, le pourcentage qui concerne les personnes provenant de l'étranger rejoigne le 31,7%. Il s'agit d'un premier ensemble qui regroupe des personnes qui se mobilisent souvent avec leurs propres moyens (voitures et camping-cars) et qui s'arrêtent à Autun pour la visiter, en étant ainsi une ville « étape », tout au long d'un parcours plus ample de découverte régionale. Il s'agit d'un atout pour cette première typologie de visiteurs, attiré par un tourisme vert, amant des étapes brèves de voyage.

La présence d'étrangers est expliquée aussi par l'acquisition de résidences secondaires permettant des déplacements réguliers plusieurs fois dans l'année. Il s'agit des pays européens limitrophes à la France.

La deuxième typologie de public, celui français, se caractérise par une prédominance d'un tourisme provenant de la capitale 12%. Autun reste souvent une ville d'arrêt pour remonter du sud de la France jusqu'au nord. Sa position géographique encourage un tourisme de passage dans le but de rejoindre la destination finale.

Mis à part la situation stratégique, l'intérêt patrimonial peut s'expliquer par différents facteurs. D'abord une curiosité pour un patrimoine historiquement très riche et spécifique. La singularité des vestiges, l'état de conservation des monuments, la condensation à l'intérieur d'une seule ville d'un patrimoine significatif incitent au déplacement.

Un deuxième facteur implique l'âge des visiteurs. Les deux classes les plus significatives concernent les personnes ayant plus de 65 ans et celles entre 55 et 65 ans. Pour ce qui concerne la première, il s'agit d'une catégorie sociale qui est à la retraite, encore active, qui a du temps libre et qui aime visiter d'autres régions

de France. Un tourisme culturel qui préfère approfondir ses connaissances autour d'un patrimoine ancien, reconnu et traditionnel. L'héritage du passé et la promesse de conserver les vestiges en tant que traces identitaires pour les générations futures, incite ces visiteurs à la sortie culturelle.

La deuxième classe d'âge rassemble des visiteurs encore en activité professionnelle et qui pendant les congés ou le temps libre se permettent une promenade culturelle. Il s'agit d'un public marqué par une situation socio-professionnelle stable et avancée qui peut investir du temps dans d'autres activités et cultiver ses intérêts. Les déplacements pour le tourisme diminuent progressivement avec les débuts de l'activité de travail. L'augmentation du public entre les 15 et les 24 ans s'explique ainsi par la présence d'une visite touristique souvent réalisée en groupe familial et caractérisée par la présence des jeunes en période d'étude.

Pour la troisième catégorie du public, celui départemental, le chiffre du 12,4% affiche une tendance mineure de visite d'Autun de la part des habitants de Saône et Loire. Les visiteurs, résidant à proximité, choisissent d'explorer leur patrimoine local pour une raison principale : la visite culturelle du week-end, une possibilité de sortie familiale et/ou amicale et de promenade. Il s'agit d'un tourisme « ressource » parce qu'il est souvent le plus participatif aux manifestations organisées par le département, curieux des nouveautés et des formes originales de découverte patrimoniale. Un public de proximité, ambassadeur du territoire, qui est souvent incitateur de visite dès que l'occasion se présente, disposé à montrer le patrimoine local à des connaissances proches.

Les trois profils des publics esquissés se rejoignent sous différents aspects. Tout d'abord, une présence significative des visiteurs entre les 55 et les 65 ans, donnée commune qui met l'accent sur l'intérêt suscité par la ville de la part d'une classe d'âge en particulier. Un deuxième point fédérateur est le niveau d'étude qui reste assez élevé. Nous constatons une cohérence significative entre le niveau d'étude et les pratiques de loisir. Le pourcentage élevé des visiteurs adeptes de la lecture (71,9%), tous genres confondus, et d'une démarche de prise d'informations volontaire reste un chiffre parlant. Il s'agit d'individus qui présente comme centre d'intérêt le musée (66,8%), lieu qui partage beaucoup d'affinités avec l'Espace Gislebertus et globalement avec une cible familière des lieux culturels. La fréquentation régulière d'opéras, de théâtres, des conférences, des concerts et des cinémas indique une population sensible aux animations et qui visite les lieux culturels pour augmenter ses propres connaissances. Le lien direct entre niveau d'études et consommation culturelle est le premier levier significatif permettant d'identifier un public spécifique, réceptif à une structure comme Destination Autun. Des visiteurs pour la majorité entre 50 et 65 ans, avec un niveau d'études supérieur et sensibles aux ballades culturelles. Les pratiques culturelles sont significatives parce qu'elles ne regroupent pas seulement les activités comme les conférences et les visites des monuments. En effet, ce public est consommateur d'activités comme la peinture, le dessin, la sculpture et d'autres formes d'expression artistique. Il fréquente des associations ou plus généralement des institutions qui favorisent cet apprentissage. La valeur culturelle est l'élément promoteur de la visite des monuments principaux de la ville, comme la cathédrale Saint–Lazaire, premier lieu de découverte.

Du paysage de la ville au paysage urbain : l'imaginaire des touristes

Après avoir explicité la diversité des publics et ses caractéristiques principales, cherchons à comprendre les éléments qui structurent l'imaginaire touristique.

L'imaginaire que la ville d'Autun construit autour d'elle guide et oriente d'une manière complexe le choix d'exploration de certains monuments plutôt que d'autres. Il est pertinent ici de rappeler la différence entre deux notions élaborées par F. Chenet- Faugeras (2007 : 35) celle de « paysage urbain » et de « paysage de ville ». Le premier terme « embrasse la ville du regard et la saisit dans sa totalité ». Il s'agit d'une vision « théorique » des représentations globales d'une ville, issue aussi des supports variés (livres, peintures, photographies) porteuses « d'une valeur modélisante et performative » (2007 : 36). La seconde appellation, concerne la praxis, l'exploration, les parcours que l'usager arpente dans la ville. Une vision partielle et fragmentée de la ville se construit grâce aux trajets que les visiteurs décident d'entreprendre. De là, une conception patrimoniale se dégage en cohérence avec les résultats de visite de Destination Autun : la première impression de la ville d'Autun est centrée autour de l'histoire et de la culture, deux mots les plus représentatifs concernant cette ville.

Dans le nuage des mots ci –dessous, nous avons une confirmation de la perception que les visiteurs se construisent du patrimoine. Cette idée, qui reste encore abstraite, va pouvoir être explicitée à travers la taille des mots qui apparait directement proportionnelle à leur présence à l'intérieur des propos recueillis dans le questionnaire.

Le mot histoire se révèle être le mot –clé, le plus évoqué (247 fois) qui pourrait être employé dans ces cas en tant que synonyme de patrimoine. Cette conception est révélatrice parce que le nombre de visites aux monuments romains de la ville est motivée aussi par une idée de patrimoine centré sur l'ancien bâti, sur la pierre, sur ce qui provient du passé.

Le mot histoire est présent en nombre de 40 occurrences à l'intérieur des définitions fournies par les interviewés. Les autres mots comme culture, passé, héritage (cités 17 fois) sont strictement liés à ce premier.

Fig. 2 - Nuage des mots : « Qu'est-ce que le patrimoine ? »

Nous constatons que le mot patrimoine en lui- même est très peu cité (5 occurrences), toutefois il réapparait sous d'autres définitions plus communes, plus parlantes au visiteur. Les expressions comme culture, passé, héritage doivent être envisagées comme des façons d'approcher et de considérer le patrimoine en lui- même. Elles sont porteuses de sens parce qu'elles affichent une vision de ce qui est parcouru. Nous l'avons déjà identifié grâce aux réponses concernant les premières impressions sur la ville d'Autun : historique et culturelle.

Ce patrimoine se résume pour ce public à l'histoire passée, en tant qu'élément porteur d'une culture et nécessitant d'une préservation en tant que don d'une époque disparue. Ce que cette typologie touristique veut retrouver à Autun ce sont ces traces du passé conser-

vées pour les générations futures. Les définitions du patrimoine les plus employées par l'Unesco[3] en tant que « héritage du passé » et « capital culturel », semblent être les plus appropriées pour la ville d'Autun. Le patrimoine culturel se centre autour de sa matérialité et de la richesse de traditions, d'art et de vestiges historiques.

Quelles sont les mots qui ressortent d'Autun à travers cette « loupe patrimoniale » ? L'adjectif « historique » est le plus utilisé (73%) pour indiquer la réalité actuelle qui marque cette ville. Ce passé imposant est corrélé à la présence des beaux monuments, des musées, des lieux marqués et des traces du passé gallo-romain (39,8%).

L'autre composante que les touristes remarquent même si d'une façon encore largement minoritaire est l'aspect naturel qui se déploie à proximité de la ville : la campagne, la nature et ses possibilités d'excursion.

L'équilibre entre ces deux composantes font ressortir une image d'une ville agréable (41,7%), singularisée par un cadre de vie plaisant et tranquille. La définition de « belle ville endormie », fournie par un visiteur de Destination Autun pourrait correspondre à la réalité actuelle. La proximité de la nature, la petite taille de la ville, son centre- ville historique compact suggère une idée de la ville en tant qu'agréable à vivre (136 occurrences), intéressante, marquée par des beaux monuments.

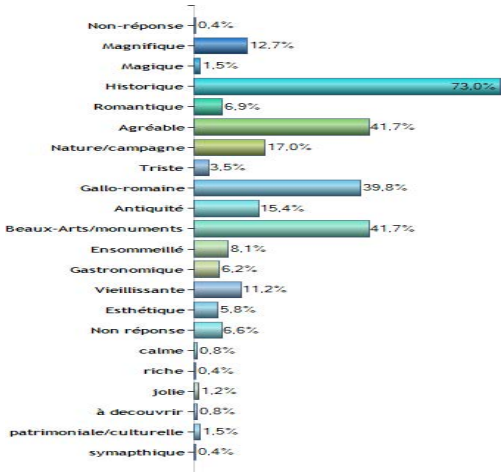


Fig.3 Les mots qui caractérisent la ville d'Autun

Le portrait d'Autun se concrétise par la cathédrale Saint Lazare (74,8), monument emblème de la ville, le plus visité pour sa spécificité remarquable : le tympan (44%). Comme le montre le tableau ci-dessous les touristes s'arrêtent à Autun pour découvrir sa cathédrale.

3 Unesco.org, consulté le 10/09/2020.

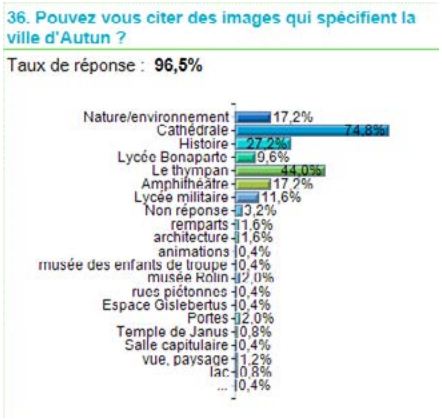


Fig.4 Les images de la ville d'Autun

L'ampleur de cette construction, sa position et ses reliefs, visible par différents points de la ville, alimente le souvenir urbain. La centralité de la cathédrale et son histoire font partie de l'attraction principale. Largement minoritaire, l'amphithéâtre (17,2%) et les autres bâtiments comme le lycée militaire (11,6%) sont parcourus par les publics. Les nombreux vestiges sont représentatifs en tant que part d'histoire mais ils n'arrivent pas à s'afficher dans leur autonomie propre face à au poids de la cathédrale.

Pour conclure : un patrimoine en mutation

Cette étude a mis en évidence la construction des représentations dans l'imaginaire des acteurs sociaux. À travers la façon dont les individus vivent et organisent l'espace, l'on peut comme disait Greimas, considérer « l'espace en tant que forme susceptible de s'ériger en langage spatial permettant de parler d'autre chose que de lui de même que les langues naturelles qui parlent d'autre chose que du son » (Greimas 1976 : 129).

La notion de patrimoine et le rôle des imaginaires dans la construction identitaire du territoire semblent ici cacher deux notions contemporaines essentielles : le partage et la socialité. La prise en considération de ces deux éléments nous interroge encore aujourd'hui sur la notion patrimoniale et sur ses appropriations spécifiques. Différentes perceptions patrimoniales s'articulent dans l'espace public parfois en rentrant en conflit ou simplement en se succédant. Toutefois, les vécus humains, les valeurs, les relations restent les fondements de la réussite de la communication patrimoniale.

Références bibliographiques

Chenet-Faugeras F. (2007). Du paysage urbain, Sanson P. *Le Paysage urbain* : *Représentations, significations, communication*, Paris, L'Harmattan, p. 35-48.

Cordier A. (2011). Le chercheur confronté au duo pratique-imaginaire. Études *de communication*, 37, p. 177-190.

De Certeau M. 1990. *L'invention du quotidien 1. Art du faire*, Paris, Gallimard.

Floch J.-M. 1990. *Sémiotique, marketing, communication* : *sous les signes, les stratégies,* Paris, PUF.

Garcin-Marrou I. (2018). Espace public et production de l'information. Études de communication, n° 50, p. 129-146.

Greimas A. J. (1976). *Sémiotique et sciences sociales*, Paris, Le Seuil.

Le Marec J. (2007). *Publics et musées* : *la confiance éprouvée*, Paris, L'Harmattan.

Mitropoulou E. & Novello Paglianti N. 2018. Entretien avec Joëlle Le Marec. *MEI* 42-43, p. 9-20.

Noyer J. Raoul B., Paillart I. (2011). Images de territoires et « travail territorial » des médias. Études de Communication, 37, p. 149-156.

Sanson P. (2007). *Le Paysage urbain* : *représentations, significations, communication*, Paris, L'Harmattan.

Pour une approche communicationnelle de la gentrification et de ses dimensions culturelles et symboliques

A communication science-bases approach for the study of the cultural and symbolic aspects of gentrification

Simon Renoir, docteur qualifié en SIC
Membre associé du LabSIC (Université Paris 13)
simon.renoir@gmail.com

Mots-clefs : gentrification, symbolique, approche communicationnelle, méthodologie.

Keywords : gentrification, symbolic, communication science approach, methods.

Résumé

Cette communication propose une approche communicationnelle pour l'étude de la gentrification, en particulier de ses dimensions symboliques et culturelles. Il s'agit de réfléchir au rôle que jouent diverses expressions symboliques dans la gentrification, ainsi qu'à la manière de les étudier. Un premier temps fera un état de l'art sur la gentrification, un second temps précisera les rapports entre le symbolique et la communication, un troisième temps ouvrira des perspectives de recherche.

Abstract

This communication offers a communication science-based approach for the study of the symbolic and cultural aspects of gentrification. It questions the way to study various symbolic materials and the role they play in the gentrification process. We draw first a state of the art on gentrification, then we focus on the relations between the symbolic system and communication, and finally we try to open research perspectives.

Pour une approche communicationnelle de la gentrification et de ses dimensions culturelles et symboliques

Simon Renoir

Cette communication prend pour objet la gentrification, qui nous semble être un phénomène particulièrement pertinent dans le cadre d'une réflexion sur les « sociétés et espaces en mouvement ». Elle vise à ajouter aux théories de la gentrification – déjà nombreuses et, pour certaines d'entre elles, d'une grande richesse – une perspective communicationnelle souvent délaissée, en y approfondissant l'analyse des représentations symboliques, culturelles et idéologiques.

Il s'agira de réfléchir au rôle de diverses productions associées à la gentrification, soit qu'elles en sont des expressions symboliques (c'est le cas du design et de l'esthétique de nombreuses boutiques, cafés, et restaurants), soit parce qu'elles en composent le récit (c'est davantage le cas de contenus médiatiques). Comment étudier ces productions ? Quel rôle jouent-elles dans le processus de gentrification ? En quoi la gentrification est-elle aussi un phénomène communicationnel et symbolique ?

Il s'agit d'une recherche exploratoire qui ne présente pas de résultats tirés d'une enquête mais vise à proposer une approche et une méthode pour enquêter sur l'objet qui vient d'être décrit. Néanmoins, nous nous appuierons sur des résultats déjà existants et sur nos propres données provenant d'une enquête de terrain (entretiens semi-directifs, analyse de contenus médiatiques et institutionnels et de discours d'acteurs, observations ethnographiques) réalisée à Detroit (Etats-Unis), afin d'ébaucher des pistes de réflexion qui prendront la forme d'hypothèses.

Dans un premier temps, nous procéderons à un état de l'art sur la gentrification et sur ses dimensions symboliques. Ensuite nous préciserons ce qu'est le domaine du symbolique et nous tâcherons d'expliquer pourquoi une démarche communicationnelle nous semble pertinente pour appréhender la gentrification sous ses aspects symboliques. Enfin, nous tracerons quelques perspectives de recherche afin de prolonger des travaux déjà existants, à nos yeux susceptibles d'être complétés.

La gentrification et ses dimensions symboliques

La première partie dressera un état de l'art de la gentrification, en allant des travaux les plus généralistes vers ceux qui s'intéressent plus spécifiquement aux représentations sociales et symboliques qu'elle suscite.

La complémentarité des théories de la gentrification

Le concept de gentrification apparaît dans la sociologie et les études urbaines en 1963 sous la plume de la sociologue britannique Ruth Glass. Depuis, ce concept a irrigué de nombreux travaux et plusieurs courants de recherche et, même s'il a connu une extension progressive qui justifie certaines entreprises de déconstruc-

tion de celle-ci (Bourdin, 2008), nous considérons qu'il est suffisamment installé et défini pour l'employer à la suite de ces travaux. Chris Hamnett propose une synthèse des diverses définitions et décrit la gentrification comme un « phénomène à la fois physique, économique, social et culturel » qui « implique à la fois un changement dans la composition sociale des résidents d'un quartier, et un changement dans la nature du parc de logements » (Hamnett, 1997 : 4-5).

Deux principales explications théoriques et empiriques de la gentrification ont été proposées et débattues. L'une, centrée sur l'offre et sur la production, explique la gentrification par des mouvements spatiaux de désinvestissements et de réinvestissements des capitaux. Le désinvestissement dans certains quartiers favorise l'apparition d'un « différentiel de loyer » (*rent gap*) qui ouvre des possibilités de profit que les acteurs du marché de l'immobilier vont saisir en réinvestissant dans ces zones (Smith, 1996). L'autre explication, plutôt centrée sur la demande et la consommation, s'intéresse aux changements dans la division sociale et spatiale du travail, qui ont conduit à la désindustrialisation des économies capitalistes avancées et à la croissance du secteur des services (David Ley, cité par (Gervais-Linon, 2006 ; Corbillé, 2009). Ces mutations ont à leur tour induit l'expansion rapide d'une nouvelle classe moyenne, liée à la concentration des fonctions-clés financières, juridiques (Hamnett, 1997), mais aussi culturelles et créatives (Colomb, 2006) dans un nombre restreint de « villes globales » (Sassen, 2004). Enfin, une condition semble décisive dans l'émergence d'un mouvement de gentrification : une préférence culturelle pour la résidence en centre-ville d'actifs travaillant dans certains segments du secteur tertiaire (Hamnett, 1997). L'un des objectifs de notre travail consistera dès lors à étudier les formes et expressions symboliques par lesquelles cette préférence culturelle est produite et se manifeste.

La gentrification, vue au travers de ses dimensions symboliques

Les travaux qui prennent en compte le rôle des aspects symboliques dans le processus de gentrification attribuent généralement leur cause à des stratégies de distinction sociale et en établissent les principales caractéristiques. Sous cet angle, la gentrification est décrite comme une stratégie spatio-temporelle collective et délibérée par laquelle les membres des « nouvelles classes moyennes » se distinguent de la bourgeoisie et des classes moyennes traditionnelles, autant que des classes populaires, dont ils sont pourtant plus proches dans l'espace urbain.

En particulier, les gentrifieurs issus des « nouvelles classes moyennes » développent un habitus métropolitain, opposé à l'habitus suburbain des classes moyennes traditionnelles (Clerval, 2008). Dans la pratique de l'espace urbain, cela se manifeste par une recherche d'authenticité, de diversité culturelle et de multiculturalisme (voir Zukin, 2008 ; Zukin et *al*. 2009 ; Zukin, Lindeman, et Hurson, 2017 ; Corbillé, 2009) et dans la pratique de l'habitat, par la volonté de faire soi-même la réhabilitation et l'aménagement de son logement (Collet, 2013).

Dans les représentations et les rapports symboliques à l'espace urbain, d'autres notent que les gentrifieurs ont un rapport nostalgique, voire un rapport mythique et non pratique au quartier (Bidou 1984 cité dans Clerval, 2008), ou encore qu'ils entretiennent un rapport distancié au monde, façonné principalement par la consommation (Corbillé, 2009). Ainsi décrits, les pratiques et rapports des gentrifieurs dans l'espace urbain sont associés à une appropriation des cultures populaires et de la mémoire de leurs quartiers. Dans le prolon-

gement de cette idée, il a souvent été remarqué que les gentrifieurs ont un rapport contradictoire à eux-même et à leur rôle dans la gentrification d'un quartier. Ils déplorent le fait que le quartier perde son authenticité et sa diversité culturelle tout en étant conscients de leur propre rôle dans ce processus. Ils louent l'aspect multiculturel du quartier mais ne mettent pas leurs enfants dans les écoles du quartier (entre autres (Clerval, 2008), se plaignent de la saleté et du désordre, ou expriment des jugements racistes à l'égard des populations locales : « c'est vraiment la faune » (*verbatim* tiré de Corbillé, 2009). Ces contradictions et la conscience de la conflictualité sociale, voire raciste liée à la gentrification font naître un sentiment de culpabilité qui s'exprime dans les récits des gentrifieurs (Donnelly, 2018).

Des travaux ont tenté une interprétation symbolique de la gentrification et de ses représentations en s'appuyant sur le mythe américain de la « *frontier* ». Ce concept, associé à la conquête de l'Ouest par les pionniers américains, représente dans l'imaginaire collectif américain le point de rencontre entre civilisation et sauvagerie (et entre blancs et indiens) (Turner F. J. 1893 ; Smith, 1996 ; Slotkin, 1998) Ces interprétations mettent en évidence la domination sociale et raciale à l'origine de la gentrification et l'assimilent à une forme de néo-colonialisme (Safransky, 2014). Elles avancent aussi que le discours qui mobilise le mythe de la « *frontier* » [1] sert à rationaliser et à légitimer un processus de conquête par les nouvelles classes moyennes blanches d'un espace urbain au préalable occupé par des populations immigrées et/ou racisées (Smith, 1996). Néanmoins, ces travaux utilisent le mythe de la « *frontier* » dans les discours sur la gentrification comme une métaphore plutôt que comme un cadre d'interprétation tangible des dimensions symboliques de la gentrification. Nous pensons qu'il serait possible et fructueux d'approfondir cette voie d'interprétation en analysant et en déconstruisant encore davantage les discours sur la « *frontier* » et d'autres expressions symboliques liées à la gentrification. Dans cette perspective, l'appropriation de l'espace et des expressions symboliques des classes populaires et des populations racisées dans le cadre de la gentrification mérite une attention plus grande, même si elle a parfois été traitée (par exemple (Corbillé, 2009 ; Gravari-Barbas et Ripoll, 2010).

Le symbolique et la communication

Il convient à présent de préciser les contours du symbolique, puis d'expliquer en quoi une approche communicationnelle permettrait de mieux saisir et de réévaluer les dimensions symboliques de la gentrification.

Contours du symbolique

Un symbole est un signe qui réunit une image (ou un signifiant) et un sens (ou un signifié). Le symbole – ou ce que certains nomment la « fonction symbolique » – est donc avant tout ce qui permet de signifier (Godelier, 2015) ; et le symbolique désigne la relation entre la signification et ses supports (Castoriadis, 1999). Par ailleurs, le sens se produit par un faisceau de renvois et contient toujours la possibilité de sa propre transformation (voir Greimas, 1970 ; Castoriadis, 1999 ; Godelier, 2015) ; il est toujours ambivalent, multiple et n'est jamais transparent. Le même symbole peut signifier plusieurs choses et une même signification peut

1 Nous ne proposons pas de traduction du terme frontier, trop polysémique, qui recoupe un trop grand nombre de représentations dans l'imaginaire américain. En français, le terme est parfois traduit par « frontière », d'autres fois par « horizon ». Si l'on conçoit que la frontière soit aussi un horizon, dépassable à condition de le franchir, alors une synthèse des deux termes expriment assez bien le terme anglais originel. Cependant, même ainsi, une traduction française ne saurait véhiculer la polysémie de sens que ce terme a pris dans l'identité et les représentations américaines.

être représentée par plusieurs symboles différents (Durand, 1993 ; Godelier, 2015). Se joue alors la construction de cultures qui sont des ensembles de codes, de signes et de symboles et qui, comme ces derniers, sont fondamentalement arbitraires et contingentes. Autrement dit, le symbole (comme le langage et la culture) est à la fois ce qui relie et ce qui sépare les humains.

Rapporté à la gentrification, il s'agira donc d'étudier ce qui donne un sens, ou plutôt des sens, au phénomène et à l'expérience de la gentrification pour les acteurs concernés. Les points précédents ouvrent sur de multiples questions. Par exemple, l'imaginaire de la gentrification conduit-il à réunir ou au contraire à séparer des groupes sociaux dans la société ? Ou peut- être, quels groupes unit-il et quels groupes sépare-t-il ?

Le symbolique dans les sciences de l'information et de la communication (SIC)

Une démarche communicationnelle peut permettre de saisir ces dimensions symboliques pour plusieurs raisons. En premier lieu, les phénomènes de communication « se rapportent invariablement à des formes d'échanges symboliques ». En second lieu, l'étude des phénomènes de communication appréhende l'homme et la société sous l'angle des relations qui se tissent entre les individus, les groupes sociaux, les institutions, et ces relations sont saisies sous l'angle des éléments matériels ou formels qui concourent à leur réalisation (Olivesi, 2004). En troisième lieu, cela implique d'étudier les conditions de production et de circulation des formes et expressions symboliques qui créent le(s) sens sur le(s)quel(s) s'appuient les rapports sociaux. Pour cela, nous optons à la suite d'Yves Jeanneret pour une définition active de la communication considérée comme « une activité qui ne se borne pas à transmettre du social déjà existant, mais qui en engendre » (Jeanneret, 2008).

En deuxième lieu, un courant important des SIC déploie une approche socio-sémiotique, qui à la suite d'Eliséo Veron prend pour objet la production de sens selon un processus circulaire, une « circulation signifiante » (Veron, 1991), et insiste sur le double ancrage, du sens dans le social et du social dans le sens (Gomez-Mejia, Le Marec, et Souchier, 2018). Elle analyse la production et la circulation des discours sociaux en partant de la matérialité de chaque expression : articles de presse, affiches, publicités dans l'espace public pour des projets immobiliers, biens symboliques produits par les industries culturelles et créatives, écritures de rue, design des cafés, restaurants et espaces commerciaux qui joue sur la pluralité des perceptions sensibles (visuelles, sonores, olfactives).

En troisième lieu, un autre courant important en SIC s'emploie à construire une théorie des industries culturelles à partir d'approches parfois nommées « socio-économique » (Miège 2006), d'autres fois « communicationnelle » (Moeglin, 2004). Depuis une dizaine d'années, les travaux se sont intéressés à l'extension du concept de culture à la notion de créativité et aux manières d'envisager un rapprochement ou une juxtaposition des industries culturelles et des industries créatives (Bouquillion, 2012) dans la perspective d'une industrialisation des biens symboliques (Bouquillion, Miège, et Moeglin, 2013). Dans ce contexte, l'étude de l'implantation spatiale et de la territorialisation des industries culturelles et créatives a progressivement pris de l'importance dans ces travaux et dans des travaux plus récents qui montrent les interrelations entre les dynamiques spatiales de ces activités et les mouvements de gentrification (Lefevre 2016 ; 2019 ; Renoir, 2018 ; 2019) comme cela ressortait déjà de travaux de géographes et d'urbanistes (voir entre autre (Grésillon et Rey, 2002 ; Andres et Grésillon, 2011 ; Vivant 2009 ; 2012).

Ainsi, les SIC sont particulièrement bien équipées pour proposer une approche communicationnelle de la gentrification qui intégrerait les explications complémentaires de le gentrification déjà existantes pour se concentrer sur l'étude de la préférence culturelle pour la résidence en centre-ville d'actifs travaillant en particulier dans les activités culturelles et créatives, et qui pourrait approfondir les interprétations symboliques du phénomène grâce à l'étude socio-sémiotique de la matérialité des expressions symboliques liées à la gentrification.

Perspectives de recherche

En nous appuyant sur les fondements énoncés ci-dessus, nous souhaitons ébaucher quelques perspectives de recherche. Revenons aux tentatives d'interprétation de la gentrification à l'aide du mythe de la *frontier* afin de problématiser le sujet. La métaphore de la *frontier* exprime adéquatement le mouvement du centre vers la périphérie qu'accomplit la gentrification, et ce à la fois au plan spatial et au plan culturel où elle reproduit la domination culturelle, qui procède de la soumission d'une périphérie à un centre, ou « hérodianisme » (Grignon et Passeron, 1989). Du reste, la domination culturelle cherche à se légitimer dans la construction d'un ordre symbolique, qui correspond aussi à un ordre naturel : « franchir la barrière qui sépare les classes moyennes des classes populaires, c'est sortir de la sphère de la culture pour se perdre dans la «nature» » (*ibid*. : 119). L'on retrouve ainsi la représentation de la *frontier* comme point de rencontre entre la civilisation et la sauvagerie.

Dès lors, on pourra formuler diverses questions : dans quelle mesure les dimensions symboliques et culturelles de la gentrification participent à la légitimation de la domination culturelle ? De quelles façons et selon quels procédés la domination culturelle se cristallise dans les pratiques et les représentations liées à la gentrification ? Quel rôle y joue la production de biens symboliques et d'expressions culturelles ?

Selon Philippe Descola, le « grand partage » entre nature et culture est au fondement de la modernité et, par suite, des schèmes sociaux, symboliques, mentaux, autant collectifs qu'individuels, qui organisent nos pratiques (Descola 2005). Ce grand partage hiérarchise les groupes sociaux (et tous les existants) en fonction du degré supposé de sophistication de leur culture et constitue l'une des origines du légitimisme culturel et du racisme. En suivant cette voie en considérant que l'idée de la *frontier* n'a pas qu'une valeur métaphorique, mais qu'elle peut avoir une portée heuristique, nous faisons l'hypothèse principale que les dimensions symboliques et culturelles de la gentrification, non seulement participent à la reproduction de la domination des groupes sociaux blancs, mais entretiennent également le racisme systémique présent dans les sociétés occidentales.

Néanmoins, une série d'hypothèses secondaires viennent nuancer cela. D'abord, à la suite de Maxime Cervulle, nous considérons que la perpétuation objective de la domination ne relève pas d'un choix déterminé et éclairé des acteurs et actrices, mais plutôt d'un état de la conscience dominante qui entretient des conduites « routinisées » par lesquelles les structures racistes se trouvent parfois reproduites et actualisées de façon non intentionnelle dans les pratiques sociales (Cervulle, 2012). Nous supposons donc que la majorité des acteurs n'a pas conscience de perpétuer une domination culturelle et un racisme systémique, et que même lorsqu'ils en ont conscience, leur marge de manœuvre individuelle est restreinte face à un problème systémique. En-

suite, en allant plus loin, nous supposons que la volonté de multiculturalité et de mixité sociale exprimée par les gentrifieurs et par des politiques urbaines favorisant la gentrification est souvent sincère et peut aboutir, localement, à nourrir des rapports d'interculturalité et une plus grande cohésion sociale.

Toutefois, nous pensons qu'il faut resituer la gentrification dans des dynamiques de production de l'espace et de production du sens qui la dépassent. De ce point de vue, une seconde sous-hypothèse consiste à dire que la gentrification jouerait le rôle de l'arbre qui cache la forêt : tant dans les pratiques que dans les représentations, elle s'intégrerait au nouvel esprit du capitalisme et ainsi, ferait partie des justifications qui soutiennent l'adhésion à un style de vie favorable à l'ordre capitaliste (Boltanski et Chiapello, 1999 : 46). En faisant apparaître le mode de vie des gentrifieurs désirables et en affirmant que la gentrification aurait également des effets bénéfiques sur le tissu urbain et sur certains groupes sociaux, les discours médiatiques et politiques aideraient à légitimer – ou plutôt à masquer, ce qui revient au même – des transformations spatiales et sociales plus profondes qui se situent à d'autres échelles.

Dès lors, ce programme de recherche poursuivrait plusieurs objectifs : repérer et identifier des expressions symboliques par lesquelles la préférence culturelle des nouvelles classes moyennes est produite et se manifeste ; voir si ces expressions participent à la production d'une conscience et d'une idéologie dominantes ; comparer diverses situations locales pour essayer de dégager des invariants et des spécificités.

Une méthodologie prévisionnelle peut être établie sur les bases indiquées lors de la deuxième sous-partie, en ajoutant quelques détails et précisions. D'abord, pour observer un objet d'étude aussi situé dans l'espace urbain que le processus de gentrification, la démarche socio- sémiotique doit se muer en une ethnosémiotique qui prête une attention à l'espace urbain, à ses formes, à son occupation par divers acteurs et à ses représentations visuelles et discursives (Bonaccorsi dans Bonaccorsi et Cordonnier, 2018). En plus d'une analyse sémiotique des discours et des expressions symboliques produites et circulant dans les médias et les industries culturelles et créatives, il serait pertinent d'adopter les outils ethnographiques de l'observation dans les espaces publics et dans les espaces de consommation (boutiques, cafés, bars, galeries d'art, etc.) et des entretiens avec divers acteurs (décideurs politiques, entrepreneurs, résidents, militants, artistes, etc.).

Cela serait complété par une analyse socio-économique des quartiers gentrifiés ou en voie de gentrification et de leurs habitants. Une attention particulière serait portée à celles et ceux qui travaillent dans les industries culturelles et créatives afin de voir précisément les rapports entre profession et choix de résidence. Par exemple, on remarque que les personnes hautement qualifiées dont les tâches professionnelles sont orientées vers des questions de goût, de mode, de design, ou de communication vivent généralement dans les quartiers en voie de gentrification des grandes métropoles, vraisemblablement parce que cet environnement leur permet de « *sentir* la tendance pour ensuite s'en saisir et la mettre en forme » (Boltanski et Esquerre, 2017 : 347). La combinaison permettra ainsi de mettre au jour la territorialisation des industries culturelles et créatives, la localisation des personnes qui y travaillent, et de saisir dans le même mouvement les rapports entre gentrification et production et consommation des biens symboliques.

À cela pourrait s'ajouter des méthodologies inspirées de la sociologie des usages des TIC et qui exploitent les données numériques massives produites par les utilisateurs d'applications informatiques, particulièrement sur téléphone mobile. A la suite de quelques travaux récents (voir par exemple (Zukin, Lindeman, et Hurson, 2017 ; Gibbons, Nara, et Appleyard, 2017) et dans la mesure où l'usage des médias sociaux et des

plateformes numériques est particulièrement intense chez les gentrifieurs (*ibid.*), il serait pertinent d'étudier les usages localisés sur des plateformes de type « service local à la demande » (Flichy, 2019). On pourrait par exemple récolter des données sur les consommateurs et les travailleurs de plateformes de livraison ou de services VTC dans certains quartiers en suivant des méthodologies déjà éprouvées (voir Aguilera, Dablanc, et Rallet, 2018), mais en leur ajoutant des critères relatifs à la gentrification tant dans le recueil des données que dans leur analyse.

Conclusion

Pour conclure, la gentrification nous semble un point d'entrée propice à l'étude de nos sociétés et espaces en mouvement. Ce phénomène contribue à construire et à redéfinir les identités et les socialités. Il peut le faire aussi bien dans le sens d'une interculturalité renouvelée, d'une rencontre entre la culture des classes moyennes et aisées et celle des classes populaires, que dans le sens – le plus souvent semble-t-il – d'une conflictualité entre ces cultures. Approfondir l'étude des dimensions symboliques et culturelles de la gentrification grâce à une démarche communicationnelle méthodique et éprouvée, pourrait mettre en lumière les origines sociosymboliques des contradictions internes au mouvement de gentrification, et ainsi comprendre à quelles conditions les contradictions et conflits pourraient être dépassées.

Références

Aguilera, A., Dablanc L., et Rallet A. (2018). L'envers et l'endroit des plateformes de livraison instantanée. *Réseaux* n° 212 (6), p. 23-49.

Andres, L., et Grésillon B. (2011). Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives. *L'Espace géographique* Tome 40 (1), p. 15-30.

Boltanski, L., Chiapello E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris, Gallimard.

Boltanski, L., Esquerre A. (2017). *Enrichissement : une critique de la marchandise*. Paris, Gallimard.

Bonaccorsi, J., Cordonnier S., éd. (2018). *Territoires : enquête communicationnelle*. Paris, Éditions des archives contemporaines.

Bouquillion, Ph., éd. (2012). *Creative economy, creative industries : des notions à traduire*.

Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes.

Bouquillion, Ph., Miège B., Moeglin P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Bourdin, A. (2008). Gentrification : un « concept » à déconstruire. *Espaces et sociétés* n° 132-133 (1), p. 23-37.

Castoriadis, C. (1999). *L'institution imaginaire de la société*. Paris, Éditions du Seuil.

Cervulle, M. (2012). La conscience dominante. Rapports sociaux de race et subjectivation. *Cahiers du Genre* n° 53 (2), p. 37-54.

Clerval, A. (2008). *La gentrification à Paris intra-muros : dynamiques spatiales, rapports sociaux et politiques publiques*. Thèse de doctorat, Université Panthéon-Sorbonne - Paris I. https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00347824.

Collet, A. (2013). Trajectoires résidentielles de classes moyennes et gentrification des anciens quartiers populaires. *Savoir/Agir* n° 24 (2), p. 41-48.

Colomb, C. (2006). Le new labour et le discours de la « Renaissance urbaine » au Royaume-Uni. *Sociétés contemporaines* no 63 (3), p. 15-37.

Corbillé, S. (2009). Tourisme, diversité enchantée et rapports symboliques dans les quartiers gentrifiés du nord-est de Paris. *Genèses* n° 76 (3), p. 30-51.

Descola, Ph. (2005). *Par-delà nature et culture*. Paris, Gallimard.

Donnelly, K. (2018). The Gentrifier's Dilemma: Narrative Strategies and Self- Justifications of Incoming Residents in Bedford-Stuyvesant, Brooklyn. *City & Community* 17 (2), p. 374-93. https://doi.org/10.1111/cico.12296.

Durand, G. (1993). *L'imagination symbolique*. Paris, Presses universitaires de France.

Flichy, P. (2019). Le travail sur plateforme. *Réseaux* n° 213 (1), p. 173-209.

Gervais-Linon, L. (2006). Espace urbain et gentrification aux États-Unis, évolution des interprétations. *Caliban. French Journal of English Studies*, nº 19 (juin), p. 223-33. https://doi.org/10.4000/caliban.2468.

Gibbons, J., Nara A., Appleyard B. (2017). Exploring the Imprint of Social Media Networks on Neighborhood Community through the Lens of Gentrification: *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, septembre. https://doi.org/10.1177/2399808317728289.

Godelier, M. (2015). *L'imaginé, l'imaginaire & le symbolique*. Paris, CNRS éditions.

Gomez-Mejia, G., Le Marec J., Souchier E. (2018). Verón entre les mondes. *Communication langages* n° 196 (2), p. 9-26.

Gravari-Barbas, M., Ripoll F. (2010). Introduction : De l'appropriation à la valorisation, et retour. *Norois. Environnement, aménagement, société*, nº 217 (décembre), p. 7-12.

Greimas, A. J. (1970). *Du sens*. Paris, Éditions du Seuil.

Grésillon, B., Rey V. (2002). *Berlin, métropole culturelle*. Paris, Belin.

Grignon, Cl., Passeron J.-C. (1989). *Le savant et le populaire : misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*. Paris, Gallimard : le Seuil.

Hamnett, Chr. (1997). Les aveugles et l'éléphant : l'explication de la gentrification. *Strates. Matériaux pour la recherche en sciences sociales*, nº 9 (septembre). http://journals.openedition.org/strates/611.

Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité. Volume 1, La vie triviale des êtres culturels*. Paris, Hermès science publications : Lavoisier.

Lefevre, Br. (2016). *Entrepreneurs musicaux et territoires : Les clusters culturels sous l'emprise des politiques publiques et des acteurs locaux*. Thèse de doctorat, Université Sorbonne Paris Cité. https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02167853.

Lefevre, Br. (2019). Industries culturelles et économie créative. Quels modèles pour la territorialité de la création ? *Communication. Information médias théories pratiques*, nº vol. 36/1 (avril). https://doi.org/10.4000/communication.9965.

Moeglin, P. (2004). *Outils et médias éducatifs : une approche communicationnelle*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Olivesi, St. (2004). *Questions de méthode : une critique de la connaissance pour les sciences de la communication*. Paris, France.

Renoir, S. (2018). *Le tournant créatif à Detroit : Enjeux croisés de la structuration des industries créatives et de la régénération urbaine*. Paris, Université Paris 13.

Renoir, S. (2019). Detroit. Le « tournant créatif » à partir du design ? *Communication. Information médias théories pratiques*, nº vol. 36/1 (avril). https://doi.org/10.4000/communication.10011.

Safransky, S. (2014). Greening the urban frontier: Race, property, and resettlement in Detroit. *Geoforum* 56 (septembre), p. 237-48. https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2014.06.003.

Sassen, S. (2004). Introduire le concept de ville globale. *Raisons politiques* no 15 (3), p. 9-23.

Slotkin, R. (1998). *The fatal environment: the myth of the frontier in the age of industrialization, 1800-1890*. Norman, University of Oklahoma press.

Smith, N. (1996). *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. London; New York, Routledge.

Turner F. J. (1893). The Significance of the Frontier in American History.

Veron, E. (1991). Pour en finir avec la « communication ». *Réseaux. Communication - Technologie - Société* 9 (46), p. 119-26. https://doi.org/10.3406/reso.1991.1835.

Vivant, E. (2009). *Qu'est-ce que la ville créative ?* Paris, Presses universitaires de France.

Vivant, E. (2012). Creatives in the City: Urban Contradictions of the Creative City. *City, Culture and Society* 4 (2), p. 57-63. https://doi.org/10.1016/j.ccs.2013.02.003.

Zukin, Sh. (2008). Consuming Authenticity. *Cultural Studies* 22 (5), p. 724-748. https://doi.org/10.1080/09502380802245985.

Zukin, Sh., Lindeman Sc., Hurson L. (2017). The Omnivore's Neighborhood? Online Restaurant Reviews, Race, and Gentrification. *Journal of Consumer Culture* 17 (3), p. 459-479. https://doi.org/10.1177/1469540515611203.

Zukin, Sh., Trujillo V., Frase P., Jackson D, Recuber T., Walker A. (2009). New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City. *City & Community* 8 (1), p. 47-64. https://doi.org/10.1111/j.1540-6040.2009.01269.x.

Vers une approche territoriale des problématiques liées à l'éducation prioritaire : l'exemple des cités éducatives comme espace en mouvement.

Moving towards a territorial approach to the issues related to priority education: the example of educational places considered as spaces in motion

Barbara Szafrajzen Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication
Aix-Marseille Université, Institut Méditerranéen en Sciences de l'Information et de la Communication (IMSIC)
Barbara.szafrajzen@univ-amu.fr

Jean Moutouh Principal au collège André Chamson (Meyrueis, Lozère),
Docteur en Sciences de l'information et de la communication, Membre associé IMSIC, Marseille
jean-andre.moutouh@ac-montpellier.fr

Mots clés : Cités éducatives, territoire, interaction, sens.

Keywords: Educational places, territory, interaction, meaning.

Résumé

Les Cités éducatives sont des espaces en mouvement parce qu'elles proposent de bâtir un écosystème de coopération d'un ensemble d'acteurs éducatifs et périscolaires autour de l'école. La recherche demande en quoi une approche territoriale de l'éducation prioritaire modifie la relation entre l'école et son environnement. L'intérêt est porté à la construction (Le Moigne, 2003) des interactions et formes d'échanges entre acteurs (l'école, l'université, les services, les lieux culturels, les espaces sociaux, les équipements sportifs, etc.), qu'il s'agisse d'acteurs-entités humaines, matérielles ou idéelles (Szafrajzen, Moutouh, 2017).

Abstract

Educational places are spaces in motion because they propose to build an ecosystem of cooperation between a whole of educational and extracurricular actors around the school. The research asks how a territorial approach to priority education changes the relationship between school and its environment. The interest is given to the construction (Le Moigne, 2003) of interactions and forms of exchange between actors (school, university, services, cultural places, social spaces, sports facilities, etc.), whether they are human, material or ideal actor-entities (Szafrajzen, Moutouh, 2017).

Vers une approche territoriale des problématiques liées à l'éducation prioritaire : l'exemple des cités éducatives comme espace en mouvement.

Barbara Szafrajzen, Jean Moutouh

Introduction

Lors d'une conférence de presse du 25 avril 2018, le Président de la République Emmanuel Macron fait le constat que depuis trente ans, les inégalités de destin ont progressé en France : selon l'endroit de naissance, la famille, ou encore l'école fréquentée, les chances de réussite ne sont pas les mêmes.

Ce constat porte une attention particulière pour les territoires dits « fragiles » et s'appuie sur les « *Repères et références statistiques 2018 sur les enseignements, la formation et la recherche* » émises par la Direction de l'évaluation, de la prospective et de la performance en montrant que l'origine sociale des élèves influence de manière significative la scolarité et les chances de réussite.

Malgré les politiques menées pour répondre au premier article du Code de l'éducation visant à

« *(...) renforcer l'encadrement des élèves dans les écoles et établissements d'enseignement situés dans des zones d'environnement social défavorisé et des zones d'habitat dispersé, et de permettre de façon générale aux élèves en difficulté, quelle qu'en soit l'origine, en particulier de santé, de bénéficier d'actions de soutien individualisé* », les inégalités scolaires persistent encore.

La richesse des projets menés par les établissements scolaires (qu'il s'agisse des écoles, des collèges ou des lycées) s'inscrit dans la volonté des acteurs de l'éducation nationale de répondre aux besoins des territoires (Boissinot, Claus, 2019).

Les Cités éducatives, parce qu'elles proposent de bâtir un écosystème de coopération d'un ensemble d'acteurs éducatifs et périscolaires autour de l'école, modifient incontestablement le périmètre de l'école et des problématiques scolaires.

En ce sens, nous pouvons parler d'une mutation profonde d'un territoire (Gellereau, 2003) par la volonté d'une prise en compte des difficultés scolaires, et non pas par des mesures compensatoires uniquement.

Le présent article tente de répondre à la problématique suivante : « En quoi une approche territoriale de l'éducation prioritaire modifie-t-elle la relation entre l'école et son environnement ? ».

Pour cela, nous présentons tout d'abord les Cités éducatives comme dispositif de l'éducation prioritaire en réalisant un rappel historique à l'aune de chiffres clés. Dans un second temps, nous nous intéressons au territoire Nîmois (quartier Pissevin-Valdegour, Occitanie) comme « territoire apprenant » (Ben Ayed, 2018) et espace en mouvement en nous centrant sur la construction (Le Moigne, 2003) de formes d'échanges

différentes entre les acteurs – qu'il s'agisse d'acteurs-entités humaines, matérielles ou idéelles (Szafrajzen, Moutouh, 2017). Le regard porté sur ce nouvel espace que sont les Cités éducatives nécessite l'adoption d'un cadrage plus large pour donner du sens à leurs interactions.

Les Cités éducatives : un dispositif de l'éducation prioritaire

La mise en place des Cités éducatives répond à une véritable intensification de la prise en charge éducative des mineurs de trois à vingt-cinq ans avant, pendant, autour et après le cadre scolaire à l'aune d'une alliance des acteurs de l'éducation scolaire et périscolaire travaillant dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville.

Rappel historique et chiffres clés

C'est en 1959 qu'est observée une massification des études secondaires avec prolongation de la scolarité obligatoire. En 1977 est créé le collège unique sous l'essor de la loi Haby. Commencent alors les premières interrogations sur les causes de l'échec scolaire avec le lien de l'origine sociale, du niveau d'instruction des parents et de la réussite scolaire.

Dans cette même fin des années 1970 et au début des années 1980, l'idée d'élèves à besoins particuliers née lorsqu'en 1981, Alain Savary crée les zones d'éducations prioritaires (ZAP) ; il s'agit de confirmer l'idée d'un lien entre inégalités sociales, difficultés scolaires et localisation territoriale en donnant davantage à ceux qui en ont le plus besoin et en créant une rupture avec la conception de l'égalité républicaine.

Pour cela, des moyens supplémentaires sont attribués avec l'ouverture du système éducatif aux partenaires extérieurs ; c'est désormais tout le système éducatif qui s'ouvre vers l'extérieur en allant vers une approche globale. Là résident les prémices des Cités éducatives. En 1990 a lieu une première relance de l'éducation prioritaire rappelant l'objectif premier, soit l'amélioration des résultats scolaires des élèves.

En 1997, le rapport Moisan et Simon liste les facteurs les plus efficaces concourant à la réussite des élèves de ZEP tels que la scolarisation précoce en maternelle, le recentrage sur les activités de base (dire, lire écrire), l'ouverture de l'école sur les quartiers, etc.

Ces facteurs sont toujours d'actualité 20 ans plus tard car repris aujourd'hui dans les préoccupations actuelles.

Une 2ème relance de l'éducation prioritaire a lieu en 1997 avec la mise en réseau d'établissements : c'est la création des Réseaux d'éducation Prioritaires dits REP. Chaque réseau établit un contrat de réussite fixant ses objectifs dans le cadre des dix priorités nationales.

Une 3ème relance de l'éducation prioritaire a enfin lieu en 2006 : le socle commun de connaissances et de compétences (BO du 11 juillet 2006) est évoqué, avec en particulier l'affirmation plus forte de la logique de réseau grâce à la formalisation d'un projet de réseau. Il s'agit ici d'encourager les acteurs à innover et à expérimenter.

Lors des années 2014 et 2015 a lieu la refondation de l'éducation prioritaire avec la loi de refondation de l'Ecole du 9 juillet 2013 né du constat alarmant de PISA : près de 40 % des élèves issus de milieu défavorisés sont en difficulté contre 34 % en moyenne dans l'OCDE. Les élèves des milieux les plus défavorisés ont 4 fois moins de chances de réussir.

Ces chiffres démontrent à eux-seuls l'intérêt porté depuis plus de cinquante ans à l'éducation prioritaire.

L'éducation prioritaire aujourd'hui

L'objectif principal de l'éducation prioritaire aujourd'hui est de réduire des écarts de réussite entre les enfants des quartiers prioritaires de la politique de la ville. Pour cela, deux lois importantes sont adoptées : la loi du 8 juillet 2013 d'orientation et de programmation pour l'école et loi du 21 février 2014 de programmation pour la ville et la cohésion urbaine. Elle souhaite atteindre trois objectifs :

- 1 : Lutter contre les inégalités de tous ordres, les concentrations de pauvreté et les fractures économiques, sociales, numériques et territoriales.
- 2 : Garantir aux habitants des quartiers défavorisés l'égalité réelle d'accès aux droits, à l'éducation, à la culture, aux services et aux équipements publics.
- 3 : Développer la prévention, promouvoir l'éducation à la santé et favoriser l'accès aux soins.

Le 27 février 2017, une convention interministérielle est signée entre le ministère chargé de la ville et celui de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Cette convention a pour ambition de traduire l'engagement du ministère de l'Education nationale, de l'enseignement supérieur et de la Recherche à l'attention des habitants des quartiers prioritaires de la politique de la ville sur l'ensemble de ses champs de compétence : réussir en matière d'enseignement scolaire, amélioration de l'orientation, élargissement de l'accès à l'enseignement supérieur et amélioration de la réussite dans les études supérieures.

Perspectives

En termes de perspectives, six différentes orientations et recommandations ont été établies de la part de la Cour des Comptes en octobre 2018 :

Orientation n° 1 : Fortifier l'autonomie, la responsabilité et l'évaluation des réseaux de l'éducation prioritaire renforcée.

Orientation n° 2 : Doter l'éducation prioritaire d'outils d'évaluation plus performants.

Orientation n° 3 : Concentrer l'action publique sur le premier degré en mobilisant les leviers à fort rendement.

Orientation n° 4 : Ajuster la gestion des enseignants aux besoins de l'éducation prioritaire.

Orientation n° 5 : Revoir le processus d'identification des bénéficiaires et réviser les mécanismes d'allocation des ressources.

Orientation n° 6 : Favoriser la mixité scolaire en renouvelant les mécanismes d'affectation des élèves.

Dans le rapport « *Mission territoires et réussite* » remis en novembre 2019 par Ariane Azéma (Inspectrice générale de l'éducation nationale, du sport et de la recherche) et Pierre Mathiot (Professeur des universités)[1] , il est souligné que les dispositifs mis en place dans le cadre de l'éducation prioritaire n'ont eu qu'un faible impact sur les résultats scolaires des élèves et que l'iniquité persiste selon l'indice de position sociale des élèves. Par ailleurs, la ruralité reste en dehors de l'éducation prioritaire ; or, les parcours scolaires post-collège et post-baccalauréat sont pour beaucoup des élèves concernés moins ambitieux et avec des difficultés comparables aux caractéristiques des élèves de l'éducation prioritaire.

Ainsi, le rapport affirme que la politique d'éducation prioritaire est pensée en France comme une politique compensatoire et qu'il est nécessaire d'évoluer vers une politique territoriale d'éducation prioritaire. C'est dans ce contexte qu'un ensemble de dispositifs a été expérimenté dont, au printemps 2019, les Cités éducatives.

Les Cités éducatives comme espace en mouvement

L'ambition des Cités éducatives n'est pas d'être un dispositif de plus parmi d'autres existants mais bien l'occasion de mieux coordonner et renforcer les dispositifs actuels. Il s'agit d'un label accordé aux territoires qui ont montré leur détermination à faire de l'éducation une priorité partagée. Forgées aux prémices par des initiatives menées sur le terrain par les élus locaux, les services de l'État et les associations à Grigny, à Clichy-sous-Bois ou encore à Nîmes, ces Cités éducatives sont portées dans le cadre du rapport réalisé par Jean-Louis Borloo et de la co-construction de la feuille de route gouvernementale pour les quartiers prioritaires menée par le ministère de la Cohésion des territoires. Après un travail de terrain impulsé par les préfets et les recteurs, quatre-vingts territoires sont sélectionnés comme éligibles.

Des mesures fortes (s'adressant aux habitants des territoires de la politique de la ville et s'inscrivant dans la mobilisation nationale gouvernementale) doivent être mises en œuvre à chaque étape du parcours des enfants : scolarisation obligatoire dès trois ans, dédoublement des classes, plan mercredi « Devoirs faits », prime Rep+, etc.

Il s'agit donc d'une véritable intensification de la prise en charge éducative des mineurs de trois à vingt-cinq ans avant, pendant, autour et après le cadre scolaire à l'aune d'une alliance des acteurs de l'éducation scolaire et périscolaire travaillant dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville.

À ce titre, le Dossier de presse du 2 mai 2019 intitulé « *Les cités éducatives* » et rédigé par le Ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse, le Ministère de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales et le Ministère chargé de la ville et du logement précise : « *L'ambition des Cités éducatives n'est pas d'*être un dispositif de plus mais l*'occasion de mieux coordonner et renforcer les dispositifs existants* » afin de parvenir à des « *Territoires à haute qualité éducative* ».

1 Rapport faisant suite à une mission commandée par le Ministre de l'éducation nationale, Jean-Michel Blanquer, et le Ministre de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriale, chargé de la ville et du logement.

Quelques indicateurs au service du pilotage de la politique éducative : l'exemple de l'Académie de Montpellier

Le contexte social de l'Académie de Montpellier demeure complexe et compte 4 sur ces 5 départements qui cumulent pauvreté et chômage : le taux de chômage 1.5 fois plus élevé que le taux national et en terme de pauvreté, elle est la 4ème région la plus pauvre de France métropolitaine.

Ce territoire attractif peine à compenser la forte hausse démographique de ces vingt dernières années. L'académie est marquée par de fortes discriminations sociales que l'école contribue à combler. Les résultats aux évaluations CP/CE1 sont inférieurs à la moyenne nationale et relativement corrélés socialement. Toutefois, les évaluations en classe de 6ème en Education prioritaire sont supérieures à la moyenne nationale.

Dans l'académie de Montpellier, l'éducation prioritaire compte 16 REP et 16 REP+ : 2 REP dans l'Aude, 6 REP et + REP+ dans le Gard, 5 REP et 7 REP+ dans l'Hérault, 3 REP et 3 REP+ dans les Pyrénées orientales.

Ainsi, dans l'Académie de Montpellier, l'éducation prioritaire compte 32 collèges, 31 réseaux, 16 REP (comprenant 83 écoles) et 16 REP+ (comprenant 117 écoles).

Méthodologie et objectif de la recherche

L'objectif de la recherche est d'étudier les interactions entre tous ces acteurs que sont : l'école, l'université, les services, les lieux culturels, les espaces sociaux, les équipements sportifs, etc.

Fondé sur un matériau empirique, nous réalisons donc une analyse compréhensive du fonctionnement de ce réseau d'acteurs : « *Cette méthodologie, (...) le compréhensif (mise en relation des résultats de l'analyse en vue de construire un réseau des significations cohérent). Cette tension permanente entre explication et compréhension, la nécessité d'un va-et-vient continuel, permet de nourrir la recherche du potentiel propre à ces deux pôles. La visée explicative induit une attitude critique, distante. Le mouvement de compréhension implique l'immersion, l'appartenance, l'ouverture à de nouveaux possibles.* » (Chalmel, 2007 : 144).

Le terme de Cités éducatives s'inscrit dans une approche spatiale, territoriale et non temporelle de l'école inclusive. Ce dispositif échappe dès lors, dans sa terminologie, à l'ambivalence décrite par les élèves issus des écoles de la deuxième chance : la tension soulevée entre une nouvelle chance d'insertion professionnelle devient une opportunité mais, dans le même temps, l'opportunité de la dernière chance (Boutinet, 2018).

Ainsi, avec les Cités éducatives, nous pouvons parler d'un territoire apprenant : « *La notion de «territoire apprenant» s'inscrit dans la filiation des politiques éducatives territorialisées, des principes de l'*éducation informelle et tout au long de la vie. Elle trouve également son inspiration autour de la construction de «l*'homme complet» autrement dit de la figure du travailleur à même de s'inscrire dans la «société de la connaissance» (Bier, 2010).* » (Ben Ayed, 2018 : 28).

Les politiques éducatives redécouvrent ce territoire à la fois dans une certaine filiation, lorsque nous remontons à la mise en place dans les années 1980 des Zones d'Éducation Prioritaire (ZEP), mais aussi en rupture puisque cette nouvelle approche territoriale n'est plus auto centrée sur les aspects scolaires et prend en compte l'espace territorial et ses acteurs (Bier, 2010). Les politiques éducatives, et plus généralement les

politiques publiques, font des « *expressions «ville éducatrice» et «territoire apprenant» un label ou un modèle auquel tendre* » (*Ibid.* : 12).

Un espace en mouvement s'appuyant sur une alliance éducative

La richesse des projets menés par les établissements scolaires – qu'il s'agisse des écoles, des collèges ou des lycées – s'inscrit dans la volonté des acteurs de l'éducation nationale à répondre aux besoins des territoires (Boissinot, Claus, 2019).

Le cas du territoire Nîmois

C'est en juin 2019 que commence à se mettre en place le projet, pour faire suite aux réflexions engagées après les annonces du Ministère. Il s'agissait aux prémices de travailler sur une convention tripartite afin de poser le cadre de fonctionnement et se nourrir de l'existant. C'est ainsi que trois strates de pilotage se mettent en place : le comité de pilotage stratégique représentant la gouvernance et ses dirigeants, le comité de pilotage partenaires, constitué d'une trentaine de membres et regroupant des associatifs et institutionnels tels que le Conseil départemental, l'agglomération Nîmoise, la Caisse d'Allocations Familiales, le comité de quartier, les associations locales, etc. Enfin, le comité technique regroupe les acteurs de terrain autour d'un représentant de l'éducation nationale (principal d'un collège), de la direction du service culture et éducation de la mairie et du délégué du préfet.

Ces comités ont vocation à contribuer au montage de projets sur un temps long (trois ans) et la possibilité de réévaluer ou adapter les projets dans le temps.

Les projets proposés et choisis doivent nécessairement s'inscrire dans le *vadémécum* local défini à l'aune du diagnostic mettant en exergue les besoins du territoire. Trois axes de travail sont définis : santé, culture et citoyenneté.

C'est ainsi que plusieurs types d'actions voient le jour chaque année comme le rallye citoyen (action pluripartenariale) ou encore l'action santé service sanitaire (avec la mobilisation d'étudiants en médecine), etc.

Le comité technique devient un facilitateur en assurant la coordination des actions, dans un souci constant de dynamisme et de réponse aux besoins du territoire. En ce sens, la cité éducative devient un levier permettant de coordonner plus lisiblement les actions préexistantes, avec ouverture, dynamisme et mouvement.

Un projet de territoire pour une alliance éducative

Une approche systémique est nécessaire au regard de la pluralité de la « *multiplicité des acteurs impliqués ainsi que la nécessité et l'importance de leurs coopérations* » (Jésu, 2010 : 58). Ces acteurs sont présents tant dans les temps éducatifs (qu'ils soient scolaires, périscolaires, familiaux, de loisirs, de repos) que dans les espaces éducatifs : temps et espaces qu'il convient donc de « croiser » (*Ibid.*) pour comprendre les interactions qui se construisent et le sens des formes d'échanges.

Les Cités éducatives, parce qu'elles proposent de bâtir un écosystème de coopération d'un ensemble d'acteurs éducatifs et périscolaires autour de l'école, modifient incontestablement le périmètre de l'école et des problématiques scolaires. En ce sens, nous pouvons parler d'une mutation profonde d'un territoire (Gellereau, 2003) par la volonté d'une prise en compte des difficultés scolaires non pas par des mesures compensatoires uniquement.

L'acteur est alors en interaction constante avec l'espace dans lequel il évolue, soutenant l'idée de Latour : « *(...) c'est parce qu'on les partage avec des non-humains que les interactions peuvent agir dans le temps et dans l'espace.* » (Latour, 2006 : 47). Dans cette vision, les acteurs construisent eux-mêmes le sens donné à l'objet, et ce sens émerge à travers la connaissance qu'ils ont de cet objet, mais aussi la connaissance qu'ils s'en font, à travers leurs représentations, leurs idéaux, tout comme les relations avec les autres objets, les autres acteurs, et finalement avec leur environnement.

Ici, l'espace « *devient [...] un espace vécu par des hommes qui vont développer des sentiments d'appartenance, et partager histoire, culture, langue, religion. Les concepts d'identité et de patrimoine sont centraux à la compréhension des espaces vécus* » (Gellereau, 2003 : 2). L'espace est en effet perçu comme un territoire lorsque des hommes y habitent et développent un sentiment d'appartenance à ce lieu.

En nous intéressant à la construction (Le Moigne, 2003) de formes d'échanges différentes entre les acteurs, qu'il s'agisse d'acteurs-entités humaines, matérielles ou idéelles (Szafrajzen, Moutouh, 2017), le regard porté sur ce nouvel espace que sont les Cités éducatives nécessite l'adoption d'un cadrage plus large pour donner du sens aux interactions entre tous ces différents acteurs.

L'approche territoriale vise à construire un environnement apprenant pour les élèves, un environnement pour lequel le principe d'agentivité (Fauré, 2010) donne la possibilité aux acteurs humains et non humains d'être en capacité d'agir.

Conclusion

La présente recherche propose une analyse compréhensive du fonctionnement de ce réseau d'acteurs en prenant en compte l'espace territorial et ses acteurs, à travers l'exemple du territoire Nîmois.

Les Cités éducatives, territoire apprenant**,** parce qu'elles proposent de bâtir un écosystème de coopération d'un ensemble d'acteurs éducatifs et périscolaires autour de l'école, modifient incontestablement le périmètre de l'école et des problématiques scolaires.

L'acteur, en interaction constante avec l'espace dans lequel il évolue, construit lui-même le sens donné à l'objet. Ce sens émerge à travers la connaissance qu'ils ont de cet objet, mais aussi la connaissance qu'ils s'en font, à travers leurs représentations, leurs idéaux, tout comme les relations avec les autres objets, les autres acteurs, et finalement avec leur environnement.

Cette forme d'échange territoriale, de par sa nature, est circulaire et invite l'ensemble des acteurs et groupes d'acteurs à travailler ensemble pour un territoire. Pour appuyer nos propos, nous pouvons parler d'un projet de territoire pour lequel ces acteurs et groupes d'acteurs ne travaillent pas seulement « pour » les élèves mais

bien « avec » les élèves sur un temps long et circulaire, privilégiant des allers-retours permanents entre des professionnels de l'éducation, de la pédagogie, de la santé et du social, de l'économie, du monde de l'entreprise et du monde associatif, qui n'est pas simplement rythmé par le temps scolaire (comme c'était le cas pour l'école de la deuxième chance).

Au sein de ces écoles de la deuxième chance, la relation de soutien et de confiance entre formateurs et stagiaires regroupe des formes d'échanges que nous retrouvons dans les Cités éducatives ; toutefois, contrairement à une relation duale entre deux individus, les interactions se nouent entre les structures qui ensuite mettent en relation les acteurs humains, profitant ainsi d'un espace d'échanges plus large et moins dépendant des relations interpersonnelles.

Parce que « *Grandir, ce n'est pas seulement une affaire de tendance héritée* ; *c'est aussi une question d'interaction complexe avec l'environnement facilitant* » (Winnicott, 1988 : 227), le modèle de compréhension du fonctionnement de ces Cités éducatives gagnerait à être enrichi par une approche empirique plus qualitative avec l'utilisation d'entretiens auprès des acteurs clés de cette approche pédagogique. Cela sera assurément un prolongement très intéressant à la réflexion engagée.

Bibliographie

Ben Ayed C. (2018). Éducation et territoire. Retour sur un objet sociologique mal ajusté. *Les Sciences de l'*éducation – *Pour l'*Ère nouvelle, vol. 51, n° 1, p. 15-35.

Bier B. (2010). Territoire apprenant : les enjeux d'une définition. *In* L'éducation tout au long de la ville, *Spécificités*, 2010/1, n° 3, p. 7-18.

Boissinot A., Claus, Ph. (2019). Ruptures : les territoires de l'école. *Administration & Éducation,* 2019/2, n° 162, p.5-7.

Chalmel L. (2007). *Le sujet, le pédagogue et l'historien Pour une épistémologie de l'histoire des idées éducatives*. Communication présentée au Congrès Actualité de la Recherche en Éducation et en Formation [AREF], Strasbourg, France.

Fauré B. (2010). L'agentivité textuelle entre métatextualité et performativité : Le cas des Operguid dans l'industrie pétrochimique. Études de communication, 34(1), p. 61-74.

Gellereau M. (2003). Nous et les autres : les représentations des identités culturelles au service de nouveaux territoires ? Études de communication n° 26. http://edc.revues.org/99

Jésu F. (2010). La participation des enfants et des parents au cœur des politiques éducatives.

In L'éducation tout au long de la ville, *Spécificités*, 2010/1, n° 3, p. 57-72.

Latour B. (2006). *Changer de société. Refaire de la sociologie*, La Découverte.

Le Moigne J.-L. (2003). *Le constructivisme. Modéliser pour comprendre*. Tome 3, L'Harmattan.

Mucchielli A. (2010). *Intervention systémique dans l'entreprise*. Nice, Éd. Ovadia.

Szafrajzen B., Moutouh J. (2017). Une pratique pédagogique en miroir pour éduquer à un média culturel numérique. *In* Corroy L., Roche E., Savignac E., *Education aux médias et pédagogiques innovantes, enjeux et perspectives interculturelles*. Publibook, coll. Universités, p. 27-51.

Winnicott D. (1988). *L'Enfant et le monde extérieur*. Payot.

Musées en mouvement et district culturel

Museums in motion and cultural district

Nicolas Peyre, enseignant-chercheur
Institut du droit de l'espace, des territoires, de la culture et de la communication (IDETCOM),
Université Toulouse 1 Capitole
nicolas.peyre@ut-capitole.fr

Mots clefs : musée, mouvement, territoire, district culturel

Keywords: museum, motion, territory, cultural district

Résumé

Des musées valorisant une marque muséale française se créent hors de l'Hexagone. Ces marques sont prêtées à titre onéreux dans le cadre de contrats spécifiques. Ils sont encore peu nombreux mais ce mouvement dessine une tendance. L'analyse du cadre territorial du Louvre Abu Dhabi (Emirats arabes unis), du Centre Pompidou Málaga (Espagne) et du Centre Pompidou × West Bund Museum Project à Shanghai (Chine) montre que ces nouveaux musées s'inscrivent dans des districts culturels avec des enjeux info-communicationnels pour les pouvoirs publics locaux.

Abstract

Museums promoting a French museum brand are being created outside France. These brands are loaned for a fee under specific contracts. They are still few in number, but this trend is becoming more and more common. Analysis of the territorial framework of the Louvre Abu Dhabi (United Arab Emirates), the Centre Pompidou Málaga (Spain) and the Centre Pompidou × West Bund Museum Project in Shanghai (China) shows that these new museums are part of cultural districts with info-communication challenges for local public authorities.

Musées en mouvement et district culturel

Nicolas Peyre

Introduction

Les musées sont en mouvement. Ils investissent en effet, et de manière assez classique, de nouveaux territoires à l'étranger par leurs expositions itinérantes. Il existe également une modalité plus récente de leur action internationale : la création de nouvelles institutions valorisant leur marque. Cet article s'inscrit dans une recherche plus large qui porte sur la mondialisation des marques muséales publiques françaises. Après avoir traité la question du *pourquoi* cette mondialisation (Peyre, 2018) et du *comment* (Corral-Regourd, Peyre, 2020 ; Peyre, 2020) il est question ici de s'interroger sur le territoire dans lequel se manifeste ce mouvement, soit sur le *où*. Il est dès lors choisi d'analyser les deux marques prêtées à titre onéreux dans le cadre de trois contrats spécifiques à savoir les marques « Louvre » et « Centre Pompidou ». Nous nous posons la question du cadre territorial de ces trois nouveaux musées créés à l'étranger que sont le Louvre Abu Dhabi (Émirats Arabes Unis), le Centre Pompidou Málaga (Espagne) et le Centre Pompidou × West Bund Museum Project à Shanghai, (Chine)[1].

L'économie créative (Bouquillion, Miège, Mœglin, 2013) avec sa traduction en France par le rapport Lévy-Jouyet (2006) et l'incorporation des musées dans ce nouveau paradigme (Desvallées, Mairesse, 2011 : 31 ; Peyre, 2018, 2020) est le premier élément du cadre théorique.

Elle impulse en quelque sorte ce mouvement par la marchandisation des marques muséales alors que les activités des musées se situent en dehors du secteur marchand. Le cadre conceptuel mobilise dans un deuxième temps la notion de district culturel (Valentino, 2001 ; Santagata 2004 ; Sacco, 2006) comme lieu de « destination » de ce mouvement. L'hypothèse est faite qu'il s'inscrit dans une politique publique locale fondée sur la création d'un district culturel (territoire) avec des enjeux info-communicationnels attribués à ces trois nouveaux musées par ces mêmes pouvoirs publics locaux. L'analyse de la tension entre culture (musée), mouvement (mondialisation) et territoire (district culturel) permet de compléter cette recherche sur la mondialisation des marques muséales en définissant le territoire où circulent ces biens que sont les oeuvres d'art des collections des musées français.

1 Ce mouvement est à ce jour composé de ces trois musées. Précisons que des musées Rodin sont également créés dans le monde mais ils ne le sont pas (encore) suite au prêt à titre onéreux de leur marque dans le cadre d'un contrat spécifique, c'est-à-dire la modalité retenue pour cet article. Ils ne sont pas donc intégrés dans le corpus. A Bruxelles, le KANAL-Centre Pompidou (ouverture prévue pour 2023 et grâce à un « phasage » des travaux les lieux ont déjà été investis par une pro- grammation) n'est pas tout à fait identique à nos trois terrains. La programmation artistique sera, en effet, partagée avec le partenaire belge alors que pour Málaga et Shanghai c'est le Centre qui l'assume, par contrat, en totalité et les oeuvres mon- trées à Bruxelles ne viendront pas uniquement des collections du Centre. La fondation Giacometti et le musée national Picas- so-Paris ont signé un accord de « partenariat » avec le musée « 798Cube » à Pékin qui devrait voir le jour au printemps 2021 comme nous l'a confirmé le service de presse de la fondation Giacometti par courriel le 24 juillet 2020. Les deux marques françaises ne seraient a priori pas utilisées dans le nom du musée. C'est pourquoi ce projet n'est pas non plus intégré dans le corpus.

La méthodologie s'appuie, tout d'abord, sur une observation de deux des terrains (Espagne, Emirats arabes unis) et, ensuite, sur des entretiens semi-directifs (Espagne, Chine). Enfin, elle se fonde sur une analyse qualitative de dossiers et communiqués de presse et des sites Web des musées créés et de ceux de leurs partenaires locaux[2].

Ce mouvement des musées est abordé en distinguant deux points. D'une part, il est mis en évidence que le critère de la créativité soumet l'institution muséale aux injonctions d'un discours social (idéologie) et définit un territoire singulier (district culturel). D'autre part, ces trois territoires (Málaga, Shanghai, Abu Dhabi) investis par les marques « Centre Pompidou » et « Louvre » sont analysés pour souligner leurs spécificités et leurs enjeux info-communicationnels pour les partenaires locaux des musées français.

De nouveaux territoires qualifiés de créatifs

La mondialisation des marques muséales par la création de nouveaux musées est récente et réservée à ce jour à quelques « musées super star » (Frey, 1998 : 113-125). Le critère de la créativité permet, d'une part, d'en saisir les causes et, d'autre part, de définir le territoire sur lequel cette mondialisation prend forme.

Musées, mouvement et économie créative

Le premier établissement public muséal français à signer un contrat (6 mars 2007) et prêter à titre onéreux sa marque à l'étranger pour la création d'un nouveau musée[3] est le Louvre (Louvre Abu Dhabi). Cependant, le premier à inaugurer un musée en valorisant financièrement sa marque est le Centre Pompidou, cet « enfant de mai 68 » (Dufrêne, 2000 : 19). Celui qui révolutionna en 1977 le secteur muséal en inventant une nouvelle réalité se retrouve, une nouvelle fois, aux avant-postes avec l'inauguration du Centre Pompidou Málaga, le 28 mars 2015. Le contexte politico-économique n'est plus celui des années 70, c'est dorénavant le paradigme de l'économie créative qui commande.

En effet, si les musées ne sont pas intégrés dans le secteur des industries culturelles, ils le sont dans celui des industries culturelles et créatives (Peyre, 2018, 2020) par la mobilisation de la notion « fourre-tout » (Mat-

2 Il s'agit, d'abord, dans le cadre du Centre Pompidou Málaga (CPM) d'une démarche de participation observante (Marpsat 2005 ; Soulé, 2007) entre 2011 et 2015 liée à la position d'attaché culturel près l'ambassade de France en Espagne de l'au- teur. Ensuite, pour le Louvre Abu Dhabi (LAD), une enquête de terrain a été menée entre le 8 et le 13 septembre 2019. Enfin, une enquête de terrain était aussi prévue à Shanghai au cours du mois de février 2020 mais reportée pour les raisons sanitaires liées au Covid-19. Pour l'analyse du CPM des entretiens semi-directifs ont été menés avec Paco de la Torre, maire de Mála- ga, Miguel de Nova, Manuel Jiménez Rodríguez, ses conseillers, Nathalie Vaguer-Verdier, chargée de mission auprès de la direction du Centre Pompidou pour notamment le CPM et le projet à Shanghai. Deux autres entretiens ont été menés sur uni- quement le musée à Shanghai : un avec Nathalie Vaguer-Verdier le 10 février 2020 et un, le 13 juin 2020, avec Marion Berta- gna, attachée culturelle près le consulat de France entre de 2010 à 2014.
Les sites Web analysés (tous consultés le 9 et le 21 avril 2020) sont : celui du CPM (https://centrepompidou-malaga.eu/) de la ville de Málaga (http://www.malaga.eu/) et de son service « tourisme » (http://www.malagaturismo.com/fr/sections/ville-de- musees/17) ; du Centre Pompidou × West Bund Museum Project (http://www.wbmshanghai.com/en/about-us.php), du district culturel West Bund (http://www.westbund.com/en/index/ABOUT-WEST-BUND/History/West-Bund-History.html); du LAD (https://www.louvreabudhabi.ae/fr/about-us/abu-dhabi), du district culturel (https://www.saadiyatculturaldistrict.ae/), du Tou- rism Development & Investment Company (TDIC) (http://www.tdic.ae/project/saadiyat/pages/saadiyat-cultural-district.aspx), organe en charge du développement du district culturel et lié au ministère de la Culture et du tourisme d'Abu Dhabi et, enfin, de l'agence France-Muséums (http://www.agencefrancemuseums.fr/fr/le-louvre-abou-dabi/presentation-d-abou-dabi/).

3 C'est en réalité plus d'une dizaine d'établissements publics français qui participent à l'opération par le prêt d'oeuvres via l'agence France-Muséums : http://www.agencefrancemuseums.fr/fr/l-agence-france-museums/partenaires/

thews, 2014 : 144) et flou de la créativité. Pour Gaétan Tremblay, cette nouvelle approche (créativité) permet d'utiliser une notion non quantifiable - le potentiel créatif, la créativité - plutôt que les faits c'est-à-dire la production d'une œuvre (Tremblay, 2008 : 84). La notion de créativité est un potentiel et celle de création, un processus de conception.

Ce nouveau secteur économique d'inspiration libérale sert à accroître la marchandisation de la culture (Bouquillion, Miège, Mœglin, 2015). Il favorise, pour les décideurs politiques, son insertion dans l'économie. Puis la notion d'économie créative a remplacé, dès 2005, celle d'industries créatives (Banks, Hesmondhalgh, 2009 : 422). Les deux notions s'articulent entre elles puisque l'économie créative désigne « l'extension, à la quasi-totalité de l'économie, des procès socio-économiques à l'œuvre, notamment d'organisation du travail ou des modalités de création, dans les industries créatives » (Bouquillion, 2010 : 10). Des performances économiques sont, dès lors, intimées aux musées comme augmenter leur taux d'autofinancement et donc « vendre » leur marque par exemple : « avec la question des industries créatives, la marque est promue au rang de modèle de performance économique, industrielle mais aussi sociale et culturelle » (Vénica, 2012 : 85). Cette idéologie est véhiculée, en France, par le rapport Lévy-Jouyet (2006). En résumé, la performance économique des musées devient un indicateur tout en justifiant et accompagnant la baisse des aides publiques (Musso, 2007 : 87). Le recours à des stratégies de marque à l'étranger pour les musées publics est alors vu comme un moyen pour augmenter leurs taux d'autofinancement (il existe d'autres enjeux liés notamment aux collections des institutions mais qui ne sont pas intégrés dans la problématique de cet article). Les deux marques de notre étude sont à situer dans cette dynamique.

Cette valorisation des marques comme résultat d'une injonction d'un modèle économique libéral induit la question du territoire sur lequel ces nouveaux musées sont créés. Le critère de la créativité permet également de définir ce cadre, il s'agit du district culturel.

Musées, mouvement et district culturel

Les travaux de Bernadette Dufrêne démontrent que les expositions itinérantes du Centre Pompidou participaient déjà de sa diffusion internationale et de sa territorialisation : « il s'agit bien d'ancrer l'exposition dans un lieu et ce faisant, d'informer ce lieu, d'en faire son territoire » (Dufrêne, 1998 : 403-404). Il est dès lors proposé, à la suite de cette approche, d'envisager la territorialisation du Centre Pompidou et du Louvre par ces trois nouveaux musées et leur intégration dans des districts culturels.

Le district culturel est une notion à relier à la réflexion d'Alfred Marshall sur le district industriel. Une concentration importante, sur un territoire, d'industries d'une même filière crée une « atmosphère », une « atmosphère industrielle » favorisant ainsi l'échange de connaissances et d'informations source de développement économique (Marshall, 1890). La version américaine du district industriel se retrouve dans la notion de cluster (Porter, 1999).

Plusieurs auteurs s'intéressent à une variante des districts industriels (cluster), le district culturel (cultural cluster). Pour Pier Luigi Sacco (Sacco, 2006), « la création, la diffusion et la circulation du savoir sont les prémisses fondamentales pour le développement du système territorial » (Pilati, Tremblay, 2007 : 392). Il distingue trois modes d'organisation : le modèle de district culturel issu des interventions de planification, le

modèle de district culturel issu d'un processus d'auto-organisation et, enfin, le troisième modèle, le district culturel évolué (Sacco, Blessi, 2005 : 156 cité par Pilati, Tremblay, 2007 : 395), un district culturel qui n'est pas basé sur une seule filière. L'analyse de Valentino définit le district culturel comme s'appuyant « sur une forme plus institutionnelle, conçue par un processus non-spontané » et Santagata construit une typologie des districts culturels (Pilati, Tremblay, 2007 : 395). En définitive, l'élément principal qui les caractérise « est la « création du savoir » et sa circulation dans des contextes créatifs grâce à l'échange d'idées entre différents secteurs et activités » (Pilati, Tremblay, 2007 : 394). Les relations de proximité entre acteurs, les transferts de compétence, l'émulation, les mutualisations sont alors sources de développement économique. Et en ce sens (développement économique du territoire) la mobilisation de cette notion est à lier à l'économie créative et à la question de la marchandisation des marques muséales par le critère de la créativité.

L'Espagne, les Émirats arabes unis, la Chine « accueillent » ces marques « Centre Pompidou » et « Louvre ». Il convient dès lors de s'interroger précisément sur le cadre territorial de ces trois musées.

Des districts culturels à Málaga, Abu Dhabi et Shanghai

Une analyse détaillée du territoire de « réception » de ce mouvement montre que le Centre Pompidou Málaga (CPM), le Louvre Abu Dhabi et le Centre Pompidou × West Bund Museum Project à Shanghai sont chacun intégrés dans un district culturel avec des enjeux info-communicationnels attribués aux deux marques par les pouvoirs publics locaux (les partenaires des établissements publics français) autres que le seul développement économique du territoire.

L'internationalisation du Centre Pompidou dans des districts culturels

Le Centre Pompidou Málaga et « Málaga, ville de musées. Là où habite l'art ».

Le CPM est le 35ème musée de cette ville de 569 130 habitants à la date de son inauguration le 28 mars 2015. Il s'agit d'un nouvel établissement sur un territoire qui développe depuis le milieu des années 2000 une politique culturelle basée sur le secteur muséal. « Au début des années 90, la ville de Málaga compte 4 musées. En 2015, il y en a 35 » (Nova, 2015 : 11). La municipalité justifie ce choix en définissant les musées « comme (des) centres culturels qui joueront un rôle de rayonnement du progrès éducatif, culturel, économique et social dont la ville avait besoin. Une irradiation dans son propre environnement et une irradiation de la ville vers l'extérieur » (Nova, 2015 : 8). Le maire, Paco de la Torre, détaille cette fonction dans le dossier de presse publié à l'occasion de l'inauguration du CPM : « ils sont un moteur économique et touristique, un élément essentiel de la culture, de l'éducation et de la formation aux valeurs de la société contemporaine des futures générations malaguènes » (Centre Pompidou Málaga, 2015 : 5).

Cette politique culturelle municipale est donc basée sur la création d'un district culturel monofilière et le CPM en devient l'étendard : « *Je dirais qu'avec Pompidou, c'est l'entrée en première division… en première division en termes footballistiques, de Málaga dans le cercle des grandes villes européennes de la culture. Málaga se hisse au niveau de Madrid et de Barcelone* » explique Manuel Jiménez Rodríguez, un des conseillers du maire. La municipalité a elle même impulsé la création de musées (CPM, Colección del museo ruso

St Petersburgo/Málaga) et aussi fédéré ceux initiés par la Communauté autonome d'Andalousie (Museo Picasso Málaga) et par des initiatives privées (Centro de Arte de la tauromaquia - Colección Juan Barco) ou religieuses (Ars Málaga-Palavio Espiscopal). Elle lance (le 18 avril 2017) le slogan « Málaga, ville de musées. Là où habite l'art » pour caractériser ce district et met donc en quelque sorte en scène le territoire « par sa mise en musées » (Appel, Bando & Boulanger, 2008). Paradoxalement aucun entretien mené avec les représentants de la ville (maire, directeur général des services de la mairie, conseiller politique du maire, responsable du Centre Pompidou Málaga) ne fait allusion à ce concept de « district culturel », pas plus que la communication municipale (site Web de la ville, site web du musée) ou encore le dossier de presse de l'inauguration. La municipalité a donc créé un district culturel monofilière sans véritable référence théorique affichée. Ce territoire est en revanche investi d'enjeux info-communicationnels très clairs.

La stratégie en créant ce district est aussi de modifier l'image de la ville : devenir aussi une ville associée à la culture (et non plus uniquement au diptyque plage et soleil) dans une logique de concurrence avec les autres capitales touristiques andalouses (Cordoue, Séville, Grenade) et ne plus être une ville de passage. « Cette nouvelle image a pour objectif de développer un tourisme culturel comme complément d'un tourisme de plage pour diversifier ses sources de revenus. En somme, pour la ville, « il fallait transformer son attractivité touristique et culturelle en se dotant d'une infrastructure culturelle innovante basée principalement sur les musées » (Nova, 2015 : 9). Ce district culturel s'est consolidé depuis 2015 avec notamment la réouverture du « musée de Málaga » (Palacio de la Aduana) en 2016. L'objectif économique (nouvelles ressources) est donc lié à des enjeux d'image et de positionnement de la ville au niveau national et international. Le district culturel muséal et plus particulièrement le CPM, son fer de lance revendiqué par la municipalité, sont « chargés » de cette mission. Les musées sont, en l'espèce, perçus comme des « balises territoriales et communicationnelles » (Colomb, 2012 : 179).

Le Centre Pompidou × West Bund Museum Project et le « West Bund Culture Corridor » de Shanghai.

En 2011, à la suite de l'exposition universelle de 2010 de Shanghai, le district de Xuhui de la ville lance le « West Bund Culture Corridor », comme l'explique son site Web, dans le cadre du plan directeur « Shanghai 2016-2040 » sur ce qui est alors l'ancien aéroport de Longhua. L'objectif est de créer « l'un des plus grands quartiers culturels de Shanghai et d'Asie » (Centre Pompidou, 2019 : 1) comme « une destination culturelle mondiale de premier plan » (Centre Pompidou, 2019 : 5). Créée en 2012, c'est l'entreprise publique, la Shanghai West Bund Development Group Co Ltd (West Bund Group), « (…) un aménageur, financé à 100% par le district de Xuhui » qui est « en charge du développement, de l'exploitation et de la gestion des berges du district de Xuhui sur une superficie de 10 km2 » le long de la rivière Huang Pu explique Nathalie Vaguer-Verdier. C'est, ajoute-t-elle, l'» émergence d'un quartier créé de toutes pièces » avec des habitations, des entreprises et un prisme culturel et haute technologie »[4]. En effet, l'aménagement de ce quartier comprend également, comme le précise son site Web, le West Bund Media Port, le West Bund Smart Valley et le West Bund Financial Centre avec des entreprises comme Tencent, Xiaomi ou CCTV.

Il est relevé sur le site Web du West Bund Group l'expression de « corridor culturel » (« West Bund Cultural Corridor ») et celle de « *cluster* ». Et ce sont « plus de 20 institutions culturelles et artistiques (qui) se sont

4 Pour consulter les institutions autres que culturelles : http://www.westbund.com/en/index/KEY-PROJECTS/All-Projects/ show_list#type_2_60.

réunies le long des 8,4 km de rive ininterrompue du West Bund, telles que le Long Museum, le Yuz Museum, le Start Museum, le Tank Shanghai, le programme de coopération Centre Georges-Pompidou & West Bund, et le cluster de théâtre émergent, formant la plus grande zone artistique d'Asie ». Il s'agit donc bien d'un district culturel (intégré dans un programme plus vaste) clairement nommé (« corridor culturel », « cluster »), composé de plusieurs musées et également d'institutions culturelles[5]. Il est le résultat, comme à Málaga, d'une politique publique volontariste mais s'en diffère car ce district n'est pas monofilière.

Le Centre Pompidou signe un contrat d'application avec le West Bund Group le 18 décembre 2018 à la suite protocole d'accord de 2017 (Centre Pompidou, 2019 ; 2017). Il scelle ainsi le partenariat avec cette entreprise publique pour la période 2019-2024. Et le musée est inauguré sur ce territoire le 8 novembre 2019. Intégrer ce district culturel est valorisé par la direction du Centre Pompidou qui reprend la notion dans un communiqué de presse (Centre Pompidou, 2017 : 2) et son site Web (« situé au cœur du nouveau quartier Xuhui Waterfront, destiné à devenir le plus grand « corridor culturel »). Il est vu, par ailleurs, comme un argument pour le Centre explique Nathalie Vaguer-Verdier : « Avec déjà des galeries, des musées (…), avant qu'on arrive il y avait déjà des institutions culturelles avec la volonté affichée d'en faire hub, notamment ce quartier, une place artistique dynamique, donc nous ça nous allait bien (…) »[6]. La recherche sur ce musée est en cours (inauguration récente et report de l'observation sur le terrain comme expliqué plus haut) et les premiers éléments montrent, comme à Málaga, des enjeux info-communicationnels pour les partenaires locaux. Les premières analyses permettent de distinguer un objectif de communication nationale et internationale par ce district et donc aussi par le Centre Pompidou × West Bund Museum Project. D'une part, il s'agit pour Shanghai de se positionner face à Pékin comme ville de création et d'innovation car la capitale est, elle, perçue comme une ville administrative. D'autre part, « Shanghai se positionne très clairement en hub artistique au niveau l'Asie (…) » explique Nathalie Vaguer-Verdier avec notamment ce district culturel et ce musée, premier « grand » musée public étranger à s'y implanter *de cette manière* (avec sa marque). Comme à Málaga, la marque « Centre Pompidou » sert le projet communicationnel du district et de la ville car, détaille Marion Bertagna, l'ancienne attachée culturelle, ce musée c'est Le musée du West Bund, « ils avaient prévu de faire ça depuis assez longtemps, simplement ils n'avaient pas de contenu pour ce musée, donc c'est important pour eux, c'est leur image ». C'est, en d'autres termes, le musée public de la zone et de l'aménageur public « avec leur nom ». Il le symbolise même si « c'est un projet parmi d'autres » pour le West Bund Group « parce qu'ils ont tout le reste de la zone à développer » ajoute-t-elle.

La création du Louvre Abu Dhabi (LAD) aux Émirats arabes unis (EAU) est également intégré dans un territoire qui fait explicitement référence, comme à Shanghai, à la notion de district culturel.

5 West Bund Art Center (2015) ; YUZ Museum ; Long Museum West Bund (2014) ; The West Bund Culture and Art Pilot Zone (2015) (avec Shanghai Center of photography (SCôP) the Shanghai DreamCenter Showroom, the ShanghART West Bund Space, the Exception de Mixmind Design Center, Tiehai's Studio, Dingyi's Studio, Qiao's Space, Aike-Dellarco, Ate- lier Deshaus, Atelier Z+, GaoMu's Studio, TM Studio, and Fab-Union Space) ; West Bund Fine Art Storage ; Tank Shanghai Art Park (2019) ; Start Museum ; West Bund Art and Design fair (2014), the West Bund Food Festival, the Art West Bund 2018 FW, Water Theater. Il y a également des galeries comme notamment la galerie française Perrotin. Source : https:// www.perrotin.com/fr/about. Site Web consulté le 9 avril 2020.

6 Ce n'est évidemment pas le seul argument qui a présidé à cette création mais c'est le seul que nous soulignons dans le cadre de cet article car lié à sa problématique. Cette inauguration à Shanghai est à penser à l'aune du nouvel axe de la politique internationale de Pompidou, les Centres Pompidou Provisoires (Peyre, 2020).

Le Louvre Abu Dhabi et « le district culturel » de l'île de Sa'adiyat

La création du LAD s'inscrit pleinement dans un territoire nommé « district culturel » par les pouvoirs locaux qui l'instrumentalise à des fins info-communicationnelles pour l'émirat.

L'île de Sa'adiyat, « le district culturel ».

Le LAD est inauguré le 8 novembre 2017 dans une ville composée de sept districts dont un (l'île de Sa'adiyat) à vocation culturelle et explicitement nommé « le district culturel » ou « quartier culturel »[7]. Il est construit sur cette île d'une superficie de 27 km². Le site Web du district présente les 6 institutions culturelles qui le composent. Il s'agit du Guggenheim Abu Dhabi par l'architecte Franck Gehry (prévu initialement pour 2012 et pas encore construit) ; du Zayed National Museum par l'architecte Norman Foster et en partenariat avec le British Museum pour le commissariat (prévu pour 2021) ; du centre culturel Manarat Al Saadiya (2009), du UAE Pavillon par Norman Foster (2011) - pavillon des EAU à l'exposition universelle de Shanghai de 2010 et rapporter de Chine - et, enfin, du Performing Arts Centre (sur les plans de Zaha Hadid). D'autres institutions étaient prévues comme un musée maritime par l'architecte Tadao Ando. L'île de Sa'adiyat accueille également des habitations, des commerces, l'école Cranleigh Abu Dhabi (2014), la New York University Abu Dhabi (2010) et le Berklee Abu Dhabi Center (2020). Il existe donc une volonté de rassembler des musées et des institutions culturelles sur un même territoire pour créer un district culturel nommé comme tel par le pouvoir local. Les enjeux de cette création et du LAD sont à lier à la population d'Abu Dhabi, aux autres émirats et enfin à l'Occident.

Les enjeux du district culturel et du Louvre Abu Dhabi.

Il est possible de noter trois enjeux principaux. Tout d'abord, il existe un enjeu de politique régionale et internationale. Le district culturel de l'île de Sa'adiyat est un des éléments de la rivalité entre Abu Dhabi, Dubaï au fort rayonnement culturel et le Qatar (avec son influente chaîne de télévision Al-Jazira). L'inauguration en 2017 du LAD participe de cette concurrence dans une logique de marketing territorial et comme « un outil de résistance » (Kazerouni, 2015 : 88-89) au niveau régional. Le « district culturel » et le LAD servent également à améliorer l'image à l'échelle mondiale de l'émirat d'Abu Dhabi, dont deux ressortissants figuraient parmi les kamikazes du 11 septembre 2001 (Kazerouni, 2017a : 23, 115, 118). Ensuite, l'objectif est de favoriser le tourisme occidental. L'argument économique pour anticiper l'ère de l'après-pétrole fait référence à « l'effet Bilbao » (Kazerouni, 2017a : 18) et à la capacité qu'un musée construit par un « starchitecte » aurait à développer l'économie d'un territoire. Une exposition explicative du projet de ce futur district culturel et présentée à Abu Dhabi en janvier 2007 établit un lien direct avec l'effet « Bilbao ». Un des axes de cette diversification est la création de ce district culturel dont l'objectif est de favoriser la venue de touristes occidentaux. Enfin, ce district et le LAD répondent à des enjeux de politique interne. En effet, l'approche « développementaliste » du discours officiel des Emiratis leur permet, comme l'analyse Kazerouni, de justifier une succession d'étapes vers la démocratie et retarder par conséquent son avènement tout en maintenant sa position de monarchie autoritaire. Ainsi, et loin du point de vue communément diffusé en Occident, le LAD renforce l'autoritarisme : il « accompagne la bascule des EAU d'une monarchie à l'anglaise, collégiale, vers

7 Sources : les sites Web mentionnés plus haut.

une monarchie absolue. Que ce passage s'opère avec le nom du Louvre, symbole de la Révolution française et de la République, a quelque chose d'ironique » (Kazerouni, 2017b).

Conclusion

Analyser le mouvement à l'étranger des marques muséales publiques françaises nécessite ce détour par le territoire pour tenter de mieux le cerner. Il s'inscrit pour l'instant, et c'est la première conclusion de notre étude, dans le cadre territorial de districts culturels. Les marques « Centre Pompidou » et « Louvre » sont, par ailleurs, celles qui symbolisent les premières ces trois districts car les premières à la notoriété mondiale à y être inaugurées. Il conviendra d'analyser les éventuelles prochaines ouvertures d'un musée pour confirmer ces résultats. Et dans le cas contraire, il serait intéressant de s'interroger, d'une part, sur pourquoi ce choix et, d'autre part, se poser la question de savoir si ne pas être intégré dans un district culturel revêt plus d'intérêt pour un musée français qui prête à titre onéreux sa marque.

La seconde conclusion concerne le rôle joué par la marque muséale et les enjeux qui sont attribués à ces districts culturels. Ils sont également info-communicationnels (et pas uniquement économiques) et s'avèrent, *in fine*, être synonymes d'une instrumentalisation politique des marques par les pouvoirs locaux. Les rapports entre musée et politique ne sont pas une nouveauté (Arpin, 1999 ; Poulot, 2016) et « leur dénonciation est d'ailleurs une banalité de la critique de l'institution, accusée de fournir une vitrine prestigieuse aux pouvoirs » (Poulot, 2008 : 197). Et dans le cadre d'une « géopolitique du musée » (Mairesse, 2019) ils sont aussi vus comme des « instruments des pouvoirs » (Paquette, 2015). Notre analyse apporte un éclairage complémentaire à ce constat (Aronsson & Elgenius, 2014 ; Lord & Blankenberg, 2015 ; Paquette, 2015 ; Mairesse, 2019). La marque devient, en effet, une nouvelle modalité de cette instrumentalisation en « servant » non pas uniquement l'État dont elle dépend - « vitrine de la réussite de leurs pays » (Mairesse, 2019 : 119) - mais également les intérêts d'autres États grâce à la fonction de média du musée (Davallon, 1992). La marque muséale perçue, dès lors, comme un instrument au profit d'autres puissances peut amorcer, de ce point de vue, une possible reproblématisation de ce mouvement des musées.

Bibliographie

Appel V, Bando C. & Boulanger H. (2008). *La mise en culture des territoires. Nouvelles formes de communication événementielle et initiatives des collectivités locales*. Nancy : Presses Universitaires de Nancy.

Appel V, & Boulanger H. (2009). La communication culturelle décentralisée ? *Communication et organisation*, n° 35, p. 70-80.

Aronsson P, & Elgenius G. (2014). National Museums and Nations-Building in Europe 1750-2010 : Mobilization and Legitimacy. Continuity and Change. Londres : Routledge.

Arpin R. (1999). *La fonction politique des musées.* Montréal : Editions Fides.

Banks M. & Hesmondhalgh D. (2009). Looking for work in creative industries policy. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 15, n° 4, November, p. 415-430.

Blanchet A. & Gotman A. (2017). *L'entretien*. Paris : Armand Colin.

Bouquillion P. (2010). Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication. *tic&société,* vol. 4, n° 2.

Bouquillion P. Miège B. & Mœglin P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques* : *les industries créatives en regard des industries culturelles.* Grenoble : PUG.

Centre Pompidou (2017). Communiqué de presse, 18 juillet 2017.

Centre Pompidou (2019). Communiqué de presse, 8 novembre 2019. Centre Pompidou Málaga (2015). Dossier de presse, 28 mars 2015.

Colomb V. (2012). Le musée comme balise territoriale et communicationnelle. *Musées en mutation, un espace public à revisiter,* Corral-Regourd M. (dir.). Paris : L'Harmattan, p. 283-292.

Corral-Regourd M. & Peyre N. (2020, à paraître). L'internationalisation des musées : entre stratégies de marques et diplomatie d'influence. *Les Enjeux de l'information et de la communication.*

Cour des comptes (2019). *La nécessité d'une stratégie entrepreunariale sur le nouveau marché mondial de l'ingénierie culturelle*. Paris : Cour des comptes.

Davallon J. (1992). Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée. *Publics et Musées*, n° 2, p. 10-18.

Desvallées A. & Mairesse F. (2011). L'organisation des musées : une évolution difficile. *Hermès, La Revue*, vol. 61, n° 3, p. 30-37.

Dufrêne B. (1998). *Art et médiation* : *Le cas des grandes expositions inaugurales du Centre Georges Pompidou (Paris-New York, Paris-Berlin, Paris-Moscou).* Université Grenoble III, thèse en sciences de l'information et de la communication.

Frey B. (1998). Superstar museums: an economic analysis. *Journal of cultural economics*, n° 22, p. 113-125.

Kazerouni A. (2015). Musée et soft power dans le Golfe persique. *Pouvoirs*, n° 152, p. 87-97. Kazerouni A. (2017a). *Le miroir des cheikhs.* Paris : PUF.

Kazerouni A. (2017b). Le Louvre Abu Dhabi est un symbole du resserrement autoritaire des Émirats Arabes Unis. *Le Monde*, 9 novembre 2017.

Lévy M. & Jouyet J.-P. (2006). *L'*économie de l'*immatériel* : *la croissance de demain.* Paris : La Documentation française.

Lord G. & Blankenberg N. (2015). *Cities, Museums and Soft Power*. Washington: American Association of Museums.

Mairesse F. (2019). Géopolitique du musée : les enjeux de la fréquentation. *Politique et sociétés*. Vol 38, n° 3, p. 103-127.

Marpsat M. (2005). Associer les méthodes quantitatives et qualitatives : l'étude du journal en ligne d'Albert Vanderburg, cybernaute et sans-domicile, *XXVe Congrès International de la Population, organisé par l'Union Internationale pour l'*Étude Scientifique de la Population, Tours, 18-23 juillet.

Marshall A. (1890). *Principles of Economics*. London: Macmillan and Co, 8th edition.

Musso P. (2007). Une critique de l'« économie de l'immatériel » vue par le rapport Jouyet-Lévy. *Quaderni*, n° 64, p. 81-88.

Peyre N. (2018). De quoi le Centre Pompidou Málaga est-il nom ? *Actes du XXIème congrès de la SFSIC*, 13-15 juin 2018, MSH Paris Nord, p. 185-197.

Peyre N. (2020, à paraître). La mondialisation des marques muséales et la diplomatie d'influence. Le Centre Pompidou Málaga. *Culture & Musées.*

Matthews J. (2014). *Un parcours de recherche au croisement de la théorie critique et des approches socio-économiques des industries culturelles. Bilan et perspectives.* Université Toulouse 2-Jean Jaurès, habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication.

Nova (de) Pozuelo M. (2015). *Museos de Málaga: Espacios para la integración. Candidatura Premio Ciudadanía 2015, Memoria de la candidatura del Ayuntamiento de Málaga para optar al Premio Ciudadanía 2015 convocado por la Agencia de Evaluación de las Políticas Públicas y Calidad de los Servicios (AEVAL) del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas*. Málaga : Ayuntamiento de Málaga, 29 p.

Paquette J. (2015). Les musées, instruments des pouvoirs. *Nectart*, vol 1, p. 41-46.

Pilati T. & Tremblay D-G. (2007). Cité créative et District culturel ; une analyse des thèses en présence. *Géographie, économie, société,* vol. 9, p. 381-401.

Porter M. (1999). *La concurrence selon Porter.* Paris : Ed. Village Mondial.

Poulot D. (2008). Gloires et opprobres au musée. *Sociétés & Représentations,* 2008/2 (n°26), p.197-217.

Poulot D. (2016). Introduction. *Culture & Musées*, n°28, p.13-29.

Santagata W. (2004). *Cultural district and economic developmen*t. Torino: Univ. di Torino (EBLA Center), WP 01/2004.

Sacco PL. (2006). *Il distretto culturale evoluto* : *competenze per l'innovazione, la crescita l'occupazione*. Bologna : Goodwill.

Soulé B. (2007). Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales. *Recherches qualitatives*, vol. 27(1), p. 127-140.

Valentino P. (2001). *I distretti culturali* : *Nuove opportunità di sviluppo del territorio.* Roma : Associazione Civita.

Vénica C. (2012). Stratégies des marques créatives : contradictions entre les industries communes et les industries culturelles. *Creative Economy, Creative Industries* : *des notions à traduire,* Bouquillion P. (dir.). Saint-Denis : Presses Universitaires de Vincennes, p. 85-98.

Lever les blocages pour les organisations non gouvernementales sur le terrain : la question de la distance en communication

Lifting blockages for non-governmental organizations on the ground: the question of distance in communication

G. Gustémable, Doctorant
IMSIC, Aix Marseille Université
gregory.gusstemable@etu.univ-amu.fr

C. Pascual Espuny, Professeur des Universités
IMSIC, Aix Marseille Université
celine.PASCUAL@univ-amu.fr

Mots clés : Distance communicationnelle, espace public, participation, engagement

Keywords: Communication distances, public space, participation, engagement

Résumé

Le rapport multiscalaire dans lequel s'engagent les Organisations Non Gouvernementales (ONG), entre routines et problématiques locales, exigences et redditions de comptes internationales, pose de plein fouet la question de la gestion de l'espace, pris dans un sens territorial et géopolitique, mais aussi dans son épaisseur sociale. L'analyse des possibilités d'actions des ONG sur leur périmètre et sur leur territoire d'engagement, à partir de cas au Togo et en Haïti, pose alors la question de la distance communicationnelle. Pour les ONG, comment réduire les fractures entre perceptions internationales et réalité de terrain ? Comment aussi engager par la communication des programmes d'action ?

Abstract

The multiscalar relationship in which Non-Governmental Organizations (NGOs) engage, between routines and local issues, requirements and international accountability, raises the question of the management of space, taken in a territorial and geopolitical sense, but also in its social thickness. The analysis of the possibilities of action of NGOs on their perimeter and on their territory of commitment, based on cases in Togo and Haiti, raises the question of communicational distance. How can NGOs reduce the gap between international perceptions and the reality on the ground? How can communication also be used to engage action programs?

Lever les blocages pour les organisations non gouvernementales sur le terrain : la question de la distance en communication

G. Gustémable & C. Pascual Espuny

Introduction

La question des ONG et du rapport multiscalaire dans lequel elles s'engagent au quotidien, dans les territoires sur lesquels elles interviennent, entre routines et problématiques locales, exigences et redditions de comptes internationales, pose de plein fouet la question de la gestion de l'espace. Cette question est prise à la fois dans un sens territorial et géopolitique, mais aussi dans toute son épaisseur sociale. Plus précisément, en termes de communication, l'analyse des possibilités d'action des ONG sur leur périmètre et sur leur territoire d'engagement pose la question de la distance communicationnelle. La communication est en effet considérée comme un élément incontournable pour les ONG.

Selon Freyss (2004), la spécificité des ONG est marquée par l'altérité et la relation interculturelle. Le rapport sociopolitique des ONG se situe dans la volonté et la capacité de porter dans l'espace public le débat sur la relation que notre société entretient avec celle des autres, avec celle dans laquelle elles ont noué leurs propres relations. Présentes dans divers territoires, les ONG cherchent à convaincre les institutions et imposer leurs propres intérêts (Garlot & Dacheux, 2018). Dans une étude réalisée par Théus (2011) sur les ONG dans les pays en développement, les résultats montrent que dans les régions où les organisations non gouvernementales interviennent, la pauvreté accroîtrait davantage et de manière significative. Ce constat paraît paradoxal et il semble découler du fait que ces ONG ont canalisé et utilisé les fonds au profit de grands projets insuffisamment adaptés aux demandes des sociétés locales (Jaglin, 2001). De ce fait, les responsables des ONG ne peuvent pas apporter de réponses nécessaires aux problématiques des populations s'ils ne cernent pas mieux leurs vrais besoins et problèmes. Pour Sergio (2006), quelles que soient les intentions explicites ou implicites des ONG, il faut bien constater que les ONG ont, sur certains points, échoué dans leurs missions.

Au-delà des chiffres tentant de justifier l'impact des programmes des ONG et leurs bailleurs de fonds internationaux, l'échec de certains projets de développement portés par les ONG sur le terrain est un fait incontesté (De Montclos, 2013). À ce point de vue, Jaglin (2001) a parlé de la « *médiocre réussite des ONG dans les collectivités locales* ». Bien que soit considéré comme un pays à faible revenu économique, certains pays en Afrique de l'Ouest, spécifiquement le Burkina Faso par rapport à sa situation géographique, demeure un espace de multiplication des ONG. Selon Enée (2010), ce pays constitue une sorte d'espace de « *laboratoire du caritatif* » en Afrique de l'Ouest. Ce résultat alarmant, dans certains cas, découle du fait que les indicateurs de développement dans les collectivités territoriales sont extrêmement insignifiants dans pas mal des régions en Afrique centrale et en Afrique de l'Ouest (Dupuis, 2002). Ce constat n'est pas non plus différent pour certains pays de l'Amérique Latine, notamment en Haïti. À ce point, Gille et Brigitte (1995), qualifient Haïti

comme un « *cimetière de projet de développement* ». Ils ont montré que la présence d'ONG, dans un certain nombre de cas, dans les pays en développement, conduit paradoxalement à augmenter les risques de pauvreté ou encore, accroitre leur sous-développement. Cependant, à coté de ce constat, d'Orfeuil (1984), montre que les ONG sont, tant bien que mal, reconnues pour leurs pratiques développementales qui consistent en la participation des populations à la réalisation de microprojets visant à répondre aux besoins primaires de ces dernières. Pour lui, les ONG ont, dans la plupart des cas, de très bonnes intentions. Cependant, malgré leurs bonnes intentions, elles font face à certains blocages sur le terrain, les empêchant de fournir les résultats escomptés.

Ainsi, notre travail de recherche a pour objectif d'analyser le blocage communicationnel que rencontrent les ONG dans la construction et la réalisation de leurs projets sur le terrain. Spécifiquement, ce travail vise à étudier la distance communicationnelle qui existe entre les ONG et les populations des localités bénéficiaires des projets portés par ces ONG sur le terrain. Comment matérialiser un développement local durable dans un pays en développement ? Comment réduire les fractures entre perceptions et sémantiques internationales et réalité sur le terrain ? Comment aussi engager par la communication des programmes d'action ? Notre terrain et notre recherche nous permettent de questionner les notions de participation et d'engagement sur un espace public régi. Pour ce qui a trait à notre recherche, le Togo et Haïti constituent nos terrains d'étude par rapport à l'importance du raisonnement et du débat. La question de la transmission et du pouvoir du locuteur se posent aussi dans les schémas de communication traditionnelle dans des pays où l'oral et le poids des acteurs traditionnels cadrent les interventions des ONG. Où il est également question de stratégies d'acteurs et de dynamiques situées. Une réflexion sera aussi portée sur le caractère de durabilité de ces projets. En clair, nous allons voir si la stratégie communicationnelle utilisée par ces ONG sur le terrain facilite la participation de la population dans la construction et la réalisation des projets.

Nous proposons dans une première partie de contextualiser notre propos au regard de notre question de recherche : après avoir brièvement expliqué les ressorts historiques et sociaux de notre terrain, nous expliciterons les problématiques communicationnelles que nous avons pu isoler.

Dans une deuxième partie, nous nous interrogerons sur les notions de distance dans toutes ses dimensions communicationnelles, mais aussi de réduction de celle-ci dans un but relevant de la recherche-action. En parallèle, nous interrogerons la qualité des locuteurs dans un schéma communicationnel à préciser, où la fracture internationale/locale joue à plein, et où la place du numérique bouscule les cadres normatifs habituels.

Dans une troisième partie, nous préciserons le cadre méthodologique et l'expérimentation que nous avons conduit sur le terrain, auprès d'une association engagée au Togo, et nous discuterons des résultats obtenus au regard de notre réflexion théorique.

Les ONG et leurs stratégies de communication sur le terrain

Coincées entre une dynamique internationale et une réalité locale difficile, les ONG se mobilisent, s'engagent et agissent dans les pays dits d'extrême pauvreté pour un résultat souvent mitigé. Si ce constat a fait l'objet de multiples études et rapports, si de nombreuses raisons socio-économiques peuvent être mises en

avant, nous souhaitons dans cette recherche présenter une étude originale, qui complète par son approche info-communicationnelle les résultats obtenus par ailleurs.

Nous postulons que la manière dont les ONG communiquent avec les acteurs de terrain (les organisations de la société civile, les associations de base et les regroupements de quartier) joue un rôle moteur dans le déroulement de ses programmes. Nous postulons même qu'une analyse info-communicationnelle pourrait être d'une grande utilité dans l'amélioration des actions des ONG sur le terrain. C'est l'objet de notre thèse, et, jusqu'à aujourd'hui, nos recherches montrent que notre intuition est parfaitement assise.

Pour résumer, la communication des ONG paraît, dans un certain nombre de cas, paradoxale. Pour montrer que les ONG communiquent mal avec les acteurs de terrain, Robert (2005), dans une tournure presque facétieuse, affirme que « *la communication des ONG auprès des acteurs de terrain marche bien parce que ça ne marche pas et ça ne marche pas parce que ça marche* ». En clair, Robert (2005), dans son analyse, montre que la forme de communication utilisée par les ONG est une communication qui est basée sur les évidences et sur les stéréotypes. Les ONG pratiquent cette forme de communication parce qu'en réalité, elles ne voudraient pas ou ne pourraient pas utiliser d'autre registre communicationnel, bloquées dans un discours axé sur l'urgence humanitaire, où elles font appel aux techniques de persuasion en lieu et place d'une mise en dialogue. Le discours est large et plastique, sur un double registre émotionnel et rationnel qui peut être contradictoire et qui en tout cas reste « hors-sol », non ancré dans la réalité des habitants. Trop large, décontextualisée, universelle, cette forme de communication appliquée par certaines ONG semble ne pas pouvoir concilier les différents protagonistes, instaurant de fait, une distance culturelle et sémantique, bloquant toute possibilité d'idée de l'appropriation de l'information par les différents acteurs (Liquète, 2015).

Chabrol (2008) montre que les discours des ONG évitent toute nuance, tout ancrage local, préférant un discours d'urgence et de pression à travers l'engagement de l'opinion publique et les revendications dans les médias nationaux et internationaux plutôt qu'un discours permettant l'usage des probabilités et de l'argumentation raisonnée. Les ONG s'appuient, dans un certain nombre de cas, sur des stéréotypes préalablement établis pour faire valoir leurs missions. Par exemple, des stéréotypes liés à la maltraitance des enfants, la pauvreté, les catastrophes naturelles, la question du genre, etc. Ce sont des évidences qu'elles savent bien qu'aucune personne ne va contredire, mais que tout le monde va admettre à première vue sans rechercher les causes pour pouvoir résoudre les problèmes sur le plan structurel. Les ONG s'inscrivent dans une logique d'urgence (il faut faire telle chose pour sauver la vie de telle personne ou de tel groupe de personnes). C'est donc une communication basée sur l'émotion, ce qui susciterait des réactions immédiates et à courtes durées. Selon D'Orfeuil (2006), cette communication est contre-productive à la construction d'un monde solidaire. Ceci nous amène à questionner l'espace à travers lequel les ONG interviennent et exécutent leurs projets, un espace que nous entendons à de multiples échelles : notre recherche nous permet de montrer que l'espace en tant que territoire géographique, localisé, joue sur un espace que nous qualifierons de public au sens d'Habermas, de circulation et de médiation, et qui se traduit également comme un espace discursif. Dans ces différentes dimensions, les notions de proximité vs distance (géographique, émotionnelle, culturelle) structurent les rapports et l'impact de la communication humanitaire ou environnementale portée par les ONG.

Les ONG et la gestion de l'espace

Par rapport aux multiples difficultés que les ONG peuvent rencontrer sur le terrain, une meilleure gestion de l'espace, à travers lequel elles interviennent, peut-être considérer comme une alternative. Cette gestion d'espace peut faciliter un meilleur atterrissage des projets des ONG sur le terrain. Selon Dacheux (2003a), la gestion de l'espace public peut jouer un rôle central dans cet atterrissage puisqu'elle permet de lutter contre l'autonomisation et l'autorégulation des systèmes sociaux tout en empêchant qu'une sphère n'en colonise une autre. L'espace public facilite la communication en forgeant un cadre symbolique commun qui n'est pas un cadre communautaire enfermant les acteurs dans des rôles sociaux uniques et des conduites publiques immuables (Dacheux, 2003b). L'espace public est un lieu qui permet de concilier les ONG et les défis auxquels les acteurs de terrain se confrontent. En somme, la théorie de l'espace public permet de concilier et de prendre en compte trois concepts fondamentaux qui aideront les ONG de pouvoir mieux atterrir avec leurs projets sur le terrain : la communication, la participation et la médiation. Cette dernière requiert l'idée d'intermédiaire, de lien entre un individu et un contexte collectif comme un groupe d'usagers, une communauté professionnelle, etc. (Liquète, 2015)[1].

Pour Ballarini (2013), l'espace public peut être vu comme un lieu qui facilite la circulation des idées et la construction d'une opinion publique. L'espace public renvoie aux échanges argumentatifs portés par les médias, les techniques de communication et les acteurs de terrain (Miège, 1995). À ce niveau, se révèle la question de l'accessibilité des médias et des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans les localités où interviennent les ONG. Pascual Espuny (2017), a pu constater que la transmission des messages de la sphère savante à une sphère publique peut aisément et profondément bloquer ou dévoyer les messages, sans qu'il y ait pour autant de volonté de nuire. Les processus qu'elle a pu à ce jour isoler d'émergence des messages, de cristallisation et de résonance montrent la fragilité des circuits médiés.

Dans notre recherche, la communication des ONG part avec de multiples faiblesses : méconnaissance culturelle des circuits persuasifs, crédibilité peu assurée du locuteur, niveau sémantique des messages non ajustés. Entre émission et réception, le différentiel est lourd, entre malentendu, déformation voire contre-productivité, il existe une distance communicationnelle entre les ONG et les acteurs de terrain. Malgré une agilité communicationnelle avérée des ONG dans le monde occidental (Pascual Espuny, 2017) où les ONG saisissent parfaitement l'opportunité des nouveaux moyens de communication, notamment les nouvelles technologies de l'information et de la communication, les ONG butent sur une problématique de distance (sous toutes ses formes: cognitive, géographique, émotionnelle) sur leur terrain d'action dans les pays d'extrême pauvreté. C'est un schéma en rupture de leur maîtrise communicationnelle dans les pays développés. Où ce sont les acteurs classiques (les acteurs de terrain) qui peuvent être parfois temporairement disqualifiés.

La question de la circulation de l'information est alors centrale : pour Liquete (2013, 2015) la circulation est d'une importance capitale au fusionnement des ONG et des acteurs de terrain. En effet, la circulation voire le partage de l'information devient le ciment de formes de cohésion du groupe et de construction collective négociée de la connaissance (Liquète, de Lourdes Oliveira & Salgueiro, 2016). Cette cohésion et construc-

1 Dans notre contexte, nous faisons référence aux ONG, aux associations de la société civile, aux groupements villageois, aux acteurs de terrains, y compris l'ensemble des bénéficiaires des projets portés par les ONG sur le terrain.

tion collective collent bien avec les normes du développement durable dont bon nombre d'ONG s'insèrent dans leurs objectifs principaux.

Les ONG dans leurs stratégies de développement durable

En particulier, les actions relevant du développement durable (lutte contre le changement climatique, érosion du littoral, agriculture raisonnée) sont une nouvelle recherche d'intelligibilité face à des problèmes internationaux portée par les ONG. Défini comme un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs, le développement durable est une notion onusienne, internationale, axé autour de la réalisation des besoins. En clair, la notion de besoin joue un rôle prépondérant dans l'aboutissement des démarches liées au développement durable. Cependant, la démarche visant à rapporter une réponse à ces besoins ne fait que complexifier le travail des ONG. La détermination des besoins des localités dans lesquelles les ONG interviennent paraît très difficile, et leur intervention se heurte à d'autres urgences plus immédiates.

En somme, voulant aider certains pays en développement à sortir de leurs situations de la pauvreté, 189 États membres des nations unies se sont engagés en 2002 pour l'horizon 2015 (Hugon, 2016) autour des objectifs du millénaire pour le développement (OMD). Cette démarche semble hériter du principe fondamental des institutions de solidarité qui se sont engagées depuis le moyen-âge à aider les pauvres et les malades (Rubichon, 2007). Cette démarche grandit jusqu'à conduire, en 1863, à la création du comité international et des sociétés nationales de secours aux militaires blessés, appelé « Croix-Rouge et Croissant- Rouge ». A la suite des deux guerres mondiales, le nombre des associations de solidarités internationales ne fait que grandir et de manière exponentielle. Rubichon (2007), fait une analyse très poussée sur la mission des ONG dans les pays en développement. Pour elle, les ONG ont leurs propres intérêts à travers leurs missions dans les pays en développement. Elle a écrit : « Loin de l'urgence, mais devoir de civilisation oblige, la colonisation donne naissance à des missions sanitaires et éducatives au profit des colonisés. La décolonisation sera ensuite suivie de la création d'associations d'aide au développement » *(*Rubichon, 2007 : 8).

Il est aujourd'hui très difficile d'énumérer les différentes ONG qui s'engagent dans les pays en développement. Malgré les possibles critiques, pour reprendre Cussó (2019), les ONG soutiennent la « durabilité » et la « citoyenneté globale » dans les pays en développement. Elles ont eu un rôle de pouvoir d'initiative et d'influence en ce qui a trait à l'orientation des OMD et aussi bien à l'adaptation des objectifs du développement durable (ODD). En conséquence, il est nécessaire que les ONG puissent instrumentaliser le développement durable sous la forme d'une variable de communication permettant d'exploiter au mieux un certain nombre de dimensions valorisées par le marché au niveau local (Leroy & Lauriol, 2011).

Face aux blocages, la réduction de cette distance communicationnelle parait fondamentale pour les ONG sur le terrain dans le cadre de la réalisation de leurs projets. Mais comment réduire ces distances communicationnelles ? Comment matérialiser un développement local durable dans un pays en développement ? Comment réduire les fractures entre perceptions et sémantiques internationales et réalité sur le terrain ? Comment aussi engager par la communication des programmes d'action ?

Méthode

Dans le cadre de notre recherche, une expérimentation a été menée à travers une ONG au Togo. Il s'agit d'une ONG qui est présente sur plusieurs communes du Sud du Togo à partir de plusieurs projets soit en tant que bailleur ou en tant qu'exécutant de projet. En effet, nous avons mené une recherche mixte (à la fois qualitative et quantitative) afin de collecter les données. Dans un premier temps, les données quantitatives ont été collectées auprès de 357 personnes (167 filles et 189 garçons, 10 n'ont pas été précisé leur sexe) habitant à Lomé et dans 11 Cantons de la préfecture de l'AVE (*Mâge*=20,54, *SD*=8,07). Dans un second temps, des données qualitatives ont été recueillies à travers 3 focus groupes. Ces focus groupes ont été réalisés avec des bénéficiaires et des non bénéficiaires des projets de l'ONG. 10 entretiens individuels ont été aussi réalisés avec les personnels de l'ONG.

La collecte des données a été déroulée pendant 8 jours successifs. Les questionnaires ont été administrés dans deux centres médicaux sociaux de l'ONG et dans plusieurs lycées et collèges auxquels l'ONG implante des projets. Les questionnaires ont été auto-administrés. Toutefois, nous étions présents pour rapporter des éclaircissements. Les questionnaires ont été rédigés en Français. Cependant, puisque le français est une langue enseignée à l'école[2], afin de pallier toute éventuelle barrière linguistique, des étudiant.e.s en communication, originaires des localités de l'enquête ont participé aussi à l'expérimentation afin de faire certaines traductions au cas de besoin. La passation de chaque questionnaire a duré 5 à 10 minutes. Aucune forme de récompense n'a été allouée aux participants. Les focus groupes ont été, respectivement, constitués de 7, 8 et 9 personnes. Ils ont duré en moyenne 45 minutes. Au côté de l'animateur principal qui conduisait les focus groupes, une personne intervenait aussi pour traduire certains mots au cas de besoin. Les entretiens ont été réalisés au moment où les personnels de l'ONG travaillent. Chaque entretien durait environ 10 minutes.

Le niveau de consommation des TIC des participants, le niveau de participation et d'engagement des participants dans les projets, le rythme d'interactions entre les participants et les organisations de la société civile ont été mesurés, au travers notre collecte des données. Nous avons aussi mesuré le poids de l'oral sur le terrain. En clair, nous avons mesuré les éventuelles interactions verbales entre les personnelles de l'ONG et la population auprès de laquelle l'ONG intervient. Le niveau de compréhension de la population sur les projets exécutés par l'ONG sur le terrain a été aussi mesuré. Enfin, les facteurs sociodémographiques des participants ont été aussi pris en compte afin d'approfondir nos analyses.

Résultats

Les résultats de nos entretiens nous révèlent que les TIC représentent l'un des deux principaux moyens de communication de l'ONG. Ainsi, pour ceux qui utilisent les TIC, les résultats des tests ANOVA nous révèlent que la communication à travers les TIC permet à la population de comprendre les projets de l'ONG.

2 La langue parlée par tout le monde de la région est le Minan et non le Français. Cependant, le Minan est une langue qui n'est pas écrite

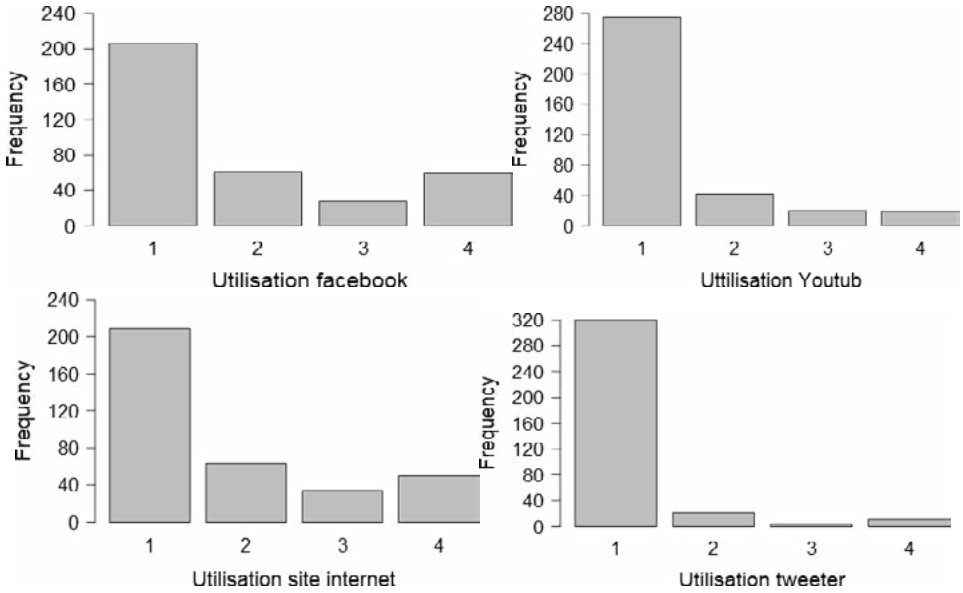
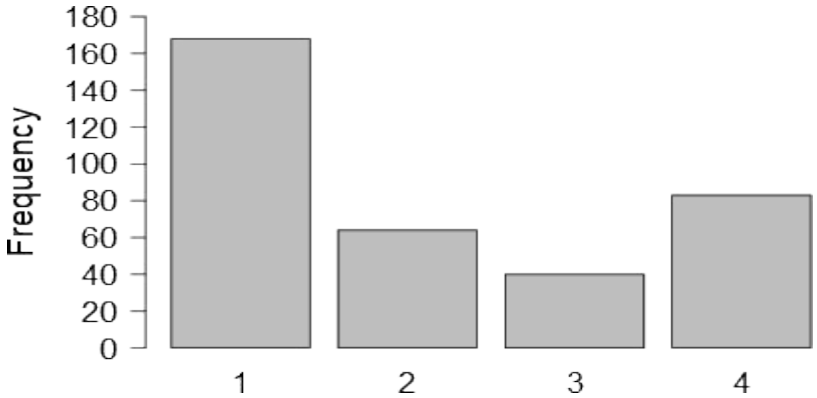


Tableau 1 : fréquence de consommation des TIC de la population d'étude (1= Jamais, 2=Parfois, 3=Souvent, 4=Toujours)

Nous avons donc trouvé un effet significatif de la communication à travers les réseaux sociaux sur le niveau de compréhension de notre population (F (3, 352) = 20.45, p = .001). Nous avons aussi trouvé un effet significatif des TIC sur le mode d'interaction de la population avec l'ONG (F (3, 350) = 18.89, p = .001)).

Au-delà des TIC, l'ONG utilise des agents de terrains aussi pour communiquer avec la population. Cependant, les résultats montrent que plus de 48% de la population ne connait pas l'existence des agents de terrain de l'ONG.



Graphique 1 : Connaissance de la population des agents de l'ONG

Analyse et discussion des résultats

Cette première recherche porte sur la compréhension de la population bénéficiaire et non bénéficiaire des projets portés par l'ONG et l'interaction entre l'ONG et les bénéficiaires et les non bénéficiaires des projets au regard des stratégies de communication mises en place par les ONG[3].

3 En d'autres termes, les résultats montrent que 48% de la population ne savent pas du tout que l'ONG emploie des agents sur le terrain pour informer la population des projets de l'ONG dans leur localité (voir : graphique 1). Toutefois, un effet significatif de la communication à travers les agents de terrain de l'ONG a été révélé sur la compréhension de la population sur les projets (F (3, 352) = 58.36, p = .001). Un effet significatif de la communication à travers les agents de terrain a été aussi révélé sur l'interaction de la population avec l'ONG CRIPS-TOGO (F (3, 350) = 75.68, p = .001).

Les ONG misent sur les TIC et affaiblissent au fil des ans leur présence via des agents de terrain. Cependant, nous avons vu qu'il y a une très faible consommation des TIC du coté de notre population d'étude. Mais, il est toutefois important de souligner que les quelques-unes des personnes de notre population d'étude qui utilisent les réseaux sociaux comprennent et participent mieux aux projets de l'ONG.

Au-delà des canaux technologiques de communication (nous faisons référence surtout aux TIC), d'autres moyens de communication sont utilisés dans certains cantons au Togo. Lorsque les autorités des villages veulent faire passer un message, ils utilisent d'autres moyens de communication comme les gons[4] par exemple (présent dans les trois focus groupes). Selon les participants, ces techniques de communication sont aussi efficaces. Ils se disent avoir fait beaucoup plus de confiance dans leurs anciennes méthodes. Il y a des barrières culturelles qui créent un certain nombre de distances communicationnelles. C'est ainsi le cas dans certains villages au Togo où les modes de communication développés instaurent certaines habitudes au niveau de la population mais qui sont méconnues par certaines ONG comme celle de notre l'étude. Les réseaux sociaux sont assez peu utilisés par les habitants des villages.

En somme, pour utiliser les réseaux sociaux, les habitants des villages doivent avoir un téléphone Androïd pour installer les applications appropriées, dont le prix minimum est souvent inaccessible à la plupart des habitants. Les participants parlent de leur situation de précarité qui crée une sorte de distance communicationnelle vis-à-vis de l'ONG. Aux barrières techniques existantes : (manque d'électricité) s'ajoutent les barrières économiques (forfaits internet inaccessibles) ainsi que des barrières culturelles et sociales (analphabétisme, pratiques de langues orales[5]). Donc, en envoyant des messages sur les réseaux sociaux, ils n'arrivent pas à se communiquer réellement entre eux.

Si les canaux de transmission d'informations principales utilisés par certaines ONG sont fragiles, la communication en face à face rencontre d'autres problèmes, relevant d'une distance culturelle. Les agents de terrain, engagés par les ONG pour la transmission des informations, semblent ne pas pouvoir combler cette distance communicationnelle constatée. Les données nous montrent que, dans les villages, la communication se passe de face à face en lieu de place d'une tierce personne. La personne de référence pour chaque participant n'est pas l'agent de terrain ou un membre de l'ONG mais plutôt un ami ou un voisin. Il n'y a pas de communica-

Au-delà des stratégies de communication, nous avons vérifié d'autres facteurs susceptibles d'influer la compréhension et l'engagement des populations dans les projets de l'ONG à travers leurs niveaux d'interactions. Ainsi, les résultats révèlent que le sexe des participants n'a pas d'effets significatifs sur leurs niveaux de compréhension des projets de l'ONG ($t(354) = .78$, $p = .43$). Il n'y a aucun effet significatif non plus du sexe sur le mode d'interaction avec l'ONG ($t(352) = 1.71$, $p = .08$). Nous avons, par ailleurs, trouvé un effet significatif du niveau d'éducation des participants sur le niveau de compréhension des projets de l'ONG ($F(3, 352) = 4.16$, $p = .006$). Les résultats montrent aussi que plus le niveau d'éducation des participants est plus élevé, plus ils interagissent avec l'ONG ($F(3, 350) = 3.28$, $p = .02$). À partir d'une analyse de la variance, nous avons trouvé des résultats qui révèlent que le type d'occupation des participants a un effet significatif sur leur niveau de compréhension des participants sur les projets de l'ONG CRIPS-TOGO ($F(3, 352) = 9.56$, $p = .001$). Cet effet est beaucoup plus prononcé chez les commerçants ($M = 2.72$) par rapport aux ouvriers ($M = 2.61$), aux sans emplois ($M = 2.4$) et aux élèves ($M = 1.96$). L'occupation des participants a un effet aussi significatif sur leur niveau d'interaction ($F(3, 350) = 9.81$, $p= .001$). Toutefois, cet effet est plus prononcé chez ouvriers ($M = 2.46$), les sans emploie ($M = 2.46$) et les commerçants ($M = 1.9$) par rapport aux élèves ($M = 1.45$). Enfin, selon les résultats obtenus, le statut matrimonial des participants de l'étude a un effet significatif sur leur niveau de compréhension des projets de l'ONG ($F(2, 353) = 7.83$, $p =.001$). Cet effet est largement plus prononcé chez les participants mariés ($M = 2.57$) que ceux qui sont célibataires ($M = 2.11$) ou ceux qui vivent en union libre ($M = 1.87$). Le statut matrimonial des participants a aussi un effet significatif sur leurs niveaux interactions des participants avec l'ONG ($F(2, 351) = 3{,}39$, $p= .03$). Comme le résultat précédent, cet effet est plus prononcé chez les participants mariés ($M = 1.84$) que chez ceux qui vivent en union libre ($M = 1.7$) et ceux qui sont célibataires ($M = 1.4$)

4 Les gons sont des instruments de musique qui servent à regrouper les habitants des villages.

5 La langue parlée dans la région est le Minan cependant, le Minan n'est pas une langue écrite.

tion entre les ONG et les villageois. Cette communication suit un parcours très spécifique, différent de celle qui nous est plus familière. Le schéma communicationnel peut être illustré ainsi :

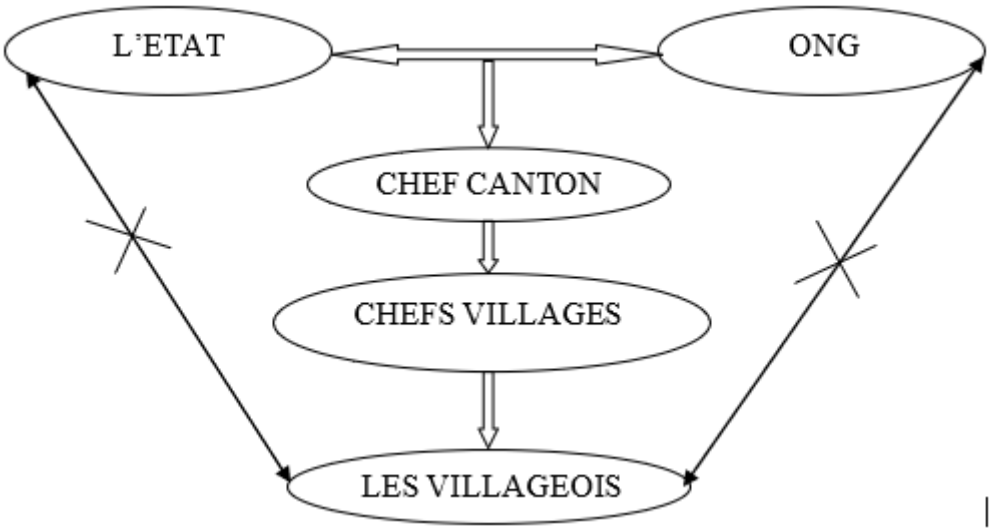


Fig. 1 – schéma communicationnel

Si les différences culturelles et l'extrême pauvreté constituent deux principales barrières pour certains ONG sur le terrain, notre recherche montre que la question de la distance communicationnelle peut être vue comme centrale dans la compréhension des blocages et de l'inefficacité des actions associatives, malgré les programmes financiers alloués.

La notion de distance, prise à de multiples échelles et relevant d'une compréhension différenciée impacte sur toutes les stratégies communicationnelles développées par les ONG, souvent sur un schéma top down pour mettre en place leurs actions.

À tous les niveaux, qu'ils soient géographiques, culturels, sociaux, ou technologiques, la distance établie déforme ou bloque les messages, verrouillant d'emblée les programmes d'aide internationaux.

Le problème est souvent traité par la finance, la politique ou la diplomatie. Il nous semble que l'envisager sous l'angle de la communication permettrait une première approche simple et opérationnelle. Ainsi, une simple redéfinition de l'action, en étroite collaboration avec les acteurs de terrain et les personnes des localités visées par les projets afin de réduire les éventuelles distances. Nous proposons à certaines ONG de tenir compte des éventuelles naïvetés de terrain afin que leur plan de communication puisse être plus pertinent possible pour de meilleurs résultats. Toutefois, d'autres expérimentations peuvent avoir lieu afin de mieux cerner cette question de la distance en communication.

Références

Baierle, S. (2006). L'ère des contrats : les ONG et l'insoutenable marchandisation de la solidarité. *Mouvements*, nº 47-48(5), 118-127. doi:10.3917/mouv.047.0118.

Ballarini, L. (2013). « Espace public » et recherche critique : pourquoi se méfier d'un concept passe-partout. *80 ème congrès de l'Association francophone pour le savoir (Acfas) : Où (en) est la critique en communication ?* , Association francophone pour le savoir (Acfas), May 2012, Montréal, France. ⟨hal-01364883⟩

Beguens, T. (2011). ONG et pauvreté en Haïti. Éditions Mémoire, France

Chabrol, C., & Radu, M. (2008). *Psychologie de la communication et de la persuasion : théories et applications*. De Boeck Supérieur.

Cussó, R. (2019). Les statistiques internationales et le développement : de l'universalisme à la fragmentation (Vol. 3). Working Papers D&S.

Dacheux, E. (2003a). Pour une nouvelle appréhension théorique de l'espace public.[En ligne] https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000618

Dacheux, É. (2003b). Un nouveau regard sur l'espace public et la crise démocratique. *Hermès, La Revue*, 36(2), p. 195-204. https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2003-2- page-195.htm.

De Montclos, M. A. P. (2013). Les ONG et La mesure du développement : entre performance et communication. *Revue Tiers Monde*, (1), p. 71-86

D'Orfeuil, H. R. (1984). *Coopérer autrement : l'engagement des organisations non gouvernementales aujourd'hui*. L'Harmattan.

Dupuis, L. A. (2002). Évaluation du programme de coopération Canado-Haïtien (1994- 2002). [En ligne] https://www.oecd.org/derec/canada/%C3%89valuation-corporative-programme-canadien-coop%C3%A9ration-Ha%C3%AFti.pdf

Enée, G. (2010). Les ONG au Burkina Faso: une référence dans le champ du développement africain? [En ligne] https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00558068

Freyss, J. (2004). La solidarité internationale, une profession ?. *Revue Tiers Monde*, (4), p. 735-772.

Garlot F., & Dacheux, É. (2018). L'incommunication, pour penser la communication diplomatique des ONG de solidarité internationale. *Hermes, La Revue*, (2), p. 176-182.

Gille, D. & Brigitte, S. (1995). Etat de droit, liberté et pauvreté. Paris

Hugon, P. (2016). Du bilan mitigé des Objectifs du Millénaire pour le développement aux difficultés de mise en œuvre des Objectifs de développement durable. *Mondes en développement*, (2), p. 15-32.

Jaglin, S. (2001). L'eau potable dans les villes en développement : les modèles marchands face à la pauvreté. *Revue Tiers Monde*, p. 275-303.

Latouche, S. (2004). *Survivre au développement*. Paris, Mille et une nuit.

Leroy, M. & Lauriol, J. (2011). 25 ans de Développement Durable : de la récupération de la critique environnementale à la consolidation d'une dynamique de normalisation. *Gestion 2000*, volume 28(2), p. 127-145. doi:10.3917/g2000.282.0127.

Liquète, V. (2013). Préserver la durabilité des pratiques informationnelles des acteurs de l'architecture éco-constructive: des pratiques informationnelles à une mémoire collective de travail. *Revue de l'université de Moncton*, *44*(1), p. 67-86.

Liquète, V. (2015). L'accessibilité web comme porte et enjeu de médiation des savoirs. *Distances et médiations des savoirs. Distance and Mediation of Knowledge*, *3*(12).

Liquète, V., de Lourdes Oliveira, I., & Salgueiro, A. M. (2016). Appel à contributions n° 51 de la revue Communication & Organisation à paraître au premier semestre 2017 : Les nouvelles cultures de l'information dans les organisations. *Communication et organisation*, (49).

Miège, B. (1995). L'espace public : perpétué, élargi et fragmenté. Dans I. Paillart (dir.), *L'espace public et l'emprise de la communication*, (pp. 163-175), *Grenoble* : ELLUG.

Pascual Espuny, C. (2007). *Le développement durable : promesse d'un changement paradigmatique ?: étude d'un processus discursif et négocié: un exemple: Reach*. Thèse de doctorat, Paris 4.

Pascual Espuny, C. (2017). *Communication environnementale et communication des organisations. Logiques de publicisation, de circulation et de cristallisation*. Mémoire d'habilitation à diriger des recherches en SIC.

Robert, P. (2005). De la communication à l'incommunication ? *Communication & Langages*, 146(1), p. 3-18. Doi :10.3406/colan.2005.3372

Rubichon, C. (2007). Les ONG de droits de l'homme sur la scène internationale : entre objectifs et résultats [En ligne] http://doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2007/rubichon_c/pdf/rubichon_c.pdf

World Commission on Environment and Development, & Brundtland, G. H. (1987). *Presentation of the Report of the World Commission on Environment and Development to the Commission of the European Communities, the EC and EFTA Countries... 5 May 1987, Brussels*. World Commission on Environment and Development.

Big Data et grande plaisance : De la géolocalisation aux conditions de travail des marins

Big Data and yachting: From geolocation device to crew working conditions

Véronique Pillet-Anderlini Chercheuse associée
SIC.Lab Méditerranée
veronique.pillet-anderlini@univ-cotedazur.fr

Mots clés : grande plaisance, conditions de travail, Marine Traffic, SIA

Keywords: yachting, working conditions, Marine Traffic, AIS

Résumé

Cet article se focalise sur les conséquences organisationnelles et communicationnelles pour les marins du secteur du yachting provoquées par da généralisation d'une plateforme de géolocalisation visualisables au niveau mondial : *Marine Traffic,* et envisage l'impact sur l'imaginaire des métiers exigeant mobilité et autonomie dans un océan de data.

Abstract

This article focuses on the organizational and communicational consequences for sailors in the yachting sector caused by the generalization of a geolocalization platform that can be viewed worldwide: *Marine Traffic*, and considers the impact on the imaginary of jobs requiring mobility and autonomy in an ocean of data.

Big Data et grande plaisance : De la géolocalisation aux conditions de travail des marins

Véronique Pillet-Anderlini

Le potentiel de transformation des rapports socio-professionnels d'un dispositif de production de données de géolocalisation, *Marine Traffic*, né dans les années 2000 qui concerne la navigation marchande et la plaisance professionnelle est au cœur de ce travail. Si on excepte les dispositifs d'information et de communication mis en œuvre dans la Marine Nationale[1] aux résultats très confidentiels pour des questions de sécurité nationale, les sciences de l'information et de la communication ne sont pas encore intéressées à la navigation maritime. Nous nous sommes donc appuyée pour construire notre objet de recherche sur des travaux analysant la production de données dans d'autres milieux comme ceux du numéro 19/2 de la revue *Les Enjeux de l'information et de la communication* (2018) et du numéro 36 de la revue *Questions de Communication* (2019) consacré aux données urbaines. Nous focalisons notre attention sur les conséquences – en termes d'information juridique et de communication organisationnelle – de la mise à disposition des informations de géolocalisation visualisables tant au niveau mondial qu'au niveau d'un lieu précis avec une incertitude de quelques mètres. Si le consensus est général dans l'univers maritime pour considérer que cette visualisation en temps réel accessible à bord comme à terre a apporté un surcroît de sécurité, la prise de conscience de l'impact de la modification de l'environnement technologique de navigation sur les communications socio-professionnelles est émergente et il semble nécessaire que « la compréhension des effets sociaux (…) de ces dispositifs passe immanquablement par la compréhension de la manière dont ces données sont construites, traitées et utilisées » (Bullich & Clavier, 2018 : 6). Notre objectif, en menant cette enquête a été non de montrer l'impact d'un système mondial sur un groupe social restreint, celui des professionnels du yachting, impact que nous avions pressenti dans un autre travail basé sur des entretiens compréhensifs dans une approche socio-communicationnelle en nous inspirons des travaux sur l'identité (Kaufman, 2004 ; Heinich, 2018). La communication organisationnelle et l'organisation sociale de cet univers professionnel clos a été modifiée par un dispositif d'information : « C'est donc [encore de] l'articulation entre Information et Communication qu'il va être question ici » (Miège, 2004 : 6).

Le cadre théorique

Notre réflexion initiale s'est appuyée sur la sociologie des réseaux sociaux par Pierre Mercklé (2011) et « la force des liens faibles » qui nous a sensibilisée aussi avec les travaux plus anciens de Ronald Burt (1974) tendant à dégager « une théorie structurale de la contrainte et de l'autonomie et donc du pouvoir et de l'action », des propos qui s'appliquent à la situation créée par les moyens de surveillance fournis par *Marine Traffic.*

1 https://www.colsbleus.fr/articles/742.

À l'articulation entre information et communication, dans un secteur économique mondialisé, « la liaison étroite entre l'introduction des TIC et le management du travail » (Miège, 2004 : 40) a été conçue « avec la préoccupation sous-jacente de mettre en œuvre progressivement de nouvelles modalités d'organisation du travail » (*Ibid.* : 41). L'« informationnalisation » joue le rôle de premier plan annoncé au début du XXIe (*Ibid.,* 43) dans l'internationalisation des activités économiques et sociales avec « des dispositifs [exercent de multiples médiations] dans la configuration du rapport des individus aux mondes sociaux » (Bullich & Clavier, 2018 : 7). En ce qui concerne plus précisément les enjeux de Big Data et des applications qui les utilisent, nous avons construit ce travail en faisant nôtre l'hypothèse « que la compréhension des effets sociaux de ces dispositifs [utilisant les Big Data et les algorithmes] passe immanquablement par la manière dont ces données sont construites, traitées et utilisées. » (*Ibid.* : 6) et donc en articulant ce travail autour de « l'étude des instruments et techniques mobilisés, par celle des activités des intervenants qui les conçoivent et les mettent en œuvre, par la prise en compte des discours qui orientent et accompagnent leur ancrage social, ainsi que par l'éclairage des conditions institutionnelles dans lesquels il se réalise. » (*Ibid.)*

Il s'agit d'analyser ici comment un dispositif conçu initialement pour répondre à une préoccupation de sécurité a pu entrainer une mutation des pratiques du secteur concerné et préfigurer un « panoptique » (Kitchin, 2014) des mers au niveau mondial, que le géographe n'a pas encore envisagé (Fig. 1). Il faut donc considérer « l'horizon des données comme gisement donnant accès à des savoirs/pouvoirs nouveaux » (Bonaccorsi & Tardy, 2019 : 13).

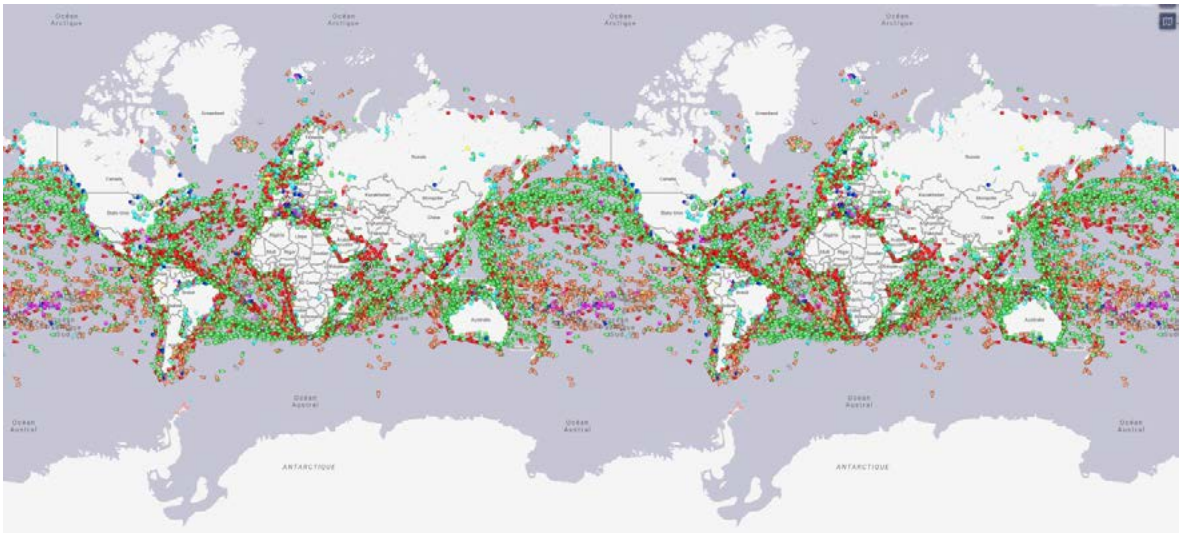


*Figure 1 - Panoptique, Marine Traffic, saisie d'*écran, septembre 2020.

Milieux et contextes

La contextualisation de ce mode de production de données de ce dispositif exige un bref préalable technique. Dans la marine marchande et la navigation de plaisance professionnelle ou amateur, des dispositifs classiques de sécurité comportent une composante informative comme le système mondial SARSAT (*Search and Rescue Satellite-Aided Tracking*) à déclenchement automatique ou manuel d'un signal de positionnement en cas de sinistre. Hors de portée des téléphones mobiles mais dans le champ variable d'une antenne,

la radio VHF (*Very High Frequency*) permet de communiquer sur différents canaux publics, un identifiant et des objectifs (demander de l'aide, vérifier l'identité d'un autre navire en approche ou contacter un port avant l'arrivée et même faire une intervention chirurgicale guidée à distance). Par ailleurs, les flottes de marine marchande sont équipées de balises satellites avec émission d'un signal périodique automatisé informant leurs armateurs de leur positionnement qui fait partie des aides à la décision stratégique notamment dans le transport de marchandises aux cours fluctuants. Aux antennes imposantes des plus grosses unités sont substitués sur les plus petites unités, des téléphones satellitaires à l'antenne intégrée. Enfin le système américain GPS[2] (*Global Positioning System*) qui consiste en une balise embarquée communiquant avec vingt-sept satellites opérationnels autour du globe, a permis aux navires de connaître avec précision leur position au mètre près et de l'envoyer le cas échéant par un appel automatique ou manuel par satellite de télécommunication à un destinataire. On constate que ces dispositifs d'information et de communication ont chacun leurs limites induites par leur usage dédié (SARSAT), ou par l'absence de confidentialité (VHF), ou encore du fait de leur complexité (balise GPS nécessitant un téléphone satellite pour communiquer ponctuellement un positionnement à un correspondant à distance).

Au début des années 2000, l'émergence du dispositif *Marine Traffic* – une plateforme collaborative internationale basée à Marseille créée par des élèves ingénieurs fonctionnant sur un modèle *freemium* – a procuré à l'aide d'un simple accès internet une visualisation globale des déplacements de tous les navires avec la possibilité de conserver un historique de leur navigation. *Marine Traffic* utilise à la fois le positionnement satellite, la VHF et une balise GPS spécifiquement dédiée. L'attribution obligatoire depuis 2007 d'un MMSI *(Marine Mobile Service Identity)* correspondant au certificat d'immatriculation et identifiant tous les navires au- dessus de 300 tonneaux appartenant à une société, par l'émission périodique et automatique d'un signal par un AIS *(Automatic Identification System),* a permis à *Marine Traffic* de croiser toutes les données légalement disponibles avec une précision à quelques mètres et de créer des cartes interactives (Fig. 2, 3, 4).

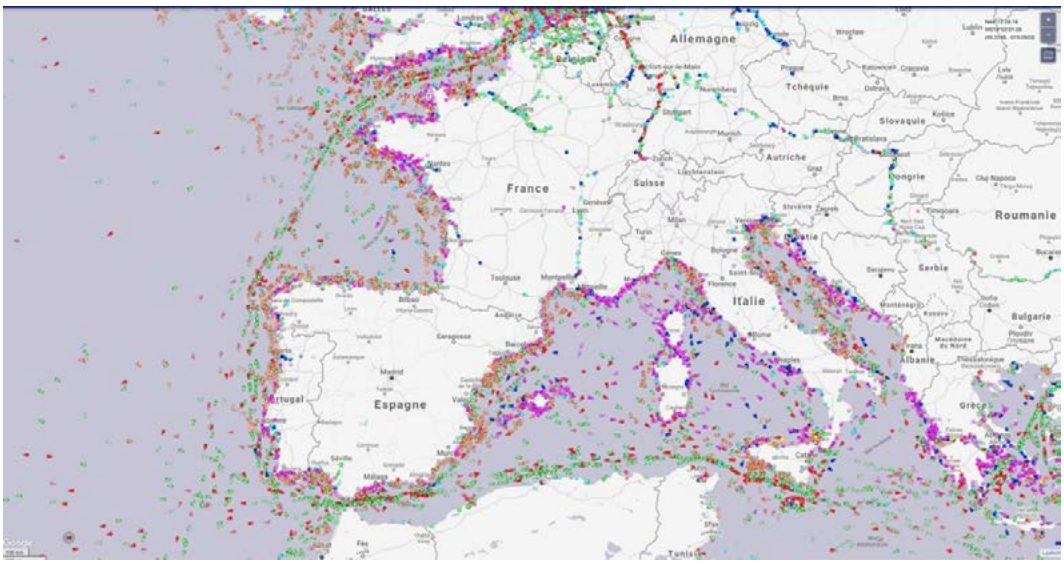


*Figure 2 - Saisie d'*écran Marine Traffic, Méditerranée, septembre 2020.

2 L'équivalent européen du GPS est *Galileo* qui lui aussi nécessite vingt-sept satellites comme le système russe (*Glonass*) ou chinois (*Beidu*).

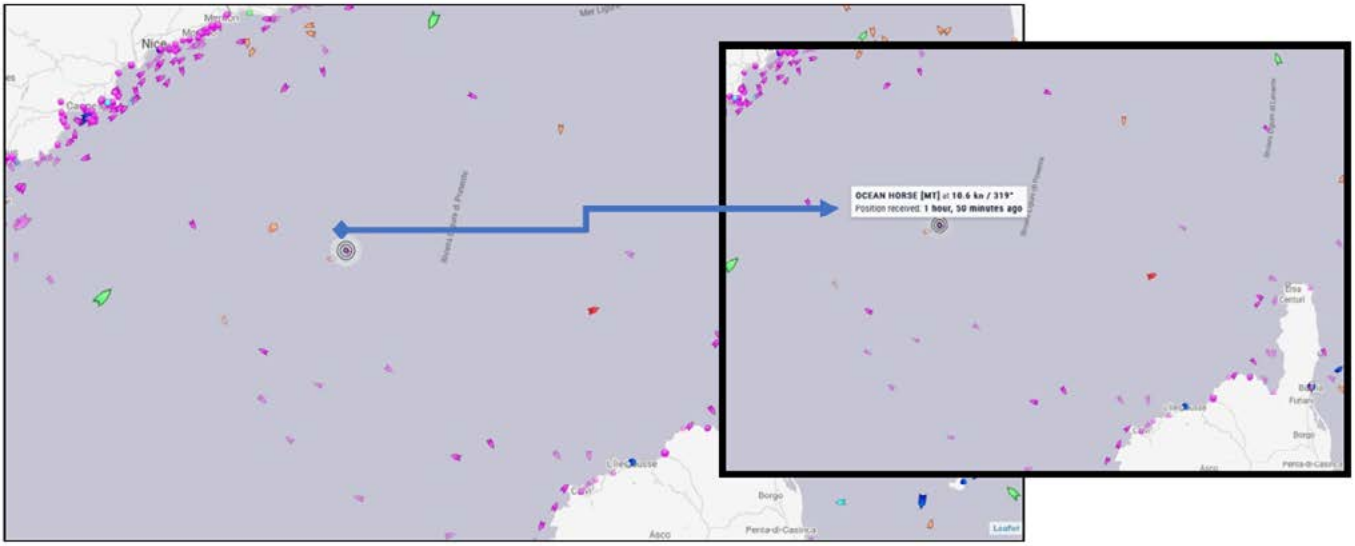


Figure 3 - Saisie de deux écrans du repérage à l'identification, Marine Traffic, Méditerranée, septembre 2020

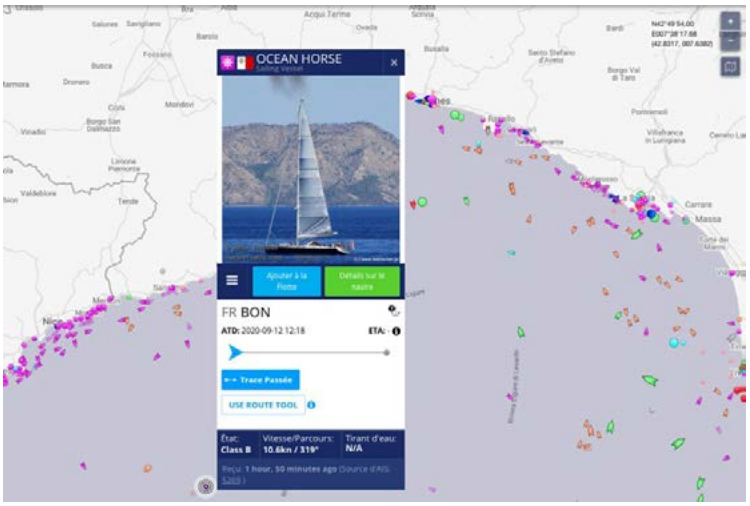


Figure 4 - Saisie écran avec identification complète sur simple clic, Marine Traffic, Méditerranée, septembre 2020

Les outils de médiation proposent une vision globale (d'un océan ou d'une flotte éparpillée) et un outil de *zooming* jusqu'au taux d'occupation d'un étroit mouillage, d'un simple clic, le navire pointé affiche son numéro d'identifiant et sa catégorie (transport de marchandise ou de passagers, bateau de pêche ou de plaisance à moteur ou à voile), alors que la consultation globale des routes de navigation par satellite est restée longtemps l'apanage des États pour le contrôle de leurs zone maritimes.

Dans le transport maritime de marchandises ou de passagers, les procédures de communication des informations de navigation et les obligations juridiques sont stabilisées depuis longtemps, mais le yachting joue encore avec les limites de la légalité en bénéficiant d'un moindre intérêt des services des États. Les yachts sont immatriculés sur des territoires hors Union Européenne ou européens à statut spécial au nom de sociétés dédiées à leur gestion, principalement pour exonérer leurs propriétaires réels des taxes et préserver leurs anonymats. Même soumis légalement aux mêmes obligations réglementaires, fiscales et sociales qu'un autre

navire, les yachts tardent à s'y soumettre tant la disproportion entre les moyens mis à disposition des autorités pour faire respecter les réglementations et les moyens des armateurs de s'en exonérer est à l'avantage de ces derniers. La question de la localisation et du lieu de l'activité du navire qui affecte autant les recettes de l'État conditionne la perception des taxes afférentes à l'activité que les conditions de travail de son équipage reste un sujet éminemment sensible du point de vue politique et économique.

Problématique et terrain de recherche

La question sur laquelle nous nous sommes focalisée après avoir constaté le consensus autour de l'apport positif de *Marine Traffic* en manière sécurité a été de savoir si ce dispositif d'information et de communication avait réellement modifié le fonctionnement du yachting et les conditions de travail de l'équipage.

Choix du terrain

Le choix de la Méditerranée comme terrain d'investigation s'impose par sa position de première zone de navigation de plaisance du monde par le nombre et le tonnage des yachts qui y croisent chaque année. La période de navigation qui s'étend de mai à septembre en Méditerranée rend les équipages quasiment inaccessibles. La plupart des unités hivernent à quai ou à terre en chantier en France sur la côte méditerranéenne, ce qui rend leurs équipages plus accessibles, d'autres font quelques rapides opérations de maintenance avant de traverser l'Atlantique par leurs propres moyens ou en *Dock Express*[3] pour faire une saison hivernale aux Caraïbes ou aux Bahamas avant de revenir au printemps en Méditerranée. Ces retours de fin de saison donnent lieu à des récits épiques lors de retrouvailles qui font partie des rites sociaux auxquels nous avons aussi été conviée. Notre enquête s'est déroulée exclusivement auprès de professionnels en activité du yachting en étant reconnue comme « tiers de confiance », les gens de mer formant un milieu quasiment sectaire.

Méthodologie

Observation directe et entretiens libres

Dans le cadre d'un projet d'ouvrage sur la Méditerranée toujours en cours, une première phase d'observation directe avait eu lieu entre 2012 et 2016 des entretiens libres avec neuf capitaines de yachts en poste sur des unités (bateaux à moteur ou voiliers) de plus de trente mètres (seuil de taille pour la dénomination « grande plaisance »). Cette sélection avait été opérée en fonction d'opportunités tout en veillant à présenter des profils diversifiés. La data-visualisation fournie par *Marine Traffic* était évoquée de manière incidente. Au fil de nos nombreuses discussions avec les capitaines, nous avions remarqué les écarts considérables qui existaient entre les règles applicables et la réalité du travail sur les yachts. Ces écarts résidaient en particulier sur le flou entourant le contrat de travail, l'absence de contrôle des conditions de celui-ci et les réticences des marins en particulier des capitaines.

3 Des cargos spécialement conçus pour transporter plusieurs yachts à la fois jusqu'à 60 mètres de long chacun.

Documentation et entretiens semi-directifs

Comme « à l'instar de tout acteur-réseau le dispositif d'applications est un réseau sociotechnique, composé d'un ensemble d'actants hétérogènes, humains et non-humains, reliés entre eux par des associations particulières » (Dymytrova, 2018), notre corpus a inclus des notices techniques, des récits d'expérience, des articles de presse spécialisées et locales mais aussi des documents juridiques et réglementaires pour préciser les associations particulières entre des conditions de travail en mer et un dispositif de géolocalisation.

En 2019 après avoir consulté les textes officiels concernant la navigation de plaisance professionnelle qui relève des mêmes règles que la navigation marchande avec quelques exceptions liées à la taille des navires, nous avons réalisé des entretiens semi-directifs visant à approfondir notre connaissance des cadres réglementaires et techniques de la communication en navigation avec :

- un cadre de l'administration des Affaires Maritimes Françaises ;
- la déléguée pour le secteur « Méditerranée » du syndicat national des marins professionnels de la plaisance ;
- un ingénieur en informatique de réseaux spécialisé dans les moyens de communication et de géolocalisation à bord des yachts ;
- deux avocats spécialisés en droit maritime dont un plus particulièrement focalisé sur le droit social des marins. Les dossiers de ce dernier sont à l'origine de la quasi-totalité de la jurisprudence française récente en droit du travail des marins. Il est lui-même un utilisateur de *Marine Traffic* et a commenté pour notre enquête quatre dossiers récents pour évaluer le rôle de la géolocalisation.

Lors de la publication de l'appel à communications du XXIIe Congrès de la SFSIC, nous avons choisi de mener une deuxième série d'entretiens brefs avec sept capitaines qui avaient participé à la première série en les interrogeant précisément sur *Marine Traffic* et leurs relations avec leurs armateurs Nous n'avons pas pu interroger directement les armateurs mais nous avons eu des récits de leurs usages contrastés de la géolocalisation rapportés par les capitaines.

Observation participante

Dès 2016, un compte gratuit a été ouvert sur *Marine Traffic* pour suivre périodiquement les déplacements de plusieurs navires de plaisance. En 2018 et 2019, l'enquête a été complétée par l'expérience du suivi en Méditerranée avec *Marine Traffic* de deux navires susceptibles de contrevenir à la législation. Ce suivi se faisait avec l'accord du capitaine et faisait l'objet d'échanges réguliers avec son avocat. Les deux cas ont débouché sur des litiges l'un a fait l'objet de deux saisies conservatoires puis d'un règlement amiable, l'autre d'une procédure. Depuis le 1er janvier 2020, les affaires relevant du droit du travail des marins ne se règlent plus aux Prudhommes : après une audience de conciliation devant la direction des Affaires Maritimes, l'affaire est portée devant un Tribunal Judiciaire du ressort du domicile du salarié.

Les principaux résultats

Surveillance et soumission

De nos entretiens avec le cadre des Affaires Maritimes Françaises, bras de l'administration fiscale pour le secteur, il ressort que l'administration n'utilise pas *Marine Traffic* de manière officielle même si mon interlocuteur avait l'application ouverte sur son ordinateur...

En revanche, les armateurs ont trouvé avec *Marine Traffic* un outil de surveillance et de contrôle qui leur a permis de durcir leur gestion des ressources humaines et d'optimiser les coûts. Rappelons d'abord que la grande plaisance constitue réellement un espace culturel différent du point de vue des conditions de travail qui n'ont rien de conventionnel et tout de l'exceptionnel. Les conditions de travail de la marine marchande française ne s'appliquent aux yachts étrangers que sous certaines conditions. Les contrats de travail sont établis dans les paradis fiscaux comme certaines îles « territoires européens sous statut spécial », et n'incluent ni assurance chômage, ni régime de retraite et au mieux une assurance maladie minimale qui s'interrompt avec le contrat de travail. Certains licenciements prennent quelques minutes, le préavis n'est jamais exécuté et rarement payé. Les salaires nominaux sont importants mais le syndicat national des marins professionnels de la plaisance estime qu'il faut les diviser par deux pour prendre en compte cette absence d'assurances sociales dont l'importance est sous-estimée par la plupart des marins. Les conflits du travail ont longtemps étaient rarissimes : dans un milieu où la question de la réputation est centrale, le recours à la justice signait la fin d'une carrière d'un navigant qu'il soit simple marin ou capitaine. Un ouvrage entier serait nécessaire pour décrire et comprendre les liens sociaux forts qui existent dans la profession et sont strictement hiérarchisés, selon la taille des yachts et le prestige de ceux-ci, avec une grille de valeurs des capitaines qui utilisent aussi des critères subjectifs qui va de l'autonomie dans la gestion du yacht, des moyens mis à sa disposition jusqu'à la célébrité de l'armateur. Les anecdotes concernant les particularités des postes, ont tenu une grande place dans les entretiens, la plupart des capitaines étant plutôt dans la pratique du récit, voire de l'épopée que de l'analyse. Cette fierté qui renvoie le profane à de mythiques mais anciens récits d'aventure, facilite la vie des armateurs indélicats qui peuvent encore licencier un capitaine sans que celui-ci ne conteste, trouvant à la fois en-dessous de sa dignité de réclamer son dû et acceptant cette soumission comme partie intégrante du métier.

Lorsque le yacht est « en croisière » avec son armateur, ses invités ou ses clients sont à bord, il n'y a pas de limitation du temps de travail, de jours de repos ou de week-ends. En pointant avec un avocat les feuilles d'heures supplémentaires de son client, on a trouvé jusqu'à 93 heures de travail hebdomadaire pour un capitaine, à peine moins pour chaque membre de l'équipage. Ces rythmes infernaux ont été acceptés longtemps bien acceptés parce qu'ils alternaient avec des périodes calmes, des convoyages avec l'équipage seul qui s'apparentaient à des croisières pour amener un yacht dans la zone choisie par son armateur. Seuls les plus gros yachts (supérieurs à 60 mètres) ont deux équipages qui alternent à bord comme sur les cargos et les paquebots.

Marine Traffic a certes augmenté la sécurité en réduisant les risques de collision mais a aussi accentué le contrôle des armateurs sur les équipages : tout arrêt en convoyage est visible sur l'application et doit être justifié, pas plus que le besoin de repos que le moment de détente en baignade sont des motifs valables même après 80 jours sans repos. *Marine Traffic* réduit aussi le pouvoir du capitaine qui doit quelquefois justifier

toutes ses décisions quotidiennes loin de l'imaginaire du « maître à bord après Dieu » ou du « pacha ». Certaines annexes[4] sont aussi discrètement équipées permettant ainsi de les suivre en cas de vol mais aussi en cas d'utilisation qui ne soit pas strictement nécessaire au service. Par contraste, un capitaine a raconté lors d'une entretien que dans les années 1985-1990, une fois organisé le programme de croisière pour la saison aux Antilles, il appelait son armateur en partant de la Côte d'Azur, faisait une escale touristique à Gibraltar, le rappelait en arrivant aux Canaries pour lui dire que tout se allait bien et le prévenait quand il mettait pied à terre en Martinique plus de trois semaines après son départ : cette situation de relâchement était considérée comme normale rappelant que toute professionnelle qu'elle était, il s'agissait encore de « plaisance » donc de plaisir.

En réduisant la liberté des officiers de bord, *Marine Traffic* les a conduits aussi à mesurer leur engagement professionnel : sans liberté dans la navigation, les contraintes ont été remises en question alors qu'elles étaient bien acceptées jusque-là, même si elles induisaient un mode de vie atypique.

Le droit, l'information et les données

La crise de 2008 et son cortège de licenciements ont provoqué la première vague de litiges : alors que les navigants retrouvaient assez rapidement du travail jusque-là, les périodes sans emploi se sont allongées et la carence de protection sociale s'est faite durement sentir. La déléguée pour la Méditerranée du syndicat national des marins professionnels de la plaisance, elle-même ancien marin, a fait un travail d'information régulier qui a encouragé les équipages à porter les litiges devant la justice à défaut de réussir une négociation amiable.

Enfin la CJUE[5] dans un arrêt du 15 mars 2011 est venu rappeler la hiérarchie entre les critères de l'article 6-2 de la Convention de Rome du 19 juin 1980 : le critère du lieu habituel de travail prime sur celui du lieu d'établissement d'embauche du salarié. Cette hiérarchie a désormais été reprise explicitement dans l'article 8 du Règlement dit « Rome I ». Les juges n'hésitent pas à rattacher le contrat de travail en vertu de l'article de loi priorisant le port d'attache réel ou la résidence à terre du marin, de manière implicite ou explicite dans le cas d'une immatriculation de complaisance. Et qu'est ce qui permet de vérifier le port d'attache réel du marin ? *Marine Traffic* ! Que le contrat ait été conclu à Bâle pour travailler sur un yacht sous pavillon de l'île de Man où est domiciliée la société qui l'exploite pour le compte d'un armateur allemand ne peut être opposé à un marin dont le port d'attache habituel est un port français et qui bénéficiera de la protection de la législation française. En cas de litige, non seulement, le marin quelle que soit sa nationalité pourra réclamer son indemnisation devant les tribunaux français mais faire condamner son employeur pour travail dissimulé en n'ayant pas été déclaré à l'administration française. Dans tous les cas de conflits du travail que nous avons examinés, cette question du port d'attache est centrale car beaucoup de jeunes marins n'ont pas de logements à l'année et la détermination de leur « résidence à terre » est plus complexe. Pour les capitaines plus établis, on pourrait croire que les saisies d'écran de l'interface de *Marine Traffic* sont inutiles. Elles font partie des éléments qui « colorent » l'affaire selon les termes d'un avocat spécialisé : les juges qui voient les nombreux

4 Annexe : petit bateau à moteur embarqué sur le navire en navigation hauturière et servant à débarquer à terre quand le navire est au mouillage.

5 Cour de Justice de l'Union Européenne

trajets entre Sardaigne, Corse, Portofino, Monaco et Saint- Tropez ne sont pas insensibles à l'écart entre ces trains de vie fastueux et les demandes comparativement modestes des requérants.

Les armateurs ont pris très rapidement conscience de ce risque et des exigences d'extinction de *Marine Traffic* sont encore formulées auprès des capitaines qui se retrouvent en infraction et encourent des sanctions pénales. Les armateurs des plus grosses unités décident souvent de laisser leurs yachts à Malte, île européenne à statut spécial, privilégient l'emploi de non- européens et restent au mouillage dans les eaux territoriales françaises, interdisant ainsi aux marins de se prévaloir du lieu habituel de travail. D'autres sur des unités plus modestes, décident de payer leur tranquillité : le yacht est à leur nom personnel, ils payent toutes les taxes et peuvent éteindre leur AIS en toute tranquillité, c'est aussi un choix de sécurité personnelle. *Marine Traffic* est accessible à tous et le yachting regorge d'industriels de tous secteurs, certains plus sensibles que d'autres, l'anonymat reste une valeur sûre à l'âge des données ouvertes et massives la « datafication » (Kitchin, 2014) de la mer présente des risques pour la protection des libertés.

Conclusion : de l'aventurier au manager

L'utilisation des données ont changé tous les métiers mais celui des marins sans doute plus que les autres. « Un nouveau type de surveillance [s'est imposé] Il est différent de celui qui dans les régimes des manufactures était assuré de l'extérieur par les inspecteurs, chargés de faire appliquer les règlements; il s'agit maintenant d'un contrôle intense, continu; il court tout le long du processus de travail; il ne porte pas – ou pas seulement – sur la production (…) mais il prend en compte l'activité des hommes, leur savoir-faire, leur manière de s'y prendre, leur promptitude, leur zèle, leur conduite. » (Bourdieu, 1975 : 176)

Le constat des effets de la géolocalisation sur les pratiques professionnelles de la navigation de plaisance doit aussi permettre une réflexion sur l'imaginaire de tous les métiers où la mobilité géographique et l'autonomie sont au cœur de l'activité : du rêve de l'aventurier aux contraintes du manager.

Bibliographie

Bonaccorsi J. & Tardy C. (2019). Analyser les données urbaines comme de nouvelles cultures de savoirs. *Questions de communication* n° 36, p. 7-23.

Bullich V. & Clavier V. (dir.). (2018). Production des données, « Production de la société ». Les *Big Data* et algorithmes au regard des Sciences de l'information et de la communication. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 19/2.

Burt R. S. (1982). *Toward a Structural Theory of Action. Networks Models of Social Structure, Perception and Action*. New York, Academic Press.

Dymytrova V. (2018). Les médiations de l'*Open Data* au prisme des applications liées à la mobilité. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 19/2, p. 80-92.

Foucault M. (1975). *Surveiller et punir.* Paris, Gallimard.

Heinich N. *Ce que n'est pas l'identité*. Paris, Gallimard

Kaufman J.-C. (2004). *L'invention de soi, une théorie de l'identité*. Paris, Armand Colin.

Kitchin R. (2014). *The Data Revolution: Big Data, Open Data, Data Infrastructures and Their Consequences.* London, Sage.

Miège B. (2004). *L'information-communication, objet de connaissance*. Bruxelles, De Boeck, INA.

Interfaces info-communicationnelles de la micromobilité : une approche socio-technique

Informational and communicational interfaces of micromobility: a socio-technical approach

Thilo von Pape, Jean-Claude Domenget, Séverine Equoy Hutin, Sophie Mariani-Rousset,
Laboratoire ELLIADD, Université de Franche-Comté, EA 4661

Thomas Buhler
Laboratoire ThéMA, Université de Franche-Comté, UMR 6049
thilo.von_pape@univ-fcomte.fr

Mots-clés : micromobilité / interface / territoire / communication mobile

Keywords : micromobility / interface / territory / mobile communication

Résumé

Cet article développe un cadre d'analyse socio-technique des véhicules de « micromobilité » (vélos à assistance électrique, e-trottinettes...) en tant que technologies hybrides de transport et d'information-communication. Il met en avant les enjeux pour la mobilité des habitants et pour leurs territoires individuels et collectifs. Ce fonds théorique et critique permet d'identifier les champs d'intervention des interfaces info-communicationnelles pour orienter l'évolution de la micromobilité.

Abstract

This paper develops a conceptual framework for a socio-technical analysis of vehicles of "micromobility" (e-bikes, e-scooters...) as hybrid transportation-information- communication-technologies. It highlights the stakes of these technologies for the mobility of inhabitants and for their individual and collective territories. This theoretical and critical background enables us to identify the fields of intervention of information and communication interfaces to shape the evolution of micromobility.

Interfaces info-communicationnelles de la micromobilité : une approche socio-technique

Thilo von Pape, Jean-Claude Domenget, Séverine Equoy Hutin, Sophie Mariani-Rousset, Thomas Buhler

À la fin de la dernière décennie, un nouveau type de véhicules s'est répandu dans les zones urbaines de la planète, en commençant par la Chine. Des vélos à assistance électrique (VAE), des trottinettes, gyropodes et hoverboards dotés d'un petit moteur ont été vendus en masse ou dispersés dans les villes en flottes entières. Alors que ces *véhicules de micromobilité motorisés* (SAE International, 2019) sont principalement définis par leur légèreté, leur motorisation et leur vitesse limitée, ils doivent leur succès aussi à la numérisation. Des microprocesseurs contrôlent leurs moteurs, des interfaces - embarquées ou externalisées dans des applications de smartphone ou des bornes de location - servent à les louer, surveiller leur vitesse, naviguer, mais aussi communiquer et se divertir pendant les trajets. En outre, des principes adaptés de la nouvelle économie guident leurs modèles commerciaux, comme celui de la « mobilité à la demande » (Shaheen & Cohen, 2020). Dès leur arrivée, ces véhicules ont fait l'objet de polémiques, étant considérés tantôt comme vecteurs d'une réappropriation saine, douce, et intelligente du territoire, tantôt comme des véhicules accidentogènes, polluants, symboles de l'hyper-capitalisme de la Silicon Valley (Cocquempot, 2019).

Au regard de ces débats, nous proposons la perspective nuancée d'une approche socio-technique de la micromobilité et de ses interfaces info-communicationnelles. Nous traitons les véhicules comme des outils hybrides, ou plus précisément des « transportation-information-communication-technologies (TICTs) » (Hildebrand, 2018 : 349). Selon l'approche socio-technique en SIC, ce n'est qu'à travers des processus sociaux d'appropriation - des outils technologiques eux-mêmes et du monde *via* ces outils (Ben Affana, 2011) qu'une technologie de communication peut entraîner des « effets ». Situés entre le technologique et l'humain pour négocier les tensions entre les deux, les interfaces info-communicationnelles sont bien positionnés pour étudier l'émergence de la micromobilité et orienter son évolution future.

Dans ce but, nous développons une approche socio-technique des interfaces des véhicules de micromobilité en trois temps : nous allons (1.) identifier l'» essence technique » (Simondon, 1969) des véhicules de micromobilité et (2.) la situer dans le double processus d'appropriation dans lequel ceux-ci sont impliqués. En croisant ainsi l'essence technique avec les processus sociaux de son déploiement, nous construisons une grille d'analyse qui expose des questions centrales pour l'évaluation et le développement futur de ces technologies. C'est à partir de ces questions que nous (3.) identifions les champs d'interventions des interfaces info-communicationnels. Notre contribution s'achèvera par un aperçu d'applications de cette grille dans le cadre d'un projet de recherche empirique en cours, visant à étudier et re-concevoir les interfaces numériques des VAE[1].

1 *Interfaces pour une Vélomobilité Électrique Smart (IVES)*, projet financé par la région Bourgogne-Franche-Comté de 2019 à 2022.

Essence technique des véhicules de micromobilité

Les définitions courantes de la micromobilité fixent des seuils et plafonds précis pour les véhicules au niveau de leur poids et vitesse. Ainsi, la SAE inclut tout engin d'un poids maximum de 227 kg et d'une vitesse jusqu'à 48 km/h ; le sigle français « EDPM », « Engins de Déplacement Personnel Motorisé », prescrit une vitesse maximale entre 6 et 25 km/h, selon la réglementation française en vigueur depuis le 25 octobre 2019. Si ces critères répondent aux besoins de standardisation industrielle et de réglementation légale, ils ne produisent pas d'orientation durable pour la future évolution de la micromobilité dans un sens plus large.

Nous nous appuyons alors sur une conception plus générale de la technologie sur la base du concept de l'*essence* de l'objet technique de Gilbert Simondon (1969). Selon Simondon, « l'essence technique se reconnaît au fait qu'elle reste stable à travers la lignée évolutive, et non seulement stable, mais encore productrice de structures et de fonctions par développement interne et saturation progressive » (Simondon, 1969 : 43). Nous voyons dans cette essence la réconciliation de deux principes traditionnellement peu compatibles : d'une part la *force motrice* des véhicules, dont l'augmentation au début de l'âge industriel a permis d'accroître la portée, le débit et la vitesse des véhicules ; et d'autre part la *fluidité* avec laquelle les véhicules utilisés permettent de passer à d'autres activités ou d'autres véhicules.

Cette dernière notion, qui se base sur le terme anglais de *seamlessness*, est commune à la sociologie du transport (Urry, 1999) et à la recherche sur la communication mobile (Cumiskey & Hjorth, 2013). Dans les deux champs disciplinaires, elle décrit la facilité avec laquelle notamment les automobiles et les téléphones portables ont permis d'intégrer les grandes innovations du 19e siècle dans la vie quotidienne. Si le train et le télégraphe permettaient de transporter des gros volumes de biens et signaux à grande vitesse, c'était au prix d'un isolement de ces flux de la vie quotidienne : pour s'en servir, il fallait suspendre ses activités en cours et aller dans une rare gare ou station de télégraphe. La voiture et le téléphone portable ont enfin permis d'entrelacer ces innovations finement dans le tissu de la vie quotidienne au point d'être sans soudure (« seamless ») (von Pape, 2020).

Nous considérons donc la micromobilité comme une nouvelle étape dans cette lignée visant une conjonction entre force motrice et fluidité dans la mobilité humaine. Elle s'appuie sur une nouvelle classe de petits véhicules motorisés, d'infrastructures mécaniques et communicationnelles ainsi que des pratiques correspondantes. Suivant Simondon (1969), nous reconnaissons une certaine autodétermination et une valeur normative inhérente à la force motrice et la fluidité. Cette valeur est parfois reflétée explicitement dans les « déclarations de mission » des entreprises, comme celle du fournisseur de trottinettes électriques *Lime* de « help people move seamlessly throughout their communities » (Lime, 2018 : 2).

Il faut néanmoins mettre ce déterminisme et ces valeurs attachées à une technologie en perspective avec son déploiement individuel et sociétal. Comme nous le montre l'histoire de l'automobile, la force motrice et la fluidité inhérentes à cette technologie n'ont pas empêché la paralysie des bouchons et l'enfermement dans le « système d'automobilité » (Urry, 2004), une fois qu'elle était socialement institutionnalisée. Ces problèmes nous renvoient à la « double médiation de la technique et du social » (Jouët, 2000 : 497) qui intervient dans l'introduction d'une nouvelle technologie. C'est pourquoi l'essence technique ne peut constituer qu'une

dimension de notre grille d'analyse (tableau 1), incarnée par les colonnes de la force motrice et la fluidité. Il reste donc à considérer sa dimension sociale (lignes de la grille).

Une (ré)-appropriation à deux étapes

La micromobilité en soi est trop abstraite pour faire l'objet d'un processus d'appropriation : ce sont les nouveaux véhicules dont nous pouvons étudier l'appropriation, et le territoire qui est approprié à travers ces véhicules. Dans ces considérations, nous avisons alors l'essence technique de la micromobilité indirectement, en basculant entre deux perspectives dans une sorte de triangulation : pour mettre en relief la force motrice, nous considérons les nouveaux véhicules comme une innovation incrémentale aux moyens de transport de proximité conventionnels, comme les vélos ou la marche à pied qui manquaient de cette force. Et pour mettre en relief l'apport en fluidité, nous les considérons comme une innovation par rapport aux voitures et motos conventionnels, mais aussi - pour prendre en compte l'apport de la numérisation à la fluidité - aux différents véhicules non connectés.

Appropriation des véhicules

Pour commencer avec l'effet de la *force motrice* dans le cadre d'un transport de proximité, un apport qui semble évident est la réduction de leur propre activité physique des usagers dans les trajets de proximité. Si cette hypothèse se confirme partiellement au moins pour les trottinettes, la réalité est plus complexe (Glenn et al., 2020). Surtout l'assistance électrique des VAE semble au contraire fonctionner comme une sorte d'énergie d'activation, permettant aux usagers de surmonter des barrières qui les empêchaient auparavant de pratiquer le vélo. Ainsi, elle permet à des personnes âgées qui ne se sentent pas (plus) suffisamment fortes pour propulser leur vélo seules, de (re)prendre cette activité progressivement, en ajoutant de plus en plus de leur propre force au moteur et allant de plus en plus loin. Cela peut dans l'idéal les revigorer dans un cercle vertueux, même si la maîtrise des engins dans le trafic urbain dépend de capacités complémentaires (force pour manipuler les véhicules lourds, sens de l'équilibre et de l'orientation), sans lesquelles les usagers, mis en confiance par la force motrice, risquent des accidents (van Cauwenberg et al., 2019). Même pour des cyclistes actifs, l'assistance permet d'élargir le champ des usages du vélo. Elle peut ainsi fournir l'énergie supplémentaire nécessaire pour maîtriser des trajets plus éloignés plus rapidement (de la résidence en banlieue au travail) ou des charges lourdes (transport des enfants à l'école) ou simplement minimiser un effort qui était faisable, mais pas désiré pour des raisons personnelles ou sociales (aversion pour l'effort physique, crainte d'arriver au travail en sueur).

Pour mettre en relief l'apport de la *fluidité*, nous basculons sur la seconde perspective en partant d'une comparaison avec véhicules motorisés conventionnels. Là encore, nous pouvons nous attendre à un élargissement du champs des utilisateurs et des usages. Les barrières pour devenir usager sont beaucoup moins restrictives pour les véhicules de micromobilité au niveau financier (achat et location moins chers), cognitif et administratif (pas de formation particulière, permis ou plaque d'immatriculation requises). Il paraît également probable que les modes d'utilisation se multiplient. Les usages des véhicules motorisés conventionnels étaient limités, du fait qu'ils devaient s'arrêter aux parkings, garages et gares, souvent séparés des lieux de

la vie quotidienne par le « dernier kilomètre » (Aguilera, Dablanc & Rallet, 2018) et en soi des « non lieux » stériles pour la plupart des usagers (Augé, 1992). En revanche, les véhicules de micromobilité peuvent transporter (ou au moins accompagner) les usagers parfois jusqu'à l'intérieur des espaces de travail, de vie et de loisirs, et dans d'autres moyens de transport. Cela rappelle comment le smartphone avait porté internet des environnements stériles des PCs dans les mains des usagers, les accompagnant dans la riche complexité de leur vie quotidienne et ainsi engendrant une explosion de nouvelles applications (Humphreys, Karnowski, & von Pape, 2018). Ces projections d'une micromobilité fluide dépendent aussi de la numérisation qui doit alléger les usagers d'un nombre croissant de tâches lourdes pendant les trajets (systèmes de transmission automatique, de navigation) et entre les trajets (verrouillage automatique, surveillance de la pression des pneus, etc.). Cette tendance, que certains considèrent comme les premiers pas vers des véhicules de micromobilité autonomes (Townsend, 2020), permettrait aux usagers pendant les trajets d'allouer une partie de leur attention à d'autres activités pour compléter l'expérience (écouter de la musique, parler au téléphone), ou l'augmenter (en recevant des informations sur les lieux qu'ils traversent ou les connexions successives). Et ils pourraient déléguer l'entretien des véhicules à un ensemble d'auto-diagnostics, mises à jour à distance et interventions professionnelles comme c'est déjà le cas dans le domaine de l'automobile. Mais il faut pondérer ces gains de facilité avec les risques d'une dépendance des fournisseurs de produits et services (de navigation, réparation, etc.), d'une surveillance et d'autres risques courants de la numérisation (Royakkers et al., 2018).

Il reste à ajouter que ces retombées de la micromobilité risquent d'être distribuées inégalement, de sorte que les inégalités physiques qu'elle promet de surmonter notamment au profit des plus âgés risquent d'être remplacées par des nouvelles inégalités socio-économiques au détriment de ceux qui ne peuvent pas financer la nouvelle technologie, comme cela a été observé pour d'autres technologies d'assistance (MacDonald & Clayton, 2013).

(Ré-)appropriation du territoire à travers les véhicules

Pour continuer sur l'appropriation du territoire, nous nous appuyons sur une conception interdisciplinaire large de ce dernier comme « tout espace socialisé, approprié par ses habitants » (Baud, Bourgeat & Bras, 2003 : 138). Si cette notion admet que le territoire relève de certaines conditions et transformations naturelles (tectoniques, climatiques...), elle met en avant sa construction sociale par une multitude d'acteurs (politiques, économiques...) et focalise tout particulièrement les processus qui se font en aval de cette construction, dans le microcosme des habitants/usagers individuels. Gellereau (2003 : 7) met en avant la « subjectivité du territoire » qui souligne « combien la ville est aussi un terrain que l'habitant travaille » à travers des pratiques quotidiennes individuelles et collectives (trajets réguliers, pratiques économiques, culturelles ; cf. Lynch, 1976) et des représentations (lieux significatifs, distances perçues ; Proshansky et al., 1983).

Ces éléments nous permettent d'interroger le rôle des véhicules de micromobilité pour l'appropriation du territoire, en considérant la *force motrice*, et ensuite la *fluidité*. Une distinction basique dans l'analyse des territoires urbains est celle entre des environnements proches et plus éloignés. Elle sert à démarquer un « quartier perçu et vécu » (Di Méo, 1994 : 265) et à évaluer l'accessibilité de commerces, de stations de transport public et d'autres lieux-clés, à partir d'un endroit donné ou dans toute une zone. La proximité peut

être mesurée en distance kilométrique, mais aussi en métriques plus proches de l'expérience des usagers, tels que le temps passé pour le déplacement ou encore l'effort physique et cognitif pour le faire (Gil & Vilhelmson, 2019). C'est selon ces mesures plus subjectives que la *force motrice* des véhicules de micromobilité, avec les gains en vitesse, portée et facilité décrits dans la section précédente, pourrait aboutir à un élargissement des quartiers perçus. Les véhicules pourraient ainsi activer les « forces centrifuges de la mobilité facilitée » (Halleux, 2004 : 201) – un phénomène qu'Halleux avait observé pour les voitures et que Townsend (2020) a appliqué à la micromobilité : alors que la voiture avait conduit à un étalement (« sprawling ») des villes à travers la naissance de quartiers dortoires en périphérie, les véhicules de micromobilité pourraient apporter un « micro-étalement » (« microsprawling », Townsend, 2020 : 198) au niveau des quartiers perçus. La bibliothèque à 3kms, l'arrêt de métro à 4kms sont alors perçus comme appartenant au quartier, car accessibles en 10 minutes et sans effort. Or, pour que cet élargissement devienne une réalité organique et vécue, il faudrait aussi que les usagers puissent se projeter cognitivement dans le terrain élargi et qu'ils puissent se l'approprier par des pratiques quotidiennes et une identification symbolique.

Sur ce, nous basculons notre perspective sur la question de la *fluidité*, et donc de l'affordance de la micromobilité d'entrelacer le transport dans la vie quotidienne. Si elle permet donc de disposer d'une mobilité motorisée presque n'importe où, n'importe quand, comme le smartphone l'avait fait pour internet, ce dépassement des restrictions familières peut aussi avoir un effet désorientant et paralysant. Comme l'usage du téléphone portable devait être maîtrisé individuellement (pour ne pas en être distrait tout le temps) et négocié (pas de longues conversations en bus, ...), les véhicules de micromobilité doivent trouver leur place dans un nouvel équilibre dans un transport multi-modal et dans les pratiques de mobilité individuelles (pour ne pas perdre l'habitude saine de marcher, comme indiqué ci-dessus). Dans les termes du sociologue Hartmut Rosa (2014), il faut que les véhicules soient « synchronisés » avec la vie individuelle et collective afin qu'elles puissent « résonner » avec les territoires. Si cela réussit, la fluidité pourrait renforcer les interactions humaines dans des quartiers élargis et privilégier une économie de proximité aux allers-retours entre le centre et la périphérie, établis par l'automobile. Ou alors, les véhicules de micromobilité pourraient isoler leurs usagers de leurs quartiers, en remplaçant les déplacements à pied par des transferts accélérés aux prochains hubs de transport public, sans prise en compte de l'environnement local.

Encore une fois, une dynamique sociale risque de distribuer ces avantages et inconvénients de manière inégale. Ainsi, les parcs de véhicules mis en place par les entreprises privées couvrent davantage de quartiers privilégiés économiquement (Mora & Moran, 2020), et certains empêchent même leurs usagers de quitter ces zones par des systèmes de géorepérage (Meng, Somenahalli & Berry, 2020). La logique économique derrière ces contraintes, que les quartiers privilégiés promettent un meilleur retour sur l'investissement des fournisseurs - est contraire au principe du service public de mettre en place des véhicules pour rebalancer des déséquilibres sociaux en accès à la mobilité.

Quels champs d'interventions des interfaces info-communicationnelles ?

Poster (1995 : 20) définit l'interface homme-machine comme ce qui « stands between the human and the machinic, a kind of membrane dividing yet connecting two worlds that are alien to and also dependent on each other ». Les interfaces de micromobilité - sous forme d'écrans embarqués, bornes de location, applica-

tions smartphone, mais aussi surface tactile d'un véhicule etc. - se situent pleinement entre les dimensions technologiques et sociales de notre analyse. Ils sont alors bien situés pour gérer les tensions entre les tendances apportées par l'essence de la technologie et les relations existantes, et potentiellement y intervenir dans un sens souhaité.

Pour identifier leur champ d'intervention et leurs limites, nous investissons donc les quatre champs au cœur de notre grille (tableau 1). Au niveau de l'*appropriation de la force motrice offerte par les véhicules,* nous avons identifié le besoin d'accompagner l'assistance purement motrice par un soutien plus complet, notamment pour des usagers fragiles. Quant aux usagers sur-confiants, les interfaces pourraient les alerter en fonction de différents paliers de vitesses atteintes, et elles pourraient leur signaler des comportements à risque (conduite sinueuse, etc.). Cela pourrait se faire par des tutoriels intégrés dans les ordinateurs de bords ou applications smartphones (Ortet et al., 2019), mais il faudrait l'accompagner par d'autres solutions hors interfaces, soit techniques (systèmes de stabilisation automatique), soit humaines (vélo-écoles), soit infrastructurelles (des pistes cyclables).

Concernant l'*appropriation des véhicules au niveau de la fluidité*, les interfaces peuvent orienter les usagers face à la multitude des usages possibles. Ils pourraient leur suggérer différents modes de déplacement (sportif, professionnel, découverte, loisir) et y adapter non seulement la force motrice, mais aussi la navigation, le réglage de l'offre de divertissement sur l'écran ou sur smartphone (musique, appels), etc. En fonction du mode et de la situation de trafic, ils pourraient filtrer les signaux à l'attention des usagers pour leur transmettre des notifications (appel entrant), les divertir ou alors les protéger contre telles ou telles distractions. Les interfaces pourraient même décourager ou inhiber des usages problématiques, comme la consultation d'un texto (Dunand, 2017) ou un bricolage dangereux du véhicule.

Concernant le rôle joué par la *force motrice dans l'appropriation du territoire*, les interfaces pourraient aider les usagers dans la "conquête de leurs quartiers élargis". Cela dépend déjà de la capacité des usagers d'y situer et d'y identifier des destinations significatives et de s'y projeter eux-mêmes. Si cette demande revient principalement à un bon système de navigation, on pourrait y intégrer d'autres informations, comme une visualisation continuelle du terrain qui reste à la portée des batteries sur la carte (charge suffisante pour un aller ou un aller-retour), comme une forme concentrique autour de l'usager qui se rétrécit avec l'épuisement des piles (Brethon, Jacques, Pinna & Sadoine, 2020).

Concernant, enfin, le rôle de la *fluidité pour l'appropriation du territoire,* les interfaces peuvent intervenir en sensibilisant les usagers aux opportunités qui s'ouvrent à eux à l'intérieur du territoire qu'ils traversent. Il s'agit déjà d'éviter le scénario d'une "annihilation" de l'espace par des véhicules rapides, faciles à conduire et peut-être même connectés à une offre communicationnelle (musique, téléphone) qui pourraient isoler les usagers de leur environnement. Les interfaces pourraient en plus mettre activement en avant certaines opportunités significatives pour les usagers, comme le passage d'un bus qui pourrait les amener plus rapidement à la destination ou la présence d'un nouveau marché à côté du chemin. Il serviraient alors comme ce que Ling appelle des « méso-scopes » (Ling, 2019 : 2793) : opérant entre la réalité augmentée, qui met en avant des aspects de l'environnement immédiat, et un télescope, qui nous montre ce qui est très loin, le méso-scope nous indique les opportunités qui se trouvent juste au-delà de notre champs de vision, comme le bus passant derrière un pâté de maisons. Cette tâche de filtrer et augmenter la perception pour répondre aux désirs des

usagers, mais aussi les sensibiliser à leur environnement - et sans les distraire du trafic - rentre parfaitement dans les compétences des interfaces.

Ceci nous amène aux enjeux plus généraux qui sont marqués dans la troisième colonne et la troisième ligne du tableau. Si l'enjeu général au niveau de l'appropriation du véhicule semble de permettre à un maximum d'usagers de profiter pleinement des fonctionnalités sans courir de danger pour eux ou pour d'autres, un enjeu sous-jacent est celui de l'autonomie des usagers. La surveillance du comportement des usagers, l'encouragement de certains usages ainsi que le découragement ou l'inhibition d'autres sont des contraintes importantes de leur autonomie et leur vie privée. Ces intrusions contredisent en plus la culture du vélo, qui est beaucoup basée sur l'idéal du bricolage autonome (Furness, 2010).

Pour terminer avec les enjeux généraux des interfaces au niveau des essences technologiques et des valeurs qui leurs sont inhérentes dans le sens de Simondon (dernière ligne du tableau), l'enjeu pour la force motrice est d'en faire une énergie activante, qui permet aux usagers d'y apporter leur propre force et qui leur sert à augmenter leur prise sur le territoire. Sinon, elle pourrait avoir un effet paralysant sur les usagers, qui ne feraient plus d'effort physique s'appliqueraient plus pour se déplacer et ne pourraient plus se projeter dans le territoire. Au niveau de la fluidité, l'enjeu est d'en faire une force constructive qui permet de développer des nouveaux usages et nouveaux rapports au territoire, là où elle détruit la force structurante des anciennes formes. Sans l'orientation des interfaces, elle risquerait sinon d'entraîner une sorte d'entropie destructive des usages et du territoire.

Essence technique Déploiement	**Force motrice**	**Fluidité**	**Enjeux (au niveau de l'appropriation)**
Appropriation du véhicule	**Champs d'intervention** : soutien cognitif, technique complémentaire à force motrice ; encourager pour un usage sain	**Champs d'intervention** : proposition de modes de déplacement, filtrer les signaux locaux et médiatisés, décourager ou empêcher des usages	Accès aux véhicules ; diversité des usages ; effets positifs de l'activité pour la santé; respect de leur vie privée et leur autonomie
(Ré)Appropriation du territoire	**Champs d'intervention** : situer des destinations significatifs dans le périmètre élargi ; proposer des chemins pour s'y projeter	**Champs d'intervention** : sensibiliser pour le territoire ; intéresser l'individu, mais le sensibiliser aussi aux enjeux collectifs	Accès égalitaire au territoire ; maintien d'une structure cohérente du Territoire face au risque d'un transport hyper-individualisé
Enjeux/Bilan (au niveau des valeurs techniques inhérentes)	Fonctionnement de la force motrice comme une énergie activante des usagers qui permet d'élargir leur territoire et non comme une force incapacitante.	Fonctionnement de la fluidité comme constitutive des nouveaux usages et rapports aux territoires, non pas comme annihilant l'espace	

Tableau 1 : grille d'analyse socio-technique des interfaces de la micromobilité

Conclusion

Cet article vise à rendre l'émergence de la micromobilité théoriquement et empiriquement tangible pour les chercheurs en information-communication, afin qu'ils puissent y apporter ultérieurement leur analyse et leur accompagnement propédeutique critique. Il considère les véhicules de micromobilité comme des technologies hybrides, intégrant une dimension de transport avec une dimension info-communicationnelle. Ce postulat nous permet d'appliquer une perspective socio-technique courante dans la recherche sur les usages des nouvelles technologies de communication. Nous identifions, par une analogie avec l'émergence de la communication mobile, les deux essences technologiques que la micromobilité arrive à concilier - force motrice et fluidité, et nous les croisons avec les deux processus d'appropriation dans lesquels les véhicules sont impliqués. C'est à ce croisement du technologique et du social que les interfaces info-communicationnels de la micromobilité peuvent influencer l'évolution future de cette technologie. Les interfaces peuvent apporter un soutien cognitif aux usagers pour maîtriser les engins puissants et profiter des nouveaux usages et territoires accessibles au-delà de leurs quartiers habituels, mais aussi dans leur sein. Mais nous avons aussi démontré les limites de leurs marges de manoeuvre et le besoin d'initiatives sociales, d'aménagements du territoire, etc. qui assure que les technologies et les territoires soient aux services de tous les habitants et ne délèguent pas les problèmes à des appareils techniques. Finalement, les dangers pour l'autonomie et la vie privée des usagers et la culture des vélos, trottinettes, etc. comme technologies accessibles au bricolage de chacun ont été mis en avant.

La grille d'analyse issue de ses réflexions n'est qu'une première étape qui doit être élargie théoriquement et enrichie empiriquement dans différents contextes. Nous avons débuté une première mise à l'épreuve dans le cadre d'un projet de recherche sur les *Interfaces pour une vélomobilité électrique smart* (IVES). Ce projet répond aux besoins identifiés dans notre analyse par son interdisciplinarité, ses méthodes, et sa dimension critique : il réunit des chercheurs représentant les perspectives techniques (spécialistes en informatique et mécanique), mais aussi les perspectives sur l'appropriation des nouvelles technologies (information-communication, psychologie) et sur l'appropriation du territoire (géographie, sémiotique de l'espace). Pour concrétiser la réflexion et le travail sur les interfaces, le projet intègre non seulement des experts en interaction homme-machine, mais aussi des représentants de constructeurs locaux de VAE, de collectivités territoriales, des associations de cyclistes et des usagers individuels. La grille occupera dans un premier temps une fonction heuristique afin de dresser un inventaire des pratiques communicationnelles en vélomobilité électrique, en combinant plusieurs approches méthodologiques : à travers des entretiens qualitatifs avec les usagers en présence de leurs véhicules, en les accompagnant dans la ville pour comprendre les modes d'appropriation du territoire avec ces véhicules, et à travers des observations quantitatives des usagers à différents endroits de la ville. La grille servira aussi à analyser des tendances au niveau des interfaces info-communicationnels pour les VAE. Ces travaux empiriques seront ensuite portés à un niveau plus concret dans des séances de co-créativité sur des futurs développements potentiels, en collaboration entre des usagers, des professionnels dans la construction des véhicules et des membres d'associations. Dans cet étape, la grille permettra enfin de s'assurer que nos questions et observations soient sensibles aux problématiques sociales plus profondes (égalité d'accès à la mobilité, autonomie des usagers, intégrité des espaces urbains) qui se trouvent souvent derrière les préoccupations immédiates des usagers et concepteurs.

Références

Aguilera, A., Dablanc, L., & Rallet, A. (2018). L'envers et l'endroit des plateformes de livraison instantanée : Enquête sur les livreurs micro-entrepreneurs à Paris. *Réseaux,* nº 212, p. 23-49.

Augé, Marc (1992). *Introduction à une anthropologie de la modernité.* Paris, Seuil.

Baud P., Bourgeat S., & Bras C. (2003). *Dictionnaire de géographie*. Paris, Hatier.

Ben Affana, S. (2011). Une double appropriation d'un groupe de discussion. *Recherches Qualitatives,* vol. 29, nº 3, p. 57-76.

Brethon, L., Jacques, L., Pinna, C., & Sadoine, V. (2020). *Benchmark des interfaces et* étude des tendances. Rapport d'étape dans le cadre du projet IVES. Esta School of Business & Technology, Belfort.

Cocquempot, N. (2019). Extinction Rébellion justifie le sabotage de trottinettes en libre-service, objets roulants « briseurs de grèves ». *Le Monde*, 06.12.2019. Consulté sur https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/12/06/des-trottinettes-en-libre-service-ont-ete-sabotees-lors-des-manifestations-du-5-decembre_6021965_3234.html

Cumiskey, K. M., & Hjorth, L. (2013). Between the seams: Mobile media practice, presence and politics. In K.M. Cumiskey & L. Hjorth (éds.), *Mobile Media Practices, Presence and Politics*. New York, Routledge, p. 15-26.

Décret n° 2019-1082 du 23 octobre 2019 relatif à la réglementation des engins de déplacement personnel. Consulté sur : https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2019/10/23/INTS1913464D/jo/texte

Di Méo, Guy (1994). Épistémologie des approches géographiques et socio-anthropologiques du quartier urbain. *Annales de géographie*, nº 577, p. 255-275.

Dunand, E. (2017). *Pays-Bas* : *une appli pour bloquer les smartphones des jeunes cyclistes.* Consulté sur : http://www.leparisien.fr/high-tech/pays-bas-une-appli-pour-bloquer-les-smartphones-des-jeunes-cyclistes-23-06-2017-7081407.php

Furness, Z. (2010). *One less car. Bicycling and the Politics of Automobility.* Philadelphia, Temple University Press.

Gellereau, M (2003). Nous et les autres : les représentations des identités culturelles au service de nouveaux territoires ? Études de communication, n° 26, http://edc.revues.org/index99.html

Gil Solá, A., & Vilhelmson, B. (2019). Negotiating proximity in sustainable urban planning: A swedish case. *Sustainability*, vol. 11, nº 1, p. 31.

Glenn, J., Bluth, M., Christianson, M., Pressley, J., Taylor, A., Macfarlane, G.S., & Chaney, R.A. (2020) Considering the Potential Health Impacts of Electric Scooters: An Analysis of User Reported Behaviors in Provo, Utah. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 17, p. 6344.

Halleux, J.-M. (2004). Les forces centrifuges de la mobilité facilitée, le système des quotidiennetés urbaines et la recomposition des espaces urbains. In B., Montulet & V., Kaufmann (éds.), *Mobilités, fluidités... libertés* ? (pp. 201-216). Bruxelles, Publication des Facultés universitaires Saint-Louis.

Hildebrand, J. M. (2018). Modal media: Connecting media ecology and mobilities research. *Media, Culture & Society,* vol. 40, nº 3, p. 348–364.

Humphreys, L., Karnowski, V. & von Pape, T. (2018). Smartphones as Metamedia. *International Journal of Communication,* nº 12, p. 2793–2809

Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux.* vol. 18, nº 100, p. 487-521.

Lime (2000). Shared Mobility Pilot Program Application. Consulté sur : https://www.smgov.net/uploadedFiles/Departments/PCD/Transportation/LIME%20-%20Scooter%20and%20Bike.pdf

Ling, R. (2019). Cars and Contemporary Communication| Mobile Canvassing: Individual Addressability and the Move Toward Automated Transportation. *International Journal of Communication*, vol. 13, p. 2793-2810.

Lynch, K. (1976). *L'image de la cité.* Paris, Dunod.

Meng, L., Somenahalli, S., & Berry, S. (2020). Policy implementation of multi-modal (shared) mobility: review of a supply-demand value proposition canvas. *Transport Reviews*, vol. 40, p. 670-684.

Macdonald, S. J., & Clayton, J. (2013). Back to the future, disability and the digital divide.

Disability & Society, vol. 28, nº 5, p. 702-718.

Mora, R., & Moran, P. (2020). Public Bike Sharing Programs under the Prism of Urban Planning Officials: The Case of Santiago de Chile. *Sustainability*, vol. 12, nº 14, 5720.

Ortet, C. P., Costa, L.V., & Veloso, A.I. (2019). Jizo: A Gamified Digital App for Senior Cyclo-Tourism in the miOne Community. In, N. Zagalo et al. (eds.), *International Conference on Videogame Sciences and Arts*, p. 195-207. Cham, Suisse, Springer.

Poster, M. (1995). *The second media age.* Chichester, John Wiley & Sons.

Proshansky, H.M., Fabian, A., Kaminoff, R. (1983). Place Identity: physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, vol. 3, p. 57-83.

Rosa, H. (2014). *Aliénation et Accélération. Vers une théorie critique de la modernité tardive.*

Paris : La Découverte.

Royakkers, L., Timmer, J., Kool, L., & van Est, R. (2018). Societal and ethical issues of digitization. *Ethics and Information Technology*, vol. 20, nº 2, p. 127-142.

SAE International, *J3194: Taxonomy and Classification of Powered Micromobility Vehicles*, Consulté sur : https://www.sae.org/standards/content/j3194_201911/

Shaheen, S., & Cohen, A. (2020). Mobility on demand (MOD) and mobility as a service (MaaS): early understanding of shared mobility impacts and public transit partnerships. *Demand for Emerging Transportation Systems*. Berkeley, Elsevier, p. 37-59.

Simondon, G., (1969). Du mode d'existence des objets techniques. Paris, Aubier.

Townsend, A. (2020). *Ghost Road. Beyond the Driverless Car.* New York, W. W. Norton & Company.

Urry, J. (1999). *Automobility, car culture and weightless travel: A discussion paper* (Lancaster University, Lancaster). Consulté sur : http://www.lancaster.ac.uk/ fass/resources/sociology-online-papers/papers/urry-automobility.pdf

Urry, J. (2004). The 'system' of automobility. *Theory, Culture & Society*, vol. 21, nº 4-5, p. 25-39.

van Cauwenberg, J., de Bourdeaudhuij, I., Clarys, P., de Geus, B., & Deforche, B. (2019). E-bikes among older adults: benefits, disadvantages, usage and crash characteristics. *Transportation*, vol. 46, nº 6, p. 2151-2172.

von Pape, T. (2020). Autonomous Vehicles in the Mobility System. In, R. Ling, L. Fortunati, G. Goggin, S. S. Lim, & Y. Li (eds.) *The Oxford Handbook of Mobile Communication and Society* (p. 501-516). Oxford, Royaume-Uni : Oxford University Press.

AXE 3

PARTICIPATIONS, CONSOMMATIONS, ENGAGEMENTS

/ Chapitre 1 : expériences numériques et enjeux informationnels

/ Chapitre 2 : engagements et controverses

/ Chapitre 3 : mutations des espaces culturels

/ Chapitre 4 : travail émotionnel et émotions au travail

CHAPITRE 1

EXPÉRIENCES NUMÉRIQUES ET ENJEUX INFORMATIONNELS

Les enjeux de la participation à la campagne en ligne. Une comparaison desstratégies des candidats à l'élection présidentielle française de 2017

The challenges of participation in the presidential webcampaign. A comparisonbetween the strategies of the French candidates in 2017

Gersende Blanchard, maître de conférences
GERiiCO Université de Lille
gersende.blanchard@univ-lille.fr

Mots clés : participation ; communication politique ; internet ; campagne électorale.

Keywords: participation; political communication; internet; electoral campaign.

Résumé

Cette communication s'intéresse aux stratégies et aux dispositifs numériques mis en œuvre par les candidat.e.s à l'élection présidentielle française de 2017 pour faire participer lesinternautes à la campagne électorale. Elle se veut une occasion de réfléchir sur la notion de participation d'une part et, d'autre part, d'enrichir l'analyse des stratégies web des candidate.spour organiser et ancrer leur campagne dans les territoires, en introduisant une analyse sémiotique de la médiation des territoires par les dispositifs participatifs numériques de la campagne électorale.

Abstract

This paper is about the strategies developed by candidates during the 2017 French presidential election. More precisely, a particular attention is paid to digital devices used bycandidates in order to organize their grassroots campaign. First, it examines the notion of participation. Then, it proposes to introduce a semiotic approach to analyze digital visualization developed on candidates' websites to display what is done locally for the campaign.

Les enjeux de la participation à la campagne en ligne. Une comparaison des stratégies des candidats à l'électionprésidentielle française de 2017

Gersende Blanchard

Cette communication souhaite montrer l'intérêt de mobiliser les sciences de l'information et de la communication et de s'intéresser à la matérialité numérique du politique pour appréhender les évolutions des formes organisationnelles partisanes.

Démonstration a été faite que les campagnes électorales sont désormais caractérisées par une professionnalisation de leurs pratiques et une recherche perpétuelle de sophistication technologique. Différents changements ont été mis au jour par les travaux scientifiques à propos des partis politiques qui apparaissent, depuis les dernières décennies, marqués par une baisse de leurs effectifs d'adhérents et un déclin du militantisme partisan tel qu'ils le proposent traditionnellement. On observe également une inclination de la part des partis politiques à tenter de se réformer en offrant un rôle plus important à leurs supporteurs et supportrices[1], notamment dans le cadre des campagnes en ligne (Chadwick et Stromer-Galley,2016). La campagne présidentielle américaine de Barack Obama de 2008 a d'ailleurs été analysée comme un exemple innovant d'expérimentation organisationnelle mobilisant lesrépertoires d'engagement personnel des citoyen.ne.s à partir du numérique (Chadwick et Stromer-Galley, 2016). Le Mouvement 5 étoiles, lié au blogue de contre-information de Beppe Grillo, offre une autre illustration plus récente d'exemple innovant de mobilisation du numérique pour coordonner les activités délibératives, électives et militantes, et pour structurer un mouvement politique (Sedda, 2019). Plusieurs recherches en sont ainsi venues àinterroger le rôle du numérique dans ce processus tandis que certains analystes vont même, quant à eux, jusqu'à parler de « *cyber party* » (Margetts, 2006) ou de « *digital party* » (Gerbaudo, 2018).

Cette communication s'intéresse aux stratégies et aux dispositifs numériques mis en œuvre par les candidat.e.s à l'élection présidentielle française de 2017 pour faire participer les internautes à la campagne électorale. Il s'agit d'analyser les stratégies déployées par les candidat.e.s pour organiser et mettre en visibilité la mobilisation sur le terrain durant la campagne électorale, dont une partie a eu recours à des logiciels de *big data* électoral, tels que *Nation Builder* ou *50+1,* pour faire campagne. Cette étude vise à appréhender le rôle du numérique, et plus particulièrement d'internet, à la fois pour recruter et mobiliser des militant.e.s et des soutiens pour s'investir dans la campagne sur le terrain, mais aussi pour donner une visibilité aux actions menées localement dans les territoires. Ce second aspect relatif aux dispositifs de mise en visibilité constitue un point aveugle des recherches menées sur l'internet politique par les travaux en science politique, qui ne privilégient pas ce point d'entrée dans leurs études. En effet, ces travaux ne s'arrêtent guère sur la manière dont les dispositifs numériques mis en œuvre par les partis politiques et les candidat.e.s font médiationet celle dont ils traduisent à l'écran ces évolutions sociétales d'un point de vue sémiologique. Comme le note Wojcik à propos de l'analyse des débats en ligne, si « la médiation technique, notamment celle opérée par les

1 Le statut et la définition de supporter et supportrice fait débat. *A minima*, nous pouvons retenir qu'il s'agit de celles et ceuxqui ne sont pas membres du parti. Pour un état récent de la réflexion à ce sujet cf. (Alexandre-Collier et Avril, 2020 : 77-90).

technologies de l'information et de la communication, constitue un point nodal des réflexions en sciences de l'information et de la communicationau sein desquelles il semble communément admis que la matérialité des dispositifs influe sur le processus de communication (…). En revanche, les travaux relevant de la science politique s'attardent moins sur cette matérialité des dispositifs de débat public ou l'envisagent dans une perspective plutôt instrumentale » (Wojcik, 2008). Ainsi, à l'instar de cette auteure, il importe « d'éviter l'écueil souligné par Yves Jeanneret à propos des «approches prédominantes dans le champ des sciences politiques, qui envisagent souvent la question du pouvoir des 'médias' et de leurs 'récepteurs' de très loin, sans réelle considération de la spécificité desmédiations, matérielles et formelles, qui les unissent» (Jeanneret, 2007 : 150) » (Wojcik, 2008). Cette communication se veut donc une occasion de réfléchir et d'enrichir l'analyse des stratégies web des candidat.e.s pour organiser et ancrer leur campagne dans les territoires, en introduisant une analyse sémiotique de la médiation des territoires par les dispositifs participatifs numériques de la campagne électorale.

Il s'agit dès lors d'analyser les formes matérielles produites à partir de l'observation :

- des relations entre les territoires de la webcampagne et ceux de la campagne sur leterrain ;
- de la manière dont les territoires de la campagne en ligne et hors ligne sontmatérialisés et représentés sur les sites web de campagne des candidat.e.s ;
- du rôle et des modalités de participation proposés aux internautes dans cette entreprise de construction et d'affichage d'un maillage territorial.

De manière plus précise, nous comparons les stratégies développées par Emmanuel Macron, le candidat d'En Marche (EM) et Jean-Luc Mélenchon, le candidat de La France Insoumise (LFI), dont les candidatures n'émanaient pas d'un parti politique établi préexistant au scrutin de l'élection présidentielle française de 2017, avec celles de candidats dont la candidature provenait de « vieux » partis politiques, préexistants au scrutin de l'élection présidentielle française de 2017 et qui se réclament d'une longue tradition politique : Benoît Hamon, le candidat du Parti socialiste (PS) et François Fillon, le candidat de Les Républicains (LR, ex- UMP).

L'analyse présentée repose sur une analyse de contenu menée à partir des sites web officiels de campagne de 4 des 11 candidat.e.s à l'élection présidentielle française de 2017 et d'entretiens sociologiques conduits auprès d'acteurs en charge de la mise en œuvre de leur communication électorale. Les sites web officiels de campagne des candidats sur lesquels porte l'étude sont les suivants : https://en-marche.fr/emmanuel-macron, le site web d'Emmanuel Macron ; http://www.jlm2017.fr/, le site web de Jean-Luc Mélenchon ;https://www.benoithamon2017.fr/, le site web de Benoît Hamon et https://www.fillon2017.fr/, le site web de François Fillon. Le site web officiel de campagne constitue ainsi notre porte d'entrée pour appréhender la stratégie numérique déployée par le candidat, en ce qu'il est le lieu d'affichage des différents espaces numériques investis pour sa communication officielle et qu'il témoigne de l'interconnexion entre ces différents espaces (sites web, réseaux socionumériques) dans la stratégie mise en œuvre.

Des *verbatims* issus des entretiens seront également convoqués pour venir éclairer les résultats de l'analyse de contenu des sites web de campagne et celle des dispositifs employés pour donner forme et manifester les

rapports au territoire. En effet, différents membres des équipes de campagne des candidats (directeur.trice.s de la campagne en ligne, gestionnaire de contenu en ligne, consultant.e.s externes) ont été rencontrés. Le but de ces entretiens, réalisés entre juillet 2017 et juillet 2018, visait à saisir les objectifs stratégiques qui sous-tendent l'utilisation de leurs sites web par les candidats, et plus globalement leur politique d'utilisationdu numérique. A l'instar de Bonnacorsi et Nonjon, il s'agissait d'appréhender « les logiques des acteurs et les enjeux signifiants des formes matérielles produites » (Bonaccorsi et Nonjon,2012 : 30).

Penser la relation entre participation, politique et communication

Au préalable et pour clarifier à la fois notre analyse et ses résultats, il importe de s'arrêter etde s'interroger sur la notion de participation et sur son rapport à la communication et au politique.

Le premier constat que l'on peut rapidement dresser si l'on se penche sur les travaux de recherche dédiés à l'internet politique, est celui de la polysémie du terme participation auquel une diversité à la fois de définitions, d'activités et de pratiques renvoie.

Pour la majorité des travaux et des chercheur.e.s, c'est de participation politique dont il est question. Il s'agit alors de s'interroger sur le rôle du numérique dans le renouvellement des modes de participation politique. Même si, comme cela a déjà pu l'être souligné, la définition de la participation politique en ligne est loin de faire consensus (Blanchard, Gadras et Wojcik,2014 ; Greffet, Wojcik et Blanchard, 2014 ; Monnoyer-Smith et Wojcik, 2014). Comme le résume bien Monnoyer-Smith et Wojcik, pour certains, dont Hoffman, « la participationpolitique en ligne consiste en « une activité riche en information qui recourt aux technologies des nouveaux médias et cherche à affecter, directement ou indirectement, les décideurs, les candidats, ou les élus » (Hoffman, 2012, p. 220) (…) Ainsi, selon elle, et dans la lignée de la définition étroite fournie par Verba et Nie (1972), l'opportunité de contacter des autorités publiques à travers un site web ou des réseaux sociaux relève en réalité de la communication politique. Si pour elle, à la différence de la participation, la communication ne nécessite pas d'envoyer un message explicite au gouvernement, certains auteurs adoptent une perspective strictement opposée et considèrent qu'envoyer des e-mails, écrire des commentaires sur un site web ou contribuer à un forum doivent être considérés comme de la participation politique (Peretti, Micheletti, 2004) » (Monnoyer-Smith, 2014 : 14).

Cette communication se veut donc l'occasion de se pencher sur la notion de participation, à la lumière du « contexte électoral où peuvent aisément se superposer les modalités numériques de l'engagement, de la participation et de la communication politique » (Greffet, Wojcik et Blanchard, 2014 : 27). En définitive, l'attention est ici centrée sur un ensemble spécifique de formes de participation politique, c'est-à-dire que la participation des citoyen.ne.s vise à influencer le processus de sélection des gouvernants par le biais d'activités de communicationréalisées à partir des dispositifs en ligne offerts par les candidats (Bastien, Blanchard et Gadras, 2013). Il s'agit de s'intéresser à la manière dont les internautes sont « incités à engager une diversité d'actions destinées à accroître si ce n'est les chances de succès du candidat, tout du moins sa crédibilité et sa visibilité auprès de leur cercle d'interconnaissance comme dans l'espace médiatique traditionnel » (Greffet, Wojcik et Blanchard, 2014 : 25). Aussi, plutôt que de distinguer participation politique et communication politique comme le proposent certains chercheur.e.s (Hoffman, 2012; Cardenal, 2013), nous préférons

considérer leur consubstantialité en examinant les formes communicationnelles prises par la participation, comme nous y invite Dahlgren (2009). Ce sont donc bien les possibilités offertes aux internautes, par les candidats, de participer à la campagne qui nous intéresse,mais aussi la manière dont ces actions de participation sont rendues visibles – publicisées et matérialisées – sur les dispositifs de communication numérique des candidats. Car en effet, il s'agit, au-delà, de réfléchir aux enjeux que représentent la mise en visibilité et la matérialisation numériques de ces actes de participation (réalisés en ligne et hors ligne) pour les candidats à l'élection présidentielle française de 2017, suite à laquelle le système de partis français a évolué[2].

Notre approche invite donc à étudier la participation politique à partir de la participation des internautes, suscitée et rendue visible sur les dispositifs de communication électorale numérique des candidats.

Les modalités de participation proposées aux internautes sur les sites web des candidats

L'objectif de l'analyse de contenu visait à identifier les possibilités offertes aux internautes pour s'impliquer dans la campagne électorale des candidat.e.s, aussi bien en ligne que hors ligne, par le biais d'activités de communication. Une variété de possibilités de participation a donc été prise en compte (Bastien, Blanchard et Gadras, 2013 ; Greffet, Wojcik et Blanchard, 2014) : les possibilités pour les internautes de produire du contenu, les possibilités de proposer une action en faveur du candidat ou encore les possibilités de prendre part à la diffusion des messages et des matériels de campagne, que ce soit en ligne ou hors ligne[3]. La définition de ces possibilités de participation ne repose pas sur le type de dispositif sociotechnique utilisé ou sur la distinction entre Web 1.0 et Web 2.0 pour lesquels optent certains travaux (Koc Michalska et Lilleker, 2013) dans la mesure où ces possibilités de participation à la campagne, rendues visibles sur le site web du candidat, peuvent être réalisées par l'intermédiaire d'une diversité de dispositifs sociotechniques en ligne, dont des applications de réseaux socionumériques tels que par exemple Twitter ou Facebook. À titre d'exemple, pour le codage relatif à la possibilité de déclarer son soutien au candidat, le dispositif sociotechnique à partir duquel il était possible pour l'internaute d'accomplir cette activité n'était pas pris en compte. Il pouvait donc indifféremment s'agir d'une activitéréalisée à partir d'un compte Facebook, d'un compte Twitter ou encore d'un courriel envoyé par l'intermédiaire d'un formulaire.

2 Il est en effet à noter qu'après le scrutin de l'élection présidentielle française de 2017, plusieurs partis sont nés (LaRépublique En Marche, LREM ; La France Insoumise ; Génération S) ou se sont transformés (Mouvement Radical).

3 La grille d'analyse de contenu élaborée pour cette étude est inspirée de celle qui a été produite dans le cadre du projet de recherche « Enpolitique.com » (2012-2014), réalisé sous la responsabilité scientifique de F. Greffet (Université de Lorraine)et Th. Giasson (Université Laval), financé par l'ANR et le FRQSC, et auquel nous avons participé.

Les possibilités de participation à la campagne	Macron	Mélenchon	Fillon	Hamon	Total
Section réservée aux abonnés du site web	1	1	0	1	**3**
Télécharger du matériel de campagne conçu pour internet (bannièresélectroniques, bouton Twitter, …)	1	0	0	1	**2**
Télécharger du matériel de campagne non spécifique à internet	0	1	0	1	**2**
Inviter des amis à s'impliquer dans la campagne	1	1	0	0	**2**
Faire un don	1	1	1	1	**4**
Adhérer au parti / mouvement du candidat	1	0	0	0	**1**
S'inscrire pour participer à une opération de distribution de tracts	1	1	0	0	**2**
S'inscrire pour participer à une opération de porte-à-porte	1	1	0	0	**2**
S'inscrire pour participer à un meeting	1	1	1	1	**4**
S'inscrire pour participer à un comité de soutien/ à un comité local	1	1	1	1	**4**
Créer un comité de soutien/ un comité local	1	1	1	1	**4**
Rendre compte d'une action menée (tableau de bord, formulaire)	1	0	0	1	**2**
Soumettre une vidéo	0	1	0	1	**2**
Soumettre une photographie	0	1	0	1	**2**
Soumettre du matériel de campagne	0	0	0	0	**0**
Soumettre un évènement ou une idée d'action hors ligne en faveur ducandidat	1	1	0	1	**3**
Soumettre un évènement ou une idée d'action en ligne en faveur ducandidat	1	1	0	0	**2**
Soumettre un texte (hors commentaire)	1	0	0	1	**2**
Déclarer son soutien au candidat	1	1	1	1	**4**
Participer à l'élaboration du programme du candidat	0	0	0	1	**1**
Total	**15**	**14**	**5**	**14**	

Tableau 1 - Les possibilités de participation à la campagne offertes sur les sites web de chaque candidat àl'élection présidentielle française de 2017

Tous les candidats ont utilisé le numérique pour organiser certaines activités de la campagne électorale sur le terrain. Cinq possibilités de participation à la campagne étaient offertes sur l'ensemble des sites web des candidats étudiés : la possibilité de faire un don ; la possibilitéde s'inscrire pour assister à un meeting ; la possibilité de s'inscrire pour participer à un comitéde soutien ; la possibilité de créer un comité de soutien et la possibilité de déclarer son soutienau candidat. Ces cinq possibilités de participation sont d'ailleurs les seules offres de participation à la campagne proposées sur le site web du candidat du parti Les Républicains, François Fillon. Il est également intéressant de relever que ces cinq possibilités de participation ne sont pas des activités spécifiques au numérique. Elles correspondent toutes à des activités « classiques » de campagne sur le terrain. Ceci confirme donc bien que l'ensemble des candidats étudiés utilisent le numérique pour gérer et organiser certaines activités de la campagne hors ligne. Les résultats issus de l'analyse de contenu permettent cependant de mettre en valeur certaines différences au niveau des stratégies d'utilisation du web

entre les candidats dont la candidature émanait d'un parti politique établi d'une part, et ceux dont la candidature ne provenait pas d'un parti politique préexistant au scrutin d'autre part. Ainsi, sur leur site web, ni le candidat de LR ni le candidat du PS n'offrait la possibilité aux internautes d'adhérer au parti. D'ailleurs le candidat du PS ne donnait pas non plus la possibilité de s'inscrire pour participer à des activités de campagne traditionnelles telles que distribuer des tracts ou faire du porte-à-porte. En revanche, le candidat socialiste permettait aux visiteurs de son site web de s'impliquer dans la diffusion du matériel de campagne, en ligne et hors ligne, ou encore de participer à la production de contenu pour sa campagne, comme la production d'un texte, d'une vidéo ou d'une photographie ou même de prendre part à l'élaboration de son programme. Comparativement, les candidats dont la candidature n'émanait pas d'un parti politique établi, Emmanuel Macron et Jean-Luc Mélenchon, ont utilisé leur site web pour recruter des supporteurs et supportrices pour faire du porte-à-porte, pour participer à la distribution de tracts ou même pour participer au recrutement d'autres supporteurs et supportrices, en leur proposant d'inviter des « amis » à s'impliquer dans la campagne. Emmanuel Macron est le candidat qui a le plus utilisé son site web pour recruter etmobiliser à la fois pour la campagne en ligne et hors ligne. En revanche, le candidat du mouvement En Marche a peu utilisé son site web pour inciter ses supporteurs et supportrices àproduire du contenu et du matériel pour sa campagne. La stratégie d'utilisation du numérique du candidat de La France Insoumise, Jean-Luc Mélenchon, était, quant à elle, simultanément similaire à celle d'Emmanuel Macron et à celle de Benoît Hamon. Comme Emmanuel Macron, il a utilisé le numérique afin de gérer et organiser sa campagne. Et comme Benoit Hamon, il a utilisé le web pour impliquer les supporteurs et supportrices dans la production et la création de différents types de contenu pour sa campagne en ligne.

Enfin, tous les sites web des candidats étudiés, à l'exception de celui du candidat LR,proposaient également une section privée protégée par un mot de passe. Cette section permettait à celles et ceux qui s'étaient créé un compte d'accéder à une variété d'outils pour assister le candidat dans sa campagne en ligne et hors ligne. L'usage de l'espace réservé permettait respectivement au candidat d'EM et de LFI d'identifier leurs supporteurs et supportrices et, d'une certaine manière, de les distinguer en fonction de leur (degré de) participation aux activités de la campagne. Les possibilités d'accéder à ce type de section étaient différentes entre les sites web de ces trois candidats et manifestent les distinctions entre la manière dont la relation des citoyennes et citoyens avec le parti ou le mouvement du candidat était gérée et considérée. Sur le site web de Benoît Hamon, la section privée n'était pas réservée aux membres du PS et aucun lien n'était fait entre cette section du site web et le PS[4]. Sur le site web d'Emmanuel Macron, pour avoir accès à l'espace réservé, les internautes devaient « adhérer » (sic) au mouvement En Marche, sachant que l'adhésion à EM était gratuite. En effet, pour devenir membre d'En Marche par l'intermédiaire du site web, les internautes devaient simplement envoyer un courriel. Suite à cela, ils se voyaient autorisés à accéder à l'espace réservé du site web de campagne du candidat. L'accès à la section protégée par mot de passe du site web de campagne d'Emmanuel Macron était donc une opportunité d'intégrer une partie des usagers du site web dans le mouvement du candidat et deles convertir en militant.e.s[5] de sa campagne. Enfin, sur le site web de campagne de Jean-Luc Mélenchon,

4 Il est intéressant de rappeler que « pour les élections de 2012, [le candidat du Parti socialiste français] François Hollande et [de l'Union pour un Mouvement Populaire] Nicolas Sarkozy, avaient développé leurs propres portails personnalisés – « toushollande.fr » et « Lafranceforte.fr » - qui s'inscrivaient précisément dans le modèle américain de recrutement demilitants en ligne, où là encore l'adhésion étaient facultative » (Gibson et al. 2016) [traduit par l'auteure].

5 Si l'on se réfère à Duverger qui définit les militants comme des « adhérents actifs » (Duverger, 1992 : 174), à la différence près, et non des moindre, que le statut d'adhérent n'est pas ici assorti de frais d'adhésion.

dès leur arrivée sur la page d'accueil, tous les internautes se voyaient proposer la possibilité d'« appuyer la candidature de Jean-Luc Mélenchon » (en communiquant leur adresse mail et leur code postal à partir d'un formulaire) et pouvaient ensuite se voir « proposer régulièrement des actions » à mener d'une part, et d' « aller plus loin » en créantun compte personnel pour la partie privée du site, d'autre part. Les internautes qui avaientdéclaré leur appui au candidat étaient amenés à se considérer d'emblée comme « volontairepour agir » et se voyaient « accueill[is] avec plaisir dans le mouvement » tandis que ceux qui avaient créé un compte sur l'espace privé du site web de campagne du candidat étaientamenés à se considérer comme un.e partisan.e du candidat : en effet, ils étaient informés quel'ouverture d'un compte était assimilée à une « volonté » de leur part de soutenir le candidat. Ainsi les différences observables au niveau des activités proposées sur les sites web decampagne entre les candidats dont la candidature émanait d'un parti politique établi et ceuxdont la candidature ne reposait pas sur un parti politique pré-existant au scrutin présidentiel de 2017, tendent à confirmer la pertinence des usages du numérique pour recruter, organiser et *manager* (Howard,2006) un réseau de supporteurs et supportrices, et potentiellement demilitant.e.s, en dehors d'un appareil partisan.

Les enjeux de la mise en visibilité numérique de la participation à lacampagne sur le terrain

Dans cette troisième partie, nous souhaitons nous intéresser à la manière dont les dispositifs numériques, mis en œuvre par les candidats, font médiation, et montrer l'intérêt de mobiliser une approche sémiologique pour enrichir l'analyse des stratégies web des candidats et mettre en lumière les phénomènes sociopolitiques que cette analyse permet d'éclairer.

Il s'agit d'étudier la manière dont les dispositifs numériques traduisent à l'écran les évolutionssociétales (des formes d'engagement et de participation politique, les rapports des citoyens- internautes au politique et aux organisations partisanes) d'un point de vue sémiologique.

Les sites web de campagne des candidats à l'élection présidentielle de 2017 ont également étéutilisés pour mettre en visibilité l'investissement de leurs soutiens au niveau local. Trois des quatre candidats étudiés (Emmanuel Macron, Jean-Luc Mélenchon et François Fillon) ont ainsi eu recours à des outils de géolocalisation et de visualisation numérique pour mettre en visibilité les actions de participation accomplies par les internautes, aussi bien en ligne que hors ligne, en faveur du candidat, de sa campagne et pour sa communication. Ces outils de géolocalisation et de visualisation numérique permettent ainsi de mettre en visibilité le déploiement de la campagne sur le terrain au niveau local à l'échelle du territoire concerné parle scrutin. Les outils de visualisation numérique permettent à ces trois candidats de matérialiser et de promouvoir – de manière tangible - le succès de leur campagne hors ligne etde montrer l'inscription et l'étendue de la mobilisation sur le territoire représenté en ligne.

Cette volonté de matérialiser les actions de soutiens menées en faveur du candidat se traduit sur les sites web de campagne par un repérage cartographique permettant de les localiser précisément par rapport à un espace géographique. L'analyse des sites web de ces trois candidats laisse donc voir une certaine homogénéité au niveau des dispositifs empruntés pour donner forme et manifester les rapports au territoire et aux internautes, et

les actions de participation accomplies : par la médiation d'une carte géographique numérique. Par exemple, sur le site web de campagne de François Fillon, une carte de France était utilisée pour représenter les lieux où étaient situés les comités de soutiens créés en faveur du candidat. Comme l'illustrent les figures 1 et 2 ci-dessous, Emmanuel Macron et Jean-Luc Mélenchon, quant à eux, utilisaient une mappemonde pour matérialiser leurs comités de soutiens et les événements locaux, tels que des activités de porte-à-porte ou de distribution de tracts, organisés en leur faveur sur le territoire national mais aussi au-delà.

Fig. 1 – Copie d'écran, carte des comités sur le site web d'Emmanuel Macron (EM)

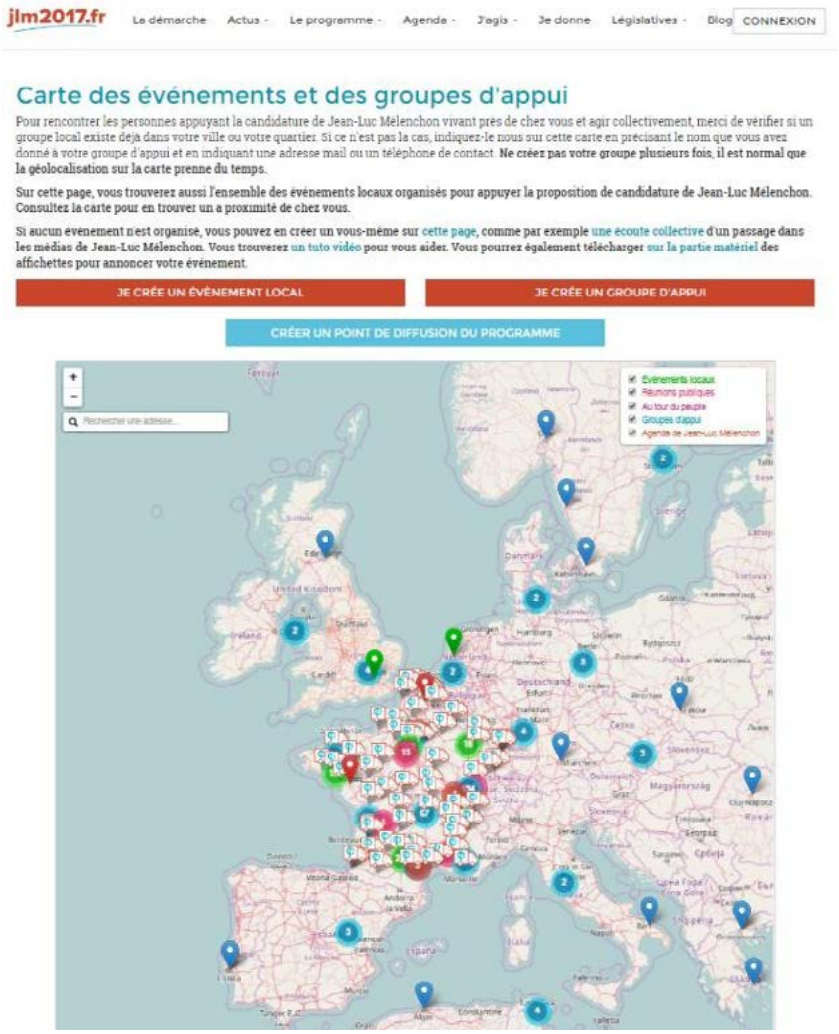


Fig. 2 – Copie d'écran, carte des événements et des groupes d'appui sur le site web de Jean-Luc Mélenchon (LFI)

La carte, en tant qu'« objet sémiotico-logisitique aux enjeux politiques singulièrement importants » constitue bien ici cet « outil double de pouvoir et de communication » dont parlent Emmanuel Souchier et Pascal Robert (Souchier et Robert, 2008 : 26). Les sites web decampagne de ces deux candidats, dont la candidature ne provenait pas d'un parti politique établi, étaient utilisés pour localiser géographiquement, par l'intermédiaire d'un plan, les opérations de campagne sur le terrain à l'initiative de leurs soutiens. Les supporteurs et supportrices étaient invités, par le biais d'un formulaire, à renseigner précisément la nature et l'emplacement géographique de leur événement, qui devenait ensuite visible sur le site webde campagne par l'intermédiaire d'une pastille positionnée sur la mappemonde, aux côtés et par rapport aux autres pastilles y étant déjà créées et ancrées. Comme l'analyse Pascal Robert, « la carte assume ainsi la traduction des événements qui affleurent à la surface du monde par leur inscription-enregistrement sur un document » (Robert, 2008 : 36) ici continuellement actualisé du fait des modalités de sa fabrication à partir des ajouts (des données) apportés par les internautes et matérialisés à l'écran par l'intermédiaire d'un « signe passeur » (Jeanneret, 2007) qui vient aussi signifier leur existence dans un ailleurs, hors ligne sur le terrain.

Ainsi, pour les candidats dont la candidature n'émanait pas d'un parti politique établi, préalablement ancré et structuré au niveau local, les dispositifs participatifs de visualisation numérique sont un moyen de matérialiser la mobilisation en leur faveur et l'existence de leur mouvement. En matérialisant les lieux de la campagne hors ligne et les lieux de création des comités de soutien en faveur du candidat, la carte numérique matérialise la relation spatiale et l'existence du mouvement par l'intermédiaire de ses soutiens. Emmanuel Macron et Jean-Luc Mélenchon ont utilisé le numérique non seulement pour gérer et organiser le déploiement dela campagne hors ligne des supporteurs et supportrices sur le terrain au niveau local, mais aussi pour afficher et matérialiser leur présence sur le territoire concerné par le scrutin. Comme le soulignait l'un des membres rencontrés de l'équipe de campagne d'Emmanuel Macron, l'un des principaux enjeux était de créer un « parti de masse en un temps record » (Entretien du 14.02.2018).

Ainsi, pour les candidats dont la candidature n'émanait pas d'un parti politique déjà établi et bénéficiant d'un maillage territorial, l'utilisation des techniques de (data)visualisation numérique constitue un moyen de matérialiser l'existence de leur réseau partisan, comme tendent à le confirmer les propos de l'un des membres de l'équipe de campagne de Jean-Luc Mélenchon :

« La campagne s'est lancée sur internet. Il n'y avait absolument rien d'autre au départ. Et même encore aujourd'hui, Jean-Luc [Mélenchon] il dit : le mouvement c'est le site. Pas plus tard qu'une semaine, il était encore en train de dire ça dans un discours, parce que tout le mouvement est organisé sur le site. C'est-à-dire que les seules structures du mouvement, c'est les groupes d'action, elles n'ont d'existence que par la carte qui les fait exister sur le site. (…) elles existent en réalité mais elles n'existent pas statutairement, il n'y a pas de fédération départementale, avec une liste officielle de comités, voilà machin etc. les groupes d'action de la France Insoumise sont ceuxqu'on peut voir sur le site. Peut-être qu'il y en a qui ne se déclarent pas sur le site,c'est même sûr, euh mais euh mais de fait, à ce moment-là, pour la France Insoumise, ils n'existent pas non plus (rire) Ils ne sont référencés nulle part ailleurs quoi »(Entretien du 29.06.2018).

Conclusion

L'objectif de cette analyse a consisté, pour partie, à s'interroger sur les enjeux de la mise en visibilité numérique de la participation à la campagne de candidats sans appareil partisan ni réseau de militant.e.s pré-établi et structuré.

Cette communication confirme tout d'abord l'intérêt et les apports de la mobilisation d'une approche sémiologique pour enrichir l'analyse de l'internet politique et appréhender la manière dont les dispositifs numériques mis en œuvre par les candidats traduisent les évolutions sociétales à l'écran.

Cette communication fournit également un exemple empirique de l'existence de formes de relation innovantes tissées avec les supporteurs et supportrices grâce au numérique, en particulier ici en dehors d'un parti politique institutionnalisé. Nous avons pu montrer que l'élection présidentielle française de 2017 offre un exemple d'appropriation du numérique pour recruter et faire émerger un réseau de supporteurs et supportrices, pour l'organiser et le matérialiser. En effet, les outils de visualisation numérique utilisés permettent aux candidatsde promouvoir – de manière tangible – les soutiens et les actions menées hors ligne en leur faveur et de montrer l'inscription et l'étendue de la mobilisation sur le territoire représenté en ligne. Initiative qui, dans une certaine mesure, peut rappeler les usages qui ont pu être fait du numérique par certains des candidates et candidats de la primaire du Parti socialiste de 2006. On pense assez facilement à Ségolène Royal et à son usage des techniques d'information et decommunication numérique, et notamment de son site web « Désir d'avenir », qui lui ont permis de créer en ligne un réseau de soutiens et de pallier le manque d'appuis dont elle disposait dans l'appareil partisan en tout début de campagne, tandis que Dominique Strauss- Kahn, pour sa part, utilisait son site web de campagne pour référencer et cartographier ses comités de soutiens locaux (Dolez et Laurent, 2007 : 144-145). Une décennie plus tard, le numérique n'est définitivement plus seulement considéré comme un terrain supplémentaire à investir pour convaincre les électeurs et électrices et pour communiquer avec eux. Les usages qui en sont faits apparaissent parfois directement liés à l'émergence et l'existence du mouvement[6], ou pour reprendre Lefebvre du « parti-mouvement » (Lefebvre, 2018).

En définitive, ce sont à la fois, le rôle de la communication mais aussi d'une approche communicationnelle du politique qui sont mis en évidence pour l'étude de l'émergence, de l'organisation et de la structuration de nouveaux collectifs, qui ne se limitent pas aux mouvements sociaux qui souhaitent participer en dehors de la vie politique institutionnalisée, en ce que ces nouveaux collectifs sont ceux de candidats qui participent à une élection.

Il importe de s'intéresser aux usages qui sont faits du numérique par les candidat.e.s pour matérialiser le rapport des citoyens-internautes au politique, manifester et représenter l'engagement politique dans des organisations et des contextes sociopolitiques où la carte d'adhérent.e n'est plus la référence pour exprimer le lien au candidat.e ou à son mouvement nil'affiliation partisane… tout au moins dans un premier temps.

6 Sur ce phénomène qui n'est pas propre à la vie politique française, cf. également les analyses de Sedda (2020) à propos desusages et du rôle de son blog par Beppe Grillo dans l'émergence du Mouvement 5 Etoiles.

Bibliographie

Alexandre-Collier A. & Avril E. (2020). “An Underying Breed?” The electoral mobilization of supporters’networks by the Conservative and Labour parties in the UK. In Alexandre-Collier A., Goujon A. & Gourgues G. (eds) *Innovations, Reinvented politics and Representative Democracy.* Routledge, p.77-90.

Bastien F., Blanchard G. & Gadras S. (2013). Do online opportunities matter? Parties’ onlineparticipation devices and citizens’ mobilisation: the cases of the 2012 France and Quebec elections. Conference “New Trends in Political Communication: Evidence, Theories, Implications, Opportunities”, European Communication Research and Education Association (ECREA) - Political Communication Section, Milano (Italy), 19-20 September 2013.

Blanchard G., Gadras S. & Wojcik S. (2013). Analyser la participation politique en ligne : des traces numériques aux pratiques sociales. In Barats Ch. (ed), *Manuel d’analyse du web en sciences sociales*. Paris, Armand Colin, p. 166-178.

Bonaccorsi J. & Nonjon M. (2012). « La participation en kit » : l’horizon funèbre de l’idéal participatif. *Quaderni*, 79, p. 29-44. DOI: 10.4000/quaderni.618.

Cardenal A. (2013). Why mobilize support online? The paradox of party behaviour online.

Party Politics, January 1, 19, p.83-103.

Chadwick A. & Stromer-Galley, J. (2016). Digital Media, Power, and Democracy in Partiesand Election Campaigns: Party Decline or Party Renewal?. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 283-293.

Dahlgren P. (2009). *Media and political engagement. Citizens, communication anddemocracy*. Cambridge University Press.

Dolez B. & Laurent A. (2007). Une primaire à la française. La désignation de Ségolène Royal par le parti socialiste. *Revue française de science politique*, 2, (Vol. 57), p.133-161.

Duverger M. (1992). *Les partis politiques*. Paris. Seuil.

Gerbaudo P. (2019). *The Digital Party*. Pluto Press.

Gibson R., Greffet F. & Cantijoch M. (2016). Friend or Foe?: Digital Technologies and the Changing Nature of Party Membership. *Political Communication*, 34(1), p.89-111.DOI: 10.1080/10584609.2016.1221011.

Greffet F., Wojcik S. & Blanchard G. (2014). S’engager dans la campagne présidentielle surInternet. Les formes multiples de la participation politique en ligne. *Politiques de communication*, 3, p. 25-58.

Hoffman L. (2012). Participation or Communication? An Explication of Political Activity in the Internet Age. *Journal of Information Technology & Politics*, 9:3, p. 217-233.

Howard Ph. (2006). *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. Cambridge and New York: Cambridge University Press.

Jeanneret Y. (2007). *Y-a-t-il (vraiment) des technologie de l'information* ?. Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, (2ème édition).

Koc-Michalska K. & Lilleker D. (2013). Online election campaigning: exploring supply and demand during the France 2012 presidential election. ECPR General Conference, Bordeaux, France, 2013 September 4-7.

Lefebvre R. (2018). Vers un nouveau modèle partisan ? Entre déclassement des partis de gouvernement et avènement des partis-mouvements. *Cahiers de la Recherche sur les DroitsFondamentaux*, n° 16, p. 21-30.

Margetts H. (2006). Cyberparties. In Katz R. & Crotty. W. *Handbook of Party Politics*. London, Sage.

Monnoyer-Smith L. & Wojcik S. (2014). La participation politique en ligne, vers un renouvellement des problématiques ?. *Participations*, 8(1), p. 5-29.DOI :10.3917/parti.008.0005.

Robert P. (2008). La raison cartographique, entre « paradoxe de la simultanéité » et « technologie intellectuelle ». *Communication & Langages,* n°158, p. 31-40.

Sedda P. (2019). Contre-public, contre-discours, contre-média ?. *Communication* [En ligne], Vol. 36/2, DOI : 10.4000/communication.10920.

Sedda P. (2020). The digital mobilization of the Discord Community supporting Jean-Luc Mélenchon's La France Insoumise and of Beppe Grillo's Five Star Movement. In Alexandre-Collier A., Goujon A., Gourgues G., (eds), *Innovations, Reinvented politics and Representative Democracy*. Routledge, p. 180-194.

Souchier E. & Robert, P. (2008). La carte, un média entre sémiotique et politique. *Communication & Langages*, 158, p. 25-29.

Wojcik S. (2008). Penser les médiations des débats en ligne : apports croisés des SIC et de la science politique [communication orale]. *16ème Congrès de la SFSIC*, Compiègne.https://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?article135

Dénoncer les violences policières sur Facebook : entre volonté de visibilité et construction d'un problème public

Denouncing police violence on Facebook: between the search for visibility and the construction of a public issue

Édouard Bouté, doctorant en sciences de l'information et de la communication
Université de Technologie de Compiègne, Laboratoire Costech – EA 2223 – Connaissance Organisation et Systèmes TECHniques

edouard.boute@utc.fr

Mots-clés : Violences policières, Gilets Jaunes, Facebook, homophilie

Keywords: Police violence, Yellow Vests, Facebook, homophily

Résumé

Cette communication étudie le rôle joué par Facebook dans la transformation du phénomène des violences policières en problème public lors du mouvement des Gilets Jaunes. Nous montrons que la recherche de publicisation du phénomène est limitée par le caractère sociotechniquement fermé des espaces d'expression numérique dans lesquels a lieu l'indignation. Mais nous montrons également que la relative fermeture de ces espaces a été favorable à une étape préalable de définition de la répression subie comme dérive.

Abstract

This paper examines the role played by Facebook in the transformation of the phenomenon of police violence into a public issue during the Yellow Vest movement. We show that research to publicize this phenomenon is limited by the sociotechnically closed characteristic of the digital spaces of expression in which indignation takes place. But we also show that the relative closure of these spaces has been advantageous to a preliminary stage of defining the repression as an illegitimate violence.

Dénoncer les violences policières sur Facebook : entre volonté de visibilité et construction d'un problème public

Édouard Bouté

Les différentes manifestations du mouvement des Gilets Jaunes ont occasionné un nombre important de blessé·es. Les voix des protestataires se sont alors élevées sur les réseaux socionumériques (RSN), notamment dans les groupes Facebook où le mouvement s'est organisé, pour démontrer et dénoncer la répression policière du mouvement, en publiant notamment de nombreuses images. Nombreux sont alors les Gilets Jaunes qui ont appelé à partager un maximum de photos et de vidéos afin de rendre visible au plus grand nombre ce phénomène des violences policières qu'ils estiment peu médiatisé par les médias traditionnels.

Cependant, il se pourrait bien que la « lutte pour la visibilité » (Voirol, 2005a ; 2005b) entreprise par les Gilets Jaunes sur Facebook, dans le but de faire reconnaître comme illégitime cette répression policière subie, ait été contrainte et limitée par les caractéristiques sociotechniques des espaces numériques accueillant cette expression : groupes Facebook fermés, composés exclusivement de Gilets Jaunes, « bulles de filtres » qui masquent les idéologies politiques différentes des nôtres (Pariser, 2011), etc. Mais, il est également indéniable que le phénomène des violences policières est devenu, courant 2019, un « problème public », puisque depuis le mouvement des Gilets Jaunes, « des experts de certaines agences publiques s'emparent du problème, poursuivent l'enquête, commanditent des expérimentations, organisent les débats et imaginent des modes de résolution par des institutions ou des dispositifs pilotés par l'État ; des élus s'en font les porte-parole, le font exister au sein de leurs partis, en font un thème de campagne électorale, l'inscrivent à l'ordre du jour de l'exécutif et du législatif » (Cefaï, 2016 : 37).

Le Défenseur des Droits ou encore de l'ONU se sont effectivement positionnés concernant la répression de ce mouvement. L'exécutif (le Président de la République ou encore le Ministre de l'Intérieur), mais aussi le législatif (plusieurs prises de positions ont été exprimées à l'Assemblée nationale) se sont aussi saisis de ce phénomène pour le nier, le minimiser ou bien le dénoncer.

Dans cette communication, nous interrogeons le rôle joué par Facebook dans la transformation du phénomène des violences policières en problème public. À partir d'une observation ethnographique en ligne (Jouët & Le Caroff, 2012) au sein de différents groupes Facebook de Gilets Jaunes, menée pendant plus d'un an, nous montrons que le caractère sociotechniquement fermé des espaces d'expression dans lesquels ont circulé la documentation de cette répression a mis à l'épreuve la « lutte pour la visibilité » engagée dans ces espaces. Mais nous montrons aussi que ces espaces, en raison de leur relative fermeture, permettent la définition de la répression subie comme dérive, étape préalable et nécessaire à la transformation de ce phénomène en problème public.

Construire un problème public en contexte d'homophilie numérique

Différents travaux se sont attachés à montrer que les mobilisations politiques et sociales contemporaines mobilisent des ressources numériques pour, entre autres, chercher à rendre visible leur cause (Devillard & Le Saulnier 2015 ; Sedda, 2015 ; Granjon 2017 ; Tufekci 2017). En particulier, il a été montré que les RSN permettent l'expression de discours sociopolitiques que les médias traditionnels ne relaient pas (Cardon & Granjon, 2013 ; Mabi, 2016), ou bien permettent de « *défendre un point de vue [qu'un ensemble d'individus] estime ne pas être relayé, voire caricaturé, dans les médias traditionnels* » (Julliard 2017). Ainsi les RSN favorisent la diffusion et la consommation d'une « contre-information » (Cardon & Granjon, 2013) ou de « contre-discours » (Fraser, 2001 [1992]).

Cependant, plusieurs travaux mettent en évidence le fait que la diffusion et la consommation d'informations sur les RSN a lieu en vase clos. Ces approches critiques de la potentialité délibérative du web politique statuent d'une certaine « homophilie » qui enfermerait chaque internaute dans sa propre idéologie (Sunstein, 2017). Eli Pariser (2011) a par exemple proposé le concept de « bulle de filtre » pour qualifier cet enfermement idéologique produit par les algorithmiques qui masquent les informations avec lesquelles nous serions susceptibles d'être en désaccord, ce qui aurait pour effet de polariser fortement l'opinion publique et le débat public. Cependant, sans nier l'existence de cet enfermement idéologique, certains travaux invitent à prendre du recul sur cette problématique en proposant une approche différenciée, au cas par cas. En analysant le Twitter Démocrate et Conservateur américain, des chercheurs ont par exemple montré que l'homophilie dépendrait du positionnement politique des internautes ou encore de leur niveau d'engagement (Colleoni *& al.* 2014). Dans le cas français, sur Facebook, il a été montré que « *plus les réseaux de sympathisants politiques défendent des idées et des programmes éloignés des positions centristes (...), plus leur degré d'exposition à des sources éloignées de leurs positions politiques est faible* » (Figeac & *al*, 2019). L'étude menée par ces chercheurs les a par ailleurs conduits à conclure que sur Facebook, les « *arènes de débats et de partage d'informations tendent à être organisées selon une logique caractéristique d'un entre-soi, profondément homophile sur un plan idéologique, qui est susceptible de polariser les opinions et de renforcer les convictions politiques* ». Ainsi, l'expression politisée sur les RSN parviendrait difficilement à se frayer un chemin en dehors des cercles des déjà-convaincus, ce qui serait à la fois néfaste pour la recherche de visibilité des militant·es dont le discours est déjà absent des espaces médiatiques dominants, mais aussi pour la démocratie, comprise comme espace de confrontation à un pluralisme idéologique engendrant du débat d'opinion.

Mais la démocratie peut également être abordée comme étant « *centrée sur la définition et la résolution de problèmes publics* » (Cefaï 2016). Les « contre-discours » produits, diffusés et consommés sur les RSN ne sont effectivement pas seulement l'expression d'une opinion partisane. Ils sont également l'expression de problèmes. Or, si les publics s'expriment et s'investissent, c'est justement parce qu'il y a un problème qui les concerne (Marres, 2005). La sociologie a proposé un modèle d'» histoire naturelle » des problèmes publics pour expliquer que, pour gagner l'attention du public, ces problèmes ont une généalogie durant laquelle ils sont construits d'une certaine manière (Hilgartner & Bosk, 1988 ; Cefaï 1996). Cela signifie que le gain de l'attention du « public », c'est-à-dire la visibilisation des « contre-discours », le dépassement de l'homophilie, n'est qu'une étape du processus de construction de ces problèmes. La première de ces étapes étant, selon Daniel Cefaï (1996), « *celle de la conversion de difficultés d'ordre privé ou de malaises vécus en silence*

*(*private troubles*) en problèmes publics (*public issues*)* ». Pour lui, « *cette phase est celle de la définition des problèmes, de la désignation des protagonistes, de la détermination des enjeux, de la destination de discours articulés aux pouvoirs publics* ». Ce passage des *private troubles* aux *public issues* est alors le moment de l'invention d'une « arène publique » faite des différentes scènes dans lesquelles une multitude d'acteurs se confrontent pour faire valoir leur définition du problème. Dans cette optique, les SIC ont pu montrer que les arènes publiques numériques jouent un rôle dans ce moment de construction du problème public (Devillard et Le Saulnier, 2015).

De plus, face à la pluralité d'acteurs qui se confrontent pour faire valoir leur définition du problème, les approches féministes matérialistes et issues de la théorie critique se sont attachées à mettre en avant les bienfaits de la « non-mixité politique » lors de cette étape de définition du problème, afin que cette définition ne soit pas imposée par les groupes en position dominante et faisant partie du problème à résoudre. Christine Delphy (2013), en proposant une analyse de la construction du mouvement des droits civiques aux Etats-Unis, explique que la présence des Blancs parmi les afro-américains au sein des espaces de discussion où étaient posés les termes de l'oppression raciale « *empêchait les Noirs de trouver leur définition de leur oppression* », cette définition étant imposée par les Blancs. Pour elle, la définition de l'oppression n'a pu se réaliser qu'avec leur exclusion. C'est pourquoi elle affirme que « *la non-mixité était la condition logique et historique de la lutte contre la haine de soi* ». Nancy Fraser (2001 [1992]) abonde dans le même sens dans sa critique de l'espace public bourgeois et libéral tel que théorisé par Habermas. Si cet espace public est officiellement ouvert à tou·tes, dans les faits, elle explique qu'en réalité « *les inégalités sociales entre interlocuteurs* » ne sont pas supprimées. La délibération dans ces espaces de discussion serait alors factice et pourrait servir à « *masquer la domination* », favorisant alors « *les groupes dominants de la société, au détriment des groupes subordonnés* ». C'est pourquoi elle conclue à la nécessité de l'existence d'une pluralité de publics, avec des espaces réservés aux groupes dominés. Sans cela, « *les membres des groupes subordonnés ne disposeraient (...) d'aucun lieu pour débattre entre eux de leurs besoins, de leurs objectifs et de leurs stratégies* », c'est-à-dire qu'ils ne « *disposeraient d'aucun espace où ils pourraient engager des processus de communication qui ne seraient pas supervisés par des groupes dominants* », dans lesquels les groupes subordonnés pourraient « *formuler leur propre interprétation de leurs identités, leurs intérêts et leurs besoins* ». Nous nous inscrivons à la suite de ces travaux pour montrer que l'homophilie des groupes Facebook de Gilets Jaunes, si elle peut paraître néfaste à la mise en visibilité de leur cause, est en revanche favorable à une définition phénoménologique de la violence policière, c'est-à-dire une définition qui part du vécu du sujet en tant que membre d'un collectif confronté à cette répression.

Partager pour rendre visibles les violences policières

À l'origine, les groupes Facebook de Gilets Jaunes ont été créés, localement comme nationalement, pour exprimer une colère à l'encontre de l'augmentation du prix du carburant et de certaines mesures fiscales prises par le gouvernement, mais aussi pour organiser concrètement la mobilisation découlant de cette colère (Jeanpierre, 2019). Rapidement, les thèmes abordés par les membres des groupes se sont multipliés et l'un d'entre eux a pris une place centrale : la lutte contre les violences policières. Effectivement, en réponse à la répression subie lors des manifestations et des blocages, les groupes Facebook des Gilets Jaunes sont deve-

nus des espaces de contestation d'un maintien de l'ordre vécu comme disproportionné et illégitime : « *les CRS qui nous gazent, nous matraquent ... sans raison* » (10 janvier 2019), « *répression indigne d'un pays comme la france* » (3 mai 2019), « *quelle honte cette violence gratuite des forces de l'ordre* » (6 mai 2019)[1].

Dans cette dénonciation des violences policières, le maintien de l'ordre en lui-même n'est pas la seule cible des critiques. La catégorie générale des « médias » est aussi accusée d'altérer la réalité des manifestations en opposant des Gilets Jaunes nécessairement violents à une police légitime dans son entreprise : « *On s'en prend plein la gueule (...), les médias nous montrent 5 minutes de violences contre 4 Motards mais ne nous montrent pas 3 crs bloqués dans une rue pleine de gilets jaunes qui ne les calculent même pas, des gilets jaunes qui protègent le tombe du soldat inconnu, qui sortent un crs d'un lynchage (...) les fausses informations ne passent plu, vos médias corrompu on y crois plu* » (25 décembre 2018), « *Les médias nous mentent. Il est temps d'apporter nos témoignages pour que justice et vérité soit rétablis* » (3 mai 2019).

En réaction à ce vécu d'invisibilité, les Gilets Jaunes ont partagé leur propre lecture de l'événement et ont appelé à multiplier les publications et le partage de contenus afin de donner à voir leur réalité : « *Partagez largement la milice de macron, aucun matricule* » (2 février 2019), « *montrons aux autres la réalité de la répression vu que c'est censuré (...) Il faut montrer la réalité cachée* » (11 janvier 2019), « *Lors d'une manifestation (...) une cinquantaine de policiers (BAC) se ruent sur les motos, volent les clés puis frappent les motards. (...) relayez ceci pour plus de visibilité svp* » (1er février 2019).

Cette démarche, parce qu'elle critique le cadrage médiatique et tente de « *renverser la hiérarchie du voir* » pour faire reconnaître une lecture de l'événement vécue comme absente de l'espace public relève donc d'une véritable « lutte pour la visibilité » (Voirol 2005a). En appelant au partage depuis ces groupes Facebook, les Gilets Jaunes cherchent à amener la problématique des violences policières sur le devant de la scène.

Limites sociotechniques pour la visibilité images partagées de violences policières

Cependant, cette « lutte pour la visibilité » est contrainte – et en conséquence largement limitée – par différentes caractéristiques sociotechniques de Facebook. Tout d'abord nous mettrons en avant et en nuance l'homophilie qui existe au sein des groupes Facebook de Gilets Jaunes, ainsi que l'homogénéité des propos qui peuvent y être tenus. Ensuite, nous insisterons sur les limites de diffusion des publications depuis ces groupes jusqu'en dehors de ces groupes, dans d'autres espaces de Facebook.

Premièrement, il y a une forme d'*homophilie interne* à ces groupes Facebook. Rappelons d'abord que socialement comme politiquement, l'homogénéité des Gilets Jaunes est largement questionnée. S'il a pu être mis en avant l'hétérogénéité « *des profils sociodémographiques et des revendications des participant.e.s dans le mouvement des Gilets jaunes selon les lieux de mobilisation et le moment de l'implication* » (Collectif d'enquête sur les Gilets jaunes, 2019), d'autres travaux ont plutôt mis en avant l'homogénéité de classe du mouvement, suggérant que les Gilets Jaunes se structurent largement dans une opposition entre les « *catégories populaires et moyennes contre les classes supérieures* » (Rouban, 2019). Notre observation rend compte d'une articulation entre ces deux logiques. Si des diversités, du moins politiques, existent, les Gilets Jaunes cherchent à les annihiler en appelant régulièrement à ne pas évoquer les « sujets qui fâchent » (l'immigra-

1 Les citations sont reproduites conformément aux textes originaux.

tion au premier plan), afin de rester un mouvement uni. Le sociologue Michel Lianos (2019 : 93) relève à ce sujet que les Gilets Jaunes « *sont une collectivité qui cherche à se comprendre en tant que «le peuple»* ». Il y a alors, dans cette recherche d'unité, toute une série de délégitimations et d'exclusions qui sont opérées par les membres ou par les modérateur·trices et les administrateur·trices. Des membres qui tiennent certains propos ne correspondant pas à un certain esprit « Gilet Jaune » sont accusé·es d'être des « Foulards Rouges » infiltrés, c'est-à-dire des citoyen·nes pro-gouvernement voulant porter préjudice au mouvement, ou bien sont accusé·es d'être des « trolls » dont le propos ne pourrait être pris au sérieux. De plus, comme le révélait Priscillia Ludosky, co-administratrice de deux groupes Facebook, il y a une modération des contenus : « *Nous créons un groupe sur Messenger dédié aux modérateurs pour discuter et régler les problèmes posés comme certains posts qui font polémique. (...) Vous êtes un peu comme un nouveau petit média. Car vous prévoyez de faire de la diffusion d'information et vous devez réfléchir préalablement à une ligne éditoriale avec des règles de publication et de modération pour savoir où vous allez* ». Elle explique ainsi que certains membres jouissant de plus de droits que d'autres peuvent choisir de diffuser ou non certaines publications, qu'ils ont un pouvoir éditorial sur les sujets discutés dans les groupes (Galligo, 2019). Enfin il arrive que des membres en désaccord s'auto-excluent des groupes pour ne plus avoir à être confronté·es aux propos tenus par d'autres membres. Ainsi, ces groupes Facebook sont réservés aux Gilets Jaunes qui cherchent à entretenir une certaine cohérence collective. La volonté d'homophilie est explicitée par cette volonté de se faire « le peuple » et est mise en œuvre par les processus de délégitimation et de modération de certains propos, ainsi que d'(auto-)exclusion des membres en désaccord avec l'esprit « Gilet Jaune ».

Deuxièmement, il existe une *homophilie externe sociale* à ces groupes. Si notre enquête n'en rend pas directement compte, les travaux de la sociologue Dominique Pasquier sont éloquents à ce sujet. Dans son travail sur les usages d'internet par les familles modestes et rurales, elle révèle que les réseaux amicaux de ces familles sont « *bien plus petits que ceux des autres milieux sociaux* » : leurs « amis » Facebook font partie de leur réseau très proche ou de leur famille (Pasquier, 2018 : 17). Pour elle, une des raisons pour lesquelles les classes populaires partagent et s'expriment sur Facebook, c'est pour « *fonder un consensus autour de certaines valeurs* » (*Ibid* : 23). Or il semblerait que les Gilets Jaunes et ces familles modestes et rurales soient des catégories qui se recoupent comme a pu le faire remarquer la sociologue dans une interview[2], ou comme le révèlent les premières analyses de Michel Lianos (2019 : 94) qui explique que les manifestant·es rejoignant la capitale viennent de province et sont issu·es de la « *première couche des «inclus»* ». Ainsi, l'usage de Facebook par les Gilets Jaunes se recoupe au moins en partie avec celui des familles modestes et rurales observé par Dominique Pasquier. La visibilité de la lutte contre les violences policières est alors limitée dans le sens où elle est restreinte à un petit réseau homophile qui recherche le consensus sur le RSN.

Enfin, il existe une *homophilie externe technique*. D'abord parce que certains de ces groupes Facebook où s'expriment les Gilets Jaunes sont fermés : la fonction de partage des publications depuis le groupe vers l'extérieur du groupe est impossible. Ensuite, quand le partage est possible parce que le groupe est public, si la visibilité de ce partage ne se limite pas au petit réseau homophile d'« amis » Facebook, les algorithmes qui organisent la visibilité de l'information sur la page d'accueil du RSN limitent cette visibilité en fonction du profilage idéologique de l'internaute (Pariser, 2011).

2 Voir l'intervention de Dominique Pasquier lors de la rencontre « Aux sources du numérique » le 12 décembre 2018, <https://medium.com/asdn/dominique-pasquier-internet-familles-modestes-enquete-france-rurale-348d92d6f5dc>

Ces trois catégories d'homophilie sont responsables d'une limitation de la visibilité des publications au plus grand nombre. Ainsi la lutte pour la visibilité des violences policières engagée dans ces groupes se fait dans un *entre-soi Gilets Jaunes* et peine à toucher directement d'autres publics sur la plateforme. Il n'y a pas absence totale de visibilité, mais forte restriction de celle-ci, auprès d'un public composé des protestataires qui sont alors confrontés quotidiennement et systématiquement aux images de violences policières sur les RSN, quand d'autres publics n'y sont jamais confrontés.

Avant la visibilité, la construction des violences policières comme problème

Faut-il pour autant en conclure à un échec du travail de mise en visibilité entrepris par les internautes ? D'abord, si d'autres publics ne sont certes pas confrontés à ces images, le public concerné, lui, se confronte lui-même à son propre vécu en tant que collectif : chaque membre voit ce que d'autres Gilets Jaunes ont subi, mais il voit aussi la disproportion de la répression avec la multiplication des images qui circulent dans ces groupes, ou encore avec les différents recensements de blessé·es qui sont constituées.

Ensuite, il nous apparaît que l'homophilie numérique décrite est favorable à l'explicitation et à la description de ce vécu comme relevant d'un problème à résoudre. Effectivement, s'il est fait usage de la force dans la limite du cadre légal, la « violence policière » n'est pas donnée comme un problème. Elle doit être construite en tant que telle, soit par la remise en cause de son cadre légal, soit par la critique du débordement de ce cadre sur le terrain. Ainsi, en entre-soi, dans le travail de définition de la violence policière comme problème, comme dérive, nous avons effectivement pu observer que les publications et discussions dans les groupes Facebook étaient l'occasion d'une véritable *montée en compétence* pour comprendre le fonctionnement du maintien de l'ordre et en expliciter les dérives. La description faite des armes mobilisées est très précise : les Gilets Jaunes parlent de « LBD-40 » (lanceur de balles de défense), de « GLI-F4 » (grenades de désencerclement). Les membres épluchent les manuels d'utilisation de ces armes disponibles en ligne et en font part aux autres membres du groupe, par exemple pour savoir si le « tir tendu » est autorisé en manifestation. Ils publient des images de policiers sans leur « RIO » (c'est-à-dire leur « référentiel des identités et de l'organisation ») et partagent des articles de presse pour rappeler que l'absence de ce numéro est interdite. L'action de la police est ainsi caractérisée comme outrepassant son cadre légal, en affirmant par exemple l'illégalité de la garde à vue en plein air en citant les propos d'un avocat : « *maître François Vallas nous a simplement lu un arxticle de droit qui devait nous permettre de pouvoir être libérés d'une GAV en plein air qui était illégale!* » (13 janvier 2019). Nous arguons que l'homophilie de ces groupes est favorable à cette montée en compétence des Gilets Jaunes. Effectivement, dans d'autres espaces numériques, plus ouverts comme Twitter, où différents publics interagissent entre eux, il a été montré que les débats qui ont lieu, loin de permettre la montée en compétence ou la résolution du problème des violences policières, est plutôt l'occasion de remettre en cause leur existence ou leur illégitimité (Bouté & Mabi, à paraître).

En somme, le partage de témoignages de la répression, couplé à cette montée en compétences concernant le fonctionnement du maintien de l'ordre – et favorisée par l'entre-soi des groupes Facebook de Gilets Jaunes

–, permettent la construction du phénomène des violences policières comme dérive, comme problème à résoudre.

Conclusion

L'homophilie des groupes Facebook de Gilets Jaunes semble de prime abord mettre en péril la « lutte pour la visibilité » entreprise par les contestataires. Nous avons, dans cette communication, qualifié à la fois cette entreprise, ainsi que les caractéristiques sociotechniques de cette homophilie. Mais nous avons également montré que cette homophilie est propice à la proposition d'une première définition de la répression policière subie comme dérive, à la fois en permettant une montée en compétences des principaux concernés, et à la fois en empêchant que les discussions ne remettent en cause l'existence du problème.

La sociologie des problèmes publics nous enseignant que ces problèmes ont une généalogie où l'étape de définition précède l'étape de visibilisation et de gain de l'attention du public, nous pouvons ouvrir sur l'hypothèse que ce qu'il s'est réellement joué dans les groupes Facebook de Gilets Jaunes a été, indirectement, favorable à l'imposition, dans un deuxième temps, d'une certaine définition de la violence policière visible auprès de plus larges publics. Cette hypothèse est étayée par une circulation des contenus observable dans les espaces numériques. Par exemple, David Dufresne s'est imposé comme une figure qui relaie des images de violences policières sur Twitter. Sur les groupes Facebook, de nombreux Gilets Jaunes ont pu appeler les détenteurs d'images de la répression du mouvement à les lui faire parvenir. On peut également mentionner Jérôme Rodrigues, Gilet Jaune présent dans les groupes Facebook et sur les plateaux de télévision, qui a pu bénéficier de cette ressource médiatique pour raconter sa blessure après qu'il a été éborgné.

Cependant, il serait trop simpliste d'affirmer-là que ces groupes Facebook ont été le seul lieu originel de définition de la répression policière du mouvement. D'autres espaces ont pu être des espaces de construction de cette violence comme dérive, à l'image des ronds-points, ou même d'autres acteurs ont pu participer à cette définition, comme les journalistes de terrain qui ont eux- mêmes été confrontés aux armes des forces de l'ordre. Toutes ces arènes de formation du problème doivent être prises en compte pour en comprendre le plus correctement possible l'émergence.

L'objet de cette communication était ainsi de prendre au sérieux les groupes Facebook de Gilets Jaunes comme l'une de ces arènes, mais aussi de proposer un nouveau point de vue concernant l'homophilie numérique. Si les bulles idéologiques sont, à juste titre, souvent décriées en raison de ce qu'elles impliquent pour le pluralisme démocratique et la confrontation d'opinions, notre recherche, en s'appuyant sur le concept de non-mixité politique, ouvre des perspectives d'analyse plus positives à leur égard.

Bibliographie

Bouté E. & Mabi C. (à paraître). Des images en débat : de la blessure de Geneviève Legay à la répression des Gilets Jaunes. *Etudes de Communication*, n° 54.

Cardon D. & Granjon F. (2013). *Médiactivistes*. Paris, Presses de Sciences Po.

Cefaï D. (1996). La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques. *Réseaux*, Vol. 1, n°75, p. 43-66.

Cefaï D. (2016). Publics, problèmes publics, arènes publiques… Que nous apprend le pragmatisme ?. *Questions de communication*, n°30, p. 25-64.

Collectif d'enquête sur les Gilets jaunes. (2019). Enquêter *in situ* par questionnaire sur une mobilisation : Une étude sur les gilets jaunes. *Revue française de science politique*, Vol. 69, n°5-6, p. 869-892.

Colleoni E, Rozza A. & Arvidsson A. (2014). Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data: Political Homophily on Twitter. *Journal of Communication*, Vol. 64, n°2, p. 317-332.

Delphy C. (2013). *L'ennemi principal*. Paris, Syllepse.

Devillard V. & Le Saulnier G. (2015). Le problème public de la prostitution aux marges des arènes publiques numériques: Luttes interprétatives et mobilisations pro-droits contre l'offensive abolitionniste sur le web. *Journal des anthropologues*, n°142-143, p. 203-226.

Figeac J, Salord T, Cabanac G, Fraisier O, Ratinaud P, Seffusatti F. & Smyrnaios N. (2019). Facebook favorise-t-il la désinformation et la polarisation idéologique des opinions ? *Questions de communication*, n° 36, p. 167-187.

Fraser N. (2001 [1992]). Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement. *Hermès*, n° 31, p. 125-56.

Galligo I. (2019). Priscillia Ludosky : « Créer un groupe Gilets Jaunes Facebook, c'est créer une petite entreprise politique virtuelle ». *AOC*.

Granjon F. (2017). *Mobilisations numériques : Politiques du conflit et technologies médiatiques*. Paris, Presses des Mines.

Hilgartner S. & Bosk S. L. (1988). The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, Vol. 94, n° 1, p. 53-78.

Jeanpierre L. (2019). *In Girum* : *les leçons politiques des ronds-points*. Paris, la Découverte.

Jouët J, & Le Caroff C. (2012). L'observation ethnographique en ligne, p. 147-160. In Barats, C. *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, Paris, Armand Colin.

Julliard V. (2017). « Théorie du genre », #theoriedugenre : stratégies discursives pour soustraire la « différence des sexes » des objets de débat. Études de communication, n° 48, p. 111-136.

Lianos M. (2019). Une politique expériencielle, p. 91-122. In *lundimatinpapier #4. Gilets Jaunes : un assaut contre la société*, lundimatin.

Mabi C. (2016). Luttes sociales et environnementales à l'épreuve du numérique : radicalité politique et circulation des discours. Études de communication, n° 47, p. 111-130.

Marres N. S. (2005). *No issue, no public: democratic deficits after the displacement of politics*.

Amsterdam, Ipskamp Printpartners.

Pariser E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. New York, Penguin Press.

Pasquier D. (2018). *L'Internet des familles modestes : Enquête dans la France rurale*. Paris, Presses des Mines.

Rouban L. (2019). Les « Gilets Jaunes », une transition populiste de droite. *The Conversation*.

Sedda P. (2015). L'internet contestataire comme pratique d'émancipation. Des médias alternatifs à la mobilisation numérique. *Les cahiers du numérique*, Vol. 11, n° 4, p. 25-51.

Sunstein C. R. (2017). *#Republic: divided democracy in the age of social media*. Princeton, Princeton University Press.

Tufekci Z. (2017). *Twitter and tear gas: the power and fragility of networked protest*. New Haven, Yale University Press.

Voirol O. (2005a). Les luttes pour la visibilité : Esquisse d'une problématique. *Réseaux*, Vol. 1-2, n° 129-130, p. 89-121.

Voirol O. (2005b). Présentation. Visibilité et invisibilité : une introduction. *Réseaux*, Vol. 1-2, n° 129-130, p. 9-36.

Journalisme critique ou critique du journalisme : *Gazette Debout* est-elle un producteur d'information ?

Critical journalism or criticism of journalism: Is *Gazette Debout* a news producer?

Marianne Dupont, doctorante,
Lerass, Université Jean Jaurès,Toulouse,
marianne.dupont@univ-tlse2.fr

Franck Bousquet, professeur des universités,
Lerass, Université Paul Sabatier,Toulouse
franck.bousquet@iut-tlse3.fr

Mots-clés :information, opinion, médiactivisme, journalisme participatif.

Keywords: Information, opinion, media activism, participatory journalism

Résumé

À travers l'étude d'un média né pendant le mouvement social Nuit Debout, nous interrogeons la rencontre qui semble désormais s'opérer entre volonté de renouvellement du champ médiatique chez un certain nombre de professionnels de l'information, et apparition de nouveaux mouvements citoyens. Pour les médias alternatifs le rôle du journaliste, la nature et les objectifs de la publication, les cadres structurels économiques sont des enjeux conçus comme constitutifs d'un nouveau projet politique.

Abstract

This work is based on the study of a media born during the social movement Nuit Debout. Our point is to question the connexion between willingness shared by a certain number of media workers to renew the media field and the emergence of new citizen movements. According to alternative media, the role of the journalist, the nature and objectives of publication and the economic structural frameworks are issues conceived as constitutive of a new political project.

Journalisme critique ou critique du journalisme. *Gazette Debout* est-elle un producteur d'information ?

Marianne Dupont, Franck Bousquet

Alors que certains partis politiques et presque tous les mouvements sociaux expriment une défiance de plus en plus prononcée envers les médias dominants, et que le gouvernement lui-même s'est déclaré favorable à la création, en décembre 2019, du Conseil de déontologie journalistique et de médiation (CDJM), la question de la confiance dans le travail journalistique semble revenue au centre des préoccupations publiques. À côté de cette réponse institutionnelle et corporatiste, on assiste à des revendications de certains membres de la profession ou de certains citoyens pour pratiquer un autre journalisme.

Il est vrai que la réappropriation de la production et de la diffusion d'informations par les citoyens semble facilitée par les évolutions technologiques. Journalisme participatif et médias alternatifs se développent à l'image de *Reporterre*, de *Médiapart* ou du *Média*. Ces médias « tout-en-ligne » construisent leurs lignes éditoriales autour de la critique du système médiatique traditionnel et de son fonctionnement ainsi que de la dénonciation de problèmes publics. Engagés mais non partisans, indépendants des groupes financiers et industriels, ils représenteraient le vrai journalisme, a contrario des médias traditionnels accusés de servir les intérêts économiques de leurs propriétaires. Au côté de ces têtes de pont, une multitude de titres, plus ou moins spécialisés thématiquement ou territorialement, émergent en revendiquant une couverture plus juste de certains mouvements ou événements. Parmi eux, de nombreux sont liés à des groupements politiques plus ou moins organisés ou à des mouvements sociaux. Certains se contentent de faire du moissonnage et de la médiation d'informations produites par ailleurs, qu'ils vont éditorialiser selon leur vision politique (Bousquet *et al.*, 2020), pendant que d'autres produisent de véritables informations et réclament le titre de média. Mais tous affirment participer à un mouvement de redéfinition du journalisme en lien avec une nouvelle construction politique, éloignée des clivages partisans traditionnels.

Cette bipolarité du paysage médiatique français entre quelques titres grand public, propriétés de grands groupes, et une floraison de titres périphériques nichés dans les marges du journalisme et du militantisme (Institut Montaigne, 2019), nécessite de réinterroger les notions d'information et d'opinion. En effet, les valeurs, revendiquées dans la seconde moitié du XXe siècle par les journalistes, telles que l'objectivité et la neutralité politique, ne semblent plus être au cœur des préoccupations de ces nouveaux professionnels. C'est pourquoi nous avons déjà examiné dans un premier travail l'articulation entre pratiques professionnelles et engagement militant à travers l'analyse des dispositifs médiatiques dans lesquels évoluent certains de ces nouveaux acteurs (Dupont, Bousquet, 2020). Nous avons essayé de déterminer si un média, dans lequel les journalistes sont partie prenante d'une mobilisation, pouvait tenir un rôle d'information et sous quelle forme. Dans le travail présent nous tenterons d'élargir le débat en intégrant les questions sur les évolutions du journalisme à celles sur la construction de nouvelles idéologies politiques. Notre hypothèse se découpe en deux parties : la première suppose que ces «mobilisations informationnelles ou médiactivistes», selon les

expressions de Dominique Cardon et Fabien Granjon (2013), seraient la forme contemporaine de la presse d'opinion dans un environnement médiatique qui refuse en apparence ce type d'exercice et dans un contexte de tentative de renouvellement des constructions idéologiques. La seconde à davantage trait à la nature même des mouvements idéologiques en cours et s'interroge sur le lien qui semble désormais automatique entre revendication politique et remise en cause du fonctionnement de la fabrication et de la transmission de l'information journalistique.

Étudier une publication née au cours d'un mouvement social peut ainsi nous permettre de mesurer précisément et concrètement certains de ces enjeux.

Le terrain que nous avons choisi d'approfondir est celui du mouvement Nuit Debout, en France au printemps 2016, inscrit dans un contexte international de revendications démocratiques à l'image de Occupy Wall Street et de Los Indignados.

Le présent article poursuit l'étude du site *Gazette Debout*, média indépendant né durant la mobilisation. Notre attention porte principalement sur la fabrique éditoriale de ce support, son traitement de l'information, sur l'identité de ses contributeurs en la mettant en perspective avec les revendications pour un nouvel exercice du journalisme compatible avec celles du mouvement Nuit Debout.

Il est nécessaire de circonscrire les différents concepts auxquels renvoi un tel questionnement : journalisme, objectivité, information mais aussi le rapport entre les médias et les mouvements sociaux. La nébulosité de la définition du métier de journaliste est désormais admise (Ruellan, 1992, 2011). Le cadre législatif de cette profession, trop vaste et globalisant, ne permet pas d'apporter un éclaircissement. La réalité de ce métier dépend du contexte de son exercice.

Même le concept de déontologie, constitutif du métier de journaliste, ne fait pas consensus auprès des professionnels eux-mêmes (Ruellan, 2011). Devant la volonté des entreprises de presse d'accroître leur audience en s'adressant au plus grand nombre, l'information neutre et honnête est devenue une norme constitutive et est présentée comme nécessaire au fonctionnement de la démocratie. Cependant, des travaux universitaires ont mis en lumière les biais politiques, sociaux et économiques présentés dans ces médias (Snyder et Kelly 1977 ; Lévêque, 2005). C'est en ce sens que l'analyse du traitement médiatique des mouvements contestataires est importante.

Il apparaît que les relations que peuvent entretenir les mouvements contestataires et les médias ont toujours été particulièrement ambiguës. Ne pouvant s'abstenir de visibilité médiatique, les mouvements sociaux utilisent des stratégies de communication afin d'obtenir quelques lignes dans les colonnes des médias traditionnels (Champagne, 1984 ; Marchetti, 1998 ; Juhem, 1999) non sans subir les conséquences d'un traitement médiatique dévoyé par des cadres imposés par les rédactions de journaux (Gitlin, 1980 ; Neveu, 1999), ou dévalorisants la contestation sociale (Schlesinger 1992 ; Lochard, 1996 ; Molotch et Lester, 1975). C'est la raison pour laquelle les acteurs des mouvements sociaux ont toujours essayé de mettre en place des moyens pour modeler le discours des médias, voire pour favoriser l'émergence de médias en accord avec leurs visions du monde.

Désormais, des mouvements altermondialistes jusqu'aux Indignés espagnols et aux Gilets Jaunes, toutes les formes collectives de contestation sociale sont des mobilisations qui orientent certaines de leurs actions vers

la critique des médias traditionnels et la mise en œuvre de dispositifs alternatifs de production de l'information (Cardon et Granjon, 2013). Dispositifs produits en dehors des institutions et des réseaux des médias traditionnels, les médias des mouvements sociaux exprimeraient une vision différente des politiques et des économies dominantes (Ferron, 2010 ; Atton et Couldry, 2003 ; Servais 2017).

Quelques formes qu'ils prennent, ces médias se positionnent en effet en rupture avec les médias traditionnels. Cependant, leur position est inconfortable puisqu'ils se retrouvent à la frontière du militantisme et du journalisme, contraints de se définir et de se légitimer auprès de leurs lecteurs comme des pourvoyeurs d'informations crédibles.

Le site *Gazette Debout* est un objet en ligne qui illustre parfaitement la frontière floue qui peut désormais exister entre média d'information et média militant. Dispositif non officiel du mouvement Nuit Debout, le site se présente comme un média d'information, tout en adoptant une ligne éditoriale militante. L'agencement idéologique que proposent les acteurs du mouvement semble irréductible aux grilles d'interprétation et de thématisation des médias d'informations généralistes. La pratique journalistique qu'ils soutiennent se trouve donc en tension entre des normes professionnelles classiques et des formes nouvelles, en adéquation avec une construction politique qui se veut originale.

Comment les tentatives de reconstruction d'une idéologie politique par l'action dans les mouvements sociaux contemporains se configurent-elles en lien avec une redéfinition de l'exercice et des grilles d'analyse du journalisme ? Comment cela se traduit-il dans le cas de *Gazette Debout*, principal média du mouvement Nuit Debout ?

Afin d'interroger les singularités de ce média, nous avons procédé à une analyse socio- technique et socio-politique du site, croisées avec l'étude approfondie du contenu publié sur une période s'étalant du 12 avril au 31 juillet 2016, période la plus active du mouvement. Le corpus est ainsi constitué de 680 articles[11]. Nous nous sommes concentrés plus particulièrement sur l'énonciation éditoriale (Souchier, 1998 ; Ringoot, 2014). Nous avons ensuite sélectionné manuellement un corpus restreint d'articles pour effectuer une analyse fine de l'énonciation textuelle ou rédactionnelle.

À la lumière des apports conceptuels des études de Charaudeau (2011) et de Ringoot (2014), nous avons axé prioritairement l'analyse du traitement journalistique sur le rubricage, les genres rédactionnels et les angles choisis, autant d'indices pour comprendre comment un support médiatique élabore sa ligne éditoriale et traite un fait. Enfin, dans l'objectif d'apporter un éclairage complet sur *Gazette Debout*, nous avons procédé à deux entretiens semi-directifs avec Laury-Anne Cholez, fondatrice et rédactrice du média, le premier réalisé en présentiel début avril 2017, le second par téléphone en mai 2018.

Un dispositif médiatique militant

Le premier numéro de *Gazette Debout* date du 12 avril 2016, soit douze jours après le début de Nuit Debout. Il est né de la volonté de Laury-Anne Cholez, journaliste pigiste professionnelle, accompagné de Florence[2],

1 *Gazette Debout* a publié 1058 articles entre avril 2016 et la fin d'année 2017.

2 Les participants de Nuit Debout souhaitaient être identifié par leur prénom. Seule l'identité de Laury-Anne Cholez a été révélée en décembre 2016.

de fonder un journal en ligne pour pallier le manque de visibilité de la contestation sociale dans les médias traditionnels. Malgré la proximité affichée du média alternatif avec le mouvement social, *Gazette Debout* se présente, notamment sur le blog du journal de *Médiapart*, comme autonome et indépendant, un « auto- media participatif », où tous peuvent s'exprimer.

Bien que Laury-Anne Cholez soit la figure centrale de *Gazette Debout*, un réseau de rédacteurs s'est formé autour d'elle, constitué essentiellement de journalistes, ou d'étudiants journalistes. L'équipe s'organise à distance, grâce à l'application Telegram, qui permet, entre autre, d'envoyer des articles à corriger, de visionner des vidéos, de choisir des photographies. Cette double caractéristique, c'est-à-dire un média créé par une journaliste professionnelle, où tout citoyen a la possibilité de s'exprimer, se traduit par la juxtaposition d'une multitude de formes rédactionnelles, des articles académiques aux textes pamphlétaires, militants et personnels, des textes littéraires et des formes artistiques et créatives. La majorité des articles publiés se concentrent sur les premiers mois du mouvement. Du mois d'avril au mois de juillet 2016, le journal publie en moyenne 6 articles par jour.

Il aurait été pertinent de connaître le nombre de lecteurs potentiels du journal, mais aucune donnée n'a été sauvegardée. Cependant, d'après Laury-Anne Cholez, le site comptabilise en moyenne 5000 vues par jour, 42 000 au mois de juillet 2016, au plus fort de la mobilisation. Par ailleurs, le site dispose de plusieurs canaux de diffusion : une page Facebook, un compte Twitter, un relais sur le site de la Convergence des luttes, un blog *Médiapart*.

« En fait le nombre de vues n'est pas représentatif parce que, par exemple, la page Convergence des luttes — une page web qui s'est ouverte en même temps que Nuit Debout — je sais pas, ils ont 50 000 vues, ils copient-collent mes articles. Donc les vues, elles ne sont pas chez moi, elles sont chez eux [...]. En fait, l'important est de savoir que l'information circule, et je sais qu'elle circule. » (avril 2017)

Les intentions de *Gazette Debout* sont, avant tout, militantes. Le premier objectif, selon sa fondatrice, est d'informer les participants du mouvement social sur les nombreuses actions et l'organisation quotidienne des différentes commissions. *Gazette Debout* est un outil organisationnel. Le deuxième objectif est de rendre visible les revendications du mouvement et d'accroître la participation des citoyens.

Un espace médiatique ouvert aux amateurs ?

Les résultats de notre recherche modèrent les ambitions annoncées du média d'ouvrir ses colonnes aux amateurs, et illustre l'ambivalence des médias participatifs. La volonté initiale de Laury-Anne Cholez est de rendre visible la parole des participants du mouvement social.

Fig. 1 - Logo « Gazette Debout : exprimez-vous ! »

Pour la fondatrice de la gazette, le journalisme citoyen est essentiel.

« C'était du journalisme citoyen parce qu'on laissait les gens publier, nos colonnes étaient ouvertes sauf à la haine ». (avril 2017)

Conceptualisé notamment par les travaux de Franck Rebillard (2011), le chercheur définit le journalisme participatif comme « l'intervention de non-professionnels du journalisme dans la production et la diffusion d'actualités sur Internet ».

À cette acception du journalisme citoyen, Laury-Anne Cholez ajoute une dimension pédagogique puisque selon elle :

« Y'avait des gens qui n'avaient jamais écrit d'articles et que l'on a aidés pour structurer leurs pensées. Voilà, ça, c'était vraiment le journaliste citoyen de la place, où quelqu'un qui n'a jamais écrit de texte écrivait un texte, me l'envoyait, on le réécrivait, etc. Y'avait tout un travail d'accompagnement dans l'écriture » (avril 2017).

Les rédacteurs, constituant l'équipe nodale de *Gazette Debout,* forment les citoyens à l'écriture journalistique au grès de leurs échanges. Cette dimension éducative est toutefois limitée et un journaliste amateur ne peut se substituer à l'analyse d'un journaliste professionnel selon la principale rédactrice.

« En fait, il y a une limite dans le journalisme citoyen, c'est que le journalisme ce n'est pas uniquement rapporter le fait brut. Un fait, tu l'analyses, tu le décortiques, tu essayes de voir qui est pour, qui est contre, si c'est vrai, si c'est faux. Livrer un fait brut ce n'est pas du journalisme » (avril 2017).

Ou un dispositif avant tout professionnel ?

Au regard des objectifs affichés de *Gazette Debout*, nous avons analysé les signatures des textes publiés. Sur les 680 textes publiés, nous comptabilisons 221 signatures distinctes et 198 textes anonymes. Si l'anonymat des textes ne nous permettent pas de formuler d'hypothèse sur les rédacteurs, nous pouvons constater, malgré tout, qu'au moins un tiers des articles publiés sur cette période ont été rédigé par des personnes différentes. De nombreux participants ont collaboré au média, même de façon ponctuelle. Et parallèlement, de nombreux articles ont également été rédigés par Laury-Anne Cholez, soit au minimum 150 articles identifiés comme tel[3].

Autre résultat, le média ne semble pas être le lieu de l'échange entre les participants. Un espace de commentaires est proposé à chaque fin de textes publiés. Sur la totalité du corpus, 401 articles ne sont pas commentés, et 132 n'ont suscité qu'une seule réaction. Seuls 42 textes sont accompagnés de 5 commentaires minimums.

L'ensemble de ces données s'ajoutent à la fabrication selon des normes traditionnelles de ce média pour en souligner le caractère professionnel. Bien que Laury-Anne Cholez prône un journalisme participatif, la constitution de l'équipe rédactionnelle, les articles, la mise en page sont professionnels. En effet, tous les membres de l'équipe sont journalistes, étudiants journalistes ou formés aux techniques rédactionnelles pro-

3 Les résultats détaillés sont publiés dans Dupont M. et Bousquet F. (2020) Les nouvelles frontières politiques du journalisme contemporain : le cas de *Gazette Debout*. *Communication* n°37.

fessionnelles, de telle manière que de nombreux articles gardent une forme académique, agencés autour d'un *lead* et des *5W* (Lagneau, 2002). De la même façon, la mise en page du média, élaborée par un professionnel, structure et organise la lecture que nous pouvons en faire. La page d'accueil du site se structure en cinq segments, rappelant explicitement la composition des Unes traditionnelles, à savoir la manchette, la tribune et le ventre, l'oreille ou la sous-tribune, enfin les mentions légales.

Fig. 2 – Capture d'écran 1. Page d'accueil de Gazette Debout

Les différents textes et articles sont structurés en neuf rubriques, rendant la navigation plus fluide à travers le site. Cette organisation du média en ligne, calquée sur les codes éditoriaux des médias traditionnels, est une volonté de Laury-Anne Cholez.

« Moi je voulais que ça soit un peu professionnel parce que ce qui m'énervait beaucoup c'était que les gens disent qu'à Nuit Debout c'était des espèces d'anarchistes bobos qui buvaient des bières sur la place sans rien faire. C'est absolument faux en fait, les gens ont vraiment bossé. » (avril 2017)

Ces différents éléments constituent en partie les « rhétoriques journalistiques », nécessaires à la reconnaissance des pairs, mis en lumière par les travaux de Jean-Gustave Padioleau (1976 : 268). *Gazette Debout* doit être reconnu comme un média sérieux, voire professionnel.

Un dernier élément doit être ici analysé : la volonté pour la fondatrice du média de respecter les valeurs déontologiques de la profession. Une condition *sine qua non* de la publication d'une information est d'avoir été au préalablement vérifiée.

Discussion

Les différents éléments de notre analyse convergent vers l'idée que *Gazette Debout*, auto-média alternatif, s'insère parfaitement dans un nouvel écosystème médiatique, dont les caractéristiques sont promues par les mobilisations sociales apparues ces dernières années.

Il s'agit en premier lieu de la redéfinition du rôle du journaliste, avec notamment l'introduction du citoyen amateur dans la rédaction et la publication de l'information. Cependant les travaux sur les médias français de Franck Rebillard (2007) et d'Aurélie Aubert (2009) ou de Roland Canu et Caroline Datchary (2010) montrent, d'une part que la participation des citoyens dans les médias demeure la prérogative d'une catégorie favorisée de la population initiée aux pratiques rédactionnelles, et d'autre part, que cette participation reste confinée dans des espaces clairement identifiés, tribunes, blogs, commentaires, séparés des articles de fond et des reportages.

Deuxième caractéristique, le concept d'information semble devoir être reformulé. Les normes rédactionnelles, les techniques apprises dans les écoles de journalisme ne sont plus doctement appliquées. Même si elles restent le signe distinctif et rassurant d'un certain professionnalisme (Ferron, 2010, Estienne 2010), les articles académiques côtoient des textes plus créatifs (Atton, 2002, Mabi, 2016). De la même manière, l'objectivité que doit revêtir l'information n'est plus une priorité. *Gazette Debout* est un organe médiatique qui s'inscrit dans un contexte de mobilisation sociale. Laury-Anne Cholez et son équipe mettent leurs compétences au service d'une lutte. Un certain nombre d'articles portent la marque de cet engagement. Les informations doivent, entre autre, aider à l'organisation de la mobilisation et fédérer les participants de Nuit Debout entre eux et autour d'eux. Cette démarche a été précédemment observée par Benjamin Ferron lors du contre-sommet de Cancùn (2010 :122).

Et c'est ici que la fonction du média, en tant que dispositif médiatique, peut être discuté. Cette étude de cas confirme les résultats obtenus lors des travaux de recherches sur les médias alternatifs. *Gazette Debout* est un archétype de médiactivisme (Cardon, Granjon, 2013), c'est à dire un dispositif médiatique alternatif de production d'informations qui s'insère dans une mobilisation sociale, dont l'un des traits distinctifs est la critique des médias traditionnels et l'une des revendications la fin du monopole des médias *mainstream*. D'une certaine manière, *Gazette Debout* est l'application des valeurs réclamées par la mobilisation et une application du modèle social souhaité par le mouvement. En effet, nous retrouvons dans la structure même du média, dans son organisation, dans les informations publiées, les traits distinctifs de ces nouvelles formes d'actions collectives : prise de décisions horizontale, sur le modèle de rassemblements ouverts, éloignés des partis politiques et des organisations syndicales, sans leader, et où tout à chacun a le droit à la parole (Neveu, 2015 : 61).

Cependant, les résultats de nos travaux mettent en lumière une contradiction dans la légitimité de leurs activités. Les journalistes professionnels de *Gazette Debout* se servent de leurs compétences comme gage d'honnêteté professionnelle (Ruellan, 2011). Et si de nombreux textes publiés critiquent les médias traditionnels, malgré eux, l'équipe de *Gazette Debout* perpétue l'ancien modèle professionnel. Ainsi la question du renouveau du journalisme n'est pas tranchée. Sommes-nous face à des militants du journalisme, dont l'aspiration est de créer un nouveau modèle médiatique, ou face à des journalistes militants, engagés personnellement dans une lutte et qui mettent leurs compétences professionnelles à profit ? Cette étude confirme le paradoxe dans lequel se trouve ces journalistes : le désir de construire un nouveau modèle médiatique intégré dans le paysage informationnel actuel.

Nuit Debout est une des applications françaises d'un mouvement beaucoup plus large de réflexions de redéfinitions sociales, politiques et économiques. Nous avons vu se constituer, notamment Place de la Répu-

blique à Paris, de nombreuses commissions dont les missions étaient de mener ces réflexions collégialement. Parmi ces commissions, «Journalistes Debout» a tenté d'établir un manifeste sur les nouvelles formes du journalisme professionnel, avec comme premier combat la lutte contre la marchandisation de l'information. *Gazette Debout* est un exemple d'application concrète de cette nouvelle forme de journalisme dont l'une des caractéristiques porte sur la place de l'objectivité dans l'information. Inscrit dans un contexte spécifique de mobilisation sociale, les textes publiés ne peuvent se défendre d'absence de partis-pris. A l'inverse même, le média alternatif est partial, mais cette partialité est clairement annoncée. Les journalistes sont donc transparents sur leur intention. Les auteurs se défendent ainsi de toute prétention manipulatrice.

Gazette Debout est donc la mise en application d'une réflexion beaucoup plus large des professionnels de l'information sur le rôle des journalistes et la forme que devrait revêtir ces nouveaux médias (Ferron, 2016).

Il est aussi le signe que la dimension médiatique est désormais inhérente à tout projet politique de transformation du monde. Cependant la mise en conformité de la forme médiatique et du discours politique reste imparfaite. Deux éléments principaux marquent la différence entre ce média issu d'un mouvement social et les médias centraux : l'indépendance économique et le rejet de la neutralité affichée. L'indépendance économique est acquise car, dans le cas qui nous intéresse, il s'agit d'un média amateur pour le fonctionnement duquel l'ensemble des collaborateurs sont bénévoles. La revendication d'un positionnement politique est affirmée pour mieux rejeter la couverture de la politique centrée sur la compétition de personnes et l'occultation de toute dimension idéologique à la fois conséquence et cause de la volonté de paraître neutre des médias centraux depuis la fin des années 1960 (Kaciaf, 2013). Les phénomènes de concentration et d'industrialisation des médias ont eu pour conséquence (depuis *le Petit Journal* dans le cas français) de masquer progressivement les positionnements politiques des lignes éditoriales.

La question ouverte par ce travail mais aussi par toutes les analyses en termes de polarisation aussi bien dans le cas américain que français a donc trait à la remise en cause de ce moment historique (période décisive) et au retour au premier plan de la presse d'opinion. L'étude du discours des médias centraux, de plus en plus envahis par des chroniqueurs aux positions politiques tranchées, pourrait compléter la compréhension de ce phénomène à mettre en relation avec la décomposition des structures partisanes traditionnelles…

Bibliographie

Atton C. (2002). *Alternative Media*. London, Thousands Oaks and New Delhi, Routledge, Sage Publications.

Aubert A. (2009). Le paradoxe du journalisme participatif. Motivations, compétences et engagements des rédacteurs des nouveaux médias (enquête). *Terrains et Travaux*, n° 15, p. 171-190.

Bousquet F., Figeac J., Cabanac G. (2020). Pratiques de médiations informationnelles sur Facebook : l'appropriation politique de la presse quotidienne régionale lors de la campagne présidentielle de 2017. *Mots les langages du politique*, n° 123, p. 81-102.

Cardon D., Granjon F. (2013). *Médiactivistes*. Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.)

Champagne P. (1984). La manifestation. La production de l'événement politique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 52-53, p. 19-41.

Charaudeau P. (2011). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours.* deuxième éd. revue, augmentée et corrigée, Bruxelles, Éditions de Boeck.

Couldry N. et Atton C. (2003). Introduction. *Media, Culture and Society*, 25(5), p. 579-586.

Dupont M. et Bousquet F. (2020). Les nouvelles frontières politiques du journalisme contemporain. *Communication* vol 37/1. URL: https://doi.org/10.4000/communication.11447.

Estienne Y. (2010). Indymedia aujourd'hui : La critique en acte du journalisme et les paradoxes de l'open publishing. *Mouvements*, n° 61, p. 121-131.

Ferron B. (2016). Professionnaliser les « médias alternatifs » ? Enjeux sociaux et politiques d'une mobilisation (1999-2016). *Savoir/Agir*, n° 38, p. 21-28.

Ferron B. (2010). Le journalisme alternatif entre engagement et distanciation. Les stratégies médiatiques des mouvements sociaux dans la "bataille de Cancún" contre l'OMC (2003). In Ruellan D. Lévêque S. *Journalistes engagés.* Rennes : Presses universitaires de Rennes, p. 109-126.

Gitlin T. (1980). *The Whole is Watching. Mass Media and the Making and Unmaking of the New Left*, Berkeley, University of California Press.

Institut Montaigne (2019). *Media Polarization "à la française"? Comparing the french and american ecosystem*. Rapport de recherche.

Juhem P. (1999). La participation des journalistes à l'émergence des mouvements sociaux. Le cas de SOS-racisme. *Réseaux,* n° 98, p. 119-152.

Kaciaf N. (2013). *Les pages « Politiques ». Histoire du journalisme politique dans la presse française (1945-2006)*. PUR, Rennes.

Lagneau É. (2002). Le style agencier et ses déclinaisons thématiques : L'exemple des journalistes de l'Agence France Presse. *Réseaux*, n° 111, p. 58-100.

Lévêque S. (2005). Pour une approche interactionniste des relations entre journalistes et acteurs des mouvements sociaux : les médias et les mouvements altermondialistes. *Actes du 8ème congrès de l'Association française de science politique*. [En ligne]

Lochard G. (1996). Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des modes configurants. *Réseaux*, n° 76, p. 85-102.

Mabi C. (2016). Luttes sociales et environnementales à l'épreuve du numérique : radicalité politique et circulation des discours. Études *de communication*, [En ligne], n° 47. URL : http://journals.openedition.org/edc/6659

Marchetti D. (1998). Les conditions de réussite d'une mobilisation médiatique et ses limites. L'exemple d'Act-up Paris. CURAPP. *La politique ailleurs.* Paris, Presses universitaires de France, p. 277-297.

Molotch H. et Lester M. (1975). Accidental News: The Great Oil Spill as Local Occurrence and National Even. *American Journal of Sociology*, 81(2), p. 235-260.

Neveu E. (2015). *Sociologie des mouvements sociaux.* Paris, Éditions La Découverte

Neveu E. (1999). Médias, mouvements sociaux, espaces publics. *Réseaux*, 98, p. 17-85

Padioleau J-G. (1976). Système d'interaction et rhétoriques journalistiques. *Sociologie du travail*, n° 3, p. 256-282.

Rebillard F. (2007). Le journalisme participatif. De l'idéologie à la pratique. *Argumentum*, n° 6, p. 11-23.

Rebillard F. (2011). Création, contribution, recommandation : les strates du journalisme participatif. *Les cahiers du journalisme*, n° 22-23, p. 29-41

Ringoot R. (2014). *Analyser le discours de presse.* Paris, Armand Colin, collection ICOM, série « Discours et communication »

Ruellan D. (1992). Le professionnalisme du flou. *Réseaux*, n° 51, p. 25-37.

Ruellan D. (2011). *Nous Journalistes, Déontologie et identité*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Schlesinger P. (1992). Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du médiacentrisme. *Réseaux*, n° 51, p. 75-98.

Servais C. (2017). Scènes médiatiques et arènes des discours. *Réseaux*, n° 202-203, p. 79- 121.

Snyder D. et R. Kelly W. (1977). Conflict Intensity, Media Sensitivity and the Validity of Newspaper Data. *American Sociological Review*, vol. 42, n° 1, p. 105-123.

Souchier E. (1998). L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale. *Les Cahiers de médiologie*, n° 6, p. 137-145.

« Bobards » et « système médiatique » dans le discours des acteurs de la réinformation : le symptôme et la maladie

"Baloney" and the "media system" within the re-information discourse: the symptom and the Disease

Gaël Stephan, doctorant contractuel
CARISM, Université Paris 2 Panthéon-Assas
stephan.gael@gmail.com

Mots-clés : médiactivisme, extrême-droite, *fake news*, *fact-checking*.

Keywords: media activism, far-right, fake news, fact-checking.

Résumé

Organisée depuis 2010, la cérémonie des Bobards d'or récompense les « meilleurs mensonges » diffusés par les médias dominants. L'étude du site Internet de l'évènement est l'occasion d'observer la manière dont les ressources numériques employées dans la description de chaque « bobard » permettent la généralisation de la critique de réinformation. Par leur emploi, la dénonciation circonstanciée des mensonges médiatiques se transforme en une critique du système médiatique dans son ensemble.

Abstract

Every year since 2010, the Bobards d'or ceremony rewards the "best lies" of the mainstream media. The study of its website reveals how the use of various digital resources allows a broadening of the re-information critique: the detailed denunciation of media "baloneys" shifts into an indictment against the media system as a whole.

« Bobards » et « système médiatique » dans le discours des acteurs de la réinformation : le symptôme et la maladie

Gaël Stephan

Les dernières années ont vu se développer une critique des médias portée par des acteurs et des organisations de droite et d'extrême droite et généralement accompagnée par la création de médias alternatifs en ligne (Haller, Holt et de La Brosse, 2019). En France, ce médiactivisme (Cardon et Granjon, 2010) revendique l'appellation de « réinformation », une formule qui construit une opposition entre des médias dominants suspects de désinformer leur public et des médias alternatifs mettant en lumière ce que les autres cacheraient ou déformeraient (Jammet et Guidi, 2017). La cérémonie des Bobards d'Or contribue au renforcement de l'image des médias dominants comme engagés dans une entreprise de désinformation. Organisée depuis 2010 par la fondation Polémia, elle a pour objet de moquer les médias et les journalistes estimés être les complices du « système ». Sont ainsi sélectionnés et récompensés des opinions portées par des journalistes, ainsi que certains évènements dont la couverture médiatique est jugée partielle et partiale. La cérémonie présente la particularité de revendiquer une posture humoristique, une dimension qui apparaît clairement sur son site Internet qui la décrit comme parodique[1]. Cette volonté de tourner en dérision des individus proposant un projet politique ou une perception du monde opposés à ceux proposés par l'endo-groupe réinformateur n'est pas sans précédent. En effet, depuis 1990, le Club de l'Horloge, dans les rangs duquel sont passés plusieurs des animateurs de Polémia, remet à l'occasion d'une cérémonie parodique un prix Lyssenko à « un auteur ou une personnalité qui a, par ses écrits ou par ses actes, apporté une contribution exemplaire à la désinformation en matière scientifique ou historique, avec des méthodes et des arguments idéologiques » (Henri de Lesquen, cité par Lamy, 2016 : 350).

Une précédente étude consacrée aux thématiques abordées dans les différentes assertions médiatiques sélectionnées par Polémia entre 2012 et 2019 nous a permis d'observer la façon dont le rire permet d'affirmer l'existence d'une frontière rigide entre les réinformateurs et les médias dominants (Stephan, 2019). Les premiers se projettent comme appartenant à un groupe caractérisé par le refus du politiquement correct et l'ambition de porter une parole en prise avec le réel. De plus, ils se pensent et s'affichent comme les défenseurs des schémas familiaux traditionnels, d'une identité enracinée et d'une culture influencée par le christianisme. C'est notamment au vu de ces sujets que le médiactivisme de réinformation apparait à ses promoteurs et à son public comme nécessaire, en ce qu'il permet la contestation de la propagande « immigrophile », « islamophile » et « homosexualiste » des médias dominants. Les journalistes et les médias sont en effet présentés à l'occasion de la cérémonie comme les représentants du libéralisme culturel, alliés objectifs d'identités ethniques, culturelles et sexuelles menaçant l'essence de l'identité française.

Nous proposons ici de concentrer notre analyse sur l'ensemble des sources mobilisées dans les descriptions des « bobards » sur le site Internet de l'évènement. Car au-delà des références aux « médias menteurs », ces

1 La description sur le site Internet, en 2015, est la suivante : « La cérémonie (parodique) des Bobards d'Or distingue, chaque printemps, les "meilleurs des journalistes", ceux qui n'hésitent pas à mentir délibérément pour servir le politiquement correct ».

descriptions contiennent des renvois à des productions d'organisations tierces, de différentes natures. Ces références tierces vont permettre tout à la fois, dans la perspective des réinformateurs, de révéler l'ampleur de la supercherie et de rétablir la « vérité » que les médias dominants chercheraient à étouffer. Dans ce cadre, nous considérons que la présentation aux internautes des différentes assertions médiatiques opère un renversement des logiques du fact-checking. Il ne s'agit en effet pas ici de mettre des déclarations à l'épreuve des faits, pour en apprécier la véracité ou l'exactitude (Bigot, 2018), mais plutôt d'accumuler les preuves des mensonges répétés des médias afin de confirmer le soupçon de leur compromission. C'est par l'entremise de ces ressources documentaires que les organisateurs de la cérémonie représentent un paysage médiatique français gangréné par la dissimulation et le mensonge. Finalement, et conformément à une logique exposée par Boltanski (2012), c'est parce que l'acceptabilité des discours portés par les médias dominants est émoussée par la monstration de mensonges répétés que le contre-discours de réinformation peut émerger et voir sa légitimité croître auprès de son public.

Dans le cadre de l'analyse thématique précédemment mentionnée, nous observions les 111 « bobards » proposés au vote des internautes entre 2012 et 2019. Ici, ce sont les références tierces insérées dans les descriptions de ces « bobards » (n=338), renvoyant à d'autres médias que celui incriminé ou à des sujets autres que celui dont la couverture est estimée mensongère, qui font l'objet de notre étude. Afin de comprendre la manière dont elles permettent l'agencement de la dénonciation des médias dominants et son approfondissement, nous les avons chacune codées. Plusieurs dimensions ont été estimées pertinentes, et ont donc été intégrées à l'analyse : la nature des sources référencées, la variété de formes que ces références peuvent revêtir et la pluralité de sens qu'elles peuvent induire (Haller et Holt, 2018). Des extraits des descriptions des différents « bobards » sont aussi mobilisés afin d'illustrer l'analyse. Cette dernière est conduite en deux temps. Dans une première partie, nous examinerons les sources mobilisées pour rétablir la « vérité », et observerons ainsi la dimension paradoxale de la dénonciation d'un paysage médiatique supposément homogène. Dans un second temps, nous nous focaliserons sur les références aux médias dominants, notre démarche compréhensive révélant que ces renvois permettent d'élargir la cible de la dénonciation, et ainsi de passer d'une critique circonstanciée des médias à une critique généralisée.

Les sources mobilisées pour rétablir la « vérité »

Certaines des références figurant dans les textes de description des « bobards » ont pour objet de démontrer que la véracité ou l'authenticité des contenus d'actualité mis à l'index par Polémia doivent effectivement être interrogées. Les références tierces mobilisées dans cette perspective (n=152) ont pour fonction de rétablir la vérité, ou tout du moins de contester les faits exposés et les opinions exprimées dans les médias incriminés. Elles permettent d'instituer la croyance que les médias mentent effectivement, et que pour faire face à cette désinformation, l'entreprise de réinformation est souhaitable et nécessaire. Deux tiers des « bobards » s'appuient ainsi sur une ou des preuves pour remettre en question la validité des assertions médiatiques. L'administration de la preuve s'appuie alors essentiellement sur des dispositifs numériques : des liens hypertextes renvoyant à des sites tiers et des publications issues de réseaux sociaux-numériques, au premier rang desquels Twitter.

	Simples mentions ou résumés	Mentions ou résumés incluant une ou des citations	Liens hypertextes	Vidéos ou extraits sonore	Images (capture d'écran, photographie, etc.)	Publications issues des RSN
% des preuves	11.2%	5.3%	52.6%	2.6%	9.9%	18.4%

Tableau 1 – Distribution des modalités d'administration de la preuve employées

Au-delà de ces considérations formelles, les sources effectivement mobilisées pour déconstruire les discours des médias dominants sont de natures variées. Tout d'abord, il convient de noter que la réfutation des assertions médiatiques s'appuie peu sur des rapports institutionnels et des statistiques officielles. En cela, les réinformateurs, bien qu'ils revendiquent de lutter contre la désinformation en traquant les « fake news », ont une pratique qui se distingue de celle des fact-checkers, rompus à l'exercice du data-journalisme et de la manipulation statistique (Bigot, 2017 ; Vauchez, 2019). En effet, seulement 8.5% des références permettant de faire la preuve des mensonges des médias proviennent de sources institutionnelles (enquêtes de l'INSEE, de l'OCDE, rapports ministériels, etc.). Elles sont alors généralement mobilisées pour affirmer le potentiel de déstabilisation représenté par les flux migratoires. Le faible recours à ces données publiques peut s'expliquer par la maigre confiance des réinformateurs dans les institutions du « système », représentées comme idéologiquement orientées dans leur travail. Cette défiance manifeste se traduit par exemple par la présentation des données de l'INSEE comme d'une « base officielle donc minimisante ».

L'essentiel des sources mobilisées provient en réalité d'acteurs prétendant à la production d'informations d'actualité, au sein de médias de réinformation ou de médias *mainstream*. Environ un tiers des preuves sont issues de médias de réinformation ou d'organisations proches de la réinformation (30.2%). Nous regroupons dans cette catégorie les médias revendiquant de participer à l'entreprise de réinformation (Polémia, TV Libertés, ParisVox, etc.), les médias « amis du mouvement national » (Krieg, 1999) et les médias défendant des lignes éditoriales « néo-réactionnaires » à l'image de *Causeur* (Provenzano, 2015). Dans cet ensemble, le site auquel il est le plus fait référence est celui de l'Observatoire du Journalisme et de l'Information Médiatique (OJIM). Ceci s'explique par son activité éditoriale : la production de fiches indicatives renseignant les identités, les engagements et les prises de position d'acteurs des médias dominants, dirigeants et journalistes, ainsi que des articles en réaction à l'actualité médiatique.

Dans le même temps, un second tiers des sources permettant de contrer les mensonges des médias *mainstream* consiste en des productions de ces mêmes médias (34.2%). Dans cette configuration, la critique se révèle paradoxale : l'entreprise de réinformation portée par les médiactivistes est caractérisée par une forte dépendance à l'égard des médias dominants, pourtant conspués. Notre constat rejoint donc ici celui porté par Haller et Holt dans leur étude de la critique des médias par les sympathisants de Pegida (2018). Les deux auteurs, passant au crible les contenus d'actualité partagés sur les pages Facebook du mouvement en Allemagne et en Autriche, mettent en lumière que la dénonciation des « médias menteurs » n'empêche pas la référence aux productions des médias dominants, quand celles-ci peuvent être considérées comme une

confirmation des vues identitaristes de l'extrême droite germanophone. Ainsi, les liens dirigeant de ces pages Facebook aux médias dominants ne revêtent pas qu'une dimension contestataire, cherchant à mettre à l'index les médias dominants : ils peuvent s'inscrire dans une perspective affirmative dans la configuration évoquée ci-dessus. Dans notre corpus, les renvois aux médias dominants relevant de cette perspective affirmative vont notamment concerner la presse quotidienne régionale (PQR) : *La Voix du Nord*, *La République du Centre*, *Ouest France*, etc. Cette surreprésentation – eu égard à la mobilisation d'articles issus de la presse nationale – trouve notamment une justification dans la place accordée par la PQR aux faits-divers, qui permettent aux réinformateurs d'illustrer leurs vues sur des questions telles que la délinquance ou l'accueil des migrants.

La dénonciation des médias dominants apparait plus paradoxale encore quand les preuves mobilisées sont issues de ceux faisant l'objet des dénonciations les plus récurrentes et les plus virulentes. L'exemple de l'Agence France Presse (AFP) est à cet égard particulièrement parlant. L'agence représente pour les réinformateurs le symbole de la pensée unique médiatique, ne respectant pas l'éthique journalistique et exerçant une pression au conformisme sur les différents médias.

> « Lorsque que l'on est la source principale, sinon unique, d'informations de la plupart des médias hexagonaux qui recopient fidèlement et scrupuleusement ses dépêches, un impérieux devoir d'objectivité et de neutralité devrait s'imposer à soi. Une évidence qui ne semble pourtant pas partagée par la rédaction de l'AFP » (bobard « "L'affaire Gourevitch" où quand l'AFP tente de décrédibiliser un chercheur indépendant », 2015).

À ce titre, 12.6% des « bobards » proposés au vote des internautes sont énoncés par l'AFP, qui est fréquemment représentée par une catégorie dédiée (en 2015, 2016, 2017 et 2018). La dénonciation de l'influence de l'agence et de la supposée partialité des journalistes qui y travaillent n'empêche cependant pas la référence – à deux reprises – à ses productions afin de rétablir une vérité estimée écornée. De la même manière, les réinformateurs sont extrêmement critiques à l'égard des quotidiens *Le Monde* et *Libération* et de leurs rubriques de fact- checking, « Les Décodeurs » et « Checknews ». Celles-ci seraient représentatives du biais idéologique manifeste des deux titres. Pourtant, et paradoxalement, des contenus issus de ces rubriques vont occasionnellement être mobilisés à titre de preuve, afin de contester une information. Ainsi, c'est à un article issu de la rubrique des « Décodeurs » que renvoient les organisateurs de la cérémonie au moment de contester le caractère raciste d'une agression rapportée par un journaliste de France Info.

Aussi, nous l'avons observé, plusieurs types de sources sont mobilisés afin de rétablir la vérité. Celles-ci sont avant tout médiatiques, que l'on considère les médias de réinformation ou les médias *mainstream*. La référence aux médias dominants est ainsi, dans la description des « bobards », à la fois contestataire et affirmative : si la cérémonie pointe du doigt les « médias menteurs », un tiers des preuves mobilisées consiste en des contenus produits par ces mêmes médias. La critique des médias du « système » se révèle alors paradoxale, d'autant plus que les preuves sont parfois issues des médias faisant l'objet des dénonciations les

plus fréquentes et les plus violentes. Cependant, les références aux médias dominants ne servent pas qu'à apporter la contradiction et il convient d'observer la pluralité de sens qu'elles revêtent.

La dimension plurivoque de la référence aux médias dominants

Les références aux médias dominants représentent 55.6% de l'ensemble des sources tierces invoquées sur le site des Bobards d'or, et leur mobilisation ne s'insère pas uniquement dans une logique d'administration de la preuve. Aussi, nous distinguons trois autres fonctions principales dans ces références et nous intéressons à deux : faire état de la circulation des mensonges dénoncés, et illustrer la compromission générale des médias et des journalistes au service de l'idéologie dominante.

	Administrer la preuve du mensonge	Faire état de la circulation des « bobards »	Illustrer la compromission idéologique des journalistes et des médias	Contextualiser le « bobard »
Répartition dans l'ensemble des références aux médias dominants	27.5%	39.7%	19%	13.8 %

Tableau 2 – Distribution des différentes fonctions des références aux médias mainstream

Circulation et reprises des énoncés mensongers

La référence aux médias dominants a pour première fonction (39.7%) de montrer la circulation des « bobards » dénoncés à l'occasion de la cérémonie, c'est-à-dire l'ensemble des reprises par les médias d'énoncés, de perspectives et de points de vue formulés par un média primo-énonciateur. Faire état de cette circulation des énoncés médiatiques permet aux organisateurs de représenter un paysage médiatique homogène, caractérisé par la non- vérification des informations et la « bien-pensance », et donc par la diffusion d'informations mensongères. Sur ce principe, cinq des « bobards » du corpus désignent l'ensemble des médias comme responsables de la production et de la diffusion d'informations erronées. Ainsi, en 2013, la couverture des attentats de Toulouse aurait « suscité une série de bobards assez rocambolesque, partagée par de nombreux médias », en ayant privilégié la piste de l'extrême droite au détriment de l'islamisme radical, et en ayant appelé par la suite à ne pas faire d'amalgame entre terrorisme et islam. La présentation de ce « bobard » se conclut par la formule suivante, l'emploi des lettres capitales permettant d'insister sur la réaction outrée des réinformateurs, que les internautes sont appelés à partager :

> « BOBARD SUR TOUTE LA LIGNE, DONC, ET SUR TOUTES LES LEVRES ! BOBARD TOTAL ! » (bobard « Un "bobard total" : l'affaire Merah », 2013).

La responsabilité du « bobard » peut aussi être imputée à un individu précis, dans une configuration dans laquelle les références aux médias dominants servent à illustrer la reprise d'informations ou le cadrage uni-

forme partagé par les médias. Ainsi, dans le cas de la couverture de la mort de Clément Méric, les organisateurs de la cérémonie déplorent un cadrage favorable aux militants antifascistes, ainsi qu'une parole donnée uniquement à ces derniers. Ce biais dans le traitement de l'information a beau être considéré comme général, sa responsabilité est cependant associée à des bouc-émissaires identifiés et désignés comme tels : Nicolas Demorand et le journal *Libération*, dont le journaliste est alors rédacteur en chef.

> « Mais Clément est un antifasciste, donc une victime de la "barbarie d'extrême droite". L'enquête n'a pas encore abouti, les circonstances ne sont pas élucidées. Pourtant, les médias de l'oligarchie convient les hommes politiques de gauche, d'extrême gauche et les camarades de Méric sur tous les plateaux de télévision. On parle de guet-apens, d'expédition fasciste ou du vrai visage de l'extrême droite ; le jeune homme aurait été ciblé et passé à tabac, aucune retenue de la part des journalistes qui donnent simplement la parole aux antifascistes » (bobard « Nicolas Demorand : "Il était une fois an(tif)a Méric" », 2014).

Dans cet exemple, 15 liens hypertextes figurent sur la page dédiée à la description du « bobard », redirigeant vers des articles en ligne ayant en commun ce supposé manque d'objectivité et cette partialité, et publiés par *Le Monde*, le *Huffington Post*, *Ouest France*, *Libération*, *L'Humanité* ou encore *Europe 1*.

Faire état de la compromission idéologique des journalistes

Au-delà des références permettant de mettre en lumière la circulation et la reprise de certains cadrages, ainsi que de certaines expressions et formulations, une autre fonction de la référence aux médias dominants est de faire état de leur compromission générale (19%). Il s'agit alors de montrer que le « bobard » incriminé s'insère dans un ensemble d'approximations, de partis-pris, de manquements à l'éthique professionnelle, etc. aboutissant à une offre médiatique mensongère et idéologiquement orientée. Dans cette configuration, le « bobard » n'est au final que le symptôme d'une dégénérescence plus large que ce que révèle la sélection des mensonges - ou supposés tels - par les réinformateurs de Polémia. Ainsi, à titre d'exemple, les organisateurs reprochent en 2016 au quotidien *Le Monde* d'avoir minoré le nombre de manifestants réunis à l'occasion d'une marche organisée par le parti Souveraineté identité et libertés (SIEL), proche du Front national. Le texte de présentation du « bobard » reproche au journal une minoration plus importante « qu'une bonne partie des médias qui ont relayé cette information [qui] ont su être moins malhonnêtes ». Mais surtout, quatre liens hypertextes insérés dans ce même texte, concernant les conditions de vie des migrants regroupés dans la « jungle de Calais » et publiés par *Le Monde* ont pour objet d'attester du biais « immigrophile » qui caractériserait la production d'actualité du quotidien. Partant, la lecture suggérée par les organisateurs est la suivante : *Le Monde* étant favorable à l'accueil des migrants, et le SIEL y étant opposé, la couverture de l'actualité du parti par le quotidien ne peut être qu'orientée et partiale.

Conclusion

Ainsi, les réinformateurs mobilisent-ils en premier lieu, dans le cadre de la cérémonie des Bobards d'or, des sources médiatiques pour contester les assertions journalistiques jugées mensongères, et notamment des contenus issus des médias *mainstream*. La dénonciation des « médias menteurs » révèle donc un paradoxe :

les informations produites par les médias dénoncés sont à la fois critiquées comme relevant de mensonges idéologiquement orientés et mobilisées à titre de preuve censées révéler les mensonges d'autres médias *mainstream*. L'entreprise de réinformation encouragée par la fondation Polémia, organisatrice de la cérémonie, reste donc en partie dépendante des productions de l'objet de la critique. Ceci révèle de plus une faille logique dans la rhétorique réinformatrice. En effet, le paysage médiatique y est présenté comme uniforme, et pourtant la contradiction est apportée par la référence aux médias dominants, ce qui tendrait à plutôt aller dans le sens d'une certaine diversité des lignes éditoriales et des opinions exprimées. Pour aussi paradoxale que soit la dénonciation des « médias menteurs », les organisateurs parviennent à élargir leur critique par le biais des dispositifs technico-discursifs à leur disposition sur le site Internet des Bobards d'or. Les médias désignés comme récipiendaires potentiels de Bobards d'or sont jugés coupables de mensonges flagrants, qu'il s'agisse d'entorses au sens commun ou de manipulations médiatiques plus élaborées, motivées par la partialité et les convictions de gauche des journalistes. La référence à d'autres médias que les récipiendaires permet d'illustrer la circulation de l'information et donc d'impliquer leur responsabilité dans la diffusion du mensonge. En reprenant les contenus produits par leurs confrères, les médias participent au mensonge, et manquent à leur éthique professionnelle de vérification des informations et des sources. Finalement, la démonstration de la compromission morale et idéologique des médias et des journalistes est complétée par des références à des contenus n'ayant pas de rapport direct avec les « bobards » incriminés mais illustrant l'opposition entre les valeurs et les perceptions du social de l'endo-groupe réinformateur avec l'exo-groupe journalistique.

Aussi, la logique à l'œuvre dans la description des « bobards » permet le passage d'une critique circonstanciée des médias, limitée aux énoncés médiatiques ayant fait l'objet de la sélection des organisateurs de la cérémonie, à une critique globale de l'ensemble des médias *mainstream*. Ceci passe tout d'abord par la sélection des « bobards », les 111 figurant dans notre corpus étant présentés par les réinformateurs comme autant de précédents justifiant la remise en question de l'acceptabilité des discours médiatiques. Les références aux médias *mainstream* par les organisateurs de la cérémonie vont aussi permettre de généraliser la critique : l'ensemble des journalistes est ainsi représenté comme impliqué dans la construction et à la mise en circulation d'une information biaisée et incomplète, conforme aux idéaux « bien-pensants » qui caractérisent la profession.

Bibliographie

Bigot L. (2017). Les journalistes fact-checkers français entre réinvention de la vérification et quête de reconnaissance professionnelle. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 2, 2017, p. 19-31.

Bigot L. (2018). Rétablir la vérité via le fact-checking : l'ambivalence des médias face aux fausses informations. *Le Temps des médias*, n° 1, p. 62-76.

Boltanski L. (2012). Énigmes et complots *: une enquête à propos d'enquêtes*. Paris, Gallimard.

Cardon D. & et Granjon F. (2010). *Médiactivistes*. Paris, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).

Haller A. & Holt K. (2018). Paradoxical populism: how PEGIDA relates to mainstream and alternative media. *Information, Communication & Society*, n° 12, p. 1665-1680.

Haller A., Holt K. & de La Brosse R. (2019). The “other” alternatives: Political right-wing alternative media. *Journal of alternative and community media*, n° 1, p. 1-6.

Jammet T. & Guidi D. (2017). Observer Les Observateurs. Du pluralisme médiatique au populisme anti-islam, analyse d’un site de “réinformation” suisse et de ses connexions. *Réseaux*, n° 2-3, p. 241-271.

Krieg A. (1999). Vacance argumentative : l’usage de (sic) dans la presse d’extrême droite contemporaine. *Mots. Les langages du politique*, n° 58, p. 11-34.

Lamy P. (2016). *Le club de l’Horloge (1974-2002). Évolution et mutation d’un laboratoire idéologique.*, Thèse de doctorat, Saint-Denis, Université Paris 8 Saint-Denis.

Provenzano F. (2015). « Des salauds » : ethos et interdiscours dans Causeur ». Durand P. & Sindaco S. (dir.). *Le discours* « *néo-réactionnaire* » *: transgressions conservatrices*. Paris, CNRS éditions, p. 143-156.

Stephan G. (2019). Critique des médias dominants et affirmation de la légitimité des médias alternatifs de la réinfosphère : la cérémonie des Bobards d’or. *15ème congrès de l’AFSP*, Bordeaux. Accès : https://www.afsp.info/congres/congres-2019/sections-thematiques/st-20/

Vauchez Y. (2019). Les mythes professionnels des fact-checkeurs. Un journalisme de données au service de la vérité. *Politiques de communication*, n° 1, p. 21-44.

La performance des médias indépendants aux mouvements de contestation sociale au Brésil

The performance of independent media in social protest movements in Brazil

Gisele Borges, doctorante
LabSiC, Université Sorbonne Paris-Nord
giseborges@gmail.com

Mots-clefs : Médias indépendants, Production d'Information, Mouvements de contestation sociale, Action Collective.

Keywords: Independent media, Information production, Social protest movements, Collective action.

Résumé

Cet article est centré sur le groupe de jeunes activistes Mídia Ninja – Journalisme indépendant et récits d'action et l'objectif général est d'analyser les nouvelles pratiques de production d'information sur les mouvements de contestation sociale au Brésil. Cette étude s'inscrit dans les fondements théoriques d'espace public et d'agir communicationnel de Jürgen Habermas (1962, 1985) et Bernard Miège (2010) ainsi que dans la sociologie des mouvements sociaux et le concept d'action collective exposé par Charles Tilly (1989). Sur le plan méthodologique, il a été fait une analyse de contenu des informations diffusées, sur les plateformes des réseaux sociaux, en juin 2013 et août 2016 afin d'identifier les implications de l'information dans la participation des individus aux manifestations du pays.

Abstract

This article focuses on the Group of youth activists Mídia Ninja - Independent Journalism and Action Stories and the general objective is to analyze new information production during the social protest movements in Brazil. This study is part of the theoretical foundations of public space and communicational action by Jürgen Habermas (1962, 1985) and Bernard Miège (2010). As well as in the sociology of social movements and the concept of collective action presented by Charles Tilly (1989). Methodologically, a content analysis of the information disseminated on social media platforms was carried out in June 2013 and August 2016. In order to identify the implications of the information in the participation of individuals in the country's demonstrations.

La performance des médias indépendants aux mouvements de contestation sociale au Brésil

Gisele Borges

Introduction

Grâce à internet et à la flexibilité technologique, nous avons connu durant ces dernières années une série de Médias Indépendants et Alternatifs qui ont joué le rôle de porte-parole des mouvements de contestation sociale à travers le monde. Ces médias indépendants et alternatifs ont contribué à la formation de nouvelles pratiques de production d'information. Nous étudierons en outre le cas du Mídia NINJA[1], groupe de journalistes activistes brésiliens qui a inauguré un format de production d'information basée sur la transmission en direct (faite par smartphone et réseaux internet) des manifestations[2] sur les réseaux sociaux entre 2013 et 2016. Il nous semble que le succès de ces médias indépendants est lié à un changement du paradigme social et communicationnel de l'actualité. Comme l'expliquent Granjon et Foulgoc « *Les usagers des médias comme des citoyens travaillant d'une manière ou d'une autre à la formation de leurs propres opinions, à l'armement de leurs critiques et susceptibles de s'engager dans des régimes d'action publique variés et collectifs (discussions, élections, manifestations, etc.*) » (Granjon et Foulgoc 2011 : 17-43).

Cette étude s'inscrit dans les Sciences de l'Information et de la Communication et utilisera l'approche de l'Économie Politique d''internet, afin d'expliquer comment le modèle politique et économique la société brésilienne et internet ont contribué à l'avènement des Médias Indépendants dans le pays. Nous avons organisé cet article de la façon suivante. Dans la section I, nous aborderons les médias traditionnels et le contexte social du Brésil. Dans la section II, nous présenterons l'origine de Mídia Ninja et sa manière de produire et diffuser l'information d'actualité. Dans la section III, nous explorerons l'innovation communicationnelle dans différents pays. Pour conclure, dans la section IV, nous présenterons les groupes médiatiques et l'effet des pratiques de production d'information de Mídia NINJA.

Les médias traditionnels et le contexte social du Brésil

Pour comprendre comment nous avons vu émerger de nouvelles pratiques communicationnelles au Brésil, il faut d'abord présenter le contexte médiatique et social du pays, surtout dans les années qui ont précédé les manifestations de 2013. L'industrie médiatique brésilienne est composée d'un nombre très restreint d'entreprises responsables de la production et de la distribution de contenu pour la télévision, la radio, la presse et internet. Selon les données résultant des recherches sur les habitudes de consommation des médias de la po-

1 NINJA Independent Narratives Journalism and Action est un réseau de communication qui produit et diffuse des contenus basés sur le travail collaboratif et le partage en ligne. https://ninja.oximity.com/

2 Manifestations des 20 cents, manifestations de juin ou journées de juin où il y a eu plusieurs manifestations populaires à travers le pays pour contester l'augmentation des taux de transport public principalement dans les grandes capitales en 2013.

pulation Brésilienne jusqu'en 2014, les moyens de communication préférés des Brésiliens sont la télévision (76,4 %), suivie d'internet (13,1 %), de la radio (7,9 %), des journaux papier (1,5%) et des revues (0,3 %)[3]. C'est pourquoi les mouvements sociaux et les entités de la société civile ont toujours cherché à construire des espaces de communication alternative, à la recherche d'une information plus démocratique qui puisse fournir une production de contenu adapté à la réalité régionale, à la participation des citoyens et au droit à la diversité d'opinion.

Forum des Médias Libres et émergence d'internet

Ainsi, dans les années 80, après la démocratisation du pays (fin du régime militaire), les mouvements issus de la société civile ont instauré le Forum des Médias Libres de manière à garantir aux médias indépendants la liberté de pouvoirs économique (du fait de l'absence de publicité) et politique. Toutefois, ce regroupement d'entités du mouvement social et de la communication n'a jamais réussi à inspirer l'ensemble de la société brésilienne, tels que les médias traditionnels. En revanche, l'avènement d'internet à la fin des années 90 et l'expansion de nouvelles technologies de l'information et de la communication – NTIC, depuis les années 2000, ont particulièrement encouragé la croissance de la culture numérique dans le pays. Ce scénario plus favorable a contribué à la consolidation de nouvelles initiatives de communication alternative, car internet a été utilisé comme un outil dans la construction de récits, d'engagements et de diffusion d'informations. Il faut préciser que cette configuration a été possible grâce au format de financement du web basé sur l'interaction des individus et la vente des données personnelles collectées par des algorithmes[4] , comme l'explique Carlos Figueiredo (2017).

> *Les sites de réseaux sociaux ont un flux ininterrompu de contenu personnalisé pour chaque individu, à partir de la surveillance de leurs interactions […] Ainsi, les réseaux sociaux ont un modèle beaucoup plus invasif de colonisation de la vie quotidienne que les moyens de communication de masse* (Figueiredo, 2017 : 2).

C'est la différence entre le modèle économique de l'industrie médiatique et de l'industrie d'internet. Si dans l'industrie médiatique la production d'information cherche d'abord à répondre plus à l'intérêt des investisseurs que du public, dans le cas d'Internet, c'est le contraire. Les médias indépendants cherchent davantage à répondre aux intérêts de l'usager, car c'est lui le responsable de l'interaction et l'échange de contenu. Par ailleurs, seules les entreprises comme Google et Facebook peuvent vraiment toucher de grands annonceurs, car elles s'occupent du traitement, du stockage et de la vente de grandes quantités de données. C'est pourquoi les médias indépendants sont libres de subvertir les processus communicationnels, vu que le modèle économique d'internet ne touche pas directement à leur activité.

3 Source : Secrétariat de Communication Sociale de la Présidence de la République. Brasil. Presidênciada República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2014 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília : Secom, 2014.

4 Algorithmes : Ensemble de règles opératoires dont l'application permet de résoudre un problème énoncé au moyen d'un nombre fini d'opérations. Un algorithme peut être traduit, grâce à un langage de programmation, en un programme exécutable par un ordinateur. Source : http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/algorithme/19894#oODiezIQtVwT3PHB.99

Médialibrisme, Cyberactivisme et Net-activisme

Les groupes sociaux qui connaissent la logique d'internet ont contribué à la création des mouvements de médias libres au Brésil. Parmi eux, nous pouvons mettre l'accent sur le Médialibrisme, le Cyberactivisme et le Net-activisme. Ils ont tous le même but de produire une information indépendante sur internet et des plateformes collaboratives de communication. Parmi les mouvements mentionnés ci-dessus, nous pouvons considérer que le Médialibrisme est le fondateur des médias indépendants d'actualité dans la mesure où ce mouvement a comme principe de s'opposer aux stratégies des médias traditionnels que ce soit dans dans les débats sur le sens de l'information, que dans la médiation des intérêts de la société. C'est la raison pour laquelle la narration devient un élément important dans la production du contenu. Elle est la voix des exclus des processus sociaux, comme l'explique Ivana Bentes (2013).

Le mídialivrista est le « hacker des narrations », capable de rivaliser et s'opposer avec différentes stratégies aux récits produits par de grands conglomérats de la communication. Le discours et la pratique de « résistance » aujourd'hui sont des stratégies collectives, mouvements, réseaux, qui sont midialibristas dans leurs tactiques et stratégies de résistance. Ce n'est pas simplement prendre ces contenus et les moduler, mais aussi ne pas refuser de parler et même faire usage de la dimension spectaculaire et séduisante » (Bentes, 2013 : 12)

Notons que la conception de médialibrisme n'est pas nouvelle. Elle est née à l'époque de la Révolution Culturelle de 1968. Par contre, actuellement elle a pris un nouveau sens issu des NTIC - Nouvelles Technologies de l'Information et Communication. Plusieurs idéologies ont été renforcées par les deux mouvements suivants : Le Cyberactivisme et le Net-activisme, qui cherchent à promouvoir la participation des individus sur le web et les réseaux sociaux. Parmi eux, le Net-activisme, à notre avis, a contribué directement au phénomène de mobilisation sociale des dernières années Ce mouvement est composé de quatre dynamiques, responsables de l'échange d'information sur les réseaux sociaux. La première est celle des Collaborateurs Frontaux[5]. Ensuite, nous avons les Interactions d'Immersion[6]. La troisième, est l'Interaction Dialogique[7] et pour conclure l'écosystèmique[8] comme l'expliquent les chercheurs Massimo Di Felice; Bragança et Miranda et Marina Magalhães (2013)[9].

En ce qui concerne le Brésil, ces interactions ont été développées grâce à la croissance de la culture numérique, ainsi que par les conditions économiques qui ont augmenté entre les années 2005 et 2012. Certains chercheurs appellent cette période de Nouvelle Classe Moyenne Brésilienne. Cette nouvelle classe est composée des classes populaires qui ont pu avoir un plus grand accès à la culture, l'éducation et la technologie. Cette nouvelle classe moyenne est composée de personnes entre 15 et 35 ans. Celles-ci ont changé aussi leur façon de s'informer. Si les générations précédentes utilisaient la télévision, la radio et la presse, cette nouvelle génération préfère s'informer d'abord sur les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter et par la

5 Collaborateurs Frontaux : Caractérisé par des interactions minimales, telles que des signatures des soussignés ou virtuelles collages, de messages sur les murs, tes que les campagnes qui passent sur Facebook (2013 : 129).

6 Les Interactions d'Immersion : Se produisent sur les réseaux, mais définissent un profil plus actif, tel que les actions de « hackers LulzSec » ou le « ANONYMUS » du monde (2013 : 130).

7 Interaction Dialogique. Elle se développe en même temps dans les réseaux et dans les rues (2013 : 131).

8 Écosystémiques : Représenter les formes d'interaction qui surpassent la dynamique d'opinions pour constituer une forme coopérative de transformation sociale atteinte par les réseaux numériques. (2013 : 131).

9 "Manifestos, projetos e piratas informáticos de uma geração à rasca: ações net-ativistas nas redes digitais portuguesas." I Congrès International de net-activisme - réseaux numériques et nouvelles pratiques de la démocratie. Organisée par Massimo Di Felice et Centre de recherche de ATOPOS. São Paulo, la CEA/USP, 2013, pp. 125-146.

suite recourir aux autres moyens de communication. Ces changements comportementaux liés à l'action des mouvements de médias libres et à la réalité communicationnelle du pays ont créé le scénario parfait pour que surgissent les manifestations sociales et de nouvelles expériences communicationnelles. Nous pouvons même souligner quelques évènements qui ont commencé sur internet et gagné les rues. Le mouvement "Passe Livre" (Transport Gratuit), La marche de la Marijuana, La marche des Salopes et d'autres mobilisations régionales qui ont eu lieu entre les années 2011 et 2013.

C'est dans ce bouleversement numérique que nous avons vu apparaître Mídia NINJA qui a présenté une expérience innovante de transmission en renouant avec l'idée du vieux cinéma militant des années 60 et 70 à la différence près que les téléphones ont remplacé les caméras et que les réseaux sociaux ont permis d'être en prise directe sur les événements. Ainsi, Mídia NINJA est devenu (avec d'autres médias collaboratifs) une espèce de porte-parole des individus révoltés avec le système politique et économique du pays, surtout parce que la transmission faite par les médias traditionnels a marginalisé les manifestations et a diffusé des informations superficielles.

L'origine de Mídia NINJA et sa manière de produire et diffuser l'information d'actualité

Origine du Mídia NINJA

Mídia NINJA est né de l'initiative du mouvement culturel Fora do Eixo[10] . Au début ce collectif de médias était chargé d'effectuer des productions audiovisuelles de caractère expérimental pour le projet PósTV. L'idée du groupe Fora do Eixo était de promouvoir la production culturelle et de repenser la logique de communication dans le pays. Tout au long du développement de ce collectif de journalistes – activistes ils ont adopté la philosophie midialibrista et ont cherché à produire une nouvelle forme de communication capable de s'opposer aux médias traditionnels et donner la parole à la diversité culturelle du Brésil. Après deux ans de fonctionnement dans la couverture d'événements culturels, ils ont créé un modèle singulier de couverture de grands spectacles fondé sur un regard plus humain, toujours à la recherche de l'expression des sentiments à travers des images, mettant ainsi en avant la haute qualité photographique du groupe. Par ailleurs, ils ont construit un format de communication basée sur le débat de récits. Mídia NINJA a pour objectif de donner plus de visibilité à l'auteur qu'au fait. Cette pratique de la communication s'est développée au Brésil à la suite de la culture numérique, mais surtout parce qu'internet privilégie l'interaction d'une personne à l'autre.

En ce qui concerne la structure organisationnelle de Mídia NINJA, nous avons compris qu'une partie des membres du Fora do Eixo ont été responsables du développement de son projet. L'équipe est composée de 30 personnes rémunérées et 200 collaborateurs (non rémunérés) dispersés dans tout le Brésil et à l'étranger. En revanche, pendant les périodes où ont lieu les manifestations dans le pays, ce nombre peut aller jusqu'à 1000 collaborateurs bénévoles. La majorité de l'équipe est formée de jeunes entre 17 et 35 ans, mais nous pouvons trouver aussi quelques collaborateurs plus expérimentés comme des journalistes et photographes qui ont une vie professionnelle consolidée, mais qui sont également partenaires de Mídia NINJA. Cette relation entre

10 Fora do Eixo : Groupe Collaboratif, composé de collectifs de culture guidés par l'économie solidaire, associative et coopérative.http://foradoeixo.org.br/historico/carta-de-principios.

des journalistes plus expérimentés et la jeunesse a créé le terme « journalisme-activiste » comprenant des groupes d'activistes qui ont utilisé les services d'internet pour prendre la parole et présenter une information « partiale », mais liée aux intérêts de la population. Cependant, cette réalité communicationnelle a été créé parce qu'on ne croyait plus au journalisme traditionnel.

La conception : Faible résolution audiovisuelle et haute fidélité aux faits

En premier lieu, le principe « *d'avoir une faible résolution audiovisuelle et une haute fidélité aux faits* » est le résultat de l'absence d'infrastructure. Lorsque les manifestations ont débuté, ce groupe de jeunes journalistes a décidé de couvrir les manifestations en utilisant les mêmes structures que les médias traditionnels. Cependant, l'équipement était ancien et il fallait une équipe d'au moins quatre personnes pour transporter le projecteur à l'intérieur d'un chariot de supermarché afin de faire la couverture. À mesure que les manifestations augmentaient, la structure devenait irréalisable. Donc, il s'avérait nécessaire de changer de stratégie de couverture. Au cours d'une réunion d'évaluation des manifestations, un des activistes a suggéré de faire la couverture au moyen d'un téléphone en utilisant la technologie du Twitcasting et le réseau de données pour transmettre les actes en temps réel. Au départ, l'idée a été rejetée par l'ensemble des journalistes activistes. Cependant, quelques jours après, à défaut d'autre solution au problème technique, un des militants a décidé de mettre en pratique l'idée de la couverture par smartphone. Ainsi est né le standard de couverture journalistique de Mídia NINJA. Cette production a récupéré le reportage en temps réel et sur le fait. Par ailleurs, l'audience en ligne a commencé à accompagner les manifestations de tous les coins du pays. En peu de temps, le collectif, qui avait seulement quatre mille followers sur Facebook, a grandi et aujourd'hui, on compte un million et demi de personnes connectées quotidiennement sur la page Facebook. Par conséquent, non seulement ils ont innové dans la forme de la couverture, mais ils ont créé également un précédent pour les médias traditionnels, celui d'accepter aussi de diffuser des images avec smartphone.

Polarisation de l'information

Un autre changement important dans le scénario médiatique brésilien apporté par l'arrivée de Mídia NINJA a été celui de la polarisation de l'information. En acceptant que la production d'information ne soit pas impartiale et qu'elle puisse être collective et collaborative, on a contrecarré les médias traditionnels. Par ailleurs, l'idée d'avoir une information impartiale a fait émerger le souci de manipulation du contenu faite par les médias, conforme les images ci-dessous)

Fig. 1 Mosaïque de partialités. Image partagée dans les médias traditionnels et Internet. Source : Fanpage Mídia Ninja, 2017.

La première partie (image - 1) a été produite par les collaborateurs de Mídia NINJA. La deuxième partie (image – 2 « noir et blanc » a été prise par les caméras de surveillance de la ville de São Paulo et transmise par les moyens des communications classiques. Donc, nous pouvons avoir deux visions de la même réalité. Selon, les producteurs de NINJA « *la société a plein de préjugés et nous devons choisir un côté pour raconter les faits* ». Ces éléments composant la formation d'un nouveau paysage médiatique du pays. Cela signifie une victoire pour le Mouvement des Médias libres brésiliens. De ce point de vue, Mídia NINJA, non seulement a grandi au milieu de la crise de crédibilité de l'industrie médiatique, mais a été également responsable d'amener d'autres médias à ce nouveau format de production de l'information. Ils sont devenus une source inspiration des moyens de communication du pays. Cependant, la visibilité de Mídia NINJA a provoqué une crise d'identité dans ce collectif.

C'est pourquoi, récemment, ce collectif a connu un changement de caractère organisationnel, mais aussi juridique. À ce moment-là l'organisation a eu le « National Registry of Legal Entities » comme toutes les autres entreprises de communication du pays. Par ailleurs, ils ont inauguré un site de chroniqueurs sur internet et un nouveau siège (composé d'un studio de télévision et un auditorium). C'est à dire que ces changements ont montré que le collectif des journalistes activistes commencait à fonctionner comme un moyen de communication. Cependant, le groupe a encore du mal à assumer ce changement.

Le "fora do eixo" et l'innovation communicationnelle dans différents pays

Cette conception de médias/ mouvement est née à l'intérieur du collectif culturel Fora do Eixo. Ce groupe fait partie des organisations sociales d'aujourd'hui. Son organisation est plus fluide et adaptée à la réalité des individus. Ces mouvements vivent de l'échange de groupes sociaux dans le web en favorisant la créativité,

l'innovation et la démocratisation des technologies libres. En ce qui concerne le nombre de collaborateurs, cette organisation peut être considérée comme entité bien développée avec 2000 collaborateurs pour la culture (rémunérés), 2800 partenaires (non-rémunérés), ainsi que 20.000 personnes indirectement liées à ce projet dans les 27 régions du Brésil. Cette organisation compte aussi 15 centres culturels en Amerique Latine. Tout le travail de cette organisation s'appuie sur trois sources de financement que nous avons trouvées sur la Banque de projets culturels du Fora do Eixo[11]. La première source, ce sont des programmes gouvernementaux et les lois d'encouragement de la Culture, comme par exemple la Loi Rouanet[12]. Ensuite, des programmes internationaux comme *Open Society Foundation* et ONU Femmes, et enfin les partenariats du centre multimédia et de l'Université Fora do Eixo. Ces sources de financement sont chargées de maintenir la structure du Fora do Eixo, ainsi que de Mídia NINJA.

Les pratiques communicationnelles dans différents pays

Comme nous l'avons mentionné au début de ce travail, l'innovation que présente Mídia Ninja au Brésil n'est pas une exclusivité de la réalité brésilienne. Ces dernières années, nous avons connu une série de médias indépendants/ alternatifs qui ont gagné de la visibilité pour diffuser des événements qui normalement sont omis par la presse hégémonique et traditionnelle. Nous pouvons même évoquer quelques-unes de nos références afin d'expliquer ce changement du 21 ème siècle. À commencer par la cyberdissidence et le journalisme citoyen, au Printemps Arabe (2010). Ensuite, la!¡ Democracia Real Ya! - presse du mouvement - Los Indignados (2011) Espagne, également, le magazine l'Adbusters, qui a appelé à l'Occupy Wall Street (2011) aux États Unis. Pour conclure, nous avons les « Radio et TV Debout » médias gérés pour promouvoir le dialogue et expliquer les causes du mouvement Nuit Debout (2016), en France. En revanche, il faut noter aussi que ce phénomène n'est pas récent, puisque les mouvements sociaux ont toujours utilisé des médias alternatifs pour présenter leurs causes et leurs inquiétudes, ainsi que pour former les militants, en comptant sur les journaux populaires, les radioamateurs, les TV communautaires ou encore les sites et pages sur les réseaux sociaux. Un bon exemple est l'esprit pionnier du Centre de Médias Indépendants[13] . Ce groupe de médias indépendants a fleuri dans la couverture des manifestations, en 1999 pendant la manifestation du World Trade Organization (WTO). Le Centre de Médias Indépendants a été le premier à faire une couverture journalistique en collaboration avec des médias, des organisations et des activistes indépendants et alternatifs à Seattle grâce à l'Internet. Donc, où est la différence entre la communication du passé et celle de maintenant ? De notre point de vue, l'innovation réside dans l'usage des technologies et dans les nouvelles narratives, même si les médias indépendants et alternatifs n'arrivent pas avoir le même impact que la presse traditionnelle. Aujourd'hui, ils sont une part importante du scénario médiatique.

L'action collective et connective

Du point de vue théorique, il faut considérer que les médias indépendants qui privilégient les réseaux sociaux comme véhicule principal ont plus d'interaction sur la page Facebook, ce qui nous ramène vers l'objectif central des industries d'internet : l'interaction pour gérer des données personnelles et garantir la vente de

11 Banque de projets culturels FDE/NINJA - Souce: https://goo.gl/n6dwWa. accès: 01.12.2017

12 Principales mécaniques de promotion de la culture brésilienne : Source: http://rouanet.cultura.gov.br. accès 14.12.2017

13 Source : www.indymedia.org. Accès : 10.09.2017.

publicité des annonceurs, mais aussi des concepts d'action collective et connective développés par la sociologie, plus précisément la théorie des mouvements sociaux, qui disent que les individus interagissent pour défendre des intérêts collectifs. Mais c'est aussi l'engagement sur les réseaux sociaux relatif aux thèmes qui touchent les intérêts et à l'expérience de la vie, aux sentiments et aux convictions des acteurs.

Comme le soulignent les nord-américains W. Lance Bennett &Alexandra Segerberg (2012) « *que les nouvelles TIC et internet ont élargi la gamme de puissance des formes d'action, grâce aux diverses possibilités de participation et d'organisation en ligne.* ». (Bennett et Segeberg, 2012 : 745). Cette nouvelle forme d'action collective est dénommée « *Connective Action* ». Le principal symbole de l'action connective personnalisée est le Même (mot grec qui signifie l'imitation[14]) dans internet, c'est le partage sur les réseaux sociaux de différents contenus entre production audiovisuelle, photos, liens sociaux etc. Comme l'expliquent Bennett et Segeberg (2012).

Même sont la construction de réseaux et d'unités de relais de transmission de l'information sociale similaire à gènes dans la sphère biologique (Dawkins, 1989). Elles se déplacent à l'appropriation personnelle, puis par l'imitation et l'expression personnalisée via partage social de manière à aider les autres à imiter et de partager à son tour » (Bennett et Segeberg, 2012 : 745).

Comment pouvons-nous voir que l'essence de l'action connective est liée au partage de contenus personnalisés avec un langage simple. Cela, à son tour, a été une caractéristique de la production d'information des médias indépendants dans tous les cas de mobilisation dans le monde.

Les groupes médiatiques et l'effet des pratiques de production d'information de mídia NINJA

Pour conclure notre analyse sur les éléments qui ont composé l'émergence d'un nouveau format de production de l'information au Brésil, nous avons comparé deux évènements importants pour l'histoire médiatique et politique du pays, afin d'observer les groupes médiatiques brésiliens et leur appropriation de la pratique de production de Mídia NINJA. Premièrement, la période de nationalisation des manifestations le 18 juin 2013. Ensuite, le vote de mise en accusation de la présidente au 31 août 2016. Nous avons obtenu les résultats suivants.

La première entreprise analysée a été le **Groupe Globo**, principal moyen de communication au Brésil. En 2013, elle a cherché à intégrer la production d'information alternative par le biais d'une couverture moins officieuse, mais de façon timide et peu structurée. Le résultat a été la faible qualité de la production et le renforcement de l'image négative des mouvements sociaux, étant donné que les vidéos produites par les journalistes du groupe Globo n'avaient ni narration ni images privilégiées. En outre, le format de publication sur la page Facebook reflète l'utilisation complémentaire des réseaux sociaux. Des programmes plus importants de l'entreprise ont eu lieu à la télévision avec le « Jornal Nacional » et sur internet, le site d'information G1. De plus, le discours avait un caractère informatif utilisant des termes comme « manifestations pacifiques » et « vandalisme aux manifestations ». Déjà en 2016, le groupe rachète leur schéma traditionnel avec des images

14 Même - Le terme est largement connu et utilisé dans le monde de l'internet», se référant au phénomène de viralisation» ; une information, c.-à-d., une vidéo, une image, une phrase, une idée, de la musique et etc, qui sont rapidement répartis entre plusieurs utilisateurs pour atteindre une grande popularité. Source: https://www.significados.com.br/meme/ accès: 08.03.2017.

prises au Sénat pendant le vote. En d'autres termes, le groupe a cherché à adapter son discours, mais sans succès, car, il est encore lié à l'industrialisation des médias et à l'image acquise au cours des cinquante-deux années de l'histoire de l'entreprise dans le pays.

Puis, le deuxième moyen de communication examiné a été la **Folha de São Paulo**, principal journal de la presse brésilienne au Brésil. Cette entreprise est plus adaptée aux innovations d'internet. En 2013 ils ont intégré des images plus simples produites avec des smartphones ainsi qu'une production de textes plus neutres qui cherchaient à informer et à interpréter les faits, grâce à l'usage des infographiques et des expressions comme « Apprendre à le faire ». Cependant, il est aussi lié à l'industrialisation des médias, vu que ce véhicule utilise également les réseaux sociaux comme point de départ pour les informations vers le site de l'entreprise. En ce sens, la page de Facebook est seulement le point de contact du journal avec la société, mais n'est pas le centre de la production de contenus de ce véhicule.

Ensuite, nous avons le rôle de **l'Entreprise Brésil de Communication – EBC** (entreprise de communication publique du pays) sur les réseaux. En 2013, cette compagnie se propose d'informer le public mais aussi lui donner un côté plus utilitaire et neutre, mais pas de publications sur la page. Déjà en 2016, le volume de publications a augmenté et ils ont adapté la production de contenus réalité des réseaux sociaux. Ainsi, ils ont cherché à innover dans la couverture du Sénat avec l'émission en direct. Le seul point négatif était la localisation prise par les journalistes, car il n'y avait pas d'interaction réelle avec les manifestants. Enfin, nous pouvons dire que l'entreprise a été influente face à ce format plus léger des réseaux dans la production d'information, mais cela ne lui a pas accordé plus d'interaction sur le Web social.

Finalement, nous avons le **NINJA** dont la première différence réside dans le genre journalistique. La narration en général est marquée par l'utilisation des différentes fonctionnalités de l'écriture en ligne comme les lettres majuscules et les (#hastags, ainsi que l'aspect humain enclin aux narrations d'histoires, sans compter que la production est en temps réel. Une bonne partie des publications de 2013 sont composées de photos de qualité esthétique et de langage émotionnel. En revanche, en 2016, nous avons observé un changement dans la production de contenus, quand Mídia NINJA est devenu plus industrialisé et proche des médias classiques, à mesure que les vidéos passaient par une édition et obtenaient une ouverture et une signature pour fermer la vidéo.

Polarisation des médias

Quant à la polarisation des médias, nous pouvons observer dans les graphiques ci-dessous qu'il y a eu une différence d'engagement entre 2013 et 2016. En 2013, le Jornal Nacional (26%) et le G1(16%) ensemble avaient presque 50% de l'engagement sur le Web. C'est-à- dire que le Groupe Globo a concentré la majeure partie de l'audience du Web social. Cependant, en 2016 ce groupe a seulement 9% d'engagement sur les réseaux. Ce qui signifie qu'ils ont perdu la place de formateur d'opinion pour les médias ayant une communication plus alternative. Voir la croissance du Mídia NINJA (43%) et de la Folha de São Paulo (48%).

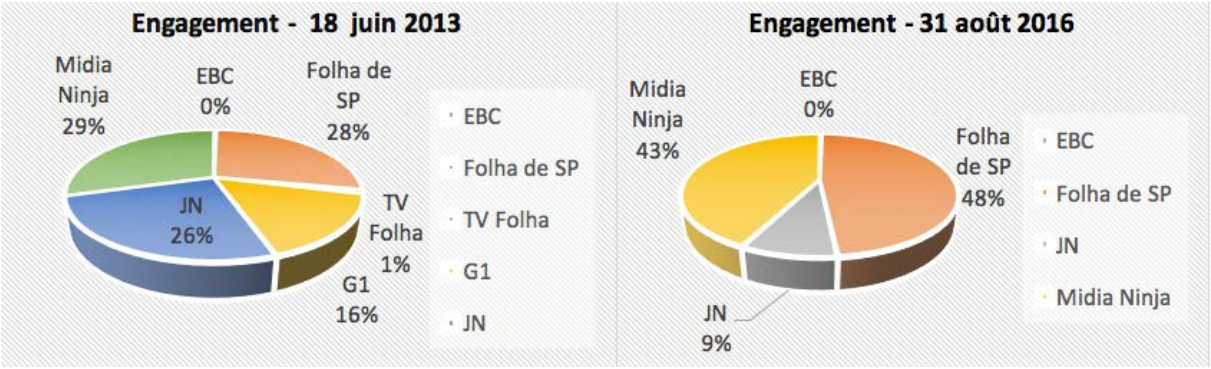


Tableau 1. Engagement sur les pages du Facebook au 18 juin 2013 et 31 aout 2016. Source : Netvizz 2013-2017.

Une autre donnée pertinente est liée aux Média x Temps. En 2013, le groupe qui a concentré une bonne partie des interactions sur le Web social a été le Grupo Globo. En 2016, ce groupe a perdu de l'intensité dans l'espace médiatique. Ainsi, nous avons eu de plus en plus de polarisation entre les médias. Quant au pourcentage d'interaction et publication sur la page Facebook, nous estimons qu'il est lié à la stratégie de communication.

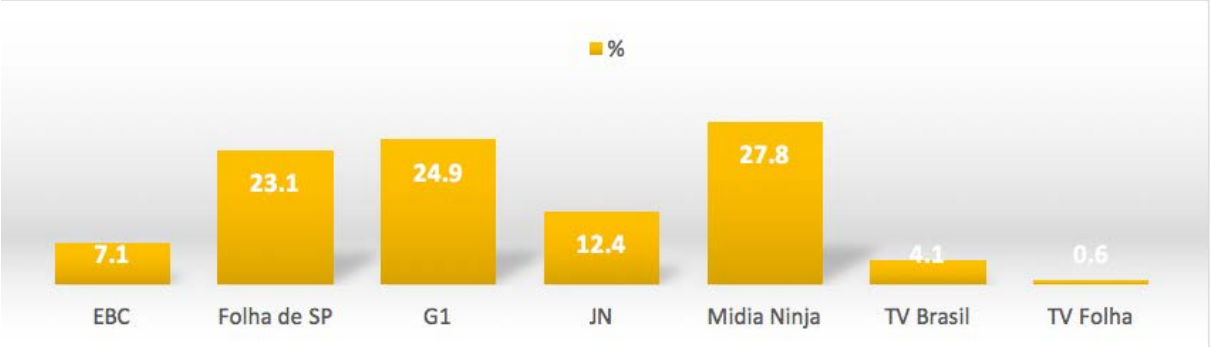
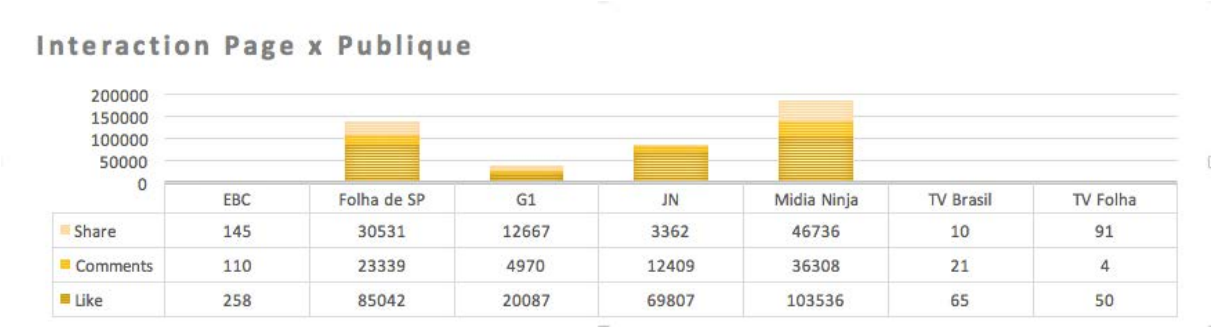


Tableau 2 : Média x Temps sur les pages du Facebook 2013 et 2016. Source : Netvizz 2013-2017.

De plus, c'est une caractéristique importante du collectif de journalistes que nous avons analysée. Comme nous pouvons le confirmer dans le graphique d'interaction dans les réseaux. Les médias qui possèdent plus de « Shares » (partages), de « Likes » (j'aime) et de « Comments » (commentaires) sont la Mídia NINJA et la Folha de São Paulo. Parce qu'elles ont un service personnalisé et un langage simple et direct.



	EBC	Folha de SP	G1	JN	Midia Ninja	TV Brasil	TV Folha
Share	145	30531	12667	3362	46736	10	91
Comments	110	23339	4970	12409	36308	21	4
Like	258	85042	20087	69807	103536	65	50

Tableau 3 : Pourcentage d'Interaction sur les pages du Facebook 2013 et 2016. Source : Netvizz 2013-2017.

Ainsi, nous pouvons dire que le succès des Médias indépendants est lié au standard esthétique, mais surtout aux nouvelles formes discursives visant à informer et à raconter l'histoire de façon plus personnelle. Cepen-

dant, il faut dire aussi que ces pratiques étudiées se rapprochent de plus en plus, semble-t-il, à des médias avec un format renouvelé. La question que nous nous posons est : est-que cette évolution ne va pas faire perdre l'originalité de la démarche, dans la mesure où tous les médias ont adopté le même format communicationnel des médias indépendants ? Peut-être que oui. De toute façon, une chose est certaine, l'industrie médiatique au Brésil et dans le monde est en train de perdre son rôle hégémonique pour ces Masses de Médias composées de professionnels de la communication, mais aussi d'activistes sociaux.

Conclusion

Notre objectif, avec cette enquête, est de comprendre la croissance de Mídia NINJA et sa façon de produire du contenu sur le Web social. Quand que ce groupe de journalistes activistes ont débattu sur le sens de l'information, il contribuera par conséquent au processus de mobilisation du pays. Par ailleurs, ils ont obligé les médias brésiliens traditionnels à adapter leur manière de traiter l'information. Pour nous, le plus important dans ce scénario de la production d'informations est de continuer à suivre l'intérêt des individus partageant des angoisses et des interrogations. Mais ce n'est plus seulement dans des espaces tels que des cafés, des réunions de famille, etc. En ce moment, l'individualité déborde par la participation à des réseaux sociaux. Cette action rationnelle (afin de produire du sens chez l'interlocuteur), c'est la source d'énergie des médias indépendants et du marché des industries d'internet.

Depuis, la production de caractère horizontal est basée sur le partage d'expériences et de récits qui ont contribué à la croissance de l'espace de communication alternative. Et a été un gain pour le mouvement médias libres brésilien. Toutefois, la norme technique esthétique traditionnelle est encore très présente dans la pratique de la production de l'information. Aujourd'hui, nous pouvons dire que le changement a déjà commencé, mais il faudra encore un certain temps pour réaménager certaines normes.

Bibliographie

Anduiza E, Cristancho C & Sabucedo J, M. (2014). Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain, Information. *Communication & Society*, n° 176, p.750-764. DOI: 10.1080/1369118X.2013.808360

Bentes, I. (2013). *A internet e a rua* : ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre. Meridional.

Bennett, W. L & Segerberg, A. (2012). The Logic of Connective Action. Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*. Vol. 15. p. 37–41.

Bennett, W. L & Segerberg, A., Walker, S (2014). Organization in the crowd: peer production in large-scale networked protests. *Information, Communication & Society*. Vol. 15. p. 232-260.

Bolaño, C. (1999). Sociedade da Informação: reestruturação capitalista e esfera pública global. *Revista Latina de Comunicación*. p. 1-18.

Bolaño, C. Herscovici, A., Castañeda, M. Vasconcelos, D (2011) *Economia Política da Internet*. Aracaju. Universidade Federal de Sergipe.

Campos de Melo Jr., J. A. (2007). *A ação coletiva e seus intérpretes.* Pelotas. Pensamento Plural. p. 65-87.

Calleja, A & Aragón, P., Versión, I. de (2013) Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. *Internet Interdisciplinary Institute (IN3)* p. 1-78.

Fragoso, S., Recuero, R. (2011). *Métodos de pesquisa para a internet*. Porto Alegre. Sulina.

Figueiredo, C. (2017). Ativismo Codificado: Limites e Oportunidades para a Ação Coletiva nas Redes Sociais. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* n° 40, p. 1-15.

Granjon, F. & Lefoulgoc, A. (2011). Penser les usages sociaux de l'actualité. *Réseaux*, n° 170, 2011/6, pp. 17-43.

Malini, F. & Antoun, H. (2013). Mobilização nas redes sociais: a narratividade do #15M e a democracia na cibercultura. *XXII Encontro Anual da Compós*. p. 1-18.

Milner, R M. (2013). Pop polyvocality: internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street Movement. *International Journal of Communication* n° 7, p. 2357-2390.

La transparence comme stratégie de restauration de la confiance envers les journalistes et outil d'articulation du sens à apporter au journalisme. Analyse de discours de la rubrique « *Inside* » du site de la Radio-télévision belge francophone.

Transparency as a strategy for restoring the trust into journalists and as a tool for articulating the meaning of journalism. Discourseanalysis of the "Inside" section of the Radio-télévision belge francophone website.

Cédric Tant, chercheur en sciences de l'information et de la communication.
Engage – Research Center for Publicness in Contemporary Communication, UCLouvain – Saint-Louis Bruxelles.
cedric.tant@usaintlouis.be

Mots clés : journalisme, analyse de discours, *discoursetheory*, audience.

Keywords: journalism, discourse analysis, discourse theory, audience.

Résumé

Cette communication interroge la fixation de sens de l'activité journalistique via un processus de construction identitaire interne et externe au journalisme. Elle se base sur la rubrique *Inside* du site internet de la Radio-télévision belge francophone (RTBF). Cette rubrique fait explicitement appel à l'audience, dans un souci d'ouverture, pour améliorer la communication entre les journalistes et leur audience, mais aussi faire évoluer les pratiques professionnelles. À partir d'une perspective ancrée dans la *discourse theory*, la recherche montre que le sens du journalisme ainsi que les identités journalistiques se construisent via une intégration étroite de l'audience, notamment pour expliquer les choix liés aux pratiques professionnelles ou pour mettre en avant le rôle du journaliste en tant que jalon du service public.

Abstract

This paper questions the way journalists enlist the public's critiques to articulate the meaning of journalism and their own professional identity. The analysis focuses on the "Inside" column published on the website of the Radio-télévision belge francophone (RTBF). This section, written by journalists, explicitly asks the audience to help the media to improve the communication between audience and journalists, and help them revising their professional standards. From a discourse theory perspective, the research analyses how these critiques are used by journalists to give a meaning to journalism and to articulate their identities as well.

La transparence comme stratégie de restauration de la confiance envers les journalistes et outil d'articulation du sens à apporter au journalisme. Analyse de discours de la rubrique « Inside » du site de la Radio-télévision belge francophone.

Cédric Tant

Lancée en 2018, la rubrique *Inside*[1] de la Radio-télévision belge francophone (RTBF) prend la forme d'un onglet, sur le site du média, qui constitue une thématique de même niveau que les rubriques « Belgique », « Monde » ou « Économie ». L'audience[2] est invitée à poser des questions et faire part de ses remarques sur la couverture médiatique opérée par la RTBF. Les journalistes mobilisent ces interpellations – qui prennent la forme d'emails ou de *tweets* par exemple – pour rédiger des articles expliquant les choix de la rédaction. D'après l'article de présentation de cette initiative, la rubrique gravite autour de deux objectifs : d'une part, faciliter la communication entre citoyens et journalistes, en invoquant une plus grande « ouverture » dans une logique de service public qui lie les journalistes et leur audience (L'équipe d'Inside, 2018), et, d'autre part, « enrichir » et« faire évoluer » (L'équipe d'Inside, 2019)les pratiques journalistiques de la rédaction en les accordant aux questions, remarques et commentaires de l'audience. Le premier objectif a donc pour ambition d'expliquer, justifier et montrer ce qu'est le journalisme selon les journalistes de la RTBF. En ce sens, même s'il n'est pas question de « transparence » dans l'article de présentation de la rubrique – qui évoque donc plutôt une « ouverture » –il apparaît que cette dernière s'inscrit dans la tendance chez les journalistes à mobiliser la transparence comme « stratégie » dans le but de légitimer leurs pratiques et répondre à la crise de confiance envers les médias (Laville 2017). Dès lors, a priori, le contenu de la rubrique est en lui-même un discours sur l'ouverture – ou la transparence – qui articule plusieurs notions telles que le public, les pratiques journalistiques ou encore le journalisme lui-même. Cela dit, il n'est pas question ici de problématiser la notion de transparence – comme a par exemple pu le faire Carpentier (2001) avec la participation de l'audience – en analysant la manière dont les journalistes lui donne un sens mais plutôt de comprendre comment, à travers elle, ils produisent également un discours sur le journalisme. Le second objectif appelle à ne pas considérer la production journalistique comme le seul fait des journalistes mais plutôt en tant qu'écosystème où la participation citoyenne joue un rôle essentiel (Ahva & Wiard, 2018), ce qui traduit la nature mouvante des identités journalistiques qui se construisent bien au-delà de leurs acteurs. Ainsi, l'audience peut être appréhendée comme un acteur essentiel à la production du sens de l'activité journalistique.

Cette communication vise donc à interroger la transparence comme stratégie de fixation du sens de l'activité journalistique, qui se fait via un double processus de construction identitaire à la fois interne et externe au

1 Voir rtbf.be. (s. d.). Inside. Consulté à l'adresse https://www.rtbf.be/info/inside.

2 Dans la mesure où la référence au « public » n'est pas explicite dans l'article de présentation de la rubrique, nous avons décidé, pour cette communication, d'utiliser le mot « audience » et non « public ».

journalisme. En d'autres mots, nous allons voir en quoi l'audience permet aux journalistes de donner du sens au journalisme et fournit des éléments pour construire leurs identités à travers la transparence.

Nous commencerons par établir une brève revue de la littérature sur la construction identitaire des journalistes et poserons la question de recherche de cette communication. Ensuite, nous présenterons et justifierons la méthodologie utilisée avant d'analyser et de discuter les résultats en deux parties (repérage des tensions entre le public et les journalistes et analyse de l'articulation du sens du journalisme ainsi que des identités des journalistes). Enfin, une conclusion reviendra sur l'interrogation principale de la recherche et proposera quelques éléments de réponse.

La double construction identitaire des journalistes

La volonté de faire appel à l'audience dans la perspective d'accompagner l'évolution des pratiques journalistiques et d'aider à donner un sens au journalisme fait écho à son morcellement identitaire (Charon, 1993). En effet, quand bien même ils s'affirment comme centre légitime de production et de réflexion dujournalisme (Ruellan, 2010), les journalistes, à cause de l'éclatement identitaire de leur activité, se retrouvent privés d'un socle homogène solide sur lequel pourrait reposer leur identité. Cette dernière se construit dès lors à travers un double positionnement interne – par et pour les journalistes – et externe – par rapport à des acteurs extérieurs à leur groupe (Le Cam, 2005), notamment dans la perspective de répondre aux critiques (Neveu, 2001).La volonté d'expliquer ce qu'est le journalisme traduit la dimension interne de création de l'identité telle qu'expliquée *supra*, alors que l'intégration des commentaires de l'audience est révélatrice de sa composante externe.

Dans le cas de la RTBF, notre interpellation a été portée par le désir explicite de faire collaborer l'audience à la construction du journalisme. Devant des critiques qui participent au débat public sur la définition même du journalisme, les journalistes veulent maîtriser ce type de discours via ce que Ruellan (2010) appelleun processus de raréfaction du discours. Reprenant les mots de Foucault (1971 : 72)qui pointent le caractère essentiel de la « rareté de l'affirmation et non point générosité continue du sens, et non point monarchie du signifiant », il montre bien la volonté qu'ont les journalistes de contrôler cette production discursive liée à leur activité et leurs identités alors même que leur position leur donne, en théorie, l'apanage sur la production d'énoncés. Ces réflexions peuvent être mises en parallèle avec la théorie des « *empty signifiers »* de Laclau (1997) en tant que signifiants dits « vides » car submergés de sens qui, appliquée au journalisme, pose la question même du sens d'une activité empreinte de représentations sociales fortes, nombreuses et stéréotypées (Grevisse, 2016) et, nous ajoutons, conflictuelles. En croisant ces auteurs, nous désirons porter à la réflexion la façon dont des acteurs, qui ne possèdent pas les mêmes possibilités d'« articulation du discours » (au sens de Laclau), participent au processus de fixation du sens du journalisme.

Dans un contexte de perte de confiance du public envers les médias, nous estimons qu'il est heuristique de déterminer si ce genre d'initiatives se traduit par la volonté explicite de modifier les pratiques et donc les identités des journalistes et si, le cas échéant, nous pouvons en trouver les traces dans le discours. Alors que Le Cam (2009) a montré que les journalistes expriment une identité à travers leurs productions discursives qui permettent au groupe de s'assurer une certaine stabilité, nous désirons davantage insister sur la mou-

vance, la multitude et la conflictualité de la construction identitaire. En effet, la perspective retenue pour cette recherche, s'inscrivant dans la *Discourse Theory* (voir *infra*), invite d'emblée à nuancer une stabilité qui est nécessairement remise en question par les conflits identitaires propres à chaque groupe social. Ce faisant, rejetant a priori l'idée d'une identité et d'une pratique unifiées, nous parlerons davantage d'identités et de pratiques journalistiques – au pluriel, donc. À partir de ce constat de mouvance et de conflictualité, il s'agira dès lors de discuter des éléments de discours qui font appel aux interpellations de l'audience, en tant que partie prenante à la construction du sens du journalisme, et d'analyser la manière dont s'exprime ce double processus instable de construction identitaire[3].

Dès lors, pour cette communication, nous posons la question de recherche suivante : en quoi la critique des journalistes de la RTBF par leur audience constitue-t-elle, grâce à la transparence, un élément permettant de donner du sens au journalisme et aux identités journalistiques ?

Méthodologie : théorie du discours et construction de sens

D'un point de vue paradigmatique et conceptuel, comme déjà évoqué, nous inscrivons notre démarche dans celle de la *Discourse Theory* développée au sein de l'école d'Essex (Glynos & Howarth, 2007), qui articule pratiques discursives et pratiques sociales et définit le discours comme une tentative de dominer le champ discursif (Laclau & Mouffe, 1985). Il nous semble en effet pertinent d'analyser les représentations de l'activité journalistique par les journalistes mais également la façon dont ils rendent compte de celles de l'audience, voire les mobilisent en vue de fixer le sens du journalisme et leurs propres identités. L'intérêt de la théorie du discours telle qu'elle fut développée par Laclau et Mouffe (1985) est de réfléchir à la façon dont les différents acteurs tentent de maintenir, modifier et/ou fixer le sens d'un mot à travers une lutte discursive faite de points de convergence et de divergence. Ainsi, nous désirons comprendre en quoi ces équivalences et différences, en tant qu'éléments inhérents au discours (Zienkowski, 2017), participent à la fixation de sens du journalisme et à l'articulation des identités des acteurs qui le pratiquent. Notre méthodologie prendra donc en compte deux éléments intrinsèquement liés : le sens et les identités.

Pour ce faire, nous nous sommes inspiré des « *nodal points* »[4] de Laclau et Mouffe (1985 : 112), qui sont les éléments structurants du discours en tant que signifiants privilégiés. Alors que la *Discourse Theory* accorde une grande place à l'instabilité – dans une logique de conflictualité discursive permanente – les *nodal points* permettent aux acteurs de fixer – temporairement – le sens d'un mot en le liant à d'autres. Autrement dit, à travers eux, nous allons repérer la manière dont l'audience permet aux journalistes de structurer le sens du journalisme et donc, par la même occasion, la manière dont elle fournit des éléments pour construire leurs identités[5]. L'analyse interrogera dès lors la façon dont le discours des journalistes articule les relations entre

3 Notre recherche n'a, par conséquence, pas pour objectif de déterminer si de réels changements ont eu lieu dans les reportages ou articles du média mais bien de mieux comprendre la façon dont les journalistes proposent une représentation du journalisme à l'audience à travers les deux types d'éléments précités.

4 Laclau s'inspire des « points de capiton » de Lacan (1956) en tant que signifiants primordiaux qui prévalent sur d'autres et qui unifient un champ discursif (Žižek, 1989). Par exemple, les personnes pour qui le « libéralisme » est un nodal pointappliqué à la démocratie structureront le sens de cette dernière en ayant en tête une certaine vision de l'État, de la liberté, etc., assez différente de celle d'un autre groupe qui aurait le communisme comme nodal point.

5 Cela dit, l'analyse qualitative proposée invite à procéder par catégorisation plutôt qu'à étudier les dénominations, les signifiants, sans prendre en compte les signifiés.

des signifiants comme la transparence et le journalisme ou la fiabilité et le journalisme, etc., et en quoi cette articulation influe sur le débat autour du sens conféré au journalisme et aux identités journalistiques.

Le choix du corpus, quant à lui, prend en compte à la fois les objectifs et la faisabilité de la recherche. D'abord, nous avons comptabilisé les articles publiés de septembre 2019 – mois de la refonte de la rubrique *Inside* – à début avril 2020 – moment de l'écriture de cette communication. Les 43 articles ainsi repérés – tous écrits par des journalistes – évoquent tant les coulisses du journal télévisé que les anecdotes des journalistes. Ce nombre élevé pour une recherche qualitative de ce genre, ainsi que l'objectif de repérer la production de sens à partir de critiques, nous ont amené à ne prendre en compte que les 12 articles qui, durant cette même période, contiennent explicitement une interpellation de l'audience[6]. Dans ces articles, les journalistes réagissent à un commentaire, une remarque ou une question et proposent d'expliquer les choix de la rédaction, que ce soit sous forme d'interviews d'autres journalistes, de papier d'analyse sur la manière de hiérarchiser l'information ou sur le choix de tel sujet, etc. Ce faisant, l'analyse se concentrera sur des textes contenant de l'interdiscursivité, c'est-à-dire dans lesquels le discours de l'audience est manifestement présent, bien que rapporté par le média. Par ailleurs, à ces articles a été ajouté celui qui présente les enjeux gravitant autour de la rubrique et ses objectifs(L'équipe d'Inside, 2018) car nous estimons qu'il participe à la production de sens.

Concrètement, pour chaque article, nous avons commencé par repérer et analyser l'articulation des *nodal points*, mobilisés par les journalistes à partir des critiques de leur audience, qui donnent du sens au journalisme. Ensuite, à partir de ces éléments structurants, nous avons induit la façon dont les journalistes construisent leurs identités en réponse aux critiques provenant de l'audience. Bien entendu, le paradigme mobilisé invite à garder à l'esprit la conflictualité inhérente à une fixation de sens qui n'est ni unifiée, ni véritablement pérenne. L'articulation des *nodal points* qui en découle peut dès lors se faire de manière très différente selon les groupes sociaux (journalistes et audience) et à l'intérieur même de ces groupes.

La section suivante se décline en deux parties : la première analyse les éléments de tension entre l'audience et les journalistes ; la seconde analyse les éléments articulant le sens du journalisme pour faire émerger les identités journalistiques. Nous avons estimé que la première partie, ne contenant pas de *nodal points*, était tout de même nécessaire à la compréhension de la suivante en ce qu'elle pose les enjeux gravitant autour de la production de sens et de la construction des identités.

Analyse du corpus : les tensions à la base de la critique

Si l'objectif de cette recherche ne réside pas dans l'observation et l'analyse de la critique du journalisme, il est utile de poser cette dernière comme base de la construction de sens. Tout du moins, et alors que cette recherche ne vise en aucun cas une analyse de la réception, il est possible d'épingler quelques éléments de tension relevés par les journalistes à travers ces différents articles. Pour des raisons de lisibilité, nous les avons structurés en deux catégories : les tensions qui ont pour origine les choix effectués en amont de la production journalistique et celles qui surgissent lors de la mise en récit. Les résultats tendent à montrer une répartition assez équilibrée des tensions entre les deux catégories. Les critiques qui relèvent de l'amont

6 Ces articles comprennent systématiquement une citation des propos d'un auditeur, téléspectateur ou internaute comme, par exemple, « Bénédicte L. nous a écrit pour s'insurger contre ce qu'elle appelle de la publicité «déguisée»: «Le placement de produits de marque Delhaize était omniprésent lors d'un prétendu reportage sur les plats préparés» » (Croufer & Falcinelli, 2020b).

évoquent essentiellement les **choix des sujets** et la **hiérarchisation** de l'information commele caractère trop bruxellois et pas assez provinciaux des reportages (Croufer & Falcinelli, 2020a), ou le fait que ces derniers ne prennent pas suffisamment en compte l'actualité de la Flandre(Durant, 2020b). Les relations qu'entretiennent les journalistes notamment avec leur **sources**, par exemple avec l'association principale du patronat en Belgique (la Fédération des entreprises de Belgique) (Boulet, 2019d), ou bien avec d'autres journalistes sous la forme d'une espèce de **corporatisme**, sont également épinglées par l'audience. En aval, lors de la narration, c'est le traitement médiatique qui est pointé du doigt, que les journalistes soient entre autres accusés de **sensationnalisme** ou de **culpabilisation du« public »** (Falcinelli, 2019).

Ces différentes sources de tension ne sont en aucun cas le reflet de ce que pense ou ressent l'audience de la RTBF mais elles permettent de comprendre sur quels éléments se basent les journalistes pour donner du sens à leur activité. Autrement dit, les éléments épinglés ne représentent pas des *nodal points* mais vont permettre à ces derniers d'émerger.

Analyse du corpus : le sens donné au journalisme qui appelle des identités fortement liées au service public

Ces critiques vont permettre aux journalistes de donner du sens au journalisme à travers un processus de sélections des éléments qu'ils vont choisir d'ériger en *nodal points*. À ce titre, ilest possible de repérer deux tendances discursives :la première donne du sens à la pratique journalistique, la seconde au rôle du journalisme au sein de la société.

D'abord, les critiques sont donc l'occasion pour les journalistes de donner un sens à leurs pratiques professionnelles. Ainsi, il est expliqué, dans plusieurs articles, que le journalisme doit être **original** quitte à évoquer des sujet polémiques comme la « mort sous l'angle écologique » (Falcinelli, 2019).Le corpus montre également une volonté de la part des journalistes de justifierleurs choix – sujets, sources, hiérarchisation, etc. – qui dépendent de leur ligne éditoriale, le principal étant de proposer une information « **fiable** » (Boulet, 2019a). Cependant, la fiabilité, indispensable au journalisme, n'a de sens que si l'information est mise en « **perspective** » (Falcinelli, 2019). Dès lors, les journalistes de la rubrique, en expliquant queles choix sont à la base de l'activité journalistique, quand bien même ces « choix éditoriaux ne sont pas une science exacte » (Boulet, 2019c), revendiquent le **caractère construit de l'information journalistique**.Afin d'illustrer ce point important de la recherche, nous avons décidé d'isoler un passage d'un article sur la mobilisation des dépêches d'agence par les journalistes de la RTBF (Boulet, 2019a). À des réactions de l'audience dénonçant le fait que la RTBF ne ferait que se « contenter de copier-coller ce que l'AFP écrit », la journaliste explique que les dépêches jouent un rôle essentiel dans la rédaction : « On pourrait comparer les publications d'agence à une matière première, à un produit brut qui nécessite idéalement une transformation par les médias » (Boulet, 2019a).D'autres articles rendent compte de cette construction qui dépend d'une série de contraintes, notamment de temps, lorsqu'il faut, par exemple, commenter en direct les déclarations qui surviennent après le décès de Jacques Chirac (Boulet, 2019b).La construction quotidienne de l'activité apparaît dès lors comme révélatrice d'une instabilité en ce que les journalistes doivent bien souvent agir de façon individuelle et non systématiquement selon des règles unifiées. Il est dès lors difficile de penser l'articulation du sens donné au journalisme comme émanant d'un groupe parfaitement homogène.

Ensuite, le rôle des journalistes est explicitement celui de soulever des problèmes, de répondre aux questions de l'audience et de prendre en compte ses craintes comme avec le coronavirus, un sujet qu'il est, d'après le directeur de l'information, indispensable d'aborder (Durant, 2020a). Leur rôle est aussi de servir l'intérêt général et d'être présents pour les citoyens, notamment en multipliant les « bureaux locaux d'information » (Croufer & Falcinelli, 2020a). Le journalisme a donc, d'après les journalistes de la RTBF, un rôle essentiel et revendiqué de **service public**.

C'est pourquoi, l'identité qui semble ainsi émerger montre les journalistes en tant que dépositaires du service public qui, en faisant preuve d'ouverture envers son audience, expliquentleur activité. Nous l'avons vu, que ce soit au niveau des tensions avec l'audience, du sens donné au journalisme et de leur rôle, les journalistes mettent en avant une certaine responsabilité qui implique cette transparence ou ouverture. Le discours qui en découle est très pédagogique, basé sur les explications, et justifie certaines pratiques ou le rôle des journalistes. Cependant, cette transparence montre également que les journalistes ont leurs propres représentations du journalisme et lui donnent un sens particulier qu'ils ne sont pas nécessairement prêts à modifier en réponse aux critiques de l'audience. Autrement dit, les critiques ne se traduisent pas nécessairement par des changements, que ce soit au niveau des pratiques professionnelles ou des identités. En ce sens, la recherche tend à confirmer la volonté des journalistes de raréfier le discours (comme le suggèrent Foucault et Ruellan) et de produire un discours pour dominer le champ discursif (comme la *Discourse Theory* le conçoit). La transparence, quant à elle, n'est pas articulée de façon à donner un sens au journalisme – il n'est jamais explicité que les journalistes *doivent* faire preuve de transparence ou d'ouverture. En ce sens, les résultats montrent que le discours produit est en réalité moins un discours sur la transparence que sur le journalisme lui-même, articulé et enrichi grâce aux *nodal points*.

Conclusion

En inscrivant cette communication dans l'axe 3 du congrès dont la thématique est « participations, consommations, engagements », nous avons voulu interroger, entre autres, la place qu'occupe l'audience au sein de la construction du sens donné au journalisme et des identités journalistiques. La rubrique *Inside* de la RTBF formalise cette participation de l'audience à la représentation du journalisme et lui permet de remettre en question la verticalité de la communication médiatique. En plein contexte d'« injonctions participatives », pour reprendre les mots présents dans la description de cet axe, il est pertinent d'analyser la façon dont certains médias intègrent ces exigences et changements profonds, allant même jusqu'à les revendiquer. Nous sommes conscient que cette recherche comporte une série de limites telles que la faible historicité de la rubrique, l'absence de prise en compte de l'intention de l'audience ou encore le fait qu'une seule identité a réellement émergée (liée au service public) alors que nous l'imaginions multiple ou, tout du moins, mouvante. Pour autant, il est possible d'apporter des éléments de réponse à notre interrogation de recherche qui était « en quoi la critique des journalistes de la RTBF par leur audience constitue-t-elle, grâce à la transparence, un élément permettant de donner du sens au journalisme et aux identités journalistiques ? ». Les résultats ont montré que les journalistes de la RTBF mobilisent les critiques qui leurs sont adressées afin de donner du sens au journalisme, d'une part, et de construire leurs identités, d'autre part. Le sens et l'identité ainsi repérés se forgent à l'aide des éléments centraux que sont les *nodal points* : originalité, fiabilité ou encore

rôle de service public. Cependant, le caractère construit et le côté assez « artisanal » de l'activité poussent à réfléchir à son homogénéité. La transparence semble représenter non pas un élément structurant le sens du journalisme ou un ancrage identitaire mais un outil, une stratégie, qui, à travers l'articulation des *nodal points*, permet de fixer temporairement ce sens. L'ouverture promise à l'audience veut alors affirmer les liens entre les deux types d'acteur et offre un espace pour injecter du sens à cette activité qui semble se construire au jour le jour et dépendre des contextes, des contraintes et de la ligne éditoriale du média. En ce sens, les résultats de cette recherche s'inscrivent dans le sillage des réflexions sur le caractère construit du journalisme (Cornu, 1998) en ce que la transparence tend à représenter une stratégie permettant de montrer le caractère construit et mouvant du journalisme. Pour autant, ce processus de construction est maîtrisé discursivement par les journalistes, en tant qu'acteurs légitimes à donner du sens au journalisme et à leurs identités.

Bibliographie

Ahva, L. & Wiard, V. (2018). Participation in Local Journalism. Assessing Two Approaches through Access, Dialogue and Deliberation. *Sur le journalisme*, n°*7*, p 64-76.

Carpentier, N. (2001). Managing Audience Participation. The Construction of Participation in an Audience Discussion Programme. *European Journal of Communication*, n°16(2), p. 209-232.

Charon, J.-M. (1993). *Cartes de presse. Enquête sur les journalistes*. Paris, Stock.

Cornu, D. (1998). Journalisme et vérité. *Autres Temps. Les cahiers du christianisme social*, n° *58*(1), p. 13-27.

Foucault, M. (1971). *L'ordre du discours*. Paris, Gallimard.

Glynos, J. & Howarth, D. (2007). *Logics of Critical Explanation in Social and Political Theory* (Routledge).

Grevisse, B. (2016). *Déontologie du journalisme : Enjeux éthiques et identités professionnelles*. Bruxelles, De Boeck.

Lacan, J. (1956). *Le Séminaire Livre III. Les psychoses*. Paris, Seuil.

Laclau, E. (1997). The Death and Resurrection of the Theory of Ideology. *Modern Language Notes*, n° *112*(3), p. 297-321.

Laclau, E., & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy*. Londres, Verso.

Laville, C. (2017). Le journaliste, un professionnel de la transparence ? *Sens-Dessous*, n° *20*, p. 29-36.

Le Cam, F. (2005). *L'identité du groupe des journalistes du Québec au défi d'internet*. Rennes, Université Rennes 1.

Le Cam, F. (2009). *Le journalisme imaginé. Histoire d'un projet professionnel au Québec* Montréal, Leméac.

Neveu, E. (2001). *Sociologie du journalisme*. Paris, La Découverte.

Ruellan, D. (2010, mai 8). *La déontologie des journalistes, un discours identitaire*. Communication prononcée lors du colloque «Les journalismes : réalités plurielles, éthique commune ?», Université d'Ottawa.

Zienkowski, J. (2017). *Articulations of Self and Politics in Activist Discourse. A Discourse Analysis of Critical Subjectivities in Minority Debates*. Londres, Palgrave Macmillan.

Žižek, S. (1989). *The Sublime Object of Ideology*. Londres, Verso.

Corpus

Boulet, B. (2019a, septembre 26). Dépêches d'agence : La RTBF « se contente de copier-coller »? *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_depeches-d-agence-la-rtbf-se-contente-de-copier-coller?id=10318234

Boulet, B. (2019b, octobre 4). Non, Jean-Luc Mélenchon n'a pas dit qu'il « devait tout » à Jacques Chirac. *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_non-jean-luc-melenchon-n-a-pas-dit-qu-il-devait-tout-a-jacques-chirac?id=10330684

Boulet, B. (2019c, octobre 10). Affaire de mœurs de Thimister : Fallait-il décrire la scène dans nos journaux ? *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_affaire-de-m-urs-de-thimister-fallait-il-decrire-la-scene-dans-nos-journaux?id=10333003

Boulet, B. (2019d, novembre 17). La FEB a-t-elle une trop grande visibilité à la RTBF? *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_la-feb-a-t-elle-une-trop-grande-visibilite-a-la-rtbf?id=10338615

Croufer, A.-C., & Falcinelli, S. (2020a, janvier 20). « La RTBF ne montre que certains coins du pays » :

Comment on choisit nos lieux de reportages. *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_la-rtbf-ne-montre-que-certains-coins-du-pays-comment-on-choisit-nos-lieux-de-reportages?id=10409933

Croufer, A.-C., & Falcinelli, S. (2020b, janvier 30). Le JT fait-il la pub « déguisée » de certaines marques ? *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_le-jt-fait-il-la-pub-deguisee-de-certaines-marques?id=10418422

Durant, J. (2020a, mars 6). Coronavirus : La RTBF en fait-elle trop ? *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_coronavirus-la-rtbf-en-fait-elle-trop?id=10446515

Durant, J. (2020b, mars 6). La Flandre passe-t-elle sous le radar de la RTBF ? *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_la-flandre-passe-t-elle-sous-le-radar-de-la-rtbf?id=10449692

Durant, J. (2020c, mars 26). Fusion des matinales : Voici pourquoi Vivacité et La Première unissent temporairement leurs forces. *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_fusion-des-matinales-voici-pourquoi-vivacite-et-la-premiere-unissent-leurs-forces?id=10467501

Falcinelli, S. (2019, novembre 16). « De mauvais goût, offensant » ? Pourquoi la rédaction a choisi de parler de la mort sous l'angle écologique. *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_de-mauvais-gout-offensant-pourquoi-la-redaction-a-choisi-de-parler-de-la-mort-sous-l-angle-ecologique?id=10359040

L'équipe d'Inside. (2018, novembre 30). *INSIDE, pour une info plus ouverte*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_a-propos?id=10085337

L'équipe d'Inside. (2019, février 11). *Pour contacter INSIDE INFO...* https://www.rtbf.be/info/inside/detail_pour-contacter-inside-info?id=10142846

Wahoub, F. (2019, novembre 26). « Campagne-choc » de Child Focus : Le journal télévisé sous les critiques. *rtbf.be*. https://www.rtbf.be/info/inside/detail_campagne-choc-de-child-focus-le-journal-televise-sous-les-critiques?id=10369084

Plateformes contributives culturelles : une approche multi-espace

Participatory cultural platforms: a multi-space approach

Marta Severo, Professeur des Universités
Laboratoire Dicen-IDF, Université Paris Nanterre
msevero@parisnanterre.fr

Mots-clés *:* participation, amateur, plateforme, culture.

Keywords: participation, amateur, platform, culture.

Résumé

La recherche autour des plateformes culturelles tend à identifier et décrire deux phénomènes opposés : d'un côté, les plateformes contributives institutionnelles et de l'autre côté, les initiatives amateurs. Cet article vise à aller au-delà de cette opposition et à proposer une nouvelle approche théorique et empirique pour étudier les plateformes culturelles contributives. En rejetant l'idée de plateforme comme un environnement numérique isolé, nous proposons de considérer et analyser la plateforme contributive comme un environnement multi-espace. Nous présenterons ce concept à travers l'analyse du cas *1 Jour 1 Poilu*.

Abstract

Research about cultural platforms tend to identify and describe two opposing phenomena: on the one hand, institutional collaborative platforms and on the other hand, amateur initiatives. This article aims to go beyond this opposition and to propose a new theoretical and empirical approach to study participatory cultural platforms. By rejecting the idea of a platform as an isolated digital environment, we propose to consider and analyse the participatory platform as a multi-space environment. We will present this concept through the analysis of the *1 Jour 1 Poilu* case.

Plateformes contributives culturelles : une approche multi-espace

Marta Severo

Introduction[1]

Ces dernières années, le développement des technologies numériques a donné un nouvel essor à la figure de l'amateur, notamment dans le domaine de la culture. Des passionnés de musique, d'art ou de cinéma ont envahi les différents espaces numériques (blogs, forums, pages Facebook, plateformes alternatives, etc.) avec leurs créations et/ou leurs critiques autour d'objets culturels auxquels sont intimement liés (Hennion, 2013). Face à cette nouvelle donne, plusieurs institutions ont ouvert des plateformes contributives, pour permettre à des amateurs, ou plus généralement à des citoyens, de participer à la construction de savoirs liés à leurs objets culturels.

Ce phénomène rentre dans le cadre plus large des « recherches culturelles participatives », une nouvelle manière de travailler des institutions culturelles qui vise à engager le citoyen dans les activités de production de la connaissance conduites par l'institution même. Inspiré par le mouvement plus général des sciences participatives et par l'impact du rapport Houllier, le ministère de la Culture a défini les « recherches culturelles participatives » comme une priorité dans sa stratégie de recherche 2017-2020 et a financé plusieurs actions pour faciliter ces pratiques scientifiques inclusives. Un réseau de réflexion réunissant des professionnels et des chercheurs, dénommé Particip-arc, a été monté pour faciliter la diffusion de ce type de recherche. Ce qui est intéressant est que la création d'une plateforme numérique contributive est émergée comme la forme la plus efficace pour faire participer les citoyens à la production de savoirs culturels. Ce réseau, piloté par le Musée National d'Histoire Naturelle, s'est appuyé surtout sur l'expérience de l'infrastructure issue du projet « 65 Millions d'Observateurs » (65MO). De manière similaire, d'autres acteurs du réseau, comme les Archives Nationales ou l'IRI du Centre Pompidou, ont montré d'adhérer à cette vision selon laquelle la participation doit passer par la « plateformisation » (Casilli, 2018).

Qu'est-ce qu'une plateforme contributive culturelle ?

Dans le contexte institutionnel, le terme « plateforme contributive » est généralement considéré comme un synonyme de plateforme de crowdsourcing, c'est-à-dire un dispositif numérique (mis à disposition par une institution) où le contributeur bénévole non- professionnel peut réaliser des tâches simples, comme retranscrire des textes manuscrits ou indexer des documents, pour aider l'institution à construire des bases de données concernant le patrimoine culturel, utiles pour sa sauvegarde. Cependant, le scénario actuel de la participation numérique autour du patrimoine culturel est bien plus complexe et varié.

1 Cet article a été réalisé dans le cadre du projet ANR COLLABORA (réf. ANR-18-CE38- 0005).

Le web, d'abord avec les blogs et les autres outils web 2.0 et ensuite avec les réseaux sociaux et les plateformes alternatives (Thuillas et Wiart, 2019), a permis aux pro-amateurs de partager et diffuser leurs connaissances au plus grand nombre dans de nouveaux espaces reposant essentiellement sur la démocratisation des possibilités expressives. Aujourd'hui plus que jamais, ces plateformes contributives (qu'elles soient institutionnelles, commerciales ou associatives) s'inscrivent comme vecteurs de nouvelles formes d'engagements, de partage et de diffusion des savoirs et des mémoires dans le domaine de la culture.

La recherche autour des plateformes culturelles tend à identifier et décrire deux phénomènes opposés : d'un côté, les plateformes contributives institutionnelles et de l'autre côté, les plateformes amateurs, des initiatives numériques portées de manière spontanée par de groupes d'amateurs. Non seulement aucune étude n'a mis en relation les deux scénarios, mais les chercheurs qui se sont intéressés à l'un ou à l'autre en ont généralement accentué les différences. Pour ce qui concerne les plateformes institutionnelles, l'attention est portée principalement sur la standardisation et sur la structuration de données produites ou sur le statut juridique et éthique du travail du contributeur. Au contraire, les travaux qui s'intéressent aux plateformes amateurs (dans le cadre des études sur les fans, sur la culture participative, sur la production artistique amateur, etc.) s'intéressent plus au profil des acteurs, à la forme des écritures numériques et aux dynamiques sociales de reconnaissance et de notoriété.

Cet article vise à aller au-delà de cette opposition et à proposer une nouvelle approche théorique et empirique pour étudier les plateformes culturelles contributives. En rejetant l'idée de plateforme comme un environnement numérique isolé et séparé des autres, nous proposons de considérer et analyser la plateforme contributive comme un environnement multi-espace. Avec le terme « plateformes contributives culturelles », nous nous référons à tout environnement numérique qui permet à des amateurs ou, plus généralement, à des acteurs de la société civile, de contribuer à la construction de savoirs liés à des objets culturels en interaction avec une ou plusieurs institutions culturelles. Cette définition ne vise pas seulement à inclure le cas de dispositifs numériques créés et pilotés par une institution (ex. Testaments de Poilus ou Les Herbonautes du Musée national d'Histoire naturelle), mais également des initiatives spontanées et auto-organisées qui peuvent s'appuyer sur des outils collaboratifs existants comme Wikipédia ou même sur des plateformes commerciales (ex. Babelio) ou des médias sociaux, pour créer un espace élargi d'échange en connexion à une plateforme institutionnelle. Nous montrerons comment ces plateformes mettent à disposition plusieurs espaces numériques, adaptés aux besoins des institutions et des amateurs, qui permettent l'écriture collaborative de plusieurs acteurs appartenant à différents mondes sociaux.

L'intérêt d'une définition multi-espace est de complexifier la vision des relations entre acteurs sociaux qui s'instaurent autour du dispositif et de suivre les changements d'agencement entre acteurs d'un espace à l'autre en posant l'accent sur l'impact des affordances de chaque espace sur la structure coopérative (Zacklad, 2013) qui se met en place. Cette communication vise à montrer que l'existence de plusieurs espaces, chacun avec ses acteurs, ses hiérarchies, ses systèmes d'écriture, est vitale à la bonne réussite d'un projet collaboratif institutionnel. La rencontre entre institution et amateur se concrétise avec des modalités et des objectifs différents selon l'espace où elle a lieu. Chaque espace fournit un cadre fonctionnel à la réussite de la liaison.

Le cas 1 Jour 1 Poilu

Méthodologie

Le cas *1 Jour 1 Poilu* fournit un cas exemplaire de plateforme contributive culturelle multi- espace. C'est l'histoire de centaines de passionnés qui, dans un délai très court, ont pu inventorier et compléter, de manière spontanée et auto-organisée, la quasi-totalité des fiches des soldats « Morts pour la France » (1 400 000) lors de la Première Guerre mondiale sur la plateforme collaborative institutionnelle du ministère des Armées *Mémoire des Hommes* (dans la suite MDH). Pour ce faire, ils ont animé un dense réseau d'échanges sur Twitter à travers le hashtag #1J1P ; ils ont également utilisé un groupe et une page Facebook dédiés au projet pour poser leurs questions, partager leurs doutes, transmettre leurs découvertes et leur expertise, mais aussi communiquer avec l'institution. De cette manière, les réseaux sociaux et la plateforme institutionnelle sont devenus un seul environnement de travail qui a rendu possible l'accomplissement inespéré de cette mission.

Pour étudier cette plateforme contributive, il a été nécessaire de construire une méthodologie adaptée à cette structure multi-espace et capable d'en saisir les aspects info- communicationnels. Cette méthodologie, alors, vise à étudier les rapports entre les écritures numériques, les acteurs sociaux qui les ont produites et qui les lisent et le dispositif qui les héberge et qui en constitue le cadre. Elle se base sur deux choix méthodologiques :

1. L'adoption d'une approche recherche-action qui a permis d'accumuler un matériel riche tiré de l'observation participante, d'entretiens informels et d'entretiens semi- directifs ;

2. L'adoption d'une méthodologie quali-quantitative pour l'analyse des espaces numériques, en combinant : des techniques quantitatives tirées principalement de la statistique ; des techniques qualitatives prises de l'ethnographie pour suivre les échanges entre contributeurs ; des techniques venant de la sémiotique pour analyser les écritures numériques, les interfaces et autres éléments relevant de l'architexte (Jeanneret & Souchier, 2005) ; et l'analyse des indicateurs internes aux espaces numériques, comme le retweet, la mention et le like, en cohérence avec l'approche de *Digital Methods*.

L'analyse a pu s'appuyer sur deux corpus très importants :

1. Un corpus Twitter de 104 612 tweets (dont 58,6 % sont des retweets) contenant le hashtag #1J1P[2] qui peut être considéré comme presque complet par rapport aux échanges originaux. Ce corpus va du 17 novembre 2013, jour du premier tweet informel, au 24 mai 2018, jour où la collecte a été arrêtée.

2. Pour ce qui concerne Facebook, l'extraction des données de la page a été réalisée grâce à l'application Netvizz. Cette application permet d'extraire les messages (jusqu'à 1000), les réactions et les commentaires. Il a été possible d'extraire 955 messages entre le 4 septembre 2015 et 25 mai 2018. Les données sont anonymisées avant l'extraction. Globalement, ces messages ont reçu plus 27 000 actions d'engagement. La plupart sont des mentions « J'aime », mais les utilisateurs ont réalisé également de nombreux partages et commentaires. En considérant la brévité de ce texte, nous ne rentrerons pas dans le détail de l'organisation

2 Pour cette analyse, a également été fondamentale la consultation du corpus Twitter de l'Inathèque, la base du dépôt légal de l'INA qui a permis de réaliser facilement et rapidement une étude exploratoire d'un sous-corpus de tweets lié à 1 Jour 1 Poilu présent dans la base.

de chaque espace[3], mais nous poserons l'accent sur l'organisation globale de la plateforme et sur le rôle joué par chaque outil dans cet environnement global, de manière à justifier notre définition de plateforme comme environnement multi-espace. L'analyse se concentrera sur la forme d'écriture mémorielle offerte par chaque espace de manière à montrer la diversité de possibilité d'expression en passant d'une mémoire individuelle à un mémoire collective jusqu'à une mémoire partagée (Merzeau, 2017).

Écritures mémorielles numériques : un équilibre entre standardisation et liberté d'expression

Dix jours après la mise en ligne de l'interface contributive de plateforme *Mémoire des hommes*, Jean-Michel Gilot[4], un bénévole passionné de généalogie et d'histoire militaire, décide de lancer le défi *1 Jour 1 Poilu* à travers la création du compte Twitter @1J1Poilu et du hashtag #1J1P. Le défi est résumé dans le tweet suivant : « Défi collaboratif #1J1P 1 Jour = 1 Poilu indexé sur *Mémoire des hommes* jusqu'au 11 novembre 2018 #1GM #WW1 #Centenaire ».

L'idée à la base du défi est que si au moins 800 personnes indexaient une fiche par jour, le 11 novembre 2018, la base serait complètement retranscrite. Selon les règles du défi, une fois la fiche annotée sur le site institutionnel, il est nécessaire de la publier sur Twitter en intégrant le hashtag #1J1P. Les participants augmentent rapidement, en passant de 40 le premier jour du défi à 1000 en moins d'un an. Dans les mois suivants, Jean-Michel Gilot lance des opérations spéciales pour accroire la participation. Toutes les opérations s'appuient sur le même mécanisme consistant à donner un délai et un objectif d'indexation précis, par exemple de compléter toutes les fiches liées aux étapes du Tour de France. À partir de 2015, de nouveaux espaces sont mis à disposition des amateurs moins à l'aise avec Twitter. Une page Facebook[5] du projet est lancée où les règles de participation du défi sont formalisées pour la première fois. Un groupe privé[6] est également créé sur Facebook pour donner aux participants un espace d'échange plus opérationnel. Enfin, le site web du projet[7], mis en ligne en septembre 2015, a une fonction de vitrine pour les journalistes en publiant des communiqués de presse et les résultats de différentes opérations spéciales.

Pour résumer, le défi s'articule principalement autour de trois espaces numériques : la plateforme institutionnelle, Twitter et Facebook. Chaque espace propose une forme de pratique différente, c'est-à-dire une interface et des outils qui permettent à l'amateur de construire de manière originale son style d'écriture numérique. Pour devenir contributeur de l'espace institutionnel de *Mémoire des hommes*, il faut s'enregistrer sur le site. Il y a une seule interface contributive où les possibilités de contribution pour les utilisateurs sont très réglées. La fiche d'annotation prévoit des champs précis, dont la plupart, nécessite la sélection d'une valeur entre une série de valeurs prédéfinies, et d'autres, comme « Lieu du décès », sont à édition libre. L'interface ne prévoit aucun champ commentaire pour ajouter des observations libres. L'écriture sur ce site est premièrement une expérience individuelle. Le rapprochement vers la plateforme vient généralement d'une motivation personnelle de découverte ou de vérification de ses propres origines. Cette expérience d'annota-

3 Pour consulter l'analyse intégrale voir Severo, M., Plateformes contributives patrimoniales. Entre institution et amateur, Habilitation à diriger des recherche, Université de Lille, 2018.

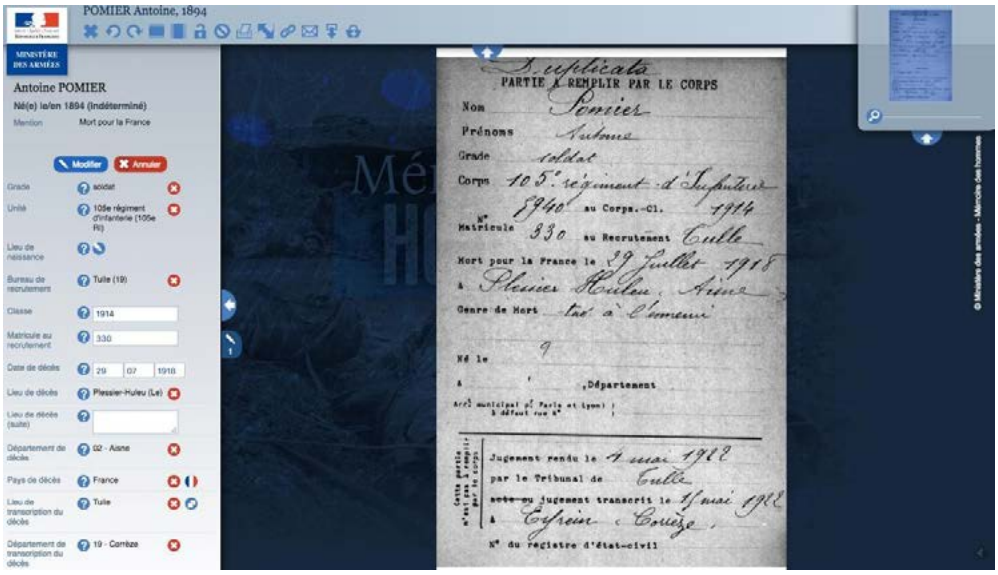
4 Un entretien a été réalisé le premier juin 2018.

5 Le 7 juin 2018, à la fin du défi, la page a 1 670 mentions « J'aime ». Voir https://www.facebook.com/1jour1poilu/.

6 Ce groupe fédère le 7 juin 2018, à la fin du défi, 222 personnes et est administré par Fabien Larue, un généalogiste professionnel participant au défi.

7 http://www.1jour1poilu.com/.

tion individuelle ne laisse pas de place à l'expression des émotions personnelles. En effet, le formulaire de saisi ne laisse aucune place à l'histoire du poilu ; il ne permet pas, par exemple, de renseigner la raison de la mort (suite à une interdiction de la CNIL) ni des informations sur la famille ou vie personnelle du poilu. Les règles d'écriture sont établies par l'institution qui définit tous les aspects dans le détail : les conditions et modalités d'accès à la plateforme, les champs qui sont ouverts à l'indexation, les valeurs possibles pour remplir un champ, mais aussi le type d'interface et son éditorialisation. À travers tous ces choix (apparemment) techniques, l'institution sélectionne le degré d'expertise des utilisateurs de la plateforme, tant dans le champ de la généalogie et de l'histoire que sur le terrain des compétences informatiques. Une dernière caractéristique de cet espace est sa faible dimension collective et interactive. Les seuls éléments révélant une dimension collective sont le rang d'annotateur et le nombre total des personnes inscrites sur la plateforme. En considérant tous ces éléments, on comprend pourquoi une communauté des généalogistes a vu la nécessité de construire d'autres espaces pour s'exprimer.



L'espace Twitter devi années, il est même le seul espace du défi. Il lentité et se mettre en relation de manière pl e mémoriel qui devrait permettre la valorisat ltime du défi. Chaque participant développe oriels de la même manière en commençant u de la mort (et raison du décès) et lien vers la photo du poilu ou l'image du document

Figure 2. Tweet dédié à la fiche Georges Caron.

Plusieurs autres utilisateurs publient un tweet pour chaque fiche. Certains ne disent que l'essentiel, en reportant seulement les informations clés de la fiche et le lien vers la fiche sur le site MDH ; d'autres donnent des informations additionnelles sur le poilu, comme la profession ou la raison de la mort. De manière générale, les participants au défi privilégient un format standardisé sur le modèle de la fiche de MDH. Ils choisissent une règle et ils la respectent dans tous les tweets pour montrer leur rigueur et leur expertise. Ce qui change par rapport à l'interface institutionnelle est surtout le contenu parce que les contributeurs de *1 Jour 1 Poilu* sont principalement intéressés par le fait de découvrir et partager les détails de la vie de chaque soldat. Pour diffuser le défi, @1J1Poilu affirme « Derrière chaque fiche, un homme… Ne les oublions pas ! ».

Cet aspect mémoriel est accompagné par l'esprit du défi qui souvent prend des directions ludiques et/ou sportives. Les participants au défi s'entraident, mais ils sont également en concurrence. De manière générale, ils ont une connaissance très avancée du sujet, des sources et des méthodes nécessaires à l'indexation. Alors, le tweet devient une manière d'afficher leur compétence, leur identité en tant que généalogistes et d'en obtenir la reconnaissance individuelle qui leur est due. En effet, ceci constitue une deuxième différence par rapport à la plateforme institutionnelle, qui ne laisse aucune place à la manifestation de l'identité du contributeur et à la relation avec les autres. Twitter est enfin le lieu d'échange avec l'institution et notamment le webmestre de MDH qui est aussi l'administrateur du compte Twitter de *Mémoire des hommes* (@MDHDefense). Ce compte est employé pour donner des réponses aux contributeurs sur des problèmes techniques. Parallèlement, les contributeurs s'approprient cet outil pour établir un canal direct avec l'institution. Ces échanges, qui se déroulent en dehors du site institutionnel, ont souvent un ton amical et informel.

L'espace Facebook, qui est composé d'une page et un groupe, est ouvert en septembre 2015 pour répondre aux besoins expressifs d'un public plus large. La page[8] est gérée par Jean- Michel qui est le seul qui a le droit de publier des messages. Le mur est animé par un message par jour reportant la fiche indexée par @1J1poilu. L'administrateur y publie également des messages concernant les moments clés du défi : étapes de l'indexation (baromètre), sorties médiatiques et posts concernant les opérations spéciales. Par rapport à Twitter, Facebook lui offre des possibilités d'expression nouvelles. En particulier, il permet la rédaction de textes plus longs par rapport à Twitter, avec une mise en forme plus soignée et variée. Par ailleurs, Facebook est beaucoup moins contraignant quant au type du contenu en permettant d'intégrer facilement des images et vidéos. Par conséquent, Gilot peut employer un ton, un style d'écriture et un type de contenu profondément différents de ceux vus sur Twitter. Ces possibilités techniques offertes par Facebook sont bien adaptées à la dimension émotionnelle que le défi se donne sur cette plateforme. L'objectif est alors de rendre « une forme d'hommage » et non simplement « l'enrichissement du patrimoine archivistique national », comme il l'était sur *Mémoire des hommes*. Toutes les fiches présentées dans ses posts ont la même structure du type : « #1J1P Le 6 août 1917 Grégoire LEONI 38 ans … meurt de ses blessures à l'hôpital temporaire n°7 de Salonique (Grèce). Originaire de … il était incorporé au sein du …. Fiche *Mémoire des hommes* transcrite le … http://tinyurl.com/y73meulu … ». Le fait d'avoir plus de caractères à disposition permet au coordinateur de s'attarder sur des détails de la vie du poilu ou de faire des remarques plus personnelles.

8 https://www.facebook.com/1jour1poilu/. En juin 2018, la page Facebook 1 Jour 1 Poilu a 1 670 mentions « j'aime » et contient un millier de messages avec plus 27 000 actions d'engagement (commentaires ou réactions).

La dimension du défi apparaît en mesure minimale sur Facebook. L'écriture sur Facebook émerge comme écriture individuelle plutôt que comme interaction collective. Les messages ne parlent pas du processus d'annotation et des activités liées de recherche d'archives, mais ils présentent directement le contenu des fiches transcrites. La dimension de l'institution est presque absente. La plateforme *Mémoire des hommes* est mentionnée dans chaque message, mais elle perd son lien avec l'institution et avec la mission patriotique. Elle devient juste le support pour raconter une histoire. Par ailleurs, le webmestre ne participe pas aux interactions sur cette page ni celle-ci est le lieu pour signaler des erreurs ou aborder des questions techniques liées à l'indexation. La dimension institutionnelle du défi fait son apparition sur la page Facebook seulement au moment de sa fin, comme réaction au communiqué de presse.

Figure 6. Message Facebook dédié à la fiche de Georges Caron.

Par ailleurs, Facebook permet aux autres contributeurs de s'exprimer simplement avec un « j'aime » ou un « je suis triste » ou de manière plus articulée à travers un commentaire. Souvent, ces interventions sont l'occasion de faire passer des émotions ou du vécu personnel qui est plus difficile à transmettre sur Twitter où l'esprit « sportif » et patriotique est prépondérant. Les 955 posts analysés ont reçu globalement plus de 18 000 mentions « j'aime », à une fréquence moyenne de 19 par posts ; ils ont été partagés 3 789 fois (en moyenne 4 fois par post) et ont été commentés 2 285 fois, c'est-à-dire qu'en moyenne chaque post a reçu au moins deux commentaires. Si l'on prend en considération les autres réactions, qui offrent à l'utilisateur la possibilité d'exprimer des émotions plus précises, le bouton « triste » est le plus utilisé (2 701), suivi par « j'adore » (528), les boutons « wouah » (89) et « grrr » (40) étant moins employés, et « haha » (7) et « reconnaissant » (7) presque jamais. De manière générale, ces réactions permettent à l'utilisateur d'établir un lien de solidarité ou de support avec le défi.

Pour ce qui concerne les commentaires, la plupart sont des messages de remerciement ou de soutien de la campagne, qui généralement viennent de personnes qui découvrent le défi, mais qui n'y participent pas. Mais il y a aussi quelques contributeurs qui emploient les commentaires pour exprimer leurs émotions et leur vécu personnel. Enfin, nous pouvons mentionner l'usage fait par un utilisateur qui détourne le modèle frontal de la

page en publiant sous forme de commentaire (presque chaque jour) l'information concernant la fiche qu'il a indexée. Pour résumer, la page Facebook porte principalement sur les histoires individuelles en construisant une mémoire partage qui va compléter la mémoire collective institutionnelle construite par *Mémoire des hommes* (Merzeau, 2017).

Le groupe privé Facebook, intitulé « Grande Guerre – Défi #1JP » est cogéré par Jean-Michel Gilot et Fabien Laure, un généalogiste professionnel qui maintient 25 autres groupes similaires. L'objectif de ce groupe, qui rassemble 222 membres à la fin du défi, est de fournir un espace d'expression à tous les participants par rapport à la page Facebook où seulement Jean-Michel Gilot peut publier de messages. Rapidement les fidèles de Twitter intègrent le groupe, en indiquant parfois leur pseudonyme sur l'autre plateforme pour se faire identifier par les camarades. Pour ce petit noyau, le groupe devient les coulisses du défi. Dans un premier temps, les membres profitent de cet espace pour décrire leur parcours individuel d'indexation. Dans un deuxième temps, ils présentent des questions techniques, souvent très pointues. Ces questions peuvent concerner des difficultés à lire le texte d'une fiche, des erreurs que le contributeur ne sait pas comment résoudre (des doublons ou des erreurs orthographiques), mais le plus souvent les messages font référence aux questions des sources. Tous ces messages permettent de mettre l'accent sur le niveau d'expertise des contributeurs et sur les outils employés. Le groupe est également le lieu pour donner des conseils sur la recherche de sources ou pour partager des ressources trouvées.

Si ce groupe se présente superficiellement comme un espace d'amitié et de partage, une analyse plus attentive permet de saisir l'esprit de compétition présent dans la plupart des échanges. Par exemple, les posts sont souvent l'occasion de partager le nombre de fiches annotées par un participant. D'ailleurs, pendant les opérations spéciales, le groupe Facebook permet aux contributeurs qui ne sont pas sur Twitter de partager leur liste de fiches annotées. Aussi le partage d'une question technique est souvent présenté comme un défi pour les autres et comme une occasion de montrer la compétence du participant qui a publié la question. De manière globale, le groupe devient alors un espace pour construire sa notoriété en tant qu'amateur-professionnel par rapport aux autres membres du groupe. En résumé, à la différence de l'espace Twitter, l'espace du groupe Facebook se qualifie comme le lieu exclusif de l'amateur duquel l'institution est complètement absente et où le débat reste un échange entre pairs.

Conclusion : l'espace de l'institution ou l'espace de l'amateur ?

Comme nous l'avons montré, le défi se joue dans trois espaces principaux. Chaque espace a ses règles d'écriture et ses formats, ses acteurs, son système d'autorité et son organisation, et aussi sa fonction mémorielle. La plateforme *Mémoire des hommes* constitue l'espace institutionnel, où l'écriture est normée par l'institution selon un format standardisé défini par l'interface même de la plateforme. La mémoire qui en est produite est une mémoire collective patrimoniale qui ne laisse aucune place au partage d'émotions, de souvenirs et de signification liés aux fiches retranscrites.

Twitter est l'espace du défi dans sa dimension sportive et collective. Ici, l'écriture est réglée en même temps par l'amateur qui s'impose des règles et par la plateforme qui impose des contraintes comme la longueur du message et les modalités d'interaction entre utilisateurs. L'institution est présente, mais d'une manière

« informelle » à travers la figure du webmestre de MDH. Même si cet espace est mis en avant comme un lieu d'hommage aux poilus, ce qui émerge avec plus de force est la figure de l'amateur avec sa compétence technique, son expertise et son énergie. Si les possibilités d'expression et de retranscription de la fiche sont beaucoup plus libres que sur MDH, en général les contributeurs décident d'adopter un style sec et télégraphique qui imite le style de la fiche de MDH. En bref, même si Twitter offre un cadre plus libre à l'amateur, la mission mémorielle se concrétise dans une compétition sportive où la manifestation de l'expertise et de la compétence prévaut sur la manifestation de ses émotions et du vécu personnel.

Facebook, à travers la page et le groupe, est l'espace de l'amateur, où l'institution n'intervient pas. Avec des modalités différentes, ces deux contextes valorisent la dimension humaine du conflit à travers un style d'écriture plus libre qui laisse la place aux émotions et au vécu personnel des contributeurs. Par ailleurs, Facebook (surtout le groupe) ne sacrifie pas l'identité des contributeurs qui peuvent accroître leur notoriété à travers la publication de contenus. Chaque contributeur décide du style et du contenu de son message. Cependant, cette liberté et cette absence de norme créent une fracture nette entre cet espace et celui de l'institution, défini par *Mémoire des hommes*.

En conclusion, ces trois espaces, avec leurs relations et interactions, constituent une « plateforme contributive culturelle », une plateforme *entre* amateur et institution. Le cas de 1 Jour 1 Poilu nous montre un groupe d'amateurs qui étaient à la recherche d'un défi et ont trouvé dans la plateforme institutionnelle un espace où exprimer leur passion et transformer leur mission individuelle dans une aventure collective. Cependant, pour donner réussite à cette mission, ces amateurs ont eu également besoin d'espaces externes à la plateforme institutionnelle qui s'adaptaient mieux à leur désir d'émancipation, à leur amour pour la connaissance et pour la pratique et à leur besoin de sociabilité. Pendant ces quatre ans, amateurs et professionnels de l'institution ont circulé entre ces espaces numériques en créant des flux d'informations entre un espace et l'autre. De cette manière, les réseaux sociaux et la plateforme institutionnelle sont devenus un seul environnement de travail, une plateforme contributive culturelle, qui a rendu possible l'accomplissement de cette mission inespérée.

Références

Casilli, A. (2018). La plateformisation comme mise au travail des usagers : Digital labor et nouvelles inégalités planétaires. In Coriat, B., Alix, N., Bancel, J.-L., Sultan, F. (Ed.). *Vers une République des Biens Communs* ? Paris, Les Liens qui Libèrent, p. 41-56.

Hennion, A. (2013). D'une sociologie de la médiation à une pragmatique des attachements. *SociologieS*. Url : http://journals.openedition.org/sociologies/4353

Jeanneret, Y., Souchier, E. (2005), « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication & langages*, 145(1), p. 3-15.

Merzeau, L. (2017). Mémoire partagée. In Cornu, M. Orsi, F., Rochfeld, J. (Ed.). *Dictionnaire des biens communs*. Paris, Presses universitaires de France.

Severo, M. (2018), *Plateformes contributives patrimoniales. Entre institution et amateur*, Habilitation à diriger des recherches, Université de Lille.

Thuillas, O., Wiart, L. (2019). Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?. *tic&société*, *13*(1-2), p. 13-41.

Zacklad, M. (2013). Le travail de management en tant qu'activité de cadrage et de recadrage du contexte des transactions coopératives. *Activités*, vol. 10, nº 10−1.

CHAPITRE 2

ENGAGEMENTS ET CONTROVERSES

L'éditorialisation contributive de l'*Inducks* entre amateurs et professionnels de la bande dessinée Disney

Inducks' contributive editorialisation between Disney comics amateurs and professionals

Irene De Togni, doctorante
Université Paris-Nanterre, Dicen-IdF
detogni.i@parisnanterre.fr

Mots-clés : Amateur, participation, éditorialisation, Disney

Keywords: Amateur, participation, editorialisation, Disney

Résumé

Notre contribution se propose de présenter une recherche empirique en cours conduite sur l'Inducks, une archive numérique mondiale de bandes dessinées Disney créée, alimentée et utilisée régulièrement par des collectionneurs et des maisons d'édition. Nous nous proposons d'interroger les transformations sociales et info-communicationnelles portées par le processus d'éditorialisation des pratiques documentaires que l'Inducks intègre au sein, notamment, des rapports entre amateurs et professionnels de cet univers culturel.

Abstract

Our contribution intends to present an ongoing empirical research conducted on the Inducks, a worldwide digital archive of Disney comics created, fed and used regularly by collectors and editors. We aim to interrogate the social and info-communicational transformations of documentary practices carried by the platform's editorialisation process with a focus on the relations between amateurs and professionals of this cultural universe.

L'éditorialisation contributive de l'Inducks entre amateurs et professionnels de la bande dessinée Disney

Irene De Togni

L'Inducks[1] (aussi connu avec la graphie INDUCKS ou encore I.N.D.U.C.K.S., l'acronyme pour « *International Network for Disney-Universe Comic Knowers and Sources* ») est une base de données numérique en libre accès qui offre un service d'indexation et de catalogue des bandes dessinées Disney à une échelle internationale. Le nom joue sur la crase entre les termes « index » et « duck », le nom anglais du personnage de Donald et de l'une des deux familles principales de l'univers en question. La base compte, aujourd'hui, 152 332 histoires et 142 794 numéros de revues complètement indexés (inducks.org, 17 juillet 2020). Depuis sa création au milieu des années 1990 à partir d'une pratique d'échange de fichiers d'indexes entre collectionneurs provenant de plusieurs pays européens l'Inducks est utilisée et alimentée chaque jour par les passionnés de l'univers des bandes dessinées Disney (collectionneurs, fans, curieux), les professionnels Disney (archivistes, éditeurs, scénaristes, dessinateurs, traducteurs, publicitaires[2]…) de 17 pays.

La plateforme est, ainsi, devenue, avec le temps, le principal dépositaire du savoir documentaire lié à la bande dessinée Disney et le lieu privilégié de référence aussi bien que de contact et d'échanges parmi des acteurs provenant de mondes sociaux fort différents. Se configurant comme une plateforme contributive culturelle (Severo, 2018), l'Inducks permet une déclinaison numérique inédite des modalités d'interaction et de collaboration entre amateurs et professionnels de la bande dessinée Disney en ce qui concerne la construction du savoir documentaire lié à cet univers culturel. À l'aide du concept d'éditorialisation (Bachimont, 2007 et Vitali-Rosati, 2016) nous nous proposons d'interroger ce passage à une spatialité numérique des pratiques documentaires et éditoriales et de réaliser une analyse des transformations sociales et info-communicationnelles permises par ce passage. Par rapport aux pratiques et aux systèmes documentaires qui lui préexistaient (collections privées, archives papier), la plateforme autorise une manipulation simultanée, immédiate et interactive du document dématérialisé, permettant à la collectivité des contributeurs de gérer un nombre de documents si important et provenant d'un si grand nombre de pays qu'elle excède toute capacité de production documentaire d'une seule entreprise avec les seuls moyens internes. La possibilité, propre au numérique, en plus, de décomposer un document indexé pour en réutiliser les segments fait de l'indexation numérique une activité essentiellement éditoriale, productive de contenu, ce qui a contribué à transformer le rapport du professionnel au travail amateur dans le sens d'une intégration plus profonde.

Nous verrons, donc, de quelle manière l'éditorialisation emportée par l'Inducks a offert, d'une part, à un plus grand nombre de collectionneurs la possibilité de passer d'une pratique amateur plus individuelle et partielle à une collaborative et plus englobante qui s'ouvre à un rapport plus strict avec les éditeurs et l'activité édito-

1 Cet article a été réalisé dans le cadre du projet ANR COLLABORA (réf. ANR-18-CE38-0005).

2 Entretien téléphonique avec PP réalisé le 8 juillet 2019.

riale. Le même processus pose, d'autre part, les principales maisons d'édition de la bande dessinée Disney[3] face à un choix d'externalisation, à diverses échelles, du travail d'indexation qui les voit devenir à leur fois utilisateurs et contributeurs de la plateforme dans une perspective où l'indexation sociale se fait complément de l'indexation professionnelle (Chupin, 2016) ou arrive, dans certains cas, à se substituer à cette dernière. La plateforme opère de cette manière une transformation des liens de collaboration déjà existants entre amateurs et professionnels dans le sens d'un élargissement de la participation amateur et d'une centralisation de la médiation, devenant l'espace privilégié de production et référence documentaire, de médiation et d'intermédiation des rapports entre ces deux mondes sociaux.

À partir d'une analyse croisée des pratiques professionnelles et amateurs d'éditorialisation des contenus autorisées par la plateforme (pratiques d'indexation, de référencement, de recherche documentaire finalisée à la publication, d'échange entre les membres) et en référence aux pratiques documentaires qui précédaient et qui côtoient la plateforme, nous nous proposons d'interroger les aspects liés à la réorganisation des pratiques documentaires et éditoriales permises par l'Inducks et à l'évolution des rapports entre professionnels et amateurs lors de cette réorganisation. L'exposition des méthodes de l'analyse et la description de la plateforme seront suivies d'une présentation des résultats en deux temps, l'un dédié aux pratiques amateurs, l'autre aux pratiques professionnelles, avant d'avancer des considérations conclusives portant sur les interactions entre les deux.

Méthodologie

Au stade actuel de l'analyse, le terrain s'étend à l'observation et à l'interrogation des acteurs français, ce qui n'a pas empêché d'obtenir des informations sur les pratiques aux États-Unis, dans les pays scandinaves et en Italie, l'univers de l'Inducks étant fortement interconnecté : nous avons interrogé les professionnels de Disney Hachette Presse[4], Glénat et Disney Publishing Worldwide France et les contributeurs de la section française de l'Inducks.

Le terrain a été réalisé en deux temps : une première période d'observation participante des pratiques documentaires et d'utilisation de la plateforme lors d'une alternance au sein du service de documentation-édition de la rédaction de Disney Hachette Presse de la durée de dix mois (d'octobre 2018 à juillet 2019,) à travers la prise de notes, l'échange au quotidien avec les professionnels, la réalisation pendant le mois de juillet 2019 d'un entretien semi-directifs en profondeur avec la responsable du service de documentation-édition et avec le rédacteur en chef des titres « Picsou » et d'un questionnaire général soumis par mail à l'ensemble du personnel de la rédaction (14/41 réponses). Une deuxième période d'observation ethnographique de la plateforme et de prise de contact avec les professionnels de Glénat et de Disney Publishing Worldwide France et avec les collectionneurs contributeurs français de la plateforme (mars et avril 2020) qui a permis la réalisation de six entretiens semi-directifs avec un professionnel de l'Éditorial BD des Éditions Glénat, le service édition de Disney Publishing Worldwide France, le principal contributeur de la plateforme en France,

3 Disney Hachette Presse maintenant Unique Héritage Médias, Glénat, Disney Publishing Worldwide France en France, Egmont et Sanoma aux pays scandinaves, Panini en Italie, Disney Publishing Worldwide aux États-Unis.

4 Majeur éditeur en France des bandes dessinées Disney, acheté en été 2019 par Unique Héritage Médias.

les deux autres « Manteiners » et avec un « Indexer » et l'envoi de questionnaires via la messagerie de la plateforme aux contributeurs français (6/29 réponses).

Dans le but de réaliser une analyse croisée des différentes pratiques liées à la plateforme, l'enquête s'est déroulée en suivant deux axes distincts avec des questions adaptées aux deux profils, l'un pensé pour les professionnels et l'autre pour les amateurs. L'axe professionnel interrogeait notamment le rôle de la plateforme dans l'ordre documentaire interne à chaque éditeur (organisation de l'ordre documentaire interne, fréquence, types et motivations d'utilisation de la plateforme, échanges avec les amateurs) alors que l'axe amateur suivait l'histoire du rapport du collectionneur à la plateforme et à son activité d'indexation (profil, premiers contacts avec la plateforme, rôle dans l'organisation interne à l'Inducks, fréquence, types et motivations de la contribution, compétences acquises, échanges avec les autres membres et avec les professionnels). L'attention a été posée sur l'évolution des pratiques documentaires des deux acteurs et de leurs pratiques d'échange au fur et à mesure que l'Inducks s'affirmait avec ses logiques d'éditorialisation.

Une archive mondiale des bandes dessinées Disney

Composée d'une interface essentielle dérivée d'une logique plus fonctionnelle qu'esthétique et s'adressant à un public déjà familier avec les codes de la bande dessinée Disney, la plateforme s'offre à l'utilisateur comme un moteur de recherche qui prévoit un nombre plutôt large d'entrées (titre de l'histoire, mot clé descriptifs de l'histoire, code de l'histoire, auteur, titre de la publication, numéro de série d'une certaine publication, personnages, année de publication, nombre de pages, format recherché, parmi d'autres) et de parcours d'utilisation (recherche simple, avancée, à partir de listes, à partir de classements, aléatoire). Si la consultation de la base de données ne demande pas l'inscription, une procédure très simple de création d'un profil numérique permet à l'usager de contribuer à l'indexation d'histoires et d'ajout de visuels, d'évaluer des histoires, de participer aux discussions, de créer sa propre collection digitale, de renseigner les numéros non indexés en sa possession, de générer ses propres statistiques, de signaler des erreurs éventuelles aussi bien que d'avoir accès à une messagerie individuelle. L'espace personnel comporte, donc, une entrée largement personnalisée et privée au moteur de recherche.

La plateforme présente un index complet des publications liées à la bande-dessinée Disney (260 titres seulement pour la section française) classées selon le type de publication (revues, suppléments, livres, journaux, ouvrages et revues d'étude, mangas) et leur intérêt historique (séries et revues ne paraissant plus, recueils et rééditions). En plus de l'éditeur et des pays, langue et date de publication, de chaque publication sont principalement indexées les histoires Disney, la couverture, les illustrations et les gags chacune complète des codes de l'histoire ou du visuel, titres, auteurs, nombre de pages et personnages. L'indexation permet ainsi d'ouvrir à un nombre considérable de lien pour la navigation interne et la recherche documentaire.

Bien que pour chaque pays se soient consolidées des dynamiques spécifiques, de manière générale la contribution sur la plateforme est gérée par une hiérarchie très simple où des « Manteiners » (de 1 à 3 pour chaque pays) surveillent et légitiment le travail d'indexation fait par les « Indexers. » Chaque contenu doit être approuvé par un administrateur pour pouvoir être publié. Si la messagerie interne à l'Inducks permet aux membres d'échanger rapidement entre eux autour de sujets ponctuels tels que la proposition d'un fichier

index ou le signalement d'une erreur, les *manteiners*, qui correspondent pour la plupart aux collectionneurs fondateurs de la base de données ou aux contributeurs les plus engagés, discutent des questions plus générales (questions d'organisation du site, de légitimation d'une histoire à ajouter, d'utilisation d'un certain système de codage pour l'index, parmi d'autres) à travers une *mailing list* qui connecte les administrateurs de tous les pays. Si les contributions plus simples telles que l'envoi de visuels scannés ne demandent pas de compétences particulières, une formation garantie par les *manteiners* peut être prévue pour les indexeurs qui souhaitent contribuer de manière systématique à l'indexation.

L'Inducks comme espace de pratiques amateurs

Du côté des contributeurs la création et l'alimentation de la plateforme et, notamment, le passage à une formation collective des indexes répondent généralement à un goût très prononcé pour la collection et à l'exigence de pouvoir construire et consulter régulièrement un catalogue complet et représentatif de la variété et de la portée internationale des publications Disney. L'un des propos de l'Inducks depuis ses débuts a été, en fait, celui de combler des trous dans l'information documentaire officielle qui ne créditait pas, par exemple, auteurs et dessinateurs des histoires (« c'était très compliqué de savoir qui avait dessiné, les noms des auteurs, des dessinateurs etcétéra étaient jamais mentionnés[5], ») ou qui ne prévoyait aucun code d'indexation pour un nombre de vieilles histoires ou de « stripes. » Concrètement la base de données a vu le jour grâce aux collections privées de peu de passionnés (en général un pour chaque pays,) à la possibilité d'accéder aux ressources documentaires professionnelles (consultation régulière des indexes de la rédaction de Disney Hachette Presse pour le principale contributeur français, par exemple) et à l'arrivée de l'internet qui est décrite par la plupart des acteurs comme la condition nécessaire à l'élargissement de leurs pratiques à une portée internationale.

La pratique collective et dématérialisée est retenue indispensable à la réalisation de l'entreprise de catalogue : la plateforme est, en fait, alimentée et mise à jour avec une fréquence quotidienne notamment par des contributeurs réguliers qui se chargent de l'indexation de chaque nouvelle sortie ou de segments spécifiques d'une publication, par des contributeurs plus occasionnels qui indexent surtout des visuels ou des histoires complémentaires (parutions ponctuelles de bandes dessinées Disney dans des titres non Disney, par exemple) et par les administrateurs qui accompagnent des fois leur travail de coordination à des recherches documentaires sur des vieilles parutions ou histoires. Les pratiques d'éditorialisation permises par la plateforme comprennent, donc, la numérisation de contenus (visuels, couvertures, histoires, indexes,) le référencement des contenus numérisés, l'échange de fichiers, la recherche d'information documentaire souvent finalisée à la remise en circulation du contenu. Le savoir documentaire produit par la plateforme est, en fait, réutilisé par les collectionneurs dans le cadre d'autres activités amateurs (« J'ai tenu un blog pour y écrire des articles sur les BD ou les auteurs »[6]) ou professionnelles (« à côté de ma thèse je écris aussi pour Hachette, on fait une librairie de figurines à collectionner et il y a un livret avec chaque figurine avec l'histoire du personnage,

5 Entretien téléphonique avec FW réalisé le 17 mars 2020.

6 Questionnaire amateur, avril 2020.

j'écris tous ces trucs avec d'autres personnes, je fais des textes là-dessus et donc je me sers énormément de l'Inducks forcement pour ça »[7]) qui les rapprochent à des logiques plus éditoriales.

Les pratiques d'éditorialisation des contributeurs de la plateforme ont permis de consolider un nouveau système de référencement qui est au centre d'un processus d'harmonisation plus ou moins acheminé avec les systèmes utilisés dans les bases de données internes par les différents éditeurs (« chaque histoire a un code spécifique qui est écrit en général au début de la première table mais qui des fois n'est pas marqué ou qui a été créé par Inducks et que les éditeurs réutilisent »[8]) et qui témoigne également d'une intégration plus évidente du travail amateur par les professionnels. Les amateurs sont souvent contactés par les professionnels pour des précisions, des consultations éditoriales (c'est le cas d'AH, un amateur qui collabore régulièrement avec les éditeurs de Disney Hachette Presse/Unique Héritage Médias) ou pour fournir du matériel (« sinon j'ai eu un contact avec un auteur américain connu qui a écrit beaucoup de livres qui m'a demandé des scans pour les mettre dans des livres qui sont parus aux États-Unis, oui, et donc j'ai fait des scans et je lui ai envoyé »[9]).

L'Inducks comme espace de pratiques professionnelles

Dans le cadre des éditeurs français qui s'occupent de bandes dessinées Disney, l'utilisation de l'Inducks est depuis une quinzaine d'années devenue fort régulière et, dans certains cas, quotidienne notamment pour les services liés à la documentation et à l'édition[10]. Les raisons de l'utilisation ne se limitent pas à l'ampleur et à la portée internationale de l'archive amateur ou à la possibilité qu'il offre de confrontation avec les informations présentes dans les bases de données internes mais s'étendent souvent à la possibilité d'échanger avec les contributeurs pour leur demander des précisions ou du matériel. Les types d'utilisation comprennent notamment la recherche documentaire finalisée à la publication, la recherche et la vérification d'informations et occasionnellement l'échange avec les contributeurs. Dans certains cas les professionnels contribuent à la plateforme essentiellement à travers des signalements d'erreurs.

Le terrain français montre diverses manières de se rapporter à l'Inducks qui traduisent divers degrés d'externalisation du travail documentaire. Le système documentaire de Disney Hachette Presse qui contemplait la coexistence avec la plateforme des outils d'indexation internes préexistants à l'Inducks (la base de données internationale Disney Media Center utilisée notamment pour les commandes de matériel, le kiosque numérique qui permet de consulter les publications en version numérique, « PixBow, la base de données interne qui est le principal outil d'indexation, l'archive numérique des magazines qui a été mis en place à partir de 2009 et l'archive papier qui collecte tous nos titres à partir des premiers numéros des années 1020 »[11]). La base de données PixBow, notamment, intègre également un processus d'éditorialisation fournissant un service de numérisation de documents conçu expressément pour l'édition. Elle se présente comme un moteur de recherche à plusieurs entrées, moins vaste que l'Inducks (l'indexation est réservée aux publications françaises et italiennes) mais plus soignée et précis comptant également une évaluation approximative et un

7 Entretien téléphonique avec AM réalisé le 16 mars 2020.

8 *Idem*.

9 Questionnaire amateurs, avril 2020.

10 Questionnaire général soumis aux professionnels, juillet 2019.

11 Entretien avec HD réalisé le 15 juillet 2019.

résumé exhaustif de l'histoire. D'autres services en font une utilisation plus importante comme l'éditeur en chef des titres « Picsou » de Disney Hachette Presse qui l'utilise souvent pour la recherche éditoriale ou les services de l'Éditorial BD des Éditions Glénat et d'édition de Disney Publishing Worldwide France pour lesquels l'Inducks est le seul outil d'indexation employé compte tenu des prestations problématiques de l'outil interne Disney Media Center.

De manière générale la plateforme vient se substituer au rapport direct du professionnel avec des connaisseurs de l'univers des bandes dessinées Disney qui fournissaient les mêmes informations complémentaires (« au début de notre collaboration on travaillait avec Ulrich Schröder qui est un dessinateur qui nous a aidé beaucoup en conseil éditorial »[12]) et se pose ainsi comme un espace de médiation entre les professionnels et ces figures d'érudits. Les relations avec les amateurs rendues possibles par cette médiation se traduisent, dans certains cas, par des aides matérielles aux amateurs : prêt de matériel, financement (« en fait c'est les danois, les éditeurs danois, Egmont, qui payent pour le serveur, ») envoi aux amateurs des numéros à indexer pour les pays scandinaves (« je sais que Egmont lui envoie les magazines, il les indexe et il travaille aussi comme consultant »[13]) remerciements à l'Inducks sur les numéros de *Picsou Magazine* pour la France[14]. Ces aides peuvent être réciproqués par les amateurs avec des services de consultation éditoriale ou d'envoi de matériel avec des dynamiques qui se sont instaurées de manière différente de pays en pays.

Conclusion

L'enquête montre comment, depuis sa naissance, la plateforme se configure comme un espace hybride, résultant de l'interaction entre le travail de collectionneurs, professionnels et semi- professionnels de la bande dessinée Disney et reflétant une logique collaborative qui préexistait à la plateforme et qui l'a accompagnée au cours de sa constitution.

Certains des pionniers étaient, en fait, des semi-professionnels ou ont pu avoir accès à des ressources documentaires fournies par les éditeurs (consultation des registres et des archives papiers) en force de liens préexistant à la création de l'Inducks ou de la disponibilité des professionnels au partage d'informations. Le processus d'éditorialisation du catalogue a sans doute donné au travail d'indexation amateur une nouvelle dimension communautaire et systématique pour le fait qu'il a qui a permis à un plus grand nombre de collectionneurs de participer à un projet d'indexation globale et en a nivelé pratiques et compétences documentaires. Les pratiques amateurs deviennent, ainsi, plus exploitables par les professionnels ainsi bien que par le collectionneur qui souhaite entreprendre des activités lucratives en lien avec le savoir documentaire produit par l'Inducks. Facilitant les contacts avec les éditeurs, en fait, la plateforme rend également possibles des intermédiations à diverses échelles entre les deux acteurs qui étaient impensables avant sa constitution pour leur nature multiple et délocalisée. Le monde professionnel Disney, en fait, s'étant toujours servi, dans une certaine mesure, des connaisseurs érudits internes ou externes aux diverses rédactions pour la consultation éditoriale, s'intéresse volontiers au travail amateur et aux services offerts par l'Inducks. Néanmoins, ce processus d'appropriation de l'activité documentaire de la part de l'amateur (Casemajor Loustau, 2011) et sa

12 Entretien téléphonique avec RL réalisé le 10 mars 2020.

13 Entretien téléphonique avec AM réalisé le 16 mars 2020.

14 Entretien avec PP réalisé le 8 juillet 2019.

concentration sur la plateforme oblige le professionnel à reconcevoir son rapport avec le collectionneur par le biais d'une externalisation plus ou moins acheminée du travail d'indexation. En plus que la main-d'œuvre du travail d'indexation proprement dit, cette externalisation comprendrait également, dans un sens plus large, le choix des codes et de l'organisation des indexes, la légitimation de certaines histoires à paraitre dans l'index et la transmission de la connaissance technique liée à l'archive numérique aux nouveaux venus. C'est pour ces raisons et notamment pour l'importance de ce travail dans l'économie du processus éditorial que certains éditeurs français sont encore peu inclines à concevoir une externalisation complète des outils d'indexation et privilégient des solutions de complémentarité de l'Inducks avec des outils de catalogue internes ou d'intervention systématique pour le signalement d'erreur ou, dans les cas des éditeurs scandinaves, de régulation.

La centralisation d'un grand nombre de pratiques documentaires et d'échanges des amateurs et des professionnels de la bande dessinée Disney dans l'espace numérique de la plateforme donne, ainsi, à l'Inducks un rôle inédit de médiateur entre les deux acteurs rendant ces pratiques plus collectives, stratifiées et dynamiques. La convergence des intérêts et des efforts documentaires collectifs permis par son interface a, en ce sens, permis des transformations de nature sociale et info-communicationnelle dans les rapports entre collectionneurs et éditeurs et dans la construction et le traitement du savoir documentaire lié à cet univers culturel ouvrant à des nouvelles problématiques autour de l'évolution de cette nouvelle configuration. Plusieurs autres aspects mériteraient d'être interrogés dans l'analyse de la plateforme, parmi lesquels la confrontation du modèle français avec ceux d'autres pays qui utilisent principalement la plateforme tels qu'Italie, États-Unis, Grèce, Allemagne, Finlande, Danemark ou Suède et qui témoignent d'un dégrée d'évolution différent des rapports entre amateurs et professionnels. Le modèle scandinave, notamment, qui voit les éditeurs d'Egmont financer le serveur utilisé par l'Inducks et contribuer systématiquement à la plateforme (« ça dépend un peu des pays, il y en a qui ont plus de liens, par exemple pour la Hollande c'est les éditeurs eux-mêmes qui indexent »[15]) propose un intéressant modèle professionnel d'externalisation de l'indexation et de coopération avec les collectionneurs.

Références bibliographiques

Bachimont, B. (2000). L'archive numérique : entre authenticité et interprétabilité. *Archives*, vol. 32. p. 3-15. URL : http://www.archivistes.qc.ca/revuearchives/vol32_1/32-1- bachimont.pdf

Bachimont, B. (2007). Nouvelles tendances applicatives. De l'indexation à l'éditorialisation. *Patrick Gros, L'indexation multimédia : description et recherche automatiques*, Paris, Hermès sciences. http://cours.ebsi.umontreal.ca/sci6116/Ressources_files/BachimontFormatHerme%CC%80s.pdf

Casemajor Loustau, N. (2011). La contribution triviale des amateurs sur le Web : quelle efficacité documentaire ?. Études *de communication* n° 36.

Chupin, L. (2016). Documentarisation participative et médiation du patrimoine scientifique numérisé. Le cas des herbiers. Études de communication n° 46.

15 Entretien téléphonique avec AM réalisé le 16 mars 2020.

Jeanneret, Y., Souchier, E. (2005). L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran. *Communication et Langages* n°145, p. 3-15.

Severo, M. (2018). *Plateformes contributives patrimoniales. Entre institution et amateur*, Mémoire original en vue de l'habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, Université de Lille.

Vitali-Rosati, M. (2016). Qu'est-ce que l'éditorialisation ?. *Sens public*, Université de Montréal, Département de littératures de langue française.

Zacklad, M. (2019). Le design de l'information : textualisation, documentarisation, auctorialisation. *Communication & Langages* n° 199, p. 37-64.

La société civile libanaise entre émancipation et radicalité

The Lebanese civil society between emancipation and radicality

Billel Aroufoune, Doctorant ATER
Laboratoire IMSIC, Université de Toulon et Aix-Marseille Université
billel.aroufoune@univ-tln.fr

Mots clés : Radicalité(s), société civile, formes d'expression, contrat de communication.

Keywords: Radicality(ies), civil society, forms of expression, communication contract.

Résumé

En questionnant une société civile en mouvement à travers ses dispositifs médiatiques, cette communication tente de comprendre le phénomène de la radicalité d'un point de vue communicationnel. Aujourd'hui, l'usage de la radicalité est ambigu. Il désigne dans l'espace public la radicalisation ou le radicalisme, sinon le terrorisme. Il est donc important de requestionner la radicalité à partir d'un regard communicationnel. C'est pourquoi, afin de mieux l'appréhender, nous proposons d'étudier la société civile libanaise qui oscille entre émancipation et radicalité à partir d'une approche sémio-pragmatique.

Abstract

This paper attempts to understand the phenomenon of radicality from a communicational point of view, questioning a civil society in movement through its media devices. The use of radicality is ambiguous. It designates in the public space radicalisation or radicalism, if not terrorism. It is therefore important to re-question radicality from a communicational point of view. This is why, in order to better understand it, we propose to study the Lebanese civil society which oscillates between emancipation and radicality from a semio-pragmatic approach.

La société civile libanaise entre émancipation et radicalité

Billel Aroufoune

Travailler sur la radicalité en Sciences de l'information et de la communication signifie, de prime abord, tenir compte des approches et problématiques scientifiques traitant de cette notion ainsi que sa valeur au sein de la société ou des sociétés qui peuvent interpeller et intéresser le chercheur. De plus, les questions des perceptions, de représentations et d'interprétation(s) s'imposent. Cette communication vise à requestionner le phénomène de la radicalité en le mettant en perspective au sein des SIC, en abordant trois volets : le premier est une exploration notionnelle de la *radicalité*, le second expose le terrain de cette recherche à partir d'une étude webographique contextualisée et située. Enfin, le troisième mettra en évidence un exemple tiré de ce travail doctoral en fin de réalisation.

Nous avons fait le choix de travailler sur le Liban et les flux audiovisuels produits par des acteurs représentatifs de son espace multiconfessionnel. Celui-ci regroupe d'une part des partis politiques ainsi que des hommes religieux (cheikhs et diacres), et d'autre part des acteurs issus de la société civile, à l'instar des mouvements sociaux « Sabaa » et « Vous puez ». À l'aune des questionnements que suscite la *radicalité* – pouvant désigner la violence, la subversion et exprimer parallèlement la racine, voire la vertu d'une chose – nous nous interrogeons sur la radicalité en communication. Plus particulièrement, dans quelle mesure les images en mouvement véhiculent-elles une forme d'expression produisant un effet de rupture du contrat de communication ? Afin de répondre à notre problématique nous avons élaboré une grille d'analyse sémio-pragmatique, une loupe à partir de laquelle notre corpus audiovisuel est décrypté. Cette approche est, selon Roger Odin, une « articulation entre deux paradigmes » à la fois « l'approche immanentiste » et le pragmatisme (Odin, 2011, p. 9-15). Elle interroge la communication depuis trois différents points de vue : le cadre d'expérience de l'émetteur, du récepteur (qui est également producteur de sens), et les relations entre eux. Roger Odin (2011) définit la situation de communication comme étant le cadre au sein duquel l'espace de production participe à la mise en relation des deux espaces d'interprétation (sujet émetteur et sujet récepteur).

En parallèle, nous avons conduit vingt entretiens semi-directifs à Beyrouth entre 2017 et 2018. Ils nous auront permis de constituer, à titre d'exemple, un corpus composé de deux groupes, le premier confessionnel et affilié politiquement, le second aconfessionnel et non-affilié *a priori*. Ainsi, le propos de cette communication s'inscrit dans le troisième axe de ce congrès, « participations, consommations, engagements », et notamment entre la participation et l'engagement politiques de groupes « subversifs » ou opposés à une conception traditionnelle d'une société confessionnelle. À cet effet, nous tenterons d'explorer l'idée selon laquelle « le recours aux médias et aux dispositifs numériques constitue désormais, pour les différents acteurs, une ressource pour établir un nouveau rapport de force » (SFSIC, 2019 : 5) avec les dispositifs médiatiques proposés/imposés par une hégémonie médiatico-politique.

Une radicalité ou des radicalités ?

Outre la difficulté méthodologique éventuelle dans l'étude et l'analyse de terrains glissants (Guibet Lafaye, 2016), encore peu investigués ou dans lesquels le chercheur évolue avec des présupposés difficilement vérifiables (Goffman, 1986), il y a un autre problème, celui des anomalies sémantiques (Todorov, 1966). Le champ sémantique de la radicalité s'est appauvri dans les médias, nouveaux et traditionnels, et dans l'espace public. Aujourd'hui, il se confond avec le terrorisme islamique. Peut-on considérer ce processus d'évolution sémantique comme un néologisme ? Nous répondrons par la négative, dans la mesure où le néologisme ne se caractérise pas par un phénomène diachronique mais se « manifeste essentiellement par la formation d'un terme nouveau » (Guilbert, 1973). Cela étant, une étude a démontré que concernant la radicalisation, en tant que prénotion durkheimienne, on peut observer un néologisme sémantique ou « l'émergence d'un sens nouveau pour un mot qui en possède déjà un ou plusieurs » (Guibet Lafaye & Rapin, 2017). En bref, la radicalisation devient non seulement synonyme de terrorisme mais remplacerait le mot au fil des usages.

De plus, la perception sociale de la radicalité repose sur « les manières de voir, de sentir ou de penser les objets du monde social » (Fradois, 2019). Or les mots ne désignent pas toujours les choses. Faut-il remonter à leur origine pour en saisir le sens, sinon comme le préconisait Foucault (1991 : 186), « il faut dépouiller le mot de toutes les traces qu'ont pu déposer sur lui les combinaisons et les flexions » pour mieux le comprendre. Dans la critique de la philosophie du droit de Hegel, Karl Marx considère qu'être « radical, c'est prendre les choses par la racine ». Mener à bon port son entreprise sans se soucier aucunement des conséquences est une forme de radicalité qui reviendrait à s'affranchir des princeps moraux et éthiques, aucune limite n'est alors appliquée quant aux règles élémentaires de l'attention à l'autre. Par ailleurs, le *Trésor de la langue française* nous apprend que derrière le mot radicalité il y a la « caractéristique de ne pas admettre d'exception ou d'atténuation ». Étymologiquement, il est le dérivé de *radix*, la racine, et au milieu du XVe siècle, l'adjectif radical signifiait « profond, intense, total, absolu ».

La radicalité est devenue, donc, depuis la dernière décennie, un *mot fourre-tout*. En France, une controverse scientifique a fait réagir de nombreux chercheurs en sciences humaines et sociales. Entre islamisation de la radicalité et radicalisation de l'islam, les propos ne sont plus nuancés laissant place aux malentendus et amalgames. Gilles Kepel[1] et Olivier Roy[2] ne cessent de s'attaquer à travers des publications scientifiques. Pour en citer qu'un exemple : Gilles Kepel (2015), dans un ouvrage co-écrit avec Antoine Jardin, dans lequel ils dessinent la *genèse* du terrorisme en France et de France, soutient l'hypothèse de la verticalité selon laquelle les radicaux s'imprègnent des textes et surtout se nourrissent de leur prédécesseurs. Olivier Roy, quant à lui, et notamment dans *Le Djihad et la mort* (2016), considère que la radicalité au sens du *djihad* musulman n'est pas forcément liée à la religion musulmane. Pour lui, les radicaux ne basculent pas dans la violence après une « réflexion sur les textes ». Pour nous, cette controverse fait ressortir des problématiques plus qu'elle ne les éclaircit. C'est pourquoi la radicalité doit être requestionnée. Nous proposons dans cette optique de l'approcher par le biais de la notion du contrat de communication et d'en observer les effets que cela produit sur la situation de communication.

1 G. Kepel est professeur des universités en sciences politiques à l'université Paris Sciences et Lettres.

2 O. Roy est politologue et philosophe, il est professeur à l'institut universitaire européen de Florence.

Contrat de communication et radicalité

Nous approchons la radicalité à partir de la notion du contrat de communication de manière à réduire sa polysémie et sa complexité. C'est Rodolphe Ghiglione (1984) qui voit dans la communication l'établissement d'un contrat, une co-construction d'une « scène d'interlocution » entre locuteur et interlocuteur. Cette dernière se définit par quatre principales dimensions : les enjeux partagés entre les deux (voire le groupe), le choix des paramètres, l'élément déclencheur et enfin la prise de conscience de l'interaction. En Sciences de l'information et de la communication, des chercheurs ont abordé la notion de contrat dans le sillage du sémioticien Eliseo Veron, plus précisément à partir de son « contrat de lecture » qui fait le lien entre les médias écrits et leur lectorat. Mais si l'on tient compte de la définition du contrat de communication selon Patrick Charaudeau (2011), qui précise que ce dernier intervient dans tous les actes de langage, y compris dans une situation de communication médiatée, il conviendrait de souligner que cette situation détermine le cadre d'expérience des locuteurs. Consciemment ou inconsciemment, les partenaires de l'acte préfigurent leur échange selon principalement : l'identité des énonciateurs, le contenu du discours et l'espace-temps.

Il serait prétentieux, dans un court texte, de brosser un panorama exhaustif de l'application, de l'usage et des pratiques d'auteurs d'une notion ou d'un concept dans la littérature scientifique. Toutefois, nous signalons les trois usages saillants. D'abord, selon une perspective portée sur les interactions verbales (Ghiglione, 1984, 1986), ensuite sur une logique articulant média et public (Veron, 1985), et enfin à partir d'un point de vue englobant tout acte de langage (Charaudeau, s. d., 2011). Notre usage s'attache à esquisser un tableau dans lequel le contrat est mobilisé d'un côté comme un pacte de lecture, de narration, et de l'autre comme une négociation entre des interlocuteurs, un contrat entre la partie énonciative et l'interprétant. Nonobstant l'espace de communication à l'intérieur duquel se joue tous ces enjeux communicationnels avec leur potentielles contraintes. C'est ici que l'approche sémio- pragmatique devient pertinente, car la notion de contexte est mise au centre de l'analyse, en même temps que les lieux de pertinence – production, réception, produit – qui se dessinent *via* le contrat (Charaudeau, 2011).

Communiquer c'est avoir besoin de l'autre pour exister. Pourtant, la radicalité s'établit dans la négation ou le déni de la position de l'interlocuteur. Nous soutenons l'hypothèse d'une rupture du contrat au niveau de la radicalité en communication. Pour nous, quand il y a radicalité dans une situation de communication, systématiquement il y a dysfonctionnement du contrat, voire sa rupture. En résumé, un contrat de communication s'établit entre les actants de l'espace de communication si l'un reconnaît l'existence de l'autre dans sa différence.

Le Liban entre représentations, participation politique et radicalité

Le pays du Cèdre est une mosaïque confessionnelle, culturelle et politique. Il existe dix-huit confessions au Liban, et sur la base d'un pacte national (1943) les principales communautés ont « négocié » le pouvoir : la présidence de la république pour les chrétiens maronites, la présidence du conseil des ministres pour les musulmans sunnites et la présidence du parlement pour les musulmans chiites. La pluralité sociale est reflétée à travers les espaces communicationnelles : médias, partis politiques, associations, etc. Mais cette diversité

dissimule une polarisation, car longtemps la société libanaise a connu des conflits d'ordre politico-confessionnel, et l'actualité récente le souligne davantage.

Il faut noter que la rue libanaise s'est révoltée à de nombreuses reprises ces dernières années. Les événements en lien avec ces révoltes ont été médiatisés : janvier 2008, violentes manifestations ; août 2015, protestations contre l'incurie du gouvernement – crise des déchets, coupures d'eau et d'électricité, en plus des manifestations contre la corruption ; octobre 2019, mouvement de contestation qui traduit le ras-le-bol des Libanais quant à la crise socioéconomique. Ce qui est observable d'emblée, c'est le traitement médiatique de ces événements qui diffèrent selon la politique éditoriale et économique du média en question. Concrètement, c'est l'appartenance communautaire du média qui est le premier facteur de la prise de position et de l'orientation éditoriale. En effet, nous avons pu le constater à travers les interviewés qui n'hésitaient pas à mettre en avant l'appartenance de leur média et le soutien politique et économique que ce dernier reçoit. Mais également *via* une analyse automatisée de contenu d'un journal libanais (Aroufoune & Bou Dagher, 2019) dans laquelle la représentation de la réalité dépend de la sensibilité, à la fois confessionnelle et politique, du média.

Tout cela nous amène à parler de la participation et de l'engagement sociopolitiques des enquêtés, et de manière générale de l'expression citoyenne collective. Militer pour une cause quelconque est une pratique que relèvent plusieurs chercheurs au Liban, au sein d'associations et de collectifs (Yaghi, 2016). L'identité des personnes engagées, militantes, ou simplement sympathisantes est hétéroclite à l'image de la société. En revanche, les liaisons ambivalentes des acteurs connus de la scène politique du pays nous interrogent à plusieurs niveaux. Notamment sur le plan de la mainmise de leaders communautaires et de leur clientélisme (Daher, 2018) à la fois national et régional. Par exemple, la démission soudaine de l'ancien premier ministre Saad Hariri depuis Riyad (Arabie Saoudite), marque un épisode particulier qui rend plus explicite le clientélisme étranger. C'est pour ces raisons que les observateurs internationaux parlent de distributions communautaires s'agissant d'actions associatives (notamment humanitaires).

En outre, au lendemain de la guerre civile libanaise (1975-1990) plusieurs « milices belligérantes mirent en place des systèmes variés de services collectifs para-légaux et d'assistance sociale sur leurs fiefs territorialisés » (Catusse & Karam, 2008). L'exemple du Hezbollah est le plus cité. Cependant, l'intérêt de le considérer comme un cas d'observation privilégié permet d'appréhender la complexité du terrain. Le Hezbollah est à la fois une organisation armée et un acteur politique engagé dans les affaires sociales des Libanais, et notamment de la communauté qu'il représente, c'est-à-dire ses partisans chiites. Par ailleurs, pour la médiatisation de ses actions, il n'hésite pas à déployer tout un arsenal de dispositifs numériques : sites internet, médias électroniques, archives d'images et jeux vidéo (Aroufoune, 2019b).

Dans un tout autre registre, moins marqué par les contours religieux et extrémistes (nous soulignons ce fait), l'association pour la protection de la communauté LGBTQI libanaise, *Helem*[3], manifeste l'agir citoyen qui se traduit par une initiative d'investir les rues et de demander un changement profond de l'appareil politique libanais. Elle témoigne aussi de la volonté de modifier les textes de lois qui interdisent, entre autres, la sexualité « contraire aux lois de la nature » selon l'article 534 du code pénal. Le président de l'association *Helem* nous signalait qu'en 2017 les services de sécurité voulait interdire la tenue d'une « conférence lors de

3 حلم en arabe. Le mot signifie « rêve », mais il est utilisé comme acronyme de Protection libanaise des homosexuels [Himaya Lubnaniya lil Mithliyeen wal Mithliyat] للمثليين لبنانية حماية.

la journée mondiale de la communauté gay, mais cela ne [les] a pas empêché de le faire sur Facebook live »[4]. Peut-on dire que les actions en présence se poursuivent sur le Web ? Selon une professeure de l'université libanaise, « un espace public très important se constitue au Liban, sur Internent où les questions politiques et sociales sont discutées, sont mises et remises en question »[5]. D'ailleurs, les premières réunions et rencontres de la « communauté », en 2001, avaient lieu sur le cyberespace, sur des « chats room » comme nous l'indiquait le président de *Helem.* Pour autant, le *feedback* des communautés confessionnelles et du gouvernement exprime les tensions que cette question de la sexualité peut susciter dans une société, qui pourtant « relie les deux grands portails : l'Orient et l'Occident »[6]. On peut résumer ces réactions avec deux exemples qui restent actuels. Le premier concerne *Grindr*, une application de rencontre dédiée aux homosexuels. Le ministère des Télécommunications avait bloqué l'accès à ce réseau numérique en mai 2019[7]. Le deuxième, c'est l'arrestation d'un agent de la sécurité de l'État pour son homosexualité[8].

Du reste, la lecture « flottante » de nos entretiens fait ressortir des éléments historiques afférents aux années de guerre et au caractère dominant de la politique clientéliste susmentionnée. Parallèlement à quelques associations qui s'organisent autour des puissances communautaires, et notamment *via* le « triptyque politique, confessionnel et communautaire construisant l'identité libanaise » (Aroufoune, 2019a), d'autres acteurs de la société civile s'inscrivent dans une logique antagoniste à cette formule et défavorable au clivage politique. Ce clivage oppose principalement la coalition du 8 mars (pro-syriens) à celle du 14 mars (anti- syriens). Sur ce plan, Karam (2006) montre que les mouvements sociaux veulent dépasser le carcan communautaire et militent pour un Liban différent. Toutefois, comme il le souligne, il y a une tentation politique chez eux. Elle se traduit aujourd'hui par la création de partis politiques émanant d'une base populaire qui récusent, d'ordinaire, toute forme politique officielle. Et pour preuve la création d'un parti politique par le mouvement social « Sabaa » lui-même issu de différents collectifs, en particulier le mouvement « *Vous puez* ».

L'exemple qui suit explicite notre propos théorique, dans la mesure où les supports médiatiques (audiovisuels et imprimés) soumis à l'analyse sémio-pragmatique révèlent le degré d'ambiguïté dans la production et la réception des messages mais surtout dans leur interprétation.

Voir ce qui est donné à lire : du mouvement social au parti politique, une radicalité pas comme les autres

Il est sans nul doute que le mouvement de protestation « Vous puez », تطلع ريحتكم en arabe [*Talaat Rihatkoum*], témoigne d'une indignation exprimée par une forme de révolte. Survenu au cours de l'été 2015, contre la gestion « catastrophique » des déchets après la fermeture de la principale décharge de la capitale, Beyrouth. La principale demande de ce mouvement hétéroclite est de faire « tomber le système ». Les re-

4 Président de l'association libanaise Helem. Entretien réalisé à Beyrouth le 17 octobre 2018.

5 Professeure en SIC à l'Université Libanaise (université publique). Entretien réalisé à Beyrouth le 5 octobre 2017.

6 Propos d'un enseignant-chercheur recueillis à Beyrouth le 28 septembre 2017.

7 Amnesty International, « Liban. L'interdiction de l'application de rencontre gay Grindr porte atteinte à la liberté et aux droits sexuels », consulté le 3 juin 2020 à l'adresse : https://www.amnesty.org/fr/latest/news/2019/05/lebanon-ban-on-gay-dating-app-grindr-a-blow-for-sexual-rights-and-freedom/.

8 L'Orient-Le Jour, 24/02/2018. Consulté le 15 avril 2020 à l'adresse : https://www.lorientlejour.com/article/1101591/un-agent-de-la-surete-de-letat-arrete-pour-homosexualite.html.

vendications du mouvement, d'abord écologiques, ont rapidement changé de teinte. Elles concernent la confession, la politique, l'économie, la société… autant de revendications qui ont surgi tel un cri renvoyant à une forme de résilience libanaise. La radicalité n'est pas dans le retour aux sources dans ce cas, mais dans les actions violentes des forces de l'ordre et des manifestants malgré le caractère pacifique prôné par ces derniers (voir la figure 2, #resistance_civile). Des gestes qui ont été interprétés comme le « réveil » de la jeunesse libanaise dans le sillage du printemps arabe amorcé en Tunisie en 2010. Il est vrai que la manifestation du 29 août 2015 sur la place des Martyrs rappelle le rassemblement des Libanais de mars 2005, après l'assassinat de Rafic Hariri alors premier ministre. Toutefois, les événements de 2015 ne sont pas le miroir des manifestations contre l'occupation syrienne de mars 2005.

Figure 1 Copie écran : Couverture de la page Facebook de Sabaa

Le collectif de la société civile « vous puez » a rassemblé plusieurs acteurs, des associations de quartiers et des bénévoles entre autres. En 2016 un nouveau mouvement politique a vu le jour au Liban, le parti « Sabaa » que nous avons rencontré au sein de leur siège à Beyrouth, dont la directrice de communication nous indiquait que le mouvement faisait partie du collectif « vous puez » : « Nous sommes un parti libanais contemporain, nouveau (…) Nous sommes passés sur la scène politique, nous nous sommes lancés dans un premier temps comme des groupes participant à la société civile en s'opposant à tout ce qui se passe dans le pays, à commencer par le célèbre mouvement auquel plusieurs personnes ont participé en 2015, pour demander de résoudre le problème des déchets »[9].

La page officielle de *Sabaa* sur Facebook compte environ 231 600 abonnés. Sa ligne éditoriale déclarée est la suivante : « Sabaa est un parti politique moderne et non traditionnel. Son but est d'apporter de nouveaux

9 Entretien relaissé à Beyrouth le 4 octobre 2018.

dirigeants et d'affronter la classe politique corrompue »[10] (nous traduisons de l'arabe). L'affrontement dont il est question peut se traduire sous différentes formes, l'une d'elles concerne les décisions radicales répondant à des politiques *a priori* contestables du gouvernement. En l'occurrence, la mise en place d'incinérateur de déchets en pleine ville, « on est descendu fermer la mairie » (entretien, *ibid.*). Pour cet événement le mouvement avaient prévu de le médiatiser *via* sa page Facebook car les médias « ne voudraient pas [le] couvrir ». Ceci nous conduit à penser que la mise en visibilité (Thompson, 2005) et la lutte pour la médiatisation de l'événement est une pratique courante au Liban. De plus, « ils veulent le changement. Au moins se débarrasser des politiciens existants, ils veulent un État stable et fort et ils n'arrivent pas à se mettre d'accord sur la forme d'État »[11].

Les législatives du 6 mai 2018 donnent à voir la tentation politique que nous soulignons dans ce qui précède. La création de ce parti résulte d'un constat que faisaient les « activistes»[12], de ne pas « triompher sur cette classe politique » s'ils ne s'organisent pas en parti politique eux- mêmes. Ce qui paraît instantanément chose anodine voire triviale. Cependant, l'analyse du programme politique distribué en brochure (*cf.* Figure 2) et numérisé sur leur site Web[13], révèle un dysfonctionnement de son contrat. Concrètement, ce qui est donné à lire fait ressortir une contradiction, il n'y qu'à voir le manifeste du parti (*Cf.* Figure 3), présent sur tous ses dispositifs médiatiques. Les deux premières déclarations suffisent pour entraîner une rupture et dans la forme et dans le fond : (1) être la voix de tous les Libanais et (2) être loin du communautarisme et du confessionnalisme. Rappelons que le parlement libanais est organisé sur le principe des quotas confessionnels pour que les minorités soient elles aussi représentées.

Fig. 2 – Couverture du programme électoral de Sabaa (rapporté du terrain septembre-octobre 2018)

10 Cf. lien électronique de la page Facebook : https://www.facebook.com/sabaapolitics/.

11 Ibid. entretien avec une professeure de l'université libanaise.

12 Entretien avec Sabaa, Ibid.

13 Lors de notre dernière visite le 10 septembre 2020 de l'adresse : http://sabaa.org, nous constations la refonte du site. L'interface actuelle, plus statique, n'offre pas d'espace d'échange et d'interactivité de l'ancienne version que nous avons archivée (la dernière archive datant du 9 mai 2018).

نتعهد

منتعهّد انو نكون صوت كل مواطن داخل البرلمان،
منتعهد نكون بعاد عن الطائفية،
وما نقبل نكون مرتهنين لأي دولة خارجية،
منتعهد انو نسعى لدولة مدنية - دولة المواطنة
ومنتعهد تطبيق الدستور بكامله
حفاظاً على سيادة لبنان واستقلاله،
منلتزم ببرنامج سبعة
ووضع المواطن ومصلحتو اولوية، مش المصالح الشخصية،
ايماناً منا انو ضروري نحافظ على شفافية تامة
ونحارب الفساد المتفشي بالبلد،
منتعهد انو نرفع السرية المصرفية عن حساباتنا
والتصريح العلني عن ممتلكاتنا بلبنان وخارج لبنان
والاستقالة من المجلس اذا صار في تمديد،
واكيد منلتزم باسترجاع الاموال المنهوبة
لأنو لبنان مش بلد فقير، لبنان تمّ نهبو،

Fig. 3 – Le manifeste du parti, extrait d'une brochure rapportée du terrain (septembre-octobre 2018)

En déclarant être contre le système confessionnel, le public (lecteur et spectateur) s'attend à ce que des faits suivent l'énonciation. Le performatif d'Austin est appliqué à rebours de l'acte attendu. En effet, la célèbre journaliste Paoula Yacoubian, candidate qui a remporté un siège au Parlement, ne représente dans les faits que la communauté orthodoxe arménienne[14].

Pour conclure, cette communication a voulu interroger une forme de radicalité moins marquée par le phénomène religieux. Il en ressort qu'au Liban tous les chemins mènent à la question politico-confessionnelle. Nous avons essayé de penser la revendication en termes d'émancipation sociale et citoyenne, les résultats montrent au contraire une ambivalence entre radicalité et émancipation. Un leurre auquel se risque l'expression citoyenne libanaise ?

Bibliographie

Aroufoune, B. (2019a, juin). Proposition d'approche communicationnelle de la radicalité.

Doctorales transfrontalières. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02176613.

Aroufoune, B. (2019b, octobre). Au-delà du terrorisme, la radicalité en communication. *9es Doctoriades de l'UTLN. Conception, réception et action au cœur des mondes sociaux : un défi pour la conduite du changement*. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02320661.

14 Considérée comme indépendante, après son élection, par Sabaa, Paula Yacoubian a démissionné de son siège au parlement le 8 août 2020 avec d'autres parlementaires suite aux explosions du 4 août. https://www.lorientlejour.com/article/1228721/les- deputes-kataeb-annoncent-leur-demission.html.

Aroufoune, B., & Bou Dagher, E. (2019). Les radicalités dans la presse libanaise pendant la dernière crise institutionnelle. *REFSICOM - Recherches Francophones en Sciences de l'Information et de la Communication*. http://www.refsicom.org/577.

Catusse, M., & Karam, K. (2008). Les euphémismes de la résistance sociale au Liban. *Alternatives Sud*, *15*(4), 103-109.

Charaudeau, P. (s. d.). *Contrat de communication, contrat de parole*. Publictionnaire. Consulté le 30 avril 2018, à l'adresse http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/contrat-de- communication-contrat-de-parole/

Charaudeau, P. (2011). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. De Boeck INA éditions.

Daher, A. (2018). Liban : Entre clientélisme régional et carcan national. *Politique étrangère*, *Printemps* (1), 169-180.

Foucault, M. (1991). *Les mots et les choses*. Paris, Gallimard.

Fradois, G. Perception (sociologie). *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 2 décembre 2019, à l'adresse : http://cache.univ-tln.fr:2055/encyclopedie/perception-sociologie/

Ghiglione, R. (1984). Situations potentiellement communicatives et contrats de communication effectifs. *Verbum*, *7*, 185-208.

Ghiglione, R. (1986). *L'homme communiquant*. A. Colin.

Goffman, E. (1986). La condition de félicité—1. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, *64*(1), 63-78. https://doi.org/10.3406/arss.1986.2338

Guibet Lafaye, C. (2016). *Difficultés méthodologiques posées par l'analyse de la radicalisation*. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01364028/document

Guibet Lafaye, C., & Rapin, A.-J. (2017). La « radicalisation ». Individualisation et dépolitisation d'une notion. *Politiques de communication*, *N° 8*(1), 127-154.

Guilbert, L. (1973). Théorie du néologisme. *Cahiers de l'AIEF*, *25*(1), 9-29. https://doi.org/10.3406/caief.1973.1020

Karam, K. (2006). *Le mouvement civil au Liban : Revendications, protestations et mobilisations associatives dans l'après-guerre*. Karthala ; Institut de recherches et d'études sur le monde arabe et musulman.

Kepel, G., & Jardin, A. (2015). *Terreur dans l'Hexagone : Genèse du djihad français*. Gallimard.

Odin, R. (2011). *Les Espaces de communication : Introduction à la sémio-pragmatique*. Presses universitaires de Grenoble.

Roy, O. (2016). *Le djihad et la mort*. Seuil.

Thompson, J. B. (2005). La nouvelle visibilité. *Reseaux*, *n° 129-130*(1), 59-87.

Todorov, T. (1966). Les anomalies sémantiques. *Langages*, *1*(1), 100-123. https://doi.org/10.3406/lgge.1966.2905.

Veron, E. (1985). L'analyse du contrat de lecture : Une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports de presse. In *L'analyse du contrat de lecture : Une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports de presse*. IREP, p. 203-229.

Yaghi, M.-N. A. (2016). Militer par « projets ». Fragmentation et reproduction de l'espace contestataire féministe au Liban. *Nouvelles Questions Feministes*, *Vol. 35*(2), 51-61.

Approche transactionnelle du processus de valuation environnementale de la méthanisation agricole

Transactional approach to the environmental valuation process for biogas production from agricultural waste

Violène Sibertin-Blanc, Doctorante
CERTOP-UMR5044, UT2J, UT3, Toulouse
violene.sibertin-blanc@univ-tlse3.fr

Mots clés : environnement ; conflit ; méthanisation agricole ; écologie industrielle

Keywords: environnement ; conflict ; biogas production ; industrial ecology

Résumé

Écartant le postulat du bien-fondé environnemental d'une activité de production d'énergie renouvelable, nous proposons de montrer comment la territorialisation dont elle fait l'objet met en évidence, dans un contexte conflictuel, les modalités d'évaluation environnementale de l'activité par le public. Ainsi, à l'occasion de l'introduction sur le territoire d'une commune de Haute Garonne d'un projet de méthanisation agricole, les enjeux de transition énergétique, correspondant à une conception de l'environnement appréhendé à une échelle « globale », sont confrontés à une exigence de neutralité de l'activité à l'échelle locale. L'enquête du public se concentre ainsi sur la mise en perspective de la dimension agricole du projet avec sa construction dans une logique d'écologie industrielle, conduisant à la disqualification de la valeur environnementale de l'activité.

Abstract

Avoiding the presumption of the environmental legitimacy of a renewable energy production activity, we propose to show how the territorialization of this activity highlights, in a conflictual context, the process of environmental evaluation of the activity by the public. Thus, when a biogas production project from agricultural waste is introduced in a commune of Haute Garonne, the implications of energy transition, corresponding to a conception of the environment on a "global" scale, are facing a requirement for neutrality of the activity on a local scale. The public focuses on putting into perspective the agricultural aspect of the project with its construction in a logic of industrial ecology, leading to the disqualification of the environmental value of the activity.

Approche transactionnelle du processus valuation environnementale de la méthanisation agricole

Violène Sibertin-Blanc

Activité tendant à la production d'énergie renouvelable, outil de production d'intrants substituables aux engrais issus de l'industrie pétrochimique, vecteur d'écologisation des pratiques agricoles (Alaterre, Herer et Villerez, 2015 ; Béline *et al.*, 2012)… Les vertus de la méthanisation agricole, procédé consistant à produire du gaz à partir de la dégradation anaérobie de matière organique, semblent *a priori* ne laisser planer aucun doute sur son évaluation en tant qu'activité pertinente pour l'environnement, répondant aux exigences de la transition écologique. A la confluence d'enjeux agricoles et énergétiques, la méthanisation agricole suscite ainsi depuis un dizaine années l'intérêt conjugué des pouvoirs publics, du monde agricole, de la sphère industrielle et d'associations de protection de l'environnement.

Dans ce contexte, les projets de construction d'installations dédiées à la méthanisation agricole se multiplient sur l'ensemble du territoire national. L'activité demeure néanmoins largement méconnue du grand public. La France compte aujourd'hui environ 600 installations de méthanisation. À l'instar de bon nombre de projets d'aménagement du territoire (Jobert, 1998) cette territorialisation de l'activité s'accompagne régulièrement de l'émergence de contestations au sein de la population riveraine des projets (Bargues et Landivar, 2016 ; Bourdin, Nadou et Raulin, 2019 ; Camguilhem, 2018). L'émergence de ces contestations caractérisent l'inscription du développement des énergies renouvelables dans une dynamique conflictuelle, en tant qu'il vise à transformer radicalement les systèmes énergétiques traditionnels (Evrard, 2014). Elles participent également à mettre en évidence un rapport de force entre monde agricole et habitants néo-ruraux autour du partage de l'espace rural (Jeanneaux, 2006). Ces conflits traduisent en outre une réaction à l'opacité qui entoure le développement de l'activité de méthanisation, mettant en lumière la publicisation des projets comme enjeu essentiel de leur développement (Camguilhem, 2018). Ces hypothèses d'analyse des tensions qui émergent autour du déploiement local d'une activité nouvelle tendent néanmoins à diriger l'étude de ces conflits vers l'observation des éléments qui en constituent l'origine (Lemieux, 2007). En outre, ces angles d'analyse ont pour point commun de prendre appui sur le bien-fondé environnemental de l'activité, basant sur ce postulat la compréhension des oppositions qu'elle suscite, tandis que la méthanisation se révèle être une activité difficile à évaluer d'un point de vue environnemental (Aissani, Collet et Béline, 2013 ; Sadones, 2013). Cette communication se propose donc de compléter ces approches classiques d'étude des conflits par une approche transactionnelle de leurs conséquences sur la configuration de l'activité de méthanisation. Postulant l'absence d'évidence quant à la valeur environnementale de de méthanisation agricole, il s'agit ainsi de montrer comment les tensions qui émergent à l'occasion de sa territorialisation mettent en lumière les opérations par lesquelles le public participe à l'évaluation de la pertinence environnementale de l'activité.

Parmi les différentes technologies de production d'énergies renouvelables, le développement de celles qui s'appuient sur la biomasse séduisent quant à leur capacité à opérer un stockage de la source de production de

l'énergie, contrairement aux technologies intermittentes que sont notamment l'éolien ou le solaire (Poinsot, 2015). Alors que l'agriculture représente un des principaux gisements de biomasse (Almansour, Bonnet et Heredia, 2011), le développement de la production décentralisée d'énergie par méthanisation renouvelle le débat sur la « multifonctionnalité » de l'agriculture (Pierre, 2015 ; Tritz, 2012). En outre, tandis qu'en février 2019, le salon de l'agriculture de Paris prenait pour thème le rôle possible de l'agriculture « comme moteur de l'économie circulaire », le développement de la méthanisation agricole semble s'inscrire pleinement dans le mouvement institutionnel dominant aux termes duquel la transition écologique implique le développement et la mise en œuvre des principes de l'économie circulaire (Brullot, Junqua et Zuindeau, 2017). Fondée sur l'instauration d'un circuit fermé de circulations de matières et d'énergie, l'économie circulaire doit permettre de limiter le prélèvement des ressources naturelles (Desvaux, 2017). Nouveau paradigme de transition vers une société durable fondant la construction des politiques publiques environnementales (Buclet, 2015 ; Desvaux, 2017), la notion demeure encore discutée au plan académique (Arnsperger et Bourg, 2016). Visant à la transformation des déchets en ressources, elle est parfois assimilée à la notion d'écologie industrielle (Buclet, 2015 ; Debref, Nieddu et Vivien, 2016 ; Lupton, 2018) qui tend à comparer le fonctionnement d'un écosystème industriel à celui d'un écosystème biologique *via* la notion de métabolisme. La connexion récente de l'activité agricole avec l'économie circulaire, telle qu'elle s'incarne à travers le développement de l'activité de méthanisation, met ainsi en évidence une conception de la durabilité de l'agriculture s'appuyant sur les principes de l'écologie industrielle (Plumecocq et al., 2018 ; Thomas et al., 2014). Si cette jonction entre agriculture et écologie industrielle peut caractériser un idéal de modernité agricole (Lemieux, 2018), il semble nécessaire d'observer les conséquences de cette connexion sur l'évaluation environnementale de l'activité par le public.

Cette recherche est en cours et se base sur l'étude d'un projet de méthanisation agricole individuel, porté par un agriculteur sur le territoire d'une commune de 6000 habitants au sud de la Haute-Garonne, ayant suscité un conflit local à l'automne 2016. Elle repose sur la réalisation de 41 entretiens semi-directifs avec les parties prenantes de ce projet particulier et celles de la méthanisation au niveau national[1], ainsi que sur une analyse documentaire des publications réalisées par l'association luttant contre le projet sur son site internet et par celles réalisées par une association environnementale implantée sur la commune depuis une dizaine d'années. Les questions abordées lors des entretiens tendent à mettre en perspective la méthanisation avec les thèmes de l'agriculture, de l'énergie, du développement du territoire et de la participation du public.

L'usine de méthanisation envisagée doit traiter environ 22 000 tonnes de matière organique par an. Outre la création d'un revenu supplémentaire lié à la revente du gaz produit par l'installation à GRDF, la méthanisation constitue pour l'agriculteur porteur du projet une opportunité de production d'une matière fertilisante, le digestat, portion de matière organique qui demeure après que le méthane a été capté. L'agriculteur souhaiterait utiliser ce fertilisant en tant qu'alternative aux intrants issus de l'industrie pétrochimique dans le cadre de son activité agricole, convertie en agriculture biologique depuis plusieurs années. Sa production agricole est orientée vers la culture de légumes dits « de plein champs » destinés à la grande distribution. Le projet de méthanisation repose sur l'ambition de collecter des fumiers équins produits dans les centres équestres

1 Pour un total de 48 personnes interrogées entre février 2017 et avril 2020 au cours d'entretiens semi-directifs d'une durée moyenne d'1h30 – 23 membres d'associations environnementales (locales et nationales) ; 4 agriculteur-méthaniseur ; 3 représentants agricoles (syndicat, chambre d'agriculture) ; 11 acteurs de la « filière » (énergéticiens, association de promotion, constructeurs, bureaux d'étude) ; 7 acteurs de la sphère publique (collectivités, Etat, recherche)

situés dans un rayon d'une quarantaine de kilomètre autour du lieu d'implantation envisagé pour l'usine de méthanisation. Seraient en outre adjoints à ces fumiers les résidus de plantation ramassés dans sa propre exploitation. Lors de la construction du projet, les déchets verts provenant des collectivités locales alentours ont également été cités comme intrants possibles du méthaniseur. Ce projet est accompagné par GRDF pour le financement des études préalables. Il bénéficie par ailleurs de subventions distribuées par l'agence de financement ADEME (Agence de la transition écologique) ainsi que le Conseil Régional Occitanie. La réalisation de l'étude de faisabilité du projet est, quant à elle, conduite par l'entreprise associative Solagro. À ce jour, aucune installation dédiée à la production de biogaz n'a vu le jour sur ce territoire.

Après avoir précisé le cadre théorique de ce travail, nous verrons comment le public, sur la base de la sanctuarisation de l'environnement d'accueil du projet, disqualifie la valeur environnementale d'une méthanisation agricole construite dans le sillage de l'écologie industrielle.

Approche transactionnelle et émergence de la valeur

John Dewey définit la valeur comme « tout ce qui possède une autorité telle que l'on estime devoir s'y référer pour conduire sa vie » (Dewey, 2014 : 272). Dans cette perspective, la valeur est une qualité attribuée à quelque chose ou à quelqu'un. L'objet valué existe indépendamment de la valeur qu'on lui accorde (Bidet, Quéré et Truc, 2011 : 29). Les valeurs font l'objet de jugements fondés sur les résultats des objets ou des situations dont on fait l'expérience (Dewey, 2014 : 281). La valeur est ainsi une qualité relationnelle tendue vers une finalité. La découverte des finalités « en tant que valeurs » repose sur l'observation des conséquences produites par l'expérimentation de leur réalisation dans l'espace social. (Dewey, 1967 : 606). Il est donc loisible d'identifier objectivement les valeurs, sur lesquelles il est possible de mener l'enquête et qui sont susceptibles de faire l'objet de critiques et de révisions (Bidet, Quéré et Truc, 2011 : 8). La valeur d'une chose se construit dans la transaction qu'elle entretient avec son environnement et dans l'enquête engagée sur les conséquences de ces transactions. Ces conséquences sont à la fois les fins poursuivies et les moyens qui leurs sont attribués. La constitution de la valeur est le résultat d'une enquête dont l'engagement résulte de la connexion d'un public avec ces conséquences (Bidet, 2008). Ainsi, la réalisation de l'enquête relève du public qui se constitue, en raison de sa connexion avec un « trouble » ou une « situation problématique » résultant des conséquences d'une activité, à laquelle il ne prend pas directement part mais qui est susceptible de l'affecter. À travers son enquête, le public qui se constitue tend ainsi à maîtriser ces conséquences (Dewey, 2010). L'identification d'un public est ainsi étroitement liée à la caractérisation des impacts générés par une activité sur son environnement.

Afin de mettre en évidence le processus dynamique d'émergence de la valeur environnementale de la méthanisation, il semble pertinent d'identifier les moyens d'analyse permettant de procéder à l'étude du conflit déployé autour d'un projet de méthanisation agricole non pas seulement en tant qu'il est susceptible de constituer un obstacle à la réalisation de l'activité, mais dans une approche selon laquelle les tensions entre les parties prenantes de l'activité dont il témoigne constituent des vecteurs de production des contours et enjeux de la méthanisation. Il s'agit ainsi d'observer ce que les tensions qui émergent à son contact déplacent dans la construction de l'activité elle-même, mettant en évidence un « *flottement sur la nature même des choses* » (Hennion et Monnin, 2020).

Pour appréhender ce « phénomène d'émergence », dans le sillage de la démarche mise en œuvre par Isabelle Cailleau dans le champ des SIC (Cailleau, 2016), nous proposons de mobiliser l'approche pragmatiste transactionnelle développée par John Dewey et Arthur Bentley (Dewey et Bentley, 1975). La transaction « est un processus de socialisation et d'apprentissage de l'ajustement à autrui » (Foucart, 2013) par lequel les parties prenantes d'une relation se transforment mutuellement au cours de cette relation en même temps que la relation est modifiée. L'opération de transformation réciproque visée par le terme de transaction ne renvoie pas à des propriétés substantielles qui seraient attachées aux entités impliquées dans l'émergence d'un phénomène, mais à un processus continu de co- construction de ces entités. L'intérêt de l'approche transactionnelle consiste donc dans le fait d'observer le processus selon lequel les entités, liées par des transactions qui les constituent, participent à leur modification réciproque et continue. Ainsi, cette approche apparaît comme une méthodologie particulièrement pertinente pour appréhender la dynamique de mouvement dans laquelle s'inscrit l'activité de méthanisation, en tant qu'elle procède de l'opérationnalisation des objectifs de transition écologique. Cette dynamique est orientée vers des « fins en vue » (Dewey, 2014 : 167) au regard de son ambition de proposer des solutions aux problématiques posées par le réchauffement climatique. Le contenu de la transition écologique n'est toutefois pas un donné, il repose sur l'identification d'hypothèses dont la mise en œuvre expérientielle conduit, par la continuité de la transaction ainsi opérée avec l'environnement, à une reconfiguration des relations entre les parties prenantes de l'expérience.

L'étude du conflit déployé autour de l'activité de méthanisation aux termes d'une approche transactionnelle doit ainsi permettre de mettre en évidence le continuum de relations et d'expériences dans lequel s'inscrit cette activité participant à l'émergence de sa valeur environnementale. D'un point de vue méthodologique, la mobilisation de cette approche invite à retracer ce mouvement continu de transaction en positionnant l'émergence du conflit comme point de départ de l'analyse (Cefaï, 2013).

La sanctuarisation de l'environnement local

Dès son annonce au grand public en septembre 2016, le projet de méthanisation suscite des craintes de la part d'une partie de la population communale. Des habitants, riverains de la zone envisagée pour accueillir les installations de méthanisation, constituent rapidement un collectif d'opposition au projet. Ce collectif caractérise ainsi l'identification d'un public, troublé par les conséquences qui pourraient l'affecter lors de la mise en œuvre de l'activité de méthanisation agricole. Ce public entame son enquête sur cette activité et réalise les premiers tracts visant à alerter l'ensemble de la population locale des conséquences délétères de la méthanisation qu'il a identifié. Ces tracts mettent en évidence une grande variété d'inquiétudes associées à l'activité de méthanisation, agrégeant les résultats des enquêtes menées par d'autres publics précédemment confrontés à l'activité (Daniel, 2019). Les risques de nuisances relatives au passage de camions ou aux odeurs sont évoqués, ainsi que la recrudescence possible de mouches à proximité des installations. Les risques d'explosions de l'usine sont mentionnés, ainsi que la possible pollution de l'air, des sols et des eaux souterraines. Ces premiers tracts, ainsi qu'une pétition lancée quelques jours plus tard, ne mentionnent pas la thématique de la transition énergétique. Le mot énergie n'est d'ailleurs pas mentionné, ni celui de biogaz. Aucune finalité, écologique ou non, n'est associée à l'activité. L'évaluation environnementale de la méthanisation n'est pas appréhendée à travers une mise en perspective de ses finalités avec ses modalités d'exécution. Le collectif

d'opposition qui voit le jour concentre exclusivement l'enquête, dans un premier temps au moins, sur les conséquences de l'activité sur son environnement d'accueil, articulant la controverse autour des thématique sanitaires, environnementales et sécuritaire (Bargues et Landivar, 2016). Le public qui se constitue correspond ainsi à une ambition de protection de l'environnement qualifié au niveau strictement local.

> « À 50m des habitations, à 150m de la ZAC du [lieudit], de ses commerces, grandes enseignes, et petites entreprises, artisans, garagistes, coiffeurs, restaurants, bars, salles de sport, ambulances, cuisine centrale, à 800m des écoles de [noms de commune], garderies, crèches, de la clinique de [nom de commune], de la maison de retraite, des cœurs de village de [noms de commune], à l'entrée de [nom de commune] et de son patrimoine classé, en bordure d'une zone inondable, entre les ruisseaux de la [lieudit], des ruisseaux occasionnels , et la [rivière], rivière classée (…), à l'entrée de la vallée de la [rivière], espace naturel encore un peu préservé mais ou la route est déjà suffisamment encombrée et inadaptée au transport intensif par camions et tracteurs, une usine de méthanisation doit s'installer »[2]

La notion d'environnement est susceptible de recouvrir des réalités diversifiées. La protection de l'environnement met en jeu une dimension planétaire de l'action humaine en même temps qu'un rapport concret, sensible et direct d'un individu avec le monde qui l'entoure (Bérard, 2015 ; Beuret, 2016). Les activités de production décentralisées d'énergies renouvelables, parmi lesquelles figurent l'activité de méthanisation agricole, constituent ainsi des hypothèses de résolution des problèmes posés par le réchauffement climatique. Toutefois, en même temps qu'elle participe à opérer un changement sur les conséquences globales de la production d'énergie, l'activité de méthanisation tend à modifier l'environnement concret du territoire qui l'accueil. Il est ainsi possible d'observer la connexion de l'activité de méthanisation avec « ses » environnements (Lascoumes, 1994) envisagés à différentes échelles.

Sur le territoire d'accueil du projet, l'enquête menée par le collectif d'opposition sur l'activité met en évidence des conséquences sur l'environnement direct de l'usine, conséquences jugées inacceptables, sans qu'il soit besoin d'interroger la qualification écologique des finalités poursuivies. La valeur environnementale du projet de méthanisation est écartée au regard de ses conséquences sur son environnement immédiat. Le public évalue la mise en œuvre territoriale de la méthanisation autour de la question de son implantation et des risques nouveaux que la création de l'usine fait peser sur la population.

> « C'est à dire que nous, l'état zéro, c'est zéro nuisance aujourd'hui »[3]

L'angle d'évaluation n'est pas celui d'une mise en balance des coûts et des bénéfices environnementaux du projet de méthanisation (Sébastien, 2013), prenant en considération les conséquences de l'activité à différentes échelles de qualification de l'environnement. La méthanisation est évaluée sous l'angle d'une exigence de neutralité de l'activité à l'échelle locale, excluant dès lors la poursuite du développement par la mise en œuvre d'une logique de compensation des nuisances (Jobert, 1998). Il ne s'agit pas de rechercher des bénéfices environnementaux, qu'ils soient caractérisés à une échelle globale ou locale, mais de sanctuariser l'environnement local. L'activité, dans son principe, est disqualifiée du point de vue environnemental dès lors que sa mise en œuvre suppose de porter atteinte à la qualité de l'environnement qui doit l'accueillir.

2 Pétition « Non à l'usine de méthanisation à [nom de commune] » - Site internet du collectif d'opposition au projet.

3 Entretien porteur de projet – 1er mars 2017.

> « C'était pas comme l'éolien où souvent les opposants de l'éolien disent j'ai rien contre l'éolien, mais pas là. Il y a d'autres endroits pour faire des éoliennes. Sur la métha malheureusement, le message c'était un message plus de fond, c'est ni ici ni là. C'était une opposition sur le principe de la métha. »[4]

S'appuyant sur la disqualification de l'activité en tant qu'elle porte atteinte à son environnement d'accueil, l'enquête menée par le collectif d'opposition sur la valeur environnementale du projet de méthanisation s'oriente vers l'identification d'une méthanisation exemptes de risques sur son environnement immédiat. Le public s'empare ainsi de la qualification agricole du projet, mettant en évidence les conséquences de l'intégration de la méthanisation agricole dans une dynamique territoriale de promotion de l'écologie industrielle.

L'identification de la « vraie » méthanisation agricole

La qualification agricole de l'activité de méthanisation est susceptible de recouvrir des réalités diversifiées, allant du regroupement de plusieurs dizaines de structures agricoles mettant en commun leurs déchets, à des installations plus rudimentaires chargées de traiter les déchets d'une seule ferme. L'approche « rustique » implique très peu de déplacement de la matière organique méthanisable, qui doit seulement transiter des champs alentours ou de l'étable vers le méthaniseur. L'option du regroupement des intrants implique au contraire une mise en mouvement de la matière sur un territoire, dans une aire dont les frontières sont déterminées par des contraintes d'ordre technico-économique, caractérisées par le coût du transport de la matière et par l'enjeu d'amélioration du bilan environnemental des installations de méthanisation (Tritz, 2012). Dans cette perspective, la méthanisation repose ainsi sur de nouveaux modes d'organisation entre agriculteurs, fondés sur des échanges de matières à l'échelle du territoire et caractérisant la mise en œuvre dans le monde agricole des principes de l'écologie industrielle (Plumecocq et al., 2018).

> « Après on parle de quoi en méthanisation agricole ? Parce que vous avez des tailles énormes, des regroupements de projets. Le plus gros projet qui est dans les landes, en méthanisation agricole, Méthalandes, il doit faire 180 000 tonnes, majoritairement de lisiers de canard, donc c'est toute la filière foie gras qui se regroupe. Donc là c'est énorme. Et puis de l'autre côté vous avez des agriculteurs qui ont 1000, 2000 tonnes, et qui veulent faire quelque chose beaucoup plus rustique. »[5]

Dans ce contexte d'incertitude sur le contenu de l'activité, la méthanisation agricole est régulièrement présentée comme relevant d'une logique purement circulaire de traitement de la matière, logique aux termes de laquelle rien ne change au cycle ordinaire de celle-ci, on introduit simplement une étape dite de « valorisation » à travers la production de l'énergie. Cette présentation tend cependant à rapporter exclusivement l'activité de méthanisation agricole à une solution de captation de l'énergie à travers le traitement, qui serait par ailleurs « neutre », des effluents disponibles au sein d'une exploitation. Elle conduit dès lors à invisibiliser la logique de circulation de la matière sur le territoire qu'implique la conception de la méthanisation agricole dans une dynamique d'écologie industrielle.

> « En France, la moitié des déchets agricoles c'est des lisiers et des fumiers, des matières issues des élevages du coup ces lisiers ils sont stockés au champ et après, quand on peut les mettre sur

4 Entretien CR Occitanie – 16 juin 2017.

5 Entretien Ademe – 17 mars 2017.

la culture, ils sont épandus. Et donc là, le gros intérêt de la méthanisation, c'est qu'on garde ce retour au sol au champ, mais au passage on capte le potentiel énergétique de la ressource (…), on rajoute une étape sans révolutionner le système »[6]

Cette conception de la méthanisation agricoles, fondée sur une dynamique de circulation des déchets agricoles, est mise en évidence dans le processus de construction du projet de méthanisation étudié. En effet, l'agriculteur qui porte le projet n'est pas un éleveur. Il ne dispose donc d'aucun fumier sur sa propre exploitation. L'interdiction légale des cultures dédiées le conduit à envisager d'alimenter son méthaniseur avec les résidus de céréales jusqu'alors laissés au sol dans ses champs. Cette source d'intrants n'est cependant pas suffisante pour justifier les investissements financiers qu'implique la construction d'installations de méthanisation. Ainsi, une large part des déchets envisagés pour l'alimentation du méthaniseur sont des fumiers provenant des centres équestres de la région et des déchets verts des collectivités locales alentours. La genèse du projet repose donc sur l'identification d'un gisement, extérieur à l'exploitation agricole qui va en opérer le traitement, correspondant à un « potentiel méthanisable ».

« Grosso modo j'ai pas le truc mais c'est 5/6000 tonnes de déchets verts, pour 15 000 tonnes de déchets agricoles. Et puis quand bien même, si c'était moins de déchets urbains, ce serait aussi intéressant. On a mis ça parce que c'est ce qu'on a identifié localement. »[7]

L'approvisionnement du méthaniseur par un gisement de déchets identifiés localement caractérise la construction du projet dans les principes de l'écologie industrielle, impliquant que « *le déchet de l'un devienne une ressource pour l'autre* » (Brullot, Junqua et Zuindeau, 2017). Cette logique d'approvisionnement emporte des conséquences sur le dimensionnement des installations. En effet, dès lors qu'elle introduit la collectivisation des intrants et leur circulation au niveau d'un territoire, et non plus seulement au sein d'une seule exploitation agricole, elle induit un seuil minimal de volume d'intrants à méthaniser pour permettre la rentabilité des investissements engagés. En même temps, elle met en évidence un processus de construction du dimensionnement des installations qui s'articule non pas sur le volume d'intrants disponibles, mais sur un calcul de rentabilité, calcul au terme duquel les déchets méthanisables sont une simple variable d'ajustement.

« C'est qu'au niveau financier du coup on n'arrivait pas à trouver une rentabilité à 10000 tonnes, et du coup il a demandé à ce qu'on double la taille de l'installation pour qu'on puisse arriver à un effet d'échelle plus intéressant »[8]

La nature de cet approvisionnement justifie, du point de vue réglementaire, la qualification agricole de l'activité[9]. Cette caractéristique est pourtant disqualifiée par le public au regard de la taille du projet, peu importe la qualification légale qu'il est susceptible de recevoir. Le volume des intrants, leur source, extérieure à l'exploitation accueillant l'usine, et le nombre de digesteurs nécessaires pour les traiter sont les critères de l'évaluation opérée par le public. Le projet est ainsi requalifié comme relevant d'une méthanisation industrielle. Il est mis en opposition avec la « vraie » méthanisation agricole, correspondant à des installations de taille

6 Entretien Solagro – 12 mai 2017.

7 Entretien porteur de projet – 1er mars 2017.

8 Entretien Solagro – 12 mai 2017.

9 La méthanisation est une activité « agricole » l'activité fonctionne avec au moins 50 % de matières provenant d'exploitations agricoles (article L 311-1 du code rural).

plus modeste, installées dans l'enceinte d'une ferme et qui doivent traiter les effluents de cette exploitation, avec pas ou peu d'apports extérieurs.

> « Nous avons ainsi le droit de préférer [la] méthanisation agricole à [la] méthanisation industrielle »[10]

> « Nous souhaitons cependant vous alerter sur les risques de dérives que peuvent constituer, face à une politique de transition énergétique ambitieuse, certains projets opportunistes dont les initiateurs ont saisi tous les codes porteurs, mais qui s'avèrent, si on s'y intéresse précisément, écologiquement discutables, et ne portent d'agricoles que le nom »[11]

Le public interroge ainsi la valeur environnementale du projet d'usine de production de biogaz non plus seulement sous l'angle de son impact sur le territoire qui doit l'accueillir mais dans la perspective des enjeux qui en sous-tendent la construction. Le projet est dénoncé en tant qu'il met en évidence une méthanisation « financière » guidée par l'opportunité de bénéficier de subventions publiques. L'activité est ainsi invalidée au regard de la priorité économique qui guide sa construction. Pour le public, le projet met en évidence la logique qui préside aux conceptions institutionnelles de l'économie circulaire, conceptions aux termes desquelles les enjeux écologiques apparaissent au second plan (Buclet, 2015 ; Desvaux, 2017). À travers la disqualification de la valeur environnementale du projet dans la perspective de sa dimension industrielle, le public procède à l'invalidation de la connexion qu'il établit entre l'agriculture et l'écologie industrielle.

Conclusion

La recherche par un public, évoquée par Dewey, du contrôle des conséquences d'une activité correspond à la mise en œuvre d'une action tendant à protéger l'environnement vis-à-vis duquel les individus partagent l'identification d'impacts potentiellement délétères. Pour parvenir à cet objectif, le public doit évaluer ces impacts à l'occasion de la mise en œuvre d'une enquête sur l'activité. La qualification de la dimension environnementale correspond ainsi à un processus d'évaluation des conséquences de l'activité par les différents publics qui la prennent en charge.

La qualification environnementale de l'activité de méthanisation agricole est le fruit d'un processus d'enquête et d'évaluation opéré par différents publics des conséquences de l'activité, tant recherchées que subies, à différentes échelles de protection de l'environnement. A la confluence des enjeux de production agricole et d'énergie, la dimension environnementale de la méthanisation agricole se construit à travers leur mise en tension par les publics de l'activité. La qualification environnementale de la méthanisation agricole est alors évaluée au regard des conséquences emportées par l'activité sur ces enjeux.

À partir de l'analyse du conflit suscité par l'introduction d'un projet de méthanisation agricole, il s'agit de dépasser l'apparente ambivalence des mobilisations citoyennes dans le domaine environnemental, en ce qu'elles seraient à la fois moralement légitimes en même temps que partielles et unilatérales dans les objectifs qu'elle poursuivent (Bobbio et Melé, 2015) afin de mettre en évidence qu'elles relèvent d'un processus de qualification environnementale de l'activité opéré par les différents publics qui la prennent en charge.

10 Communiqué de presse - Novembre 2016 - Site internet du collectif d'opposition au projet.

11 Lettre à Mme la Présidente de Région - 9 novembre 2016 - Site internet du collectif d'opposition au projet.

Par ailleurs, dans un contexte où s'organise la procéduralisation de la participation citoyenne à l'évaluation environnementale (Ribot, 2019), le processus de qualification de l'activité de méthanisation agricole en tant qu'activité environnementale montre que l'implication citoyenne dans la démarche d'évaluation s'affranchit des cadres d'une procédure institutionnalisée de participation. Sans chercher à prendre parti contre la participation ou pour le conflit (Bobbio et Melé, 2015), d'autant moins que les deux notions peuvent largement se nourrir l'une de l'autre (Martinais, 2015 ; Suraud, 2006), il convient de souligner la dimension productive du processus qui résulte de la mobilisation des publics constitués autour d'une activité nouvelle afin d'opérer son cadrage environnemental.

Bibliographie

Aissani L., Collet A., Beline F. (2013). Détermination de l'intérêt environnemental via l'analyse du cycle de vie du traitement des effluents organiques par méthanisation au regard des contraintes territoriales. *Sciences Eaux & Territoires*, n° 12, 3, p. 78− 85.

Alaterre J., Herer C., Villerez F. (2015). *Méthanisation*. Paris, École nationale supérieure des mines.

Almansour E., Bonnet J.-F., Heredia M. (2011). Potentiel de production de biogaz à partir de résidus agricoles ou de cultures dédiées en France. *Sciences Eaux Territoires*, n°4, 1, p. 64−72.

Arnsperger C., Bourg D. (2016). Vers une économie authentiquement circulaire. *Revue de l'OFCE*, n° 145, 1, p. 91−125.

Bargues E., Landivar D. (2016). Les organismes de formation comme relais des savoirs officiels et scientifiques liés à la transition écologique. Une approche par la cartographie des controverses. *Formation emploi. Revue française de sciences sociales*, n° 135, p. 29−51.

Beline F., Girault R., Peu P., Tremier A., Teglia C., Dabert P. (2012). Enjeux et perspectives pour le développement de la méthanisation agricole en France. *Sciences Eaux & Territoires*, 2, p. 34-43.

Berard Y. (2015). Introduction. Le global, nouvelle grandeur politique de la nature ? *Natures Sciences Sociétés*, Vol. 23, 3, p. 217−225.

Beuret J.-E. (2016). La confiance est-elle négociable ? La construction d'un intérêt général territorialisé pour l'acceptation des parcs éoliens offshore de Saint Brieuc et Saint Nazaire. *Géographie, économie, société*, Vol. 18, 3, p. 335−358.

Bidet A. (2008). La genèse des valeurs : une affaire d'enquête. *Tracés. Revue de Sciences humaines*, n° 15, p. 217−228.

Bidet A., Quéré L., Truc G. (2011). Ce à quoi nous tenons. Dewey et la formation des valeurs. *La formation des valeurs*. Paris, La Découverte, p. 5−64.

Bourdin S., Nadou F., Raulin F. (2019). Les collectivités locales comme acteurs intermédiaires de la territorialisation de la transition énergétique : l'exemple de la méthanisation. *Géographie, économie, société*, Vol. 21, 4, p. 273−293.

Brullot S., Junqua G., Zuindeau B. (2017). Écologie industrielle et territoriale à l'heure de la transition écologique et sociale de l'économie. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 5, p. 771−796.

Buclet N. (2015). Économie circulaire et écosystèmes portuaires. Écologie industrielle et économie circulaire, EMS Management et société, p. 27−41.

Cailleau I. (2016). Appréhender l'émergence d'un texte commun au moyen d'une approche transactionnelle pragmatiste. *Recherches en communication*, 42, p. 175−187.

Camguilhem S. (2018). Contestation civique des unités de méthanisation agricole, une mise en discussion publique des risques. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°19/3, p. 161-170.

Cefaï D. (2013). L'expérience des publics : institution et réflexivité. *Espacestemps.net* https://www.espace-stemps.net/articles/lexperience-des-publics-institution-et-reflexivite/

Daniel F.-J. (2019). La gêne olfactive comme processus collectif d'attachement. *Ethnologie française*, n° 174, 2, p. 421−434.

Debref R., Nieddu M., Vivien F.-D. (2016). Flux de matières et d'énergie : produire dans les limites de la biosphère. *L'Économie politique*, n° 69, 1, p. 24−35.

Desvaux P. (2017). Économie circulaire acritique et condition post-politique : analyse de la valorisation des déchets en France. *Flux*, n° 108, 2, p. 36−50.

Dewey J. (1967). *Logique : la théorie de l'enquête*. Paris, Presse Universitaires de France.

Dewey J. (2010). *Le public et ses problèmes*. Paris, Gallimard.

Dewey J. (2014). *La quête de certitude. Une étude de la relation entre connaissance et action*. Paris, Gallimard.

Dewey J., Bentley A.F. (1975). *Knowing and the known*. Westport, Conn. Greenwood Press.

Evrard A. (2014). Les énergies renouvelables et l'électricité. À propos d'un conflit entre un secteur et une alternative de politique publique. Écologie & politique, n° 49, 2, p. 67−80.

Foucart J. (2013). Pragmatisme et transaction. La perspective de John Dewey. *Pensée plurielle*, n° 33-34, 2, p. 73−84.

Hennion A., Monnin A. (2020). Du pragmatisme au méliorisme radical : enquêter dans un monde ouvert, prendre acte de ses fragilités, considérer la possibilité des catastrophes. Introduction au Dossier. *SociologieS*.

Jeanneaux P. (2006). Economie de la décision publique et conflits d'usages pour un cadre de vie dans les espaces ruraux et périurbains. *Développement durable et territoires. Économie, géographie, politique, droit, sociologie*, Dossier 7.

Jobert A. (1998). L'aménagement en politique. Ou ce que le syndrome NIMBY nous dit de l'intérêt général. *Politix*, n° 42, 2, p. 67−92.

Lascoumes P. (1994). *L'éco-pouvoir : environnements et politiques*. Paris, La Découverte.

Lemieux C. (2007). À quoi sert l'analyse des controverses ? *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, n° 25, p. 191−212.

Lemieux C. (2018). Paradoxe de la modernisation. *Politix*, n° 123, 3, p. 115−144.

Lupton S. (2018). Jusqu'où doit-on promouvoir l'économie circulaire ? *Pour*, n° 236, 4, p. 87−93.

Martinais E. (2015). Le conflit comme mode de participation. Les habitants contestataires de la politique de prévention des risques industriels. *Participations*, n° 13, 3, p. 89−117.

Pierre G. (2015). Agriculture et énergies renouvelables. *Pour*, n° 228, p. 28−40.

Plumecocq G., Debril T., Duru M., Magrini M.-B., Sarthou J.-P., Therond O. (2018). Caractérisation socio-économique des formes d'agriculture durable. Économie rurale. Agricultures, alimentations, territoires, n° 363, p. 99−120.

Poinsot Y. (2015). Circonscrire les gisements de biomasse-énergie pour protéger l'alimentation et la biodiversité : le défi intenable. *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, Volume 15 Numéro 1.

Sadones P. (2013). Agriculture et production d'énergie dite renouvelable : pourquoi ? comment ? *Pour*, n° 218, 2, p. 109−120.

Sebastien L. (2013). Le nimby est mort. Vive la résistance éclairée : le cas de l'opposition à un projet de décharge, Essonne, France. *Sociologies pratiques*, n° 27, 2, p. 145−165.

Suraud M.-G. (2006). L'espace public. Entre autonomie et institutionnalisation. Le cas d'un débat sur les risques industriels. *Communication. Information médias théories pratiques*, Vol. 24/2, p. 9−28.

Thomas M., Fortun-Lamothe L., Jouven M., Tichit M., Gonzalez-Garcia E., Dourmad J.Y., Dumont B. (2014). Agro-écologie et écologie industrielle : deux alternatives complémentaires pour les systèmes d'élevage de demain. *INRAE Productions Animales*, n° 27, 2, p. 89−100.

Tritz Y. (2012). Le Système énergétique agri-territorial : les bioénergies comme outil de développement local. *Géographie, économie, société*, Vol. 14, 1, p. 31−52.

Le discours nationaliste dans l'espace numérique vietnamien : le cas de la catastrophe environnementale Formosa en 2016

Nationalist Discourse in Vietnam's Digital Space: The Case of the Formosa Environmental Disaster in 2016

Thi Thanh Phuong Nguyen-Pochan, docteure en SIC
Membre associé du CEMTI (Université Paris 8)
phuongpochan@gmail.com

Mots-clés : Vietnam, Discours nationaliste, Espace numérique, Formosa

Key-words: Vietnam, Nationalist Discourse, Digital space, Formosa

Résumé

Par le biais du cas de la catastrophe environnementale Formosa au Vietnam, j'examinerai comment le discours nationaliste se mêle à cette affaire afin de recadrer l'événement et récupérer la colère en sa faveur. En s'appuyant sur le corpus constitué de 682 articles publiés par le site internet Bauxite Vietnam (BVN) entre avril 2016 et mai 2017, cette étude éclairera les enjeux du discours nationaliste dans la reconfiguration de l'espace numérique à l'œuvre dans le contexte de l'autoritarisme vietnamien.

Abstract

Through the Formosa environmental disaster in Vietnam, I will examine how nationalistdiscourse intermingles with this case in order to reframe the event and gather anger in its own favor. Drawing on a corpus of 682 articles published by the Bauxite Vietnam (BVN) website between April 2016 and May 2017, this study will clarify important issues raised by the nationalist discourse in the reconfiguration of the digital space at work in the context of Vietnamese authoritarianism.

Le discours nationaliste dans l'espace numérique vietnamien : le cas de la catastrophe environnementale Formosa en 2016

Thi Thanh Phuong Nguyen-Pochan

En avril 2016, le Vietnam a connu le plus grave épisode de pollution depuis la fin de la guerre d'Indépendance (1975). Le coupable principal identifié était l'aciérie Formosa Hà Tĩnh, la branche vietnamienne de la multinationale *Formosa Plastics Group* basée à Taiwan. Cette usine a rejeté en mer d'importantes quantités de substances chimiques toxiques qui ont pollué plus de 200 km de côte dans le centre du Vietnam, endommagé la vie marine, fragilisé la vie quotidienne de plus de 176.000 personnes ainsi que l'économie locale dépendante de la pêche et du tourisme. Cet incident a déclenché un tollé jamais vu au cours des deux dernières décennies. La colère a augmenté lorsque les autorités vietnamiennes ont choisi de soutenir Formosa, censurer strictement les médias et réprimer les manifestants, en particulier lesprêtres catholiques – acteurs clés des manifestations dans les provinces du centre. Pour les autorités, l'affaire Formosa est un sujet sensible car elle touche au domaine desinvestissements étrangers - l'un des principaux moteurs de la croissance économique du pays.

Mon étude ne traitera pas les mouvements contestataires issus de la société civile maisportera sur le discours nationaliste qui, dans notre hypothèse, se mêlerait à cette affaire afin derecadrer l'événement et récupérer la colère en sa faveur. Mon choix s'explique parl'inscription durable du discours nationaliste dans les mouvements contestataires ces dixdernières années. Mon analyse s'appuiera sur un corpus constitué de 682 articles publiés parle site Bauxite Vietnam (BVN) qui ont couvert l'affaire Formosa entre avril 2016 et mai 2017.

En premier temps, je parlerai de la reconfiguration des espaces publics vietnamiens à l'ère numérique et du discours nationaliste ; et en second temps, je présenterai mon analyse du corpus et expliciterai les enjeux politique et communicationnel du discours nationaliste dans l'affaire Formosa.

Le discours nationaliste et la reconfiguration de l'espace public vietnamien à l'ère numérique

L'espace public vietnamien à l'ère numérique

À la suite du VIe congrès national en 1986, le parti communiste vietnamien (PCV) a lancé le programme des réformes socioéconomiques marquant l'ouverture du pays à l'économie mondiale. Cette *perestroïka* à la vietnamienne a donné un souffle d'espoir pour la démocratisation de la vie politique. Plusieurs hauts dirigeants et intellectuels du parti préconisèrent une réforme totale pour ouvrir la voie à la liberté d'expression et au pluralisme politique (Thayer 2006, Kerkvliet 2019). Ces efforts ont été durement étouffés. La revendi-

cation des réformistes s'est progressivement tournée vers la contestation de plus en plus ouverte à l'encontre du PCV.

Si la contestation n'a jamais cessé d'exister au Vietnam sous le régime communiste (Boudarel 1991, Kerkvliet 2014), elle n'eut pourtant aucune visibilité au regard de la population. Il faut attendre jusqu'à la fin des années 1990 pour que la voix contestataire soit audible grâce à l'arrivée d'Internet. Les mutations de ces dix dernières années révèlent un lienindéniable entre les manifestations massives et la croissance exponentielle de l'utilisation d'Internet. S'il y avait seulement 204.000 internautes en 2000 (soit 0,3% de la population totale), ce nombre est passé à 64 millions (soit 67%) en 2018 ; *Facebook* étant le réseau socialle plus fréquenté : avec 58 millions d'utilisateurs, le Vietnam se place en septième position au classement mondial (Nguyen-Pochan, 2018a). L'émergence de la société civile depuis les années 2000 (Wells-Dang, 2014) résulterait à la fois du contexte de réforme et de l'usage massif des médias numériques.

Au Vietnam, la presse privée n'est pas autorisée, les organisations indépendantes et les manifestations sont mises hors la loi. Les formes de participation et de revendication se multiplient alors sur Internet. Les plateformes numériques constituent des médias de substitution pour les voix critiques qui sont censurées et stigmatisées par les médias officiels. Se dressant comme un nouveau défi pour l'autoritarisme vietnamien, ces nouveaux médias sont devenus la cible la plus attaquée par les autorités (Abuza, 2015 ; FIDH 2013, 2018). Jusqu'en 2020, le Vietnam occupe toujours la 175e place (sur 180) au Classement mondial de la liberté de la presse de RSF.

La surveillance policière des médias sociaux renforce leur autorité, bâtie sur les pratiques et l'éthique du journalisme citoyen, et la solidarité des activistes qui, malgré des divergences, sont minoritaires et extrêmement vulnérables face à la répression policière. Les médias sociaux relaient régulièrement les publications entre eux et affirment leur autonomisation vis-à-vis des médias officiels. Parmi les nouveaux médias, le site Bauxite Vietnam (BVN) est représentatif de la voix des réformistes qui poursuivent la revendication pour une réforme totale du système. Sa naissance est liée aux controverses autour des projets gouvernementaux d'exploitation des mines de bauxite en 2009 au sein desquelles on observe une majorité de critiques issues des élites du PCV (Marston 2012 ; Morris 2013). Le site BVNest ensuite devenu un forum de discussion au quotidien pour l'intelligentsia vietnamienne sur toutes les affaires publiques.

Le discours nationaliste et les réformistes patriotes

Les tensions en mer de Chine méridionale entre le Vietnam et la Chine se sont accrues depuis des années 2000 dès lors que la Chine a multiplié ses actes hégémoniques et revendiqué de manière arbitraire les territoires maritimes (Colin, 2011). Face à ces provocations chinoises, l'attitude du PCV se révèle ambigu : d'un côté, il recourt à sescontacts directs avec le Parti communiste chinois (PCC) pour sortir de la crise - un acte perçu par la population comme un aveu de faiblesse et d'allégeance à la Chine (Fau 2015, Lê 2013) ; et de l'autre, il réprime des manifestations antichinoises et censure les médias sous prétexte de mesures de sécurité (Nguyen-Pochan, 2018b). Dans ce contexte, le nationalisme antichinois émerge et s'insinue dans tous les mouvements contestataires, et ce en raison à la fois de sa valeur hégémonique et de son discours de contre-pouvoir.

Le nationalisme vietnamien, forgé depuis le début du XXe siècle par les mouvements indépendantistes et anticoloniaux, est marqué par des conjonctures douloureuses de l'histoire moderne mais aussi des récits de résistances millénaires contre la domination chinoise. Durantces trois dernières décennies, le PCV a lui-même suscité un retour aux sources et exalté un nationalisme culturel (Nguyen-Pochan, 2017). Ainsi, le discours nationaliste sert de consensus hégémonique pout tout dialogue entre le pouvoir et la société civile. Or ce consensus est sous tension en permanence car le nationalisme vietnamien est *de facto* pluriel. Il ne se limite pas au ressentiment envers la Chine mais revêt également les sentiments anticommunistes et revivalistes nés de la fracture nationale durant les deux guerres du XXe siècle (Guillemot, 2004). Dans le contexte actuel, ce nationalisme pluriel se cristallise dans un fort ressentiment envers la Chine - l'ennemi éternel de la nation. Il est si pesant qu'aucun mouvement ou aucune revendication ne doit menacer la souveraineté nationale qu'elle soit territoriale, politique, économique, culturelle ou ethnoreligieuse. Cela a pour effet de réduire les divergences de fond dans les débats publics.

Parmi les voix contestataires contre le régime, celle des dissidents politiques n'a pas réussi à gagner la confiance des populations en raison de leur position *outsider* du système ; leur contestation est parfois interprétée comme l'expression d'un mécontentement personnel.

Alors que celle des réformistes patriotes reçoit naturellement le respect du public car elle est exprimée par des intellectuels *insiders* qui ont su mettre l'intérêt de la nation au-dessus de leur intérêt personnel, à savoir leur place privilégiée. Ainsi, la force de rassemblement des réformistes proviendrait de leur lien organique avec le pouvoir et de leur statut élitiste qui, dans une perspective néo-gramscienne, leur permettraient de jouer le rôle de connexion entre la sphère de l'Etat et la sphère de la société civile (Gramsci, 2014 : 230). Pour les réformistes dits « patriotes », le nationalisme leur fournit une solution à la tension idéologique née de leur culture moderniste et de leur attachement à la nation traditionnelle. Leur patriotisme, pour ne pas dire revivalisme dans certaines manifestations radicales, consiste à résoudre le problème de sens de leur réforme mais aussi celui de leur raison d'être (Smith, 1983). Dans le contexte actuel, les réformistes patriotes sembleraient être le plus légitimes pour incarner la nation et exprimer la critique à l'encontre du régime.

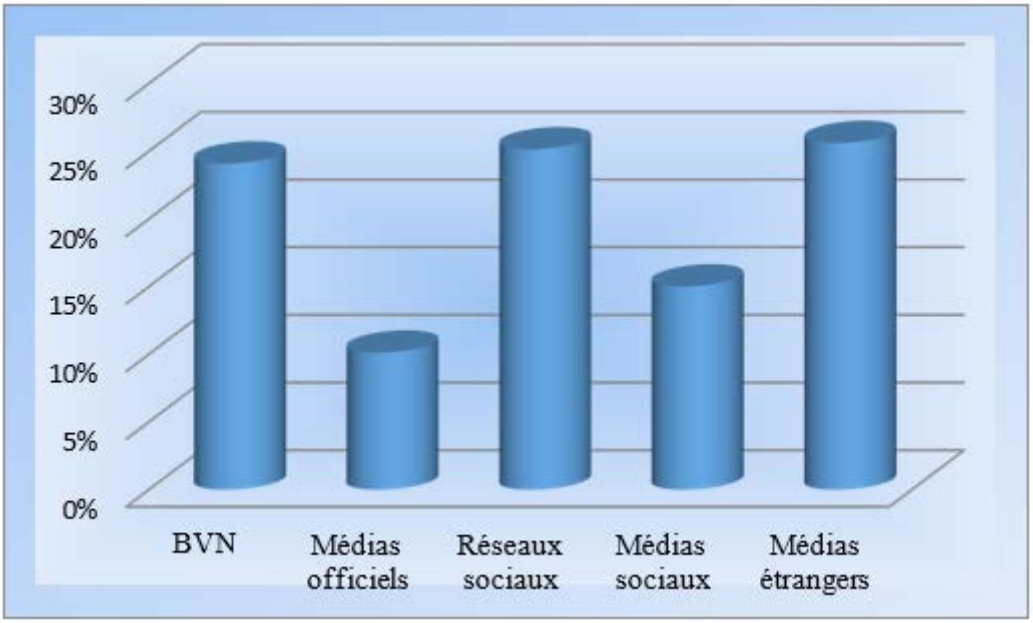
La couverture de l'affaire Formosa par le site BVN

Créé en 2009 par trois intellectuels-fonctionnaires de l'État, le site BVN publie quotidiennement les contributions qui lui sont adressées directement mais aussi relaie les publications issues des autres médias. De 2010 à 2019, le BVN a édité 23.634 publications, soit en moyenne 6,5 publications par jour. Il fait partie des médias sociaux strictement surveillés par la cyber-police et bloqués par le pare-feu.

La répartition des sources et des thématiques

J'ai énuméré de manière exhaustive ses 682 publications couvrant l'affaire Formosa entre avril 2016 et mai 2017, en identifiant les cinq sources suivantes : le BVN, les médias officiels du régime, les réseaux sociaux *Facebook* et *YouTube*, les médias sociaux (sites internet et blogs), les médias étrangers (version vietnamienne et blogs collaboratifs des médias internationaux et les médias de la diaspora vietnamienne).

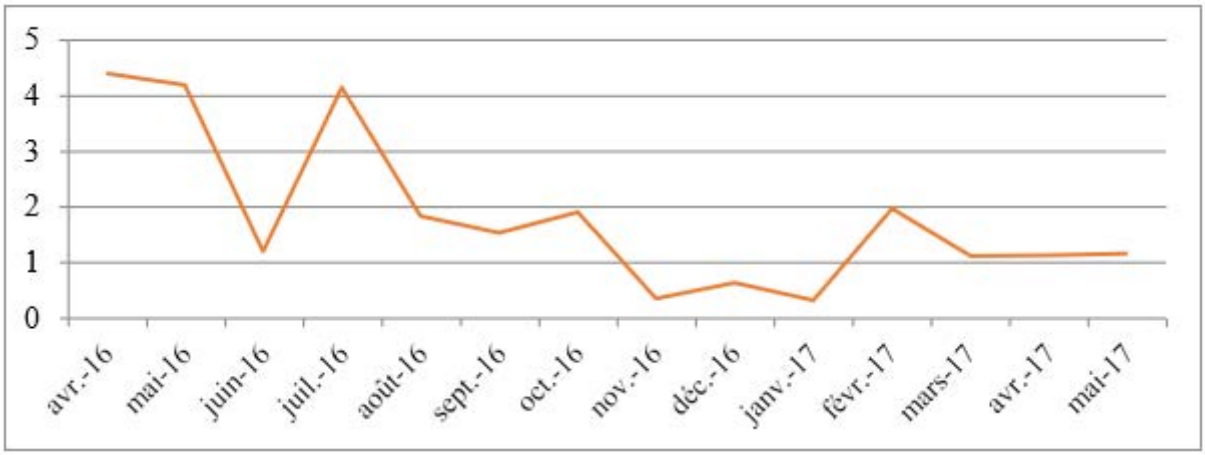
La répartition des sources est mesurée en fonction de leur nombre d'insertion dans le site BVN : ainsi, plusieurs sources diverses peuvent être insérées dans une publication sous forme d'une synthèse d'information ou sous forme d'un article commenté par la rédaction du BVN.



Graphique 1 - Répartition des sources. Source : auteur

Dans l'ensemble de 682 publications, les médias étrangers représentent la source la plus importante avec 220 contributions, soit 25,61% de la totalité ; s'ensuivent les réseaux sociaux avec 216 contributions, soit 25,14% ; le BVN avec 207 contributions, soit 24,09% ; les médias sociaux avec 129 contributions, soit 15,01% ; et enfin, les médias officiels avec 87 contributions, soit 10,12%. Bien que les médias officiels représentent seulement 10% des sources, leurs informations ont une forte présence dans les autres contributions qui doivent appuyer leur présentation de fait sur les informations officielles.

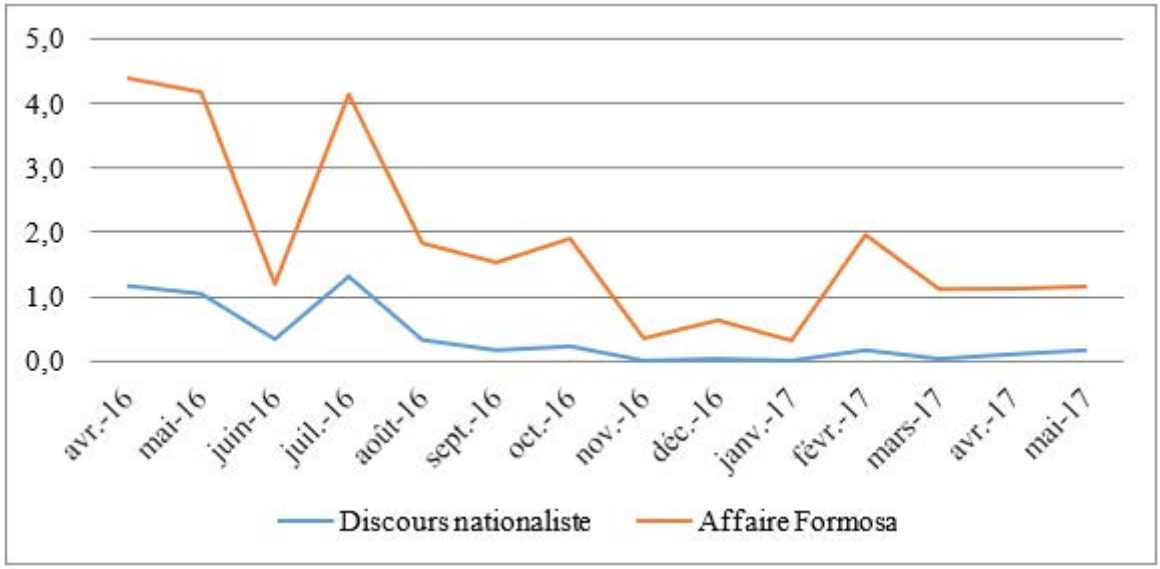
Ensuite, j'ai mesuré l'intensité de la couverture de l'affaire par la moyenne journalière du nombre des publications : elle s'est progressivement affaiblie au fil du temps.



Graphique 2 - Intensité de la couverture de l'affaire Formosa. Source : auteur

À partir du mois de mai 2017, l'écho de l'affaire s'est nettement affaibli et s'est tourné vers la protestation contre la répression policière vis-à-vis des prêtres catholiques. D'autre part, la protestation des habitants du village *Dong Tam* contre la réquisition forcée de leur terre par l'autorité de la ville de Hanoi a surgi comme un événement saillant et attiré toute l'attention des médias.

En fonction de mon objectif d'étude enfin, je distingue deux grandes thématiques : celle non-nationaliste et celle nationaliste. Sur l'ensemble de 682 publications, j'identifie 130publications porteuses du discours nationaliste, soit 19,06% de la totalité. L'intensité du discours nationaliste est un autre indicateur qui montre son inscription dans le temps. Comme le montre le tableau 3, la courbe du discours nationaliste suit de près celle de la couverture de l'affaire.

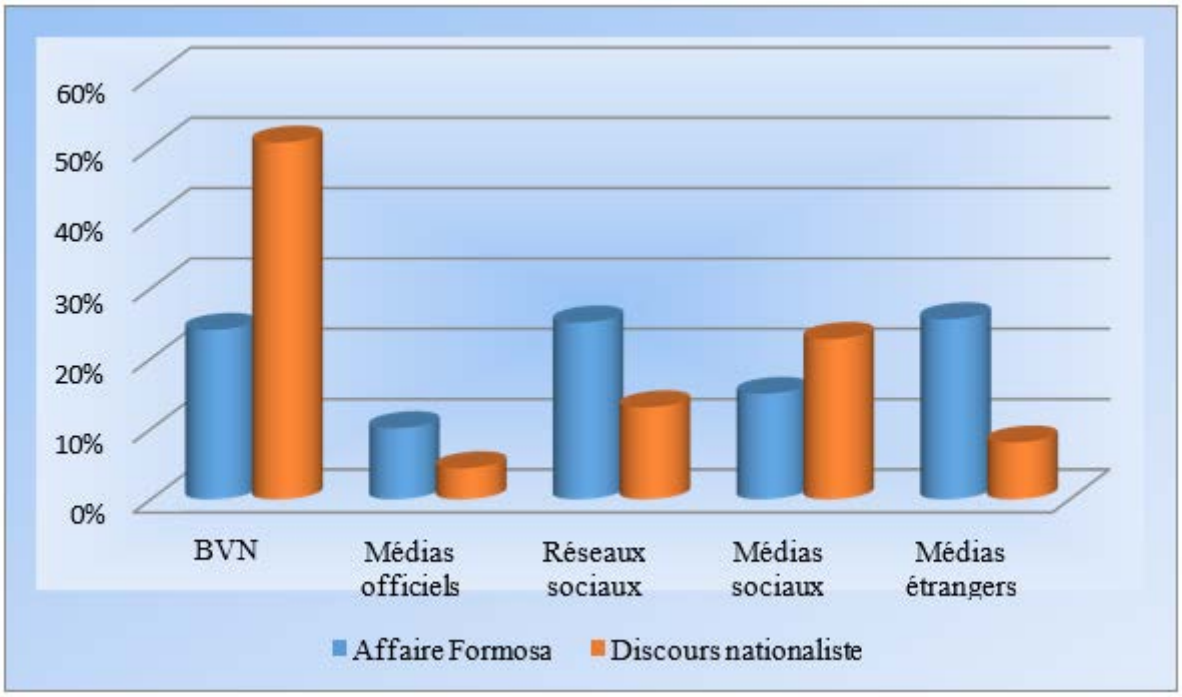


Graphique 3 - L'intensité de la couverture de l'affaire et du discours nationaliste. Source : auteur

La majorité écrasante (plus de 80%) des informations sont donc dédiées aux thèmes non-nationalistes. Ces informations riches et variées donnent à découvrir un activisme environnemental qui a nettement évolué ces deux dernières décennies au Vietnam avec une forte prise de conscience des populations sur l'enjeu environnemental en lien avec la justice sociale (Gillespie & *al*. 2019, Nguyen & Datzberger 2018, Vu 2017, Wells-Dang, 2012). Pourtant, notre étude ne porte pas sur cet activisme mais cherche à expliquer comment les thèmes nationalistes, représentant seulement 19% des informations, viennent se mêler à l'affaire et la récupèrent en sa faveur.

Modalités d'insertion et enjeux du discours nationaliste

Tout d'abord, la répartition des sources montre une distribution disproportionnée du discours nationaliste : le BVN occupe 50,73% des contributions porteuses du discours nationaliste ; s'ensuivent les médias sociaux avec 22,79%, les réseaux sociaux avec 13,23%, les médias étrangers avec 8,82% et les médias officiels avec 4,41%.



Graphique 4 - Comparer la répartition des sources de la couverture de l'affaire Formosa et celle du discours nationaliste. Source : auteur

Parmi les médias sociaux se trouvent les sites et blogs très populaires et régulièrement attaqués par les autorités tels que *Les citoyens journalistes*, *Anh Ba Sam*, *Vietnam Times*, *Viet-studies* et *Journal de droit*. Dans la mesure où le BVN est lui-même un média social, force estde constater que les médias sociaux sont le premier contributeur du discours nationaliste : comme le montre le tableau 4, leur taux de contribution du discours nationaliste (plus de 72%)est plus important que celui de l'affaire (40%) ; et cela n'est pas le cas pour les médias officiels, les réseaux sociaux et les médias étrangers. Quant aux médias étrangers (RFA, VOA, BBC), ce sont les blogs collaboratifs qui contribuent à la majorité d'articles (9 sur 12 publications) : il s'agit donc des contributions personnelles d'auteurs plutôt que celles des médias *stricto sensu*.

Les auteurs du discours nationaliste sont variés : 29 intellectuels et hauts fonctionnaires de l'État (ambassadeurs, dirigeants, officiers de l'armée et de la police, scientifiques, journalistes, écrivains, professeurs universitaires, enseignants, *etc*.) ; 7 intellectuels de la diaspora vietnamienne ; 2 dissidents politiques qui sont exilés en France ; 33 journalistes indépendants et activistes ; 3 responsables religieux ; et 4 journalistes du régime. Il y a également les auteurs collectifs : la rédaction du BVN, les organisations de la société civile et les intellectuels qui sont les signataires de pétitions collectives.

Les auteurs du discours nationaliste sont, pour la majorité, des auteurs connus de leur public, à savoir les internautes qui suivent les médias et réseaux sociaux ; certains anciens dirigeants, intellectuels et hauts fonctionnaires de l'État sont connus du grand public. Leurs parcours intellectuel et politique sont pourtant très divers et expliquent la complexité du discours nationaliste.

Quant aux contenus du discours nationaliste, j'ai dégagé six thématiques suivantes :

1) *Le projet Formosa est adossé par le PCC* pour servir de couverture aux manigances chinoises, dans ce cas précis, son intention d'éliminer la race vietnamienne ; l'interrogation sur la position de Taïwan.

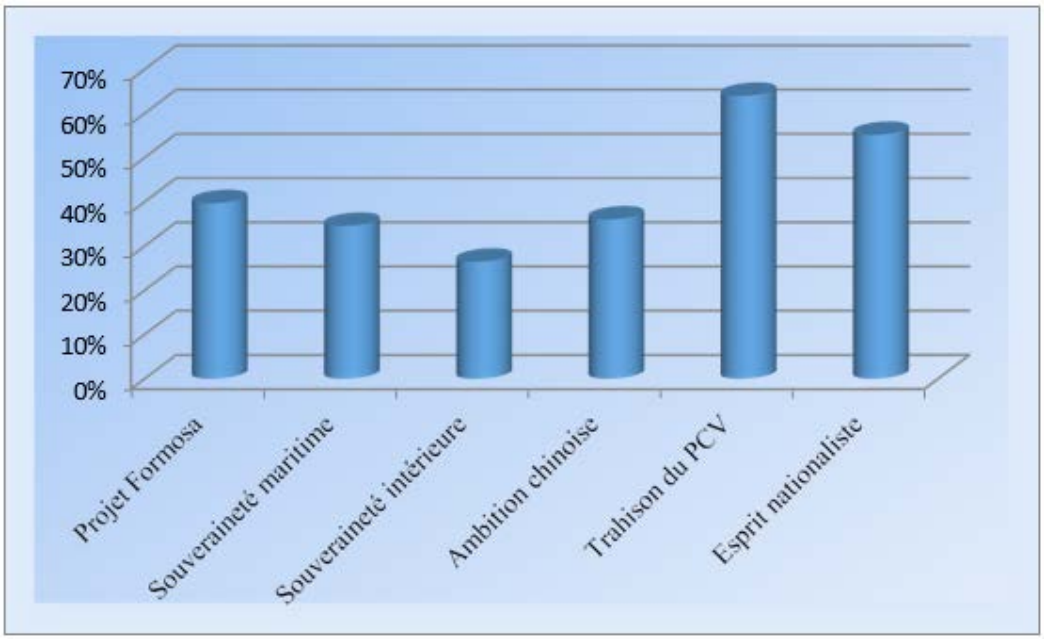
2) *La souveraineté maritime en danger* : l'aciérie Formosa est située à proximité du port maritime de Vũng Áng - zone stratégique pour la défense nationale ; et la cessation de la pêche en haute mer par les pêcheurs vietnamiens, considérés comme « bornes mobiles de la souveraineté nationale ».

3) *La souveraineté terrestre et la sécurité nationale sous menace* : la zone industrielle de Vũng Áng (où se trouve Formosa) est devenue une « concession chinoise » impénétrable pour les Vietnamiens ; et la Chine y fait venir massivement des travailleurs chinois qui constituent son armée secrète pour provoquer l'insécurité intérieure au Vietnam.

4) *L'ambition annexionniste de la Chine de longue durée* : histoire millénaire de la domination chinoise ; histoire moderne du rapport asymétrique entre les deux pays ; stratagèmes chinois ; provocations chinoises en mer de Chine méridionale.

5) *La trahison du PCV* : complice du crime Formosa et des complots de la Chine ; allégeance servile au PCC au détriment de l'intérêt national ; répression policière à l'encontre de son peuple ; discours calomnieux des médias officiels vis-à-vis des manifestants patriotes ; diviser la solidarité nationale et inciter les conflits religieux.

6) *L'esprit nationaliste* : valeur et identité nationales ; attachement à la nation ; fierté nationale blessée ; esprit indomptable et solidarité du peuple vietnamien ; fort ressentiment envers les Chinois ; figure de l'Autre (ici les Chinois sournois et diaboliques mais aussi le PCV, le traître à la nation) ; figure de l'Allié (ici les États- Unis et d'autres forces progressistes dans le monde) ; nationalisme pessimiste (désespéré et impuissant face à la catastrophe génocidaire de la nation, à la perte de l'identité nationale et de la souveraineté territoire, s'apitoyer sur son sort face àd'autres nationalismes puissants, etc.).



Graphique 5 - Répartition des thèmes du discours nationaliste. Source : auteur

Tous les thèmes du discours nationaliste révèlent une forte obsession de la menace chinoise et celle de la complicité du PCV avec la Chine. La trahison du PCV est le thème le plus abordée, représentant 63,97% du discours nationaliste ; s'ensuivent l'esprit nationaliste avec 55,14% ; le projet Formosa avec 39,7% ; l'ambition annexionniste chinoise dans l'histoire avec 36,02% ; la souveraineté maritime sous menace avec 34,55% ; et enfin, la souveraineté et sécurité intérieure avec 26,47%.

Fig. 1 - Page Facebook de Ngô Thị Kim Cúc, le 13 juillet 2016

Les mots utilisés pour critiquer Formosa, la Chine et le PCV ont porté des jugements subjectifs et péjoratifs voire des insultes violentes :

- « Complot » Formosa de la Chine : empoisonnement, crime de génocide, complot sournois, arme redoutable et cruelle, élimination de la race vietnamienne, etc.
- La Chine : Les CC (communistes chinois) ; *Zhongnanhai* – lieu abrite le siège du gouvernement chinois qui se réfère à la nouvelle Cité interdite ; les *Chinetoques* ; le grand *han* (impérialisme *han*) ; chien de chasse ; etc.
- Le PCV : traître à la nation ; celui qui « porte le serpent sur son dos pour tuer le poulet de la maison » (expression désignant le traître à la nation) ; cheval de Troie ; chien de chasse de la Chine ; celui qui vend la nation ; laquais ; larbins, cerveau d'esclave, « talisman mortel » injecté dans le corps national, etc.

L'esprit nationaliste est le thème le plus complexe. Il donne à voir des avis et sentimentsdivers qui expriment *de facto* la pluralité du nationalisme vietnamien : nationalismes traditionnaliste, survivaliste, de pro-pouvoir, de contre-pouvoir, pro-américain, religieux anti- communiste, etc. Plus le sentiment antichinois est fort, plus la colère contre le PCV est grande : celui-ci, et non la Chine, est accusé de principal coupable qui met en danger la souveraineté nationale et la sécurité intérieure.

Enfin, j'identifie les quatre modes d'insertion du discours nationaliste suivants :

1) Mode de constat d'une évidence : affirmation, accusation, dénonciation, appel à mobilisation,

programme d'action, compassion et partage avec les pêcheurs, etc.

2) Mode d'interrogation d'une situation problématique : question, doute, perplexité, incompréhension, mais aussi interpellation ou demande de comptes.

3) Mode de complot : association des faits et des hypothèses pour déduire subjectivement une conspiration complète et parfaite. Par exemple : le processus d'élimination de la nation vietnamienne par la Chine dans le temps long ; l'application par le PCC de l'art de la guerre de Sun Wu ou du jeu d'échecs d'encerclement (jeu de go) pour assiéger et s'emparer de la mer de Chine méridionale.

4) Mode d'enquête : recueil et recoupement des informations et des preuves en vue d'analyse et d'éclaircissement de certaines questions controversées. Par exemple : Mai Thái Lĩnh (*BVN*, 4, 8 et 13/8/2016) a mené une enquête sur le positionnement de Taïwan, le capitalisme de connivence et clientéliste de la Chine et la tendance prochinoise de Formosa pour aboutir à une conclusion sur la complicité entre Formosa et l'entreprise chinoise MCC (bras prolongé du PCC) et à rejeter l'implication de l'administration taïwanaise dans l'affaire.

Les modes de complot et d'enquête utilisent deux inférences différentes. Mais dans la logique du discours nationaliste, ils ont tous les deux amené à la conclusion commune du rôle de la Chine derrière le projet Formosa. Leur existence, bien que minime par rapport aux deux autres modes (constat et interrogation), montre que le discours nationaliste recouvre aussi bien des formes d'expression spéculatives et émotives que celles factuelles et argumentatives dans sa présentation des faits et des situations problématiques.

Les enjeux du discours nationaliste

Sur le plan communicationnel, l'enjeu du discours nationaliste consiste à inscrire l'affaire Formosa dans une longue temporalité et à lui attribuer ainsi un contexte plus large. Plusieurs publications procèdent à ce recadrage sous forme de récits dont la causalité narrativedépasse la cause initiale et l'espace-temps de l'événement. D'autre part, ces récits attribuent laresponsabilité principale au PCV en orientant l'attention vers sa connivence historique avec lePCC. Cette attribution de responsabilité est assez éloignée de celle des thèmes non- nationalistes qui, malgré de fortes critiques vis-à-vis du PCV, ont toujours focalisé sur la responsabilité de Formosa. Le cadrage nationaliste semblerait faire obstacle aux efforts des organisations civiques, vietnamiennes et taïwanaises, dans leur négociation avec l'État et l'entreprise Formosa lorsqu'il transforme un contentieux civil et économique en un problème purement politique.

Mais l'enjeu principal du discours nationaliste se trouve sur le plan politique : comme lemontrent plusieurs publications issues du corpus, la cause profonde du problème réside dans le *statu quo* du régime et sa dépendance à la Chine. Ainsi, ce discours récupère l'affaire Formosa comme prétexte afin de pousser sa revendication pour une réforme totale du systèmeet une politique que les réformistes appellent « échapper à la Chine », sinon, selon eux, la perte de la souveraineté nationale serait imminente. Dans l'effort de rassembler le pluslargement possible les indignés, de ce discours émane un parfum populiste qui discrédite le pouvoir aveugle et brutal, prône la force éternelle du peuple dans le rapport avec un pouvoir temporel.

L'affaire Formosa a montré de nouveau la prégnance du discours nationaliste mais aussi le rôle des réformistes patriotes dans la reconfiguration de l'espace public vietnamien. Dans l'espace numérique, le discours nationaliste de contre-pouvoir semblerait être la force motrice pour des mouvements contestataires. Il constituerait, aux yeux des réformistes nationalistes, une voie alternative permettant d'assurer la connexion entre l'autoritarisme traditionnaliste et la société civile lorsque le dialogue civique entre l'État et les organisations citoyennes tombe en échec.

Bibliographie

Abuza, Z. (2015). Stifling the Public Sphere. Media and Civil Society in Vietnam. The International Forum for Democratic Studies : www.ned.org/stifling-the-public-sphere- media-and-civil-society-in-egypt-russia-and-vietnam/

Boudarel, G. (1991). *Cent fleurs* éclosent *dans la nuit du Viet Nam* : *communisme et dissidence, 1954-1956*. Paris, Jacques Bertoin

Colin, S. (2011). Litiges insulaires et enjeux géopolitiques en mer de Chine du Sud. *Les conflits dans le monde. Approche géopolitique*, Giblin B (dir.). Paris, Armand Colin, p. 249-262.

Fau, N. (2015). La maritimisation de l'économie vietnamienne : un facteur exacerbant les conflits entre le Viêt Nam et la Chine en mer de Chine méridionale ?. *Hérodote,* n°157, p. 39-55

FIDH (2013). Bloggers and citizens behind bars. Restrictions on Internet Freedom in Vietnam. *FIDH Report*: www.fidh.org/IMG/pdf/bloggers_report_in_english.pdf

FIDH (2018). Universal Periodic Review of Vietnam. *FIDH Report.* https://www.fidh.org/IMG/pdf/vchr_fidh_joint-submission_upr_july_2018.pdf

Gillespie, J. & *al*. (2019). From « Weak » to « Strong » Sustainability : Protesting forEnvironmental Justice in Vietnam. *Journal of Vietnamese Studies*. Vol. 14, Issue 3, p.1-42

Gramsci, A. (2014). *Textes choisis*, établis par A. Tosel. Paris, Le temps des cerises.

Guillemot, F. (2004). Au cœur de la fracture vietnamienne : l'élimination de l'opposition nationaliste et anti-colonialiste dans le Nord du Viet Nam (1945-1946). *Naissance d'un* État-Parti. Le Vietnam depuis 1945, C. Goscha & B. de Tréglodé (dir.). Paris, Les Indes savantes, p. 175-216.

Kerkvliet, B. J. T. (2019). *Speaking Out in Vietnam. Public Political Criticism in a Communist Party-ruled Nation*. Ithaca & London, Cornell University Press.

Kerkvliet, B. J. T. (2012). Government Repression and Toleration of Dissidents in Contemporary Vietnam. *Politics in Contemporary Vietnam. Party, State and Authority Relations,* J. D. London (eds). Londres, Palgrave Macmillan, p.100-134

Lê, H. H. (2013). Vietnam's Hedging Strategy Against China Since Normalization. *Contemporary Southeast Asia*. Vol.35, n°3, p.333-368.

Marston, H. (2012). Bauxite Mining in Vietnam's Central Highlands: An Arena for Expanding Civil Society?. *Contemporary Southeast Asia*. Vol. 34 (2), p. 173-96

Morris, J. (2013). *The Vietnamese Bauxite Mining Controversy: the Emergence of a New Oppositional Politics*. PhD Dissertation, Berkeley, University of California.

Nguyen, T-D & Datzberger, S. (2018). The environmental movement in Vietnam : A new frontier of civil society activism ? *Challenging Authoritarianism*. Series, 4, Transnational Institute : https://www.tni.org/files/publication-downloads/tni-authoritarianism-vietnams- environmental-movement.pdf

Nguyen-Pochan, T.T.P. (2018a). Internet et le mouvement contestataire au Vietnam. *Hermès*, n°82, p.181-186

Nguyen-Pochan, T.T.P. (2018b). La construction de sens de l'événement par le JT vietnamien. Le cas des manifestations ouvrières anti-chinoises. *Etudes de communication*, n°51, p.207-223

Nguyen-Pochan, T. T. P. (2017). L'enjeu culturel et patrimonial dans l'invention du mythe fondateur de la nation vietnamienne. *Les Cahiers de la SFSIC*, n°13, p.225-239.

Smith, A. D. (1991). La « légitimité dualiste », matrice du nationalisme ethnique. *Théories du nationalisme. Nation, nationalité, ethnicité*, D. Delannoi & P.-A. Taguieff (dir). Paris, Kimé, p.256-283

Thayer, C. A. (2006). Political Dissent and Political Reform in Vietnam 1997-2002. *The Power of Ideas. Intellectual Input and Political Change in East and Southeast Asia*, C. Derichs & T. Heberer (eds), Copenhagen, NIAS Press, p. 115-132.

Vu, N.A. (2017). Grassroots Environmental Activism in an Authoritarian Context: The Trees Movement in Vietnam. *Voluntas*, n°28, p. 1080-1208

Wells-Dang, A. (2012). Civil Society and Climate Change in Vietnam. Actors, Roles, and Possibilities. *Report*, PACT & Vietnam Country Office : https://loggingoff.info/wp- content/uploads/2015/09/452.pdf

Wells-Dang, A. (2014). The Political Influence of Civil Society in Vietnam. *Politics in Contemporary Vietnam. Party, State and Authority Relations*, J. D. London (eds). Londres,Palgrave Macmillan, p. 162-183.

Télévision et téléspectateurs en mouvement : le récit journalistique enchanté du participatif

Television and viewers on the move: the enchanting journalistic account of the participatory turn

Céline Ségur, maîtresse de conférences
Centre de recherche sur les médiations (CREM), Université de Lorraine
celine.segur@univ-lorraine.fr

Mots-clés : Télévision, Publics, Participatif, Discours journalistique.

Keywords: Television, Audiences, Participation, Journalistic discourse.

Résumé

L'évolution des productions et des pratiques a renouvelé la définition de la communication médiatique, d'un modèle linéaire émetteur-récepteur vers un modèle fondé sur la participation des individus. Quels sens les journalistes ont-ils attribué au tournant participatif qui caractérise la télévision au cours de la décennie 2010 ? Quel modèle spectatoriel ont-ils contribué à promouvoir ? Ce texte, fondé sur l'étude d'un corpus d'articles de presse, décline comment les évolutions récentes des pratiques télévisuelles sont narrées à travers le portrait idéalisé d'un nouveau public, interactif, légitime et autonome.

Abstract

The media communication environment has undergone a profound shift in the way in which a public is defined: the audiences, who were previously viewed as being on the receiving end of messages, are now considered to be at the center of the participatory situation. Which meanings have journalists attributed to the participatory turn that characterizes television in the decade 2010 ? Which spectator model have they helped to promote? This text, based on the study of a corpus of press articles, describes how the recent changes in television practices are narrated through the idealized portrait of a new, interactive, legitimate and autonomous audience.

Télévision et téléspectateurs en mouvement : le récit journalistique enchanté du participatif

Céline Ségur

En février 2020, la chaîne franco-allemande Arte a décidé de célébrer la « journée bonus » du 29 février, en proposant aux téléspectateurs de choisir eux-mêmes une partie des programmes diffusés ce jour-là. Le principe était simple : les individus votaient sur le site internet de la chaîne, pour un documentaire (parmi trois proposés) qui serait diffusé à 14h, puis pour une fiction (parmi trois) diffusée à 20h50, enfin pour un autre documentaire (toujours parmi trois) pour la fin de soirée. Le maître-mot du dispositif consacrait le rôle ou plutôt le pouvoir ici attribué au téléspectateur : « Le 29 février faites votre télé ». Un téléspectateur que l'on invitait à « participer ». L'objectif annoncé par la chaîne était bien d'attribuer un rôle décisionnaire au public : « Nous lui proposons de "fabriquer" la programmation d'Arte pour la journée » (Emmanuel Tourpe, directeur des antennes à Arte Strasbourg, interviewé par la journaliste Eve Guyot, *La Croix*, 12/02/20201[1]). Les médias ont annoncé l'événement en reprenant la rhétorique du rôle décisionnaire du public : « Les téléspectateurs prennent les commandes d'Arte le temps d'une journée » (*Pure medias*, 11/02/20202[2]) ; « Arte vous donne les commandes de sa programmation » (*Free*, 11/02/20203[3]) ; « Le programme d'Arte entre les mains des téléspectateurs pour une journée » (*La Croix*, 12/02/20204[4]) ; « Les patrons d'Arte ont donc décidé de nous laisser le manche » (*France Inter*, 13/02/20205[5]), « Arte va laisser les téléspectateurs choisir sa programmation du 29 février » (*La lettre de l'audiovisuel*, 13/02/20206[6]) ; « Faites votre télé : le programmateur, c'est vous ! » (*Télépro.be*, 29/02/20207[7]). C'est comme si la relation de communication traditionnelle entre la chaîne de télévision et les spectateurs s'inversait. Au final, près de 80.000 personnes ont participé au vote – dont « 48% d'Allemands, 42% de Français et 10% d'Européens d'autres pays »[8]. Le programme diffusé à 20h50 a obtenu 2,1% de part d'audience (soit 435000 spectateurs estimés par Médiamétrie, 8e programme le plus regardé de la soirée)[9]. En 2019, la part moyenne d'audience annuelle d'Arte a

1 Accès :https://www.la-croix.com/Culture/Le-programme-dArte-entre-mains-telespectateurs-journee-2020-02-12- 1201077900, consulté le 13/02/2020.

2 Accès : https://www.ozap.com/actu/arte-propose-aux-telespectateurs-de-choisir-sa-programmation-du-29-fevrier/589219, consulté le 13/02/2020.

3 Accès : https://www.universfreebox.com/article/54407/arte-vous-donne-les-commandes-de-sa-programmation, consulté le 13/02/2020.

4 Accès : https://www.la-croix.com/Culture/Le-programme-dArte-entre-mains-telespectateurs-journee-2020-02-12- 1201077900, consulté le 13/02/2020.

5 Accès : https://www.franceinter.fr/emissions/l-edito-m/l-edito-m-13-fevrier-2020, consulté le 13/02/2020.

6 Accès : http://www.lettreaudiovisuel.com/arte-va-laisser-les-telespectateurs-choisir-sa-programmation-du-29-fevrier/, consulté le 13/02/2020.

7 Accès : https://www.telepro.be/tv/faites-votre-tele-arte-le-programmateur-cest-vous.html, consulté le 29/02/2020.

8 Source : « Arte : 80000 internautes ont voté pour choisir la programmation du samedi 29 février ». Accès : https://www.satellifax.com/fr/tour/news/278923/arte-80-000-internautes-vote-choisir-programmation-samedi-29- fevrier.html, consulté le 18/03/2020.

9 Ce chiffre doit être rapporté au contexte de programmation de la soirée du 29 février, puisque Arte était alors en concurrence avec un programme de télé-crochet prisé sur TF1, The Voice (23,7% PDA), ainsi que par la diffusion « en clair » sur Canal + de la 45e cérémonie des Césars, une cérémonie particulièrement controversée en 2020, qui a obtenu une part d'audience de 12,4% (le nombre de téléspectateurs de la cérémonie des Césars est présenté en hausse par rapport aux années précédentes dans un article « Audiences TV : la polémique Polanski dope l'audience des Césars » publié sur le site de presse Le Parisien.fr. Accès : http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/audiences-tv-la-polemique-

été de 2,6%[10]. Le dispositif événementiel proposé par Arte ne semble pas avoir rencontré une forte appétence de participation et de prise de pouvoir du public.

Pour autant, la stratégie mise en œuvre par Arte en février 2020 illustre, pour ce qui est de l'industrie télévisuelle, le tournant participatif que connaissent les domaines du politique, de l'économique, du social depuis le début du XXIe siècle. L'évolution des productions et des pratiques a renouvelé la définition de la communication médiatique, d'un modèle linéaire émetteur-récepteur vers un modèle fondé sur la participation des individus aux dispositifs médiatiques et numériques (voir Jenkins, 2006). Le traitement médiatique de la stratégie d'Arte, rapidement esquissé dans cette introduction, est emblématique d'une (sur)valorisation du participatif, qui ne va pas sans revêtir « des aspects paradoxaux et ambivalents »[11]. Quels sens les journalistes ont-ils attribué aux évolutions contemporaines de la télévision, en particulier au tournant participatif qui a caractérisé progressivement les relations entre le média et ses téléspectateurs au cours de la décennie 2010 ? Quel modèle spectatoriel ont-ils contribué à promouvoir ? C'est ce que nous avons souhaité identifier, par l'examen d'un corpus de 271 articles de presse publiés entre 2010 et 2019. Après avoir présenté les conditions méthodologiques de réalisation de cette étude, nous déclinerons comment les évolutions majeures des pratiques télévisuelles, c'est-à-dire la multiplication et la diversification des écrans et des usages, sont narrées à travers le portrait idéalisé d'un nouveau public, interactif, légitime et autonome.

Préambule méthodologique

Nous l'avons dit, notre propos présente les résultats d'une étude menée auprès d'un corpus de 271 articles de la presse française, publiés entre 2010 et 2019. La sélection d'articles est le fruit d'une combinaison entre nos critères liminaires de pertinence (presse généraliste nationale et presse spécialisée média) et certaines contraintes méthodologiques (base de données, mots clés). La constitution du corpus a été réalisée à l'aide du service Europresse, auquel l'Université de Lorraine est abonnée. Cette base de données recense un grand nombre de titres de presse, elle permet de faire une recherche systématique par mots clés et d'archiver les textes en version intégrale. La collecte a été réalisée auprès d'une sélection de grands quotidiens nationaux, ainsi que leurs éditions hebdomadaires au format magazine (ils sont généralistes, ils traitent aussi de l'actualité médiatique ; ce sont les plus lus et ceux qui bénéficient d'un capital de légitimité et de confiance importants) ainsi que de titres de presse spécialisée (presse télévision). Le titre de presse gratuite *20 minutes* a intégré la sélection en tant que presse hebdomadaire d'actualité générale pouvant être une source d'information majeure pour certaines catégories de la population. Les magazines d'actualité générale aussi, parce qu'ils ont pu, à certains moments, être des lieux de publication emblématiques de la critique de télévision (*e. g*. François Mauriac et Morvan Lebesque dans *l'Express*). Pour chaque titre, les éditions *print* et *web* ont été concernées (voir le tableau 1).

polanski-dope-l-audience-des- cesar-29-02-2020-8269641.php, consulté le 02/03/2020).

10 Source : « L'audience de la télévision en 2019. Résultats Médiamétrie ». Accès : https://www.mediametrie.fr/fr/laudience- de-la-television-en-2019, consulté le 02/03/2020.

11 Comité éditorial, 2011, « Pourquoi une revue sur la participation ? », Participations, 1, pp.5-7.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Total
Le Monde/ Le Monde.fr	9	12	18	14	22	14	4	8	5		**106**
Le Figaro/ Le Figaro.fr	13	13	8	4	11	3	1	2	1		**56**
Les Echos	8	18	13	3	4			1		1	**48**
Le Parisien/ Aujourd'hui en France		3	5	1	5			1			**15**
Le Point/ Le Point.fr		2	2		1		2	3	1		**11**
Télérama		1	2	2	2	3		1			**11**
Libération	1	2	1	1	1			1			**7**
TVMag					6						**6**
L'Express		1	1	2							**4**
20 Minutes		1					1			1	**3**
TéléObs						1	1				**2**
L'Obs											**1**
Le Figaro maga-zine						1			1		**1**
Total	**31**	**53**	**50**	**27**	**52**	**22**	**9**	**17**	**8**	**2**	**271**

Tableau 1. Composition du corpus (en nombre d'articles).

La période retenue pour la collecte est 2010-2019 : dans l'histoire de la télévision, c'est la décennie de la multiplication des écrans et des manières possibles de regarder. Elle débute avec les premières annonces de la commercialisation des « télévisions connectées », l'arrivée et la démocratisation des smartphones (les téléphones portables qui permettent – entre autres fonctionnalités - de regarder la télévision en direct et en différé) ; c'est aussi le moment où commencent à se développer des offres de télévision de rattrapage. La période autorise un regard diachronique sur une décennie d'évolution de la télévision. Elle se termine le plus récemment possible ; la faible quantité d'articles sélectionnés pour 2019 (2 sur un total de 271, voir le tableau 3) laisse à penser que le récit journalistique autour de la télévision se construit aujourd'hui autour d'autres items que ceux que nous avons identifié comme caractéristiques d'un tournant participatif à la télévision. En effet, pour sélectionner les articles qui pouvaient constituer le récit des journalistes sur la participation des téléspectateurs, nous avons fait le choix de mots de vocabulaire utilisés dans la presse pour qualifier les évolutions contemporaines de la télévision[12].

Au final l'étude a été menée auprès de 271 articles extraits de 13 titres de presse papier et 3 titres de presse web. Les articles sont signés par une centaine de journalistes (certains ne sont pas signés) : le sujet ne s'est

12 L'équation de recherche utilisée a été : téléspectateur+ & («télévision enrichie» | «télévision participative» | «transmedia» | «télévision interactive» | «télévision connectée» | «multi écran»). L'objectif a été de collecter des articles qui traitent des évolutions de la télévision en lien avec ses téléspectateurs. Ce vocabulaire correspond à celui qu'emploient les acteurs de l'industrie audiovisuelle. Par exemple, l'institut officiel de mesure de l'audience Médiamétrie définit la télévision interactive comme l'ensemble des services interactifs qui permettent à l'individu d'exercer une action en lien avec un programme de télévision, au moyen d'une télécommande ou d'un équipement communiquant (téléphone, réseau internet…) (voir Montagut- Lobjoit, 2010) ; le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) parle lui de télévision sociale depuis 2013 : ceci désigne les technologies apportant un enrichissement des contenus et une interaction entre le téléspectateur et le contenu qu'il regarde ou souhaite regarder, et entre les téléspectateurs eux-mêmes autour de ce contenu » (CSA, 2013, Première approche de la télévision sociale. Accès : http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-etudes-thematiques-et-les-etudes-d-impact/Les-etudes-du-CSA/Premiere-approche-de-la-television-sociale. Consulté le 27/04/18). Ce choix de mots clés a pour écueil d'exclure des textes sur ces sujets qui n'y seraient pas ainsi nommés, et d'inclure des articles dans lesquels ces sujets sont nommés, mais dont la teneur ne présente aucun intérêt pour notre enquête.

pas révélé être l'apanage de quelques journalistes spécialisés qui en seraient les « propriétaires ».[13] Ce qui peut donner à voir la « misère de position » dont souffrent les journalistes télé, ainsi que le hasard et l'opportunisme qui peuvent conduire des journalistes à intégrer temporairement la rubrique « médias » (Le Grignou, 2008). Nous verrons que la pluralité des voix contraste avec l'homogénéité des angles de traitement du sujet. Sur la période, la publication des articles est rythmée par plusieurs éléments : en premier lieu, les annonces d'innovations technologiques faites par les fabricants et les télédiffuseurs, notamment à l'occasion des salons et marchés professionnels annuels nationaux et internationaux (*e.g.* Mip TV et Mip Com de Cannes, salon IFA de Berlin, Consumer Electronics Show de Las Vegas). Des moments pendant lesquels les bénéfices des avancées technologiques pour l'audiovisuel et le numérique sont légion et suscitent un enthousiasme notable chez les journalistes. D'autres facteurs sont l'évolution des réglementations institutionnelles et gouvernementales (normes, chartes, lois en matière de régulation de l'audiovisuel), celle des grilles de programmation des chaînes et enfin les résultats d'audience.

Cette étude ne constitue ni une analyse de contenu, ni une analyse de discours : il ne s'est agi ni de comprendre la structure interne des discours journalistiques, ni de s'intéresser à leur formation idéologique (Marty, 2019 : 83). Par exemple, les identités éditoriales des sources médiatiques n'ont pas été prises en considération en tant que telles. Il s'est agi d'envisager les articles en tant qu'éléments d'un processus de construction communicationnelle d'une réalité sociale : comprendre la nature d'un discours sur les évolutions des pratiques télévisuelles et comment il émerge et se construit, à partir des médiatisations (au sens de Lafon, 2019) qui le constituent. Nous avons fait le choix d'étudier les articles sous l'angle du récit (au sens de Paul Ricoeur, 1983) : c'est-à-dire observer le récit qui émerge de l'ensemble d'articles, à travers l'identification des « médiations symboliques » de l'action racontée, leur structuration, leur mise en intrigue, ainsi qu'à travers des signes, des normes qui caractériseraient l'action racontée. Bien sûr cette étude ne nous dit pas tout des sens de la participation des téléspectateurs du point de vue des journalistes, mais nous verrons qu'elle permet de mieux comprendre la tendance contemporaine à la valorisation du participatif comme gage démocratique.

Les journalistes et la télévision

Les journalistes qui écrivent sur les médias contribuent à en écrire l'histoire sociale, notamment parce qu'ils accompagnent, par leur geste, les évolutions des genres télévisuels. Ils jouent un rôle de médiation, expliquent Jérôme Bourdon et Jean-Michel Frodon (2003) : le rôle du journaliste critique consiste à livrer des éléments qui doivent permettre au lecteur de se forger sa propre opinion. À la différence de « l'expert », le « critique » est celui qui dispose d'une connaissance suffisamment étendue d'un domaine, d'un objet, d'un sujet, qui lui permet d'exprimer et de qualifier son goût. La philosophe Marie-José Mondzain utilise la métaphore de la gastronomie pour distinguer le diététicien - qui est à même de déterminer quels sont les aliments nocifs pour notre santé par exemple -, du critique gastronomique qui conseille, recommande à son public l'un ou l'autre mets. Ainsi n'attend-on pas d'un critique de télévision qu'il en soit un expert, c'est-à-dire qu'il produise des jugements sur la télévision, ses contenus, ses animateurs, ses projets, son devenir… Le journaliste critique

13 Une forte majorité (78 sur 100) des journalistes présents dans le corpus ont écrit entre 1 et 2 articles de la sélection ; 12 journalistes ont signé 3 à 5 articles ; 10 journalistes sont les auteurs d'au moins 6 textes.

propose une opinion qui fait autorité parce qu'il « connaît ce dont il parle » : « Il formule simplement ce qu'il considère comme préférable pour tout le monde à un moment donné et en fournit les raisons par comparaison » (Mondzain, 2003 : 23). Néanmoins, les discours journalistiques contribuent à la catégorisation des mondes, c'est-à-dire à attribuer du sens aux objets dont ils parlent. Il est possible qu'ils aient une valeur normative. Gilles Delavaud (2003) a montré comment l'activité critique contribue à identifier les qualités du média, et à définir la place et le rôle que peut jouer la télévision auprès de ses téléspectateurs. En prenant appui sur les articles rédigés par André Bazin[14], le chercheur a défini l'activité du critique de télévision comme la définition de ce que « peut la télévision ». Il explique comment l'activité critique a consisté à recommander le recours important au direct, ou plutôt à l'enregistrement du direct, parce que l'» esthétique du direct » (c'est-à-dire, le regard caméra, la mise en scène, l'esprit) installe un climat favorable de proximité avec le téléspectateur[15]. En ce sens, les discours journalistiques participent de la représentation que les individus se font de leur identité spectatorielle.

Par ailleurs, on sait avec l'étude conduite par Brigitte Le Grignou que les journalistes qui écrivent sur la télévision souffrent d'un manque de légitimité (Le Grignou, 2008). La chercheure en sciences politique explique que, au sein de leur champ professionnel, ces journalistes tendent à occuper une position inférieure parce qu'ils incarnent une forme de journalisme amateur, peu valorisé et peu légitime : « Ils sont donc voués aux marges ou à l'entre-deux, éternels prétendants à un authentique journalisme et/ou à une authentique critique » (Le Grignou, 2008 : 244). En effet, le plus souvent, ils ne possèdent pas la légitimité académique du critique et ne pratiquent pas non plus un journalisme valorisé par la profession[16]. Par ailleurs, ils souffrent de la faible légitimité culturelle, voir du mépris, tant des contenus médiatiques dont ils doivent rendre compte et faire la critique que de celle de leur lectorat : « Leur spécialité, qui les contraint à gérer, vis-à-vis de leurs pairs, le discrédit qui affecte la télévision et son public populaire, les expose particulièrement à cette difficulté : elle les oblige à un travail incessant, tantôt lucide, tantôt enchanté, de consolidation de leur identité professionnelle, de mise en forme des frontières et garde-fous, pour rester des journalistes « comme les autres », mais aussi des efforts pour tenir leur place de spécialistes d'un média et d'un univers particulièrement exposés à la réprobation » (ibid.). Ce qui les conduit à se situer davantage du côté des téléspectateurs que de celui de l'institution : la critique « offre moins un changement du monde télévisuel qu'un effort de compréhension de la condition spectatorielle » (Bourdon, Frodon, 2003 : 12).

Les journalistes critiques de télévision ont contribué aux fortunes et infortunes de certains genres télévisuels. Ils ont célébré puis dénigré les « dramatiques », les émissions d'actualité, pour ensuite condamner la diver-

14 André Bazin est un critique de cinéma reconnu qui a publié une centaine d'articles critiques sur la télévision dans l'hebdomadaire catholique Radio-Cinéma entre 1952 et 1958.

15 Gilles Delavaud a analysé comment l'activité critique de A. Bazin de la télévision des années 1950 s'organise autour d'un tryptique : la télévision comme art du direct, art de la présence et art de l'intimité. Ce qui fait la particularité de la télévision (par rapport au cinéma notamment) c'est la rencontre qu'elle permet entre des individus et le spectacle présenté à l'écran (art de la présence). Pour A. Bazin cette rencontre est ce qui suscite le plaisir spécifique du téléspectateur. Par la technique du direct, la télévision propose une expérience au spectateur qui se sent impliqué (art du direct) ; cette implication lui procure un certain nombre d'émotions, et lui « donne le sentiment de participer à la création de l'émission » (Delavaud, 2003 : 53).

« L'origine et la formation des critiques de télévision sont en général très différentes de celles des critiques de cinéma qui sont souvent des universitaires de formation littéraire ou artistique et sont donc bien armés pour une analyse esthétique ou grammaticale de l'image. Les critiques de télévision sont souvent des journalistes de formation qui, quelquefois par hasard, se sont retrouvés à la rubrique "société" ou "média" » (Bosséno, 2003 : 77).

16 « L'origine et la formation des critiques de télévision sont en général très différentes de celles des critiques de cinéma qui sont souvent des universitaires de formation littéraire ou artistique et sont donc bien armés pour une analyse esthétique ou grammaticale de l'image. Les critiques de télévision sont souvent des journalistes de formation qui, quelquefois par hasard, se sont retrouvés à la rubrique "société" ou "média" » (Bosséno, 2003 : 77).

sité et le foisonnement télévisuel, les programmes de vulgarisation culturelle, et ensuite les *talk shows* et les *reality shows* sans parler des programmes de télé-réalité. Il s'agit à présent de savoir comment ces journalistes ont accueilli et accompagné les mutations contemporaines du média. Ils ont rendu compte, en temps réel, de la manière dont la télévision a adopté et s'est adaptée au tournant numérique. Ceci a contribué à promouvoir le modèle du spectateur-participant. La présentation qui suit restitue les procédés de désignation et de légitimation à l'œuvre dans les discours à partir d'un grand nombre de *verbatim*.

Regarder la télévision au XXIe siècle : une expérience inédite

Les journalistes mettent l'accent sur les transformations à venir de l'expérience télévisuelle. À partir de l'évolution des technologies audiovisuelles et numériques, ils prophétisent une mutation des pratiques, plébiscitée par les usagers eux-mêmes.

La « révolution » attendue des pratiques

Premier constat : les mouvements de l'industrie télévisuelle durant la décennie 2010 sont présentés sur le mode d'une révolution heureuse des pratiques, à grande échelle. On parle de « bouleversement », de « big bang » ou encore d'« eldorado » (*Le Monde*, 25 juin 2012). Les articles du corpus illustrent une approche de la convergence comme « phénomène technique, industriel et social », qui met l'accent sur « la capacité des technologies numériques à opérer de profonds changements, voire une "révolution" » (Bouquillon, 2012 : 98). Ce ne sont pas tant les modèles économiques qui se transforment (*Les Echos*, 16 mars 2011), mais bien les manières de consommer et de recevoir les images télévisuelles : « L'arrivée de six nouvelles chaînes sur la TNT ne va pas changer la face du monde télévisuel. La vraie révolution ? La multiplication des écrans. Smartphones, tablettes, ordinateurs… ils sont partout. Avec eux, on consomme de plus en plus de télé… sans la télé » (*Télérama*, 8 décembre 2012) ; « Les changements récents intervenus dans notre manière de consommer la télévision (une tablette dans la main, l'œil rivé sur les réseaux sociaux et le doigt sur le bouton "replay") prouvent néanmoins que les téléspectateurs sont déjà entrés dans cette nouvelle ère » (*Le Monde*, 27 mai 2013) ; « Les habitudes de consommation changent et le deuxième écran a profondément modifié l'expérience télévisuelle traditionnelle » (*Le Monde*, 31 mai 2014) ; « "Les usages ont changé devant la télé : les gens deviennent de plus en plus multi-écran" » (*Aujourd'hui en France*, 18 octobre 2017).

La multiplication des écrans a et va entrainer une diversification des comportements nous dit- on. Le constat des changements est unanime, partagé par tous les acteurs de l'industrie audiovisuelle dont le discours est relayé et complété par les journalistes. Les discours institutionnels repris dans les articles installent l'idée selon laquelle ce sont les producteurs et les diffuseurs qui s'adaptent aux évolutions des pratiques des publics : « La grande originalité de cette révolution technologique est qu'elle n'a pas été imposée par les chaînes, les producteurs de télé ou les fabricants de téléviseurs, mais par les téléspectateurs eux- mêmes » (*Les Echos*, 10 juin 2014) ; Le public « serait désireux d'interactivité et d'implication devant ses écrans tactiles » (*Le Monde*, 10 février 2014), « "Les usages des téléspectateurs changent. Programmes traditionnels et numé-

riques sont désormais imbriqués. Il faut proposer du transmédia" » (Bruno Patino, directeur des programmes et du développement numérique à France Télévision, cité par *TéléObs*, 26 mars 2015).

La télévision sociale : du mythe à la réalité

Un premier bénéfice associé à la révolution ainsi annoncée est le développement d'une interactivité, gage de lien social, qui ne va pas sans rappeler l'utopie du « village global » développée par Marshall Mac Luhan (1967). À partir du moment où l'on annonce que les individus peuvent être connectés au réseau internet tout en regardant la télévision (développement de la « télévision connectée » et surtout du multi écran[17]), la pratique télévisuelle revêt une dimension conversationnelle : « Cette "télé étendue" ajoute à la posture du téléspectateur une expérience sociale qui décuple le plaisir de la consultation et assouvit un besoin de commentaire, de participation, de débat, voire de commérage. C'est une expérience de partage du pouvoir d'interaction entre diffuseur et téléspectateur » (*Les Echos*, 16 mars 2011) ; « La "social TV" offre un mélange entre les contenus télévisuels, en direct ou en rattrapage, avec une couche sociale interactive qui permette aux téléspectateurs d'avoir une conversation numérique autour du contenu visionné » (*Le Monde*, 25 juin 2012).

Un déterminisme technologique anime le discours tenu par les journalistes, qui imaginent les futures appropriations : « Le téléspectateur lui-même modifiera son rapport à la télévision : plus exigeant pour choisir son programme, plus ouvert aux recommandations de ses amis, plus fidèles aux programmes qu'aux chaînes, finalement plus smart lui aussi » (*Les Echos*, 20 décembre 2011). Non sans ironie à *Télérama* (18 juin 2011) : « Prodige de la technologie, votre télé est désormais directement reliée au Web. Ça s'appelle la télévision connectée, et ça change la manière de regarder la télé. Tout en ricanant devant *Desperate*, vous échangez sur Twitter vos premières impressions avec une copine. Et toujours avec la même télécommande, vous irez enrichir dans quelques minutes votre page Facebook. Le mariage de la télé et du Web est consommé, on vous dit. Et si vous zappez toujours sur vos chaînes habituelles, vous craquez aussi pour tous ces services de télé de rattrapage, qui permettent de voir les émissions que vous avez manquées, ou de vidéo à la demande (VOD) pour les films. Avant de filer voir les vidéos du moment qui font un tabac sur YouTube… ».

Les journalistes annoncent que les nouvelles technologies associées à la télévision vont permettre aux gens de se connecter entre eux, de « vivre un événement partagé avec d'autres » (*Le Monde*, 25 novembre 2013). Les interactions se parent de vertus citoyennes : « On peut imaginer aussi que, dans un avenir proche, la télévision connectée à Internet donnera un nouveau souffle à l'interactivité entre les citoyens, et donc au *fact-checking* » (*Le Monde*, 9 juin 2012). C'est donc du point de vue social qu'est idéalisée la participation des téléspectateurs ; la télévision du XXIe siècle est celle du partage : « La télé, c'est de la culture populaire, et donc du partage ; avec la télé connectée, on démultiplie le partage » (interview de Bruno Patino, directeur du développement numérique de France Télévision, *Libération*, 6 avril 2011) ; « La télévision connectée existe déjà hors technologie *ad hoc*. Les gens n'ont pas besoin de l'industrie pour innover, il suffit de regarder à la télévision une grande rencontre sportive ou un épisode de "Plus belle la vie" et, en même temps, de se bran-

17 « Dans les foyers, la tablette est en passe de devenir l'écran connecté par excellence, reléguant la fameuse télévision connectée au rang d'invention prometteuse mais inutilisée. La tablette donne réellement vie à la "social TV" » (Le Figaro.fr, 22 octobre 2013). Au final, « la vraie révolution ? [C'est] La multiplication des écrans » (Télérama, 8 décembre 2012).

cher sur Twitter, Facebook ou MSN pour constater à quel point les fans partagent en direct un événement » (*Les Echos*, 16 mars 2011).

Une super-pratique enfin légitime

Longtemps dévalorisée, la pratique téléspectatorielle est réhabilitée par les mutations du média. Il n'est plus question de craindre l'influence des images télévisuelles à partir du moment où les publics font plus que regarder l'écran.

L'avènement du téléspectateur actif

Au XXIe siècle, les téléspectateurs deviennent « intelligents » grâce à la télévision connectée. Alors qu'une interview du journaliste Ignacio Ramonet dans *Le Monde* (15 mars 2010) rappelle la « passivité dans laquelle [la télévision] place le téléspectateur », même si « il ne faut pas sous-estimer la capacité de réflexion et de réaction des citoyens », ce temps semble révolu : « Désormais le téléspectateur ne sera plus passif devant son écran mais pourra accéder à de multiples services connectés (catch-up, vidéo à la demande, musique, sites Internet, jeux) » (*Les Echos*, 10 janvier 2011). Le mythe du téléspectateur passif est tenace et sert à promouvoir l'avènement du téléspectateur actif : « 'Nous permettons au téléspectateur, jusque-là passif, de devenir actif' » (*Le Figaro*, 9 avril 2012 – la journaliste cite les propos de Bruno Patino, directeur de France 5) ; « Autre raison du succès, les spectateurs ne sont pas passifs devant l'écran. Ils sont invités à tapoter sur leur smartphone ou leur tablette pour envoyer leurs commentaires » ; « Depuis l'apparition de la TSF, le téléspectateur se contentait d'avaler les programmes de ses chaînes favorites, diffusés en mode linéaire. Aujourd'hui, il peut, grâce au raccordement de son téléviseur à la Toile, accéder à de multiples programmes […] » (*Les Echos*, 23 août 2012) ; « Le spectateur, smartphone et/ou tablette en main, est désormais très actif lors des retransmissions sportives » (*Le Monde*, 31 mai 2014) ; « Plus question de rester passifs devant le petit écran, les voilà sommés de participer activement » (*Le Figaro*, 3 octobre 2014).

Ici encore se manifeste un effet de l'adoption du paradigme de la convergence : la démocratisation de la télévision est annoncée à travers l'adoption, par les téléspectateurs d'une culture participative. Celle-ci les conduit à concevoir un nouveau rapport au média (Jenkins, 2006 : 287-307) : « Le numérique a donné naissance à un « nouveau téléspectateur », qui n'est plus un simple récepteur : producteur, distributeur et prescripteur de contenus, il est au centre de ce nouvel écosystème, qui ouvre la possibilité de consommer des programmes audiovisuels quand il le veut, sur n'importe quel support et n'importe où » (Tribune de la chercheure en sciences de l'information et de la communication Nathalie Sonnac, *Le Monde.fr*, 28 novembre 2017). La convergence médiatique doit permettre de lutter contre les dysfonctionnements dans la diffusion de l'information : « Longtemps, le téléspectateur a gardé la main molle sur la télécommande, acceptant sans vraiment réagir ce qu'il voyait et entendait. C'était un grand passif. Il est en train de se transformer en hyperactif, surtout face à l'information politique » (*Le Monde*, 9 juin 2012 – le journaliste fait référence aux

spectateurs qui se documentent sur le réseau internet dans le but d'identifier les erreurs factuelles dites par les candidats lors des débats télévisés pour la présidentielle de 2012).

La participation des téléspectateurs au service de la légitimité du média

Dès lors, la pratique télévisuelle est présentée comme une expérience qui s'enrichit. On ne regarde plus seulement un programme de télévision, on fait plus que cela : « L'équipe de production et les animateurs insistent sur une des particularités de l'émission : sa dimension participative. Les internautes pourront suivre un à un les candidats, les noter et pronostiquer leurs performances. Ils auront même la possibilité de suivre le rythme cardiaque d'un ninja venu spécialement tester la difficulté des épreuves pour eux. Des vidéos en trois dimensions seront également mises à disposition pour profiter au mieux de l'expérience » (*Le Monde*, 11 juillet 2016). Au cours de la décennie, le champ d'action des participants s'élargit car ils sont désormais ceux qui collaborent à l'écriture d'une série, suggèrent des idées pour une émission, réagissent sur le second écran pour « nourrir la seconde partie de l'émission » (*Le Monde*, 1er octobre 2012). La participation de Monsieur-tout-le-monde semble désormais facilitée et accessible à tous, grâce aux technologies numériques : « L'interactivité avec le public est impressionnante. Pour participer à l'émission, il suffit simplement de télécharger l'application 6play. Terminé le SMS surtaxé, tout est gratuit » (*Le Monde*, 26 septembre 2014) ; « Grâce à une plateforme SMS interactive accessible au prix de 2 centimes d'euros les 24 heures, les enfants peuvent participer à des quiz » (*Le Monde*, 2 mai 2015) ; « Un jeu interactif auquel les téléspectateurs peuvent participer en direct via une application pour smartphone » (*Le Monde.fr*, 18 novembre 2017).

Les superlatifs ne manquent pas pour caractériser cette super-pratique, qui légitime ainsi l'usage de la télévision : « Les possibilités sont infinies pour le téléspectateur qui devient "télénaute" (téléspectateur-internaute) » (*Le Parisien*, 29 mai 2012) ; « Le téléspectateur […] s'apprête à entrer dans une ère où le zapping ne se fera plus uniquement sur des programmes télé, mais sur un flux démultiplié, une galaxie de contenus ludiques, informatiques et visuels » (*Le Monde*, 1er octobre 2012) ; « L'une des nouveautés les plus spectaculaires […] permet de revoir instantanément […]. Mieux : les internautes peuvent facilement […]. Autre nouveauté : l'interface permet […]. Connect proposera du contenu complémentaire et la possibilité de réagir en direct […] » (*Le Monde*, 28 janvier 2013). L'expérience multitâches est valorisée : « Le fan de sport pourra regarder un match de football, réduire légèrement l'écran, et, grâce à Skype, voir les réactions de ses amis en temps réel. Ou bien commenter la rencontre sur Facebook. Le principe pourra même s'étendre aux séries télévisées. Sur le même modèle que « Les livres dont vous êtes le héros », les télénautes pourront influer sur l'évolution de la série, en choisissant entre différentes suites » (*Le Parisien*, 29 mai 2012) ; « Le téléspectateur peut donc surfer sur la Toile avec Chrome, le navigateur du moteur de recherche, ou accéder aux applications sur Google Play […]. Il peut faire des recherches, visionner des films ou jouer à des jeux en ligne (…) » (*Le Monde*, 30 août 2012).

Vers un public autonome ?

Les téléspectateurs émancipés

Le tournant participatif à la télévision est synonyme d'une liberté désormais acquise par les téléspectateurs. En multipliant les annonces des services offerts aux individus, les journalistes dressent le portrait d'un téléspectateur libéré et omnipotent : « Fini l'époque où les téléspectateurs étaient obligés de scruter les horaires sur le programme télé pour regarder leurs émissions préférées. Grâce à la télé de rattrapage (*catch-up TV*) proposée par toutes les principales chaînes, ils peuvent les visionner à toute heure, une fois qu'elles ont été diffusées » (*Le Parisien*, 6 février 2012) ; « Le téléspectateur pourra composer son programme au gré de ses envies » (*Le Monde*, 1er octobre 2012)[18]. Les téléspectateurs sont invités à endosser le rôle des programmateurs (« "Vous pourrez choisir de voir ou revoir une émission ; vous pourrez en regarder une depuis son début même si sa diffusion a déjà commencé ; vous pourrez l'arrêter et la reprendre à volonté, etc. Et vous irez chercher des infos complémentaires de façon très simple" », *Le Monde*, 2 avril 2012 – la journaliste cite les propos de Hervé Brusini, directeur des rédactions de France TV Info) ou encore celui des réalisateurs (« Grâce à la télévision connectée, les internautes pourront réaliser, le 14 juillet, leur propre défilé sur les Champs-Élysées avec les six caméras de la régie qui seront accessibles et mises à leur disposition », *Le Monde*, 1er juillet 2013 ; « Dernier service offert par l'interactivité : permettre aux téléspectateurs de décider du contenu d'une émission », *Les Echos*, 10/06/14).

La *nouvelle* télévision est aussi synonyme d'affranchissement des contraintes temporelles et spatiales liées à la consommation dite traditionnelle de la télévision : « To be everywhere, everytime. » La petite phrase bien connue fait désormais figure de formule magique. "Depuis déjà deux ans, vous pouvez voir le contenu que vous voulez, à l'endroit où vous le désirez et à l'heure que vous souhaitez, que ce soit à la télévision, sur le Net ou sur votre mobile […]" » (interview de Beatriz Medina Layuno, *digital adsales manager* d'Antena 3, *Les Echos*, 23 mai 2011) ; « Depuis l'avènement du numérique […] les programmes télé se regardent indifféremment sur tous les écrans de la maison. Surtout, nous n'en sommes plus dépendants. Rien de plus simple aujourd'hui que de maîtriser sa programmation grâce à des outils comme la télévision de rattrapage ou la vidéo à la demande » (*Télérama*, 24 janvier 2015).

Les téléspectateurs au pouvoir, ou presque

Comme un corollaire, la liberté s'accompagne d'un pouvoir décisionnaire : l'évolution des relations entre producteurs/diffuseurs et spectateurs vers davantage d'horizontalité se manifeste à travers un rôle accru du public dans la fabrication des contenus. Ainsi les dispositifs qui mettent en scène les interventions et

18 En réalité, si une majorité d'individus (67,5%, source : Statista. Accès : https://fr.statista.com/statistiques/501011/taux-de- penetration-de-la-television-de-rattrapage-france/ (consulté le 27/03/20)) affirmait dès juin 2012 avoir regardé des programmes en rattrapage, seule une sélection de programmes était disponible pour chaque chaîne en visionnement de rattrapage (et non l'intégralité). En juin 2012, on recense un volume d'un peu plus de 14000 heures de télévision de rattrapage des chaines nationales en France ; ce chiffre s'élève à presque 23000 heures en juin 2018 (source : Statista ; accès : https://fr.statista.com/statistiques/1004570/volume-horaires-de-rattrapage-de-television-nationales-disponibles-sur-internet- france/ consulté le 27/03/20) mais a tendance à diminuer depuis : près de 21000 heures en avril 2019 (voir le baromètre de la télévision de rattrapage du Centre national du cinéma et de l'image animée. Accès : https://www.cnc.fr/documents/36995/147377/baromètre+de+la+télévision+de+rattrapage+%28TVR%29+-+février+2012.pdf/9bb7ea41-a9df-44e3-3b9c-35705b3c30d2 (consulté le 27/03/20). Sur les usages de la télévision de rattrapage voir Beuscart, Beauvisage, Maillard, 2012.

les décisions du public sont-ils valorisés ; nous l'avons esquissé en introduction au sujet d'un dispositif de choix de programmes mis en place par Arte en février 2020. La rhétorique discursive des articles de presse se rapproche de celle employée au moment de la diffusion du programme *Rising Star* sur M6 à l'automne 2014[19] : dans les jours qui ont précédé la première diffusion du programme, la presse a repris la promesse du diffuseur et titrait ses articles : « Le public aux commandes » (*TV mag*, 11/09/14), « C'est le public qui décide » (18/09/14), « *Rising Star* : le public prend le pouvoir sur M6 » (*TV mag*, 25/09/14), « Comment le téléspectateur prend le contrôle du petit écran » (*Le Figaro*, 3/10/14) ; « Ce sont les téléspectateurs connectés qui font davantage la loi que le jury » (*Aujourd'hui en France*, 9 octobre 2014). Sur ce point en particulier, on comprend combien les journalistes reprennent souvent la rhétorique communicationnelle des diffuseurs. Un autre exemple, en mars 2014, est celui de trois quotidiens nationaux qui ont utilisé un même vocabulaire pour informer sur les fonctionnalités de Francetv.info, chaîne d'information à la carte disponible sur la télévision connectée[20]. Les téléspectateurs sont ainsi présentés comme ceux qui gouvernent leur pratique.

Néanmoins, l'autonomie du public est ambivalente dans la mesure où les enjeux économiques du participatif sont parfois rappelés par les journalistes. Les diffuseurs ont à cœur de saisir les opportunités en lien avec la convergence des écrans car, d'une part, cela leur permet de fidéliser leurs audiences dans le but notamment de concurrencer les grandes entreprises du web qui développent une offre de vidéos en ligne durant la décennie 2010 (« Internet- télévision : la guerre des écrans a commencé », *Le Monde*, 8 novembre 2010 ; « La bataille est bel et bien engagée », *Les Echos*, 10 janvier 2011) ; d'autre part, le déploiement de contenus télévisuels sur internet permet de développer de nouveaux espaces publicitaires (« Un nouveau filon publicitaire », *Le Parisien*, 6 février 2012 ; « Les écrans numériques changent la donne publicitaire », *Les Echos*, 3 décembre 2012). Ainsi les journalistes, les plus critiques, disent-ils aussi l'instrumentalisation des publics qui se joue à travers le développement du participatif à la télévision.

Conclusion

Durant la décennie 2010, les journalistes ont fait du participatif un idéal à travers lequel est désormais représentée la communication télévisuelle, ainsi que les y ont invité les stratégies de communication des diffuseurs. Il est établi que de nouvelles pratiques spectatorielles se développent, en lien avec la multiplication des écrans de diffusion et avec le brouillage des frontières entre les espaces télévisuels et internet. L'adoption et la célébration du participatif dans les discours des médias d'information illustrent en de nombreux points le modèle de la culture de la convergence décrit par Henry Jenkins (2006) : révolution technologique,

19 Rising Star est un programme de télé-crochet musical présenté comme un programme événement dans lequel ce sont les téléspectateurs – et non pas uniquement un jury d'experts comme c'est habituellement le cas dans ce genre d'émissions - qui désignent les candidats les plus méritants. Durant les phases de « qualification », pendant la prestation musicale de chaque candidat, un mur composé d'écrans se lève au fur et à mesure du nombre de votes (« oui ») des spectateurs, dont la photographie (ou l'avatar) s'affiche sur l'un des écrans. Si la proportion de votes « oui » atteint 70%, le candidat est qualifié pour la suite du programme. La participation des téléspectateurs, à travers le vote, est présentée par la société de production (Studio 89 Productions) comme l'élément fondamental du dispositif dans une bande-annonce événementielle : « Avec Rising Star tout change, vous et vous seuls avez le pouvoir » (Teaser de lancement de Rising Star. Accès : https://www.youtube.com/watch?v=yTF4dJzZSyw, consulté le 02/03/2020).

20 « Un "JT permanent". D'une durée totale de 12 minutes, mis à jour en temps réel par la rédaction de France Télévisions, il pourra être lancé par le téléspectateur à tout moment grâce à sa télécommande » (Le Figaro.fr, 20 mars 2014) ; « Francetv.info proposera en permanence un journal de 12 minutes constamment mis à jour, que le téléspectateur lancera quand bon lui semble » (Les Echos, 21 mars 2014) ; « Un JT qui combine les avantages du Net et ceux de la télévision. Soit treize minutes en continu, mises à jour en permanence et en temps réel. Le téléspectateur peut ainsi "lancer" son journal au moment où il le souhaite » (Le Monde, 31 mars 2014).

interactivité permanente entre le média et ses téléspectateurs, démocratisation de la télévision à travers la participation de tous les individus. Ce que disent les journalistes concourt à établir une figure normative des téléspectateurs du XXIe siècle, celle d'un nouveau public interactif et autonome. Reste encore à savoir comment les identités spectatorielles sont influencées par cet idéaltype.

Ce que l'on sait, pour l'heure, c'est que l'adhésion des téléspectateurs aux propositions de participation est elle-même ambivalente à plusieurs titres. Les publics s'emparent des espaces d'expression et de socialisation pour vivre des « expérience[s] spectatorielle[s] connectée[s] » (Allard, 2016 : 513), mais on observe que les interactions se manifestent davantage entre les membres de communautés en ligne plutôt qu'entre les producteurs/diffuseurs de médias et leurs publics ; ce qui conduit Nico Carpentier (2019) à définir le participatif comme ce qui se joue à travers (« *through* ») les opinions publiques qui émergent à partir des plateformes médiatiques et numériques plutôt que les interventions dans (« *in* ») les médias. On observe aussi que les pratiques en lien avec l'écran de télévision évoluent tout en empruntant des rituels traditionnels[21]: *e.g.* reconstitution de rendez-vous télévisuels adaptés aux agendas des individus à l'aide du *replay* (Blanc, 2015), maintien du rôle social de la télévision, notamment en période exceptionnelle (Ségur, 2020), etc. Ainsi la multiplication des espaces au sein desquels de nouvelles interactions entre la télévision et les individus peuvent s'établir conduit-elle bien à une redéfinition complexe des publics.

Bibliographie

Allard L. (2016). Voir et dire la fiction. Vers un double agir communicationnel #blackmirror #LT. In : Châteauvert J. & Delavaud G. (dirs). *D'un écran à l'autre, les mutations du spectateur*. Paris, L'Harmattan, p. 501-513.

Beuscart J-S., Beauvisage T. & Maillard S. (2012). La fin de la télévision ? Recomposition et synchronisation des audiences de la télévision de rattrapage. *Réseaux*, n°175, p. 43-82. DOI : 10.3917/res.175.0043

Blanc G. (2015). Les pratiques de réception télévisuelle dans les foyers à l'épreuve de l'audiovisuel domestique. *Études de communication*, n° 44, p. 63-78.

Bouquillon Ph. (2012). De la télématique au web 2.0. Histoire et actualité de la « convergence », p. 97-122. In : Miège B., Vinck D. (dirs). *Les masques de la convergence. Enquêtes sur sciences, industries et aménagements*. Paris, éditions des archives contemporaines.

Bourdon J. & Frodon J.-M. (2003). *L'œil critique. Le journaliste critique de télévision*. Bruxelles, Éd. De Boeck.

Carpentier N. (2019). Participation as Ethical: An argument for the relevance of participation beyond the bad/dark participation concept. International symposium *La participation dans un monde de communication* (LASCO – PreCOM), Bruxelles, 12-13 sept.

Chambat-Houillon M.-F. & Barthes S. (dirs). (2019). Mutations de la télévision. *Télévision*, n° 10, p. 9-177.

21 Sur les évolutions récentes des pratiques télévisuelles voir Kredens, Rio, 2015 ; Châteauvert, Delavaud, 2016 ; Chambat- Houillon, Barthes, 2019.

Châteauvert J. & Delavaud G. (dirs). (2016). *D'un écran à l'autre, les mutations du spectateur*. Paris, L'Harmattan.

Delavaud G. (2003). André Bazin, critique de télévision. In : Bourdon J. & Frodon JM. *L'œil critique. Le journaliste critique de télévision*. Bruxelles, Éd. De Boeck, p. 53-56.

Jenkins H. (2006). *Convergence Culture: When old and new media collide*. New York, New York University Press.

Kredens E. & Rio Fl. (dirs). (2015). Pratiques télévisuelles à l'ère du numérique. *Études de communication*, n° 44, p. 9-130.

Lafon B. (2019). Des médiatisations au processus de médiatisation. In : Lafon B. (dir). *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, p. 157-189.

Le Champion R. (2018). *La télévision*. Paris, Éd. La Découverte.

Le Grignou B. (2008). La télévision et ses critiques. Un journalisme en "simili" ? *Questions de communication*, n° 14, p. 243-262.

Marty E. (2019). Contenus et discours des médias : concepts, méthodes, outils. In : Lafon B. (dir). *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, p. 79-103.

Mac Luhan M. (1967) *La galaxie Gutenberg : face à l'ère électronique les civilisations de l'âge oral à l'imprimerie*. Traduit de l'anglais par J. Paré. Paris, CNRS éditions, 2017.

Mondzain M-J. (2003). Qu'est-ce que la critique ?. In : Bourdon J., Frodon J-M. (dirs). *L'œil critique. Le journaliste critique de télévision*. Bruxelles, Éd. De Boeck. p. 17-26.

Montagut-Lobjoit M. (2010). La télévision au prisme des TIC. *Les cahiers du numérique*, n° 2, p. 99-121.

Ricoeur P. (1983). *Temps et récit. 1. L'intrigue et le récit historique*. Paris, Seuil.

Ségur C. (2020). Télévision et confinement : la permanence d'un lien social. *The Conversation France*, 24 mai. https://theconversation.com/television-et-confinement- la-permanence-dun-media-social-138906

Les formes d'action politique des Anonymous et leurs représentations à la télévision française

Anonymous and their representations on French television

Marie-Noëlle Doutreix, Maîtresse de conférences

Laboratoire Elico, ICOM, Université Lyon 2

mn.doutreix@univ-lyon2.fr

Mots-clés : Anonymous – action politique – représentation – média

Keywords: Anonymous – political action – representation – media

Résumé

Cet article analyse la représentation télévisuelle des Anonymous, prise dans de multiples tensions : reconnaissance et stigmatisation ; nouvelles formes d'action et inscription dans le répertoire traditionnel ; dimension planétaire via Internet et incarnation locale lors de manifestations et procès. Il s'appuie pour cela sur deux corpus télévisuels, national (chaînes hertziennes) et régional, rassemblant toute la couverture médiatique des Anonymous de leur apparition à la télévision française en 2008 à leurs dernières représentations en 2018.

Abstract

This article analyzes the televisual representation of Anonymous, caught in multiple tensions: recognition and stigmatization; new forms of action and inclusion in the traditional repertoire; planetary dimension via the Internet and local incarnation during demonstrations and trials. It relies on two television corpora, national and regional, bringing together all the media coverage of Anonymous from their appearance on French television in 2008 to their last representations in 2018.

Les formes d'action politique des Anonymous et leurs représentations à la télévision française

Marie-Noëlle Doutreix

Le web a ouvert de nouveaux espaces d'interactions, investis par des individus épars souhaitant agir collectivement en dehors des structures institutionnelles ou traditionnelles (Cardon, Granjon, 2013). Leur démarche peut se lire comme une recherche de modalités d'organisation moins hiérarchisées et moins verrouillées (Bergami, 2017 : 88) et, pour certains, d'une participation plus directe et offensive. Les Anonymous correspondent à une forme d'engagement qui intègre dans son effectivité même certaines caractéristiques ayant pu être prêtées au web comme son caractère décentralisé et horizontal, ses contours flous et mouvants (Kaufmann et *al*., 2016 : 145) et son attachement à des espaces de discussion peu contraints. Luttant contre tout ce qui constitue pour eux une entrave à la liberté d'expression, Anonymous joue ainsi sur les espaces moins visibles ou moins exposés du web pour que des personnes isolées puissent accorder leurs actions et augmenter ainsi l'envergure ou l'efficacité de celles-ci tout en protégeant leur anonymat (Coleman, 2019 : 569). Il s'agit alors d'agir directement sur les organisations qui restreignent les libertés en attaquant leur site Internet, voire en divulguant des informations confidentielles.

Cet article souhaite interroger les dimensions spatiales de l'action des Anonymous, conjecturant que celle-ci met en jeu des caractéristiques spécifiques, en analysant leur représentation médiatique dans les espaces télévisuels français régional et national. Quel rapport aux territoires l'action des Anonymous instaure-t-elle ? Quelle place ces spécificités prennent-elles dans les représentations des journaux télévisés ? Nous commencerons par problématiser les caractéristiques spatiales et les modes d'action des Anonymous, puis nous exposerons les résultats de notre analyse des représentations télévisuelles des Anonymous à la télévision nationale et régionale hertzienne. Nous montrerons que l'analyse de la représentation télévisuelle des Anonymous apporte des éléments aux deux questions suivantes : En quoi l'espace numérique en ligne engage-t-il de nouvelles formes d'action saisies par les Anonymous ? Comment cet espace, propice à l'anonymat, est-il mis en avant pour décrédibiliser ceux qui s'en emparent ?

Espaces physiques et espaces en ligne, un répertoire d'actions diversement instituées

Les Anonymous agissent dans de multiples espaces. Leurs membres sont dispersés dans des zones géographiques variées, urbaines ou non, et de nombreux pays. Leurs opérations ont, entre autres, porté aux États-Unis, en Europe, en Afrique du Nord et à Hong-Kong. Ainsi, les membres du groupe tout comme les cibles visées se trouvent internationalisés dans une optique où l'appartenance nationale et la citoyenneté deviennent secondaires dans l'engagement politique. Dans les formes plus classiques de militantisme, l'action à distance, en solidarité avec les habitants d'autres pays, se traduit généralement par des dons, lettres, pétitions ou rassemblements de soutien. L'action à distance des Anonymous, par piratage de sites internet

gouvernementaux, prend une tournure plus offensive, préservée des accusations d'ingérence grâce à l'indifférenciation des membres d'Anonymous quant à une quelconque nationalité. Chaque individu semble ainsi légitime à participer aux actions d'Anonymous d'où qu'il soit et quelles que soient les propriétés géopolitiques et culturelles de la cible visée.

Les Anonymous ont comme terrain politique à la fois l'espace public traditionnel dans lequel ils manifestent et l'espace numérique en ligne auquel ils accèdent depuis des lieux disparates. Ils diffèrent d'autres collectifs présents sur Internet en ceci qu'Internet n'est pas seulement un lieu d'organisation, de visibilité et de communication mais aussi le lieu efficient de leur action. L'action privilégiée par les Anonymous étant l'attaque de sites internet par déni de service, Internet est le lieu de l'épreuve du collectif éphémère créé par la participation à cette action. Toutefois, leurs actions dans la rue ou en ligne semblent également viser un tiers lieu, l'espace médiatique et en particulier la télévision aux enjeux de laquelle leur communication visuelle répond. L'émission de France 5 *Médias, le magazine* du 28 février 2016 (voir corpus ci-après) relève ainsi que les interventions des Anonymous sont travaillées de manière à favoriser leur reprise par les médias traditionnels devenant des « vecteurs parfaits » de leur communication. Les manifestants Anonymous interrogés par France 3 Rhône Alpes expliquent pour leur part jouer sur leur identité visuelle à des fins de communication politique[1]. La télévision se constitue ainsi en relais des actions des Anonymous, au risque, parfois, d'en construire une représentation trop rapide et stéréotypée (Bourdieu, 1996).

Représentations à la télévision nationale : Une figure en tension

Nous avons constitué deux corpus audiovisuels portant sur les Anonymous, des débuts de leur apparition dans le champ télévisuel français en 2008 jusqu'à aujourd'hui. Notre questionnement portant sur le rapport à l'espace, nous avons distingué méthodologiquement le traitement national du traitement régional afin de pouvoir observer d'éventuelles particularités sans toutefois adopter une perspective comparative. Ainsi, le premier corpus se concentre sur les chaînes nationales (dont les journaux télévisés nationaux de France 3) au sein de la télévision hertzienne. Le second corpus rassemble les productions audiovisuelles de la télévision régionale portant sur les Anonymous. De ce fait, seuls des journaux télévisés figurent dans le second corpus alors que le premier comprend aussi quelques documentaires et émissions de plateau.

Ces corpus ont été constitués à partir de la base de l'Inathèque[2]. Les mots-clés « Anonymous » et « Internet » dans l'index général ont produit 101 résultats provenant de la télévision nationale hertzienne répartis de la manière suivante par ordre décroissant de fréquence : 36 Canal + ; 20 France 2 ; 14 France 3 ; 13 Arte ; 9 France 5 ; 8 M6 ; 1 TF1 avec un âge d'or de 2011 à 2015. En effet, 89 des 101 vidéos sont concentrées sur ces cinq années et en particulier en 2012 où l'on compte 47 vidéos, soit presque la moitié de l'ensemble des publications. Une fois enlevés des 101 premiers résultats deux hors-sujet et une trentaine de doublons, notre corpus final pour la télévision nationale hertzienne s'étend de l'année 2008 à l'année 2017, aucune vidéo plus récente n'apparaissant.

1 « On base l'impact de l'action sur l'aspect visuel, plus ce sera visuel et plus les gens vont venir voir, c'est pour ça qu'il y a les masques, c'est pour ça qu'on est tous en noir… », Journal télévisé du 19/20, France 3 Rhône Alpes, 11 février 2018.

2 Une première approche de ce terrain a été effectuée dans le cadre de l'atelier Artec - Ina organisé en décembre 2019 par Marta Severo et Antonin Segault. Notre groupe de travail, composé de Gilles Bertin, Romain Bigay, Marinette Jeannerod et Sofia Papastamkou, travaillait sur les figures du hacker à la télévision.

En prêtant attention aux dénominations employées pour qualifier les Anonymous dans notre corpus, nous trouvons trois constantes : la mise en avant des capacités techniques des Anonymous (Génies de l'informatique ; Génie du net ; Virtuoses du net ; Virtuoses de l'informatique ; Bidouilleurs de génie ; Très bons hackers ; Passionné d'informatique ; Féru d'informatique ; Nerds ; Hackers de hautes volées), celle de leur engagement politique (Groupe très déterminé ; Cyber activistes ; Hackers activistes ; Hacktivistes ; Cybermilitant ; Nouveaux justiciers ; Anticapitaliste ; Antimilitariste ; Libertaire ; Robin des bois) et celle de leur dimension illégale (Criminels du net ; Saboteurs high-tech ; Cracker ; Nébuleuse floue ; Cybercriminel ; Cyberdélinquants ; Dangereux liberticides ; Conspiration ; Trolls). Au croisement entre leur engagement militant et leur dimension illégale, apparaissent également de nombreuses expressions autour de l'idée de pirates informatiques (Dangereux pirates informatiques, Pirate normal, Réseau de pirates, Sorte de pirates, Nouveaux pirates, Pirates militants, Pirates du net, Tout jeune pirate, Corsaire).

Les différences de représentation des Anonymous par la télévision, souvent au sein d'un même programme, semblent dues à la fois à un ressort narratif de polarisation et à de réelles difficultés de qualification : « Loin d'enfermer le signe dans un sens clair et défini, les figurations d'*Anonymous* jouent au contraire sur *l'ambiguïté sémiotique.* Elles mettent en scène des êtres sans visage qui, au lieu d'affirmer une identité, la laisse en suspens. Ce sujet «flottant» échappe au travail de l'individuation qui permet d'assigner des places, attribuer un statut dans le monde civil ou une position dans l'ordre social (Rancière, 1995). » (Kaufmann et al., 2016 : 160).

Les images utilisées dans les productions télévisuelles témoignent elles aussi des multiples dimensions et perceptions d'Anonymous. Pour illustrer les reportages, journaux télévisés et émissions au sujet des Anonymous, quatre sortes principales d'images sont mobilisées :

- Les images fournies par les Anonymous eux-mêmes (extraits ou captures d'écran des vidéos qu'ils publient sur Internet). Celles-ci sont très largement reprises par la télévision nationale.
- Les images d'interviews où les Anonymous sont masqués ou ont le visage flouté alors que d'autres « hackers », autoentrepreneurs ou au service d'entreprises, sont à visage découvert.
- Les images d'écrans de sites internet piratés ou en déni de service
- Les images de manifestations ou de rassemblements prises par les médias dans lesquelles on voit des Anonymous avec ou sans masque. Ces images sont particulièrement présentes dans la télévision régionale dont une grande partie des sujets couvre des manifestations auxquelles participent les Anonymous (notamment contre ACTA en 2012 ou plus succinctement pour la cause animale en 2018).

L'anonymisation des lieux est un élément constitutif des vidéos des Anonymous. Celles-ci mettent en scène un ou deux individus masqués dans un espace clos, inidentifiable et créé numériquement. Le fond noir ou trouble dont les vidéos sont généralement composées extirpe celles-ci du lieu de leur réalisation et accentue l'impression que les acteurs se placent dans un espace virtuel, non situable et non assignable.

Représentations à la télévision régionale : un mouvement planétaire incarné localement

Le corpus « télévision régionale » est constitué de tous les journaux télévisés régionaux de France 3 correspondant à la recherche par occurrence du terme « Anonymous » dans l'index général de l'Inathèque. Une fois les rediffusions et homonymes retirés, il se compose de 57 vidéos de 2011 à 2018, ayant une durée comprise entre 14 secondes et 2 minutes 30. Comme nous l'expliquerons, France 3 Lorraine se démarque par son nombre de sujets consacrés aux Anonymous.

L'un des principaux résultats est que les sujets sur les Anonymous dans les journaux télévisés régionaux sont principalement liés soit à une manifestation sur le territoire concerné par l'édition régionale en question, soit à une affaire judiciaire dont le lieu de la cible et/ou le lieu de vie ou d'origine des protagonistes relèvent également du même territoire que la chaîne. Ainsi, les chaînes de télévision régionales couvrent les actions des Anonymous quand elles sont concernées soit par le lieu de l'événement (manifestation, tribunal), soit par l'origine d'un Anonymous mis en cause.

Deux actions médiatisées et présentant un profil différent, notamment dans leur rapport au territoire, s'avèrent particulièrement significatives à la fois du mouvement Anonymous et de sa représentation à la télévision régionale. La première concerne la lutte des Anonymous contre l'ACAC (Accord Commercial Anti-Contrefaçon, aussi dénommé ACTA) qui a fait l'objet de dix-neuf journaux télévisés régionaux du 28 janvier 2012 au 14 avril 2012. La seconde, qui s'opposait au projet d'enfouissement des déchets radioactifs à Bure, a fait l'objet de vingt-deux journaux télévisés régionaux du 16 décembre 2014 au 24 novembre 2015. Ainsi, le premier événement a été beaucoup médiatisé sur un temps plus court car il a pris la forme de manifestations dans une quarantaine de villes en France ce qui a suscité des reportages locaux distincts par les journaux régionaux alors que le deuxième sujet a été circonscrit à deux régions mais a connu plusieurs rebondissements dans le temps du fait des procédures judiciaires. À eux deux, ces cas correspondent environ aux deux tiers des journaux télévisés régionaux sur les Anonymous.

En 2012, à l'approche de la signature par plusieurs pays européens de l'ACTA, le collectif Anonymous appelle au nom de la défense des libertés, notamment sur Internet, à manifester pour demander la suppression de ces accords. Les manifestations Anonymous du 28 janvier 2012 ont été couvertes par six journaux télévisés régionaux : France 3 Languedoc Roussillon, Bretagne, Lorraine, Basse Normandie, Aquitaine et Alsace. Les journaux les présentent comme des « activistes de la toile » et soulignent leur changement de méthode, ou plutôt un retour à des méthodes plus usités, avec l'appel à manifester : « Mais la cyberguerre ne suffit plus c'est désormais dans la rue qu'ils protestent » (France 3 Bretagne, 28/01/2012). La dimension mondiale à la fois de leur mouvement et de leurs causes est soulignée par France 3 Aquitaine (28/01/2012) « Les Anonymous, des internautes du monde entier qui agissent ensemble sur la toile contre le nucléaire, au service des printemps arabes et aujourd'hui contre le traité ACTA. »

La manifestation du 11 février 2012 est ensuite couverte par 11 journaux, dont France 3 Lorraine et Aquitaine qui réitèrent leur couverture de l'action des Anonymous. Puis, est couverte la troisième et dernière action du 25 février 2012 par 5 journaux télévisés régionaux. L'échelle internationale de l'action est là aussi évoquée et mise en regard de l'échelle restreinte des villes ayant participé aux manifestations : « Des internautes indignés et des manifestations organisées dans toute l'Europe par le collectif Anonymous dont 42 villes françaises parmi lesquelles Reims ou encore Troyes, en cause l'accord ACTA. » (France 3 Cham-

pagne Ardennes, 25/02/2012). Des distinctions sont établies entre les Anonymous et les autres participants aux manifestations, y compris quant à la dimension peu locale des revendications. Le même jour, France 3 Poitou-Charentes déclare ainsi : « Cette initiative a rencontré il faut bien le dire un succès très mitigé, avec seulement une poignée de militants masqués. À ce petit groupe se sont joints toutefois des militants d'ATAC Charentes, leurs revendications étaient davantage locales. ». ATAC Charentes, par définition mieux implanté dans la région et identifiable que les Anonymous, est ainsi rattaché à des revendications plus ancrées dans le territoire. Dans un journal antérieur, France 3 Poitou Charentes avait déjà souligné ce jeu d'échelle par la formule teintée d'humour : « Un vaste mouvement de protestation se propage dans toute l'Europe jusqu'à Poitiers. ». Enfin, France 3 Lorraine met aussi en exergue la dimension de « mouvement planétaire » des Anonymous pour informer de leur manifestation à Nancy, faisant jouer et se juxtaposer les deux échelles.

Le deuxième cas présente des caractéristiques différentes. En décembre 2014, trois sites internet liés au projet controversé Cigéo d'enfouissement des déchets radioactifs à Bure (Lorraine) sont attaqués par déni de service : celui du conseil général de la Meuse, celui du conseil général de Lorraine, et celui de l'Andra, l'Agence nationale pour la gestion des déchets radioactifs[3]. L'action est couverte par le journal télévisé de France 3 Lorraine en décembre 2014, relayant l'appel des Anonymous à un débat sur Internet ou un débat public télévisé sur la question de l'enfouissement des déchets nucléaires. L'affaire est ensuite reprise en avril 2015 pour indiquer que l'identité de deux auteurs a été « démasquée », le journaliste précisant leur ville d'origine respective, Reims située en Champagne Ardennes et Laxou située en Lorraine. La médiatisation se poursuit en juin de la même année au moment où les accusés sont invités à comparaître devant le tribunal correctionnel de Nancy. Le journal télévisé de France 3 Champagne Ardennes commence alors à couvrir l'affaire, mettant en avant l'origine rémoise d'un des protagonistes. S'ensuivent plusieurs épisodes de médiatisation où seuls les journaux télévisés de ces deux régions vont s'intéresser à l'affaire, mentionnant à chaque fois le lien géographique avec la région que ce soit par l'origine des protagonistes, par l'origine des sites internet ciblés ou par le lieu du projet dénoncé, Bure et les communes avoisinantes, toutes situées en Lorraine. La médiatisation de cette affaire s'achève par la sentence prononcée à l'égard des accusés.

Plusieurs éléments du traitement médiatique de cette affaire méritent d'être soulignés. D'une part, celui-ci reste uniquement local, les journaux télévisés régionaux n'ayant abordé l'action des Anonymous que dans la mesure où celle-ci venait à concerner leur territoire. La couverture du sujet a d'ailleurs été menée par France 3 Lorraine, édition concernée de manière plus profonde par cette action politique, illustrant ainsi le caractère géographique comme critère de choix d'une nouvelle journalistique (Charaudeau, 2005 :111), *a fortiori* lorsqu'il s'agit de médias régionaux[4].

Le fait que l'origine des trois Anonymous soit géographiquement proche de Bure est à noter car la lutte contre le projet Cigéo trouve des échos partout en France, la question du nucléaire à laquelle elle est rattachée étant nationale et internationale, et l'action informatique menée ayant justement la propriété de pouvoir être effectuée depuis le monde entier. Or la question du territoire est bel et bien présente. L'Anonymous interrogé par le journal télévisé de France 3 Lorraine (8/06/2015) affirme ainsi : « Il y a eu un déni de démocratie, un mensonge, une mauvaise gestion du territoire » mettant en miroir le déni de service comme l'une des seules

3 Il sera également parfois mentionné le site du Ministère de la Défense.

4 L'affaire n'a pas été mentionnée dans la télévision nationale hertzienne contrairement à certaines actions contre l'ACTA, couvertes par l'édition nationale de France 3 et par Canal+ qui a relaté un piratage visant le 1er ministre polonais favorable à l'accord.

réponses possibles face au déni de démocratie des autorités. Le caractère factice des débats organisés par la Commission nationale du débat public dans les communes du projet Cigéo a par ailleurs été souligné par une recherche sociologique (Chateauraynaud, 2005)[5]. En ce sens, l'action par déni de service est perçue par les Anonymous et rapportée par les journalistes comme le moyen symbolique à leur disposition pour « faire passer un message » (8/06/2015).

Cette action et son traitement médiatique avaient connu un précédent. En septembre 2014, trois mois avant le début de l'affaire, un groupe d'Anonymous solidaires des opposants au Barrage de Sivens avait piraté plusieurs sites internet du département du Tarn. L'action avait été rapportée par France 3 Midi Pyrénées sans qu'une suite médiatique n'ait été donnée à cette affaire, contrairement au cas de Bure.

Enfin, un autre point intéressant concerne la manière dont l'action politique des Anonymous est qualifiée, entre inscription dans le répertoire d'action politique traditionnel et nouveaux modes d'action encore mal identifiés. France 3 Lorraine parle en effet d'« un moyen moderne de manifester » (9/11/2015) et explique ainsi l'engagement d'un des protagonistes au sein d'Anonymous : « Les limites du militantisme traditionnel c'est ce qui a poussé le jeune homme de 19 ans étudiant en droit à rejoindre cette mouvance » (8/06/2015). À l'inverse, dans le contexte de la défense juridique de ses actes, l'analogie avec des modes d'action très répandus et relativement modérés comme le blocage d'une université ou d'une route revient systématiquement : « par exemple quand on va manifester il va y avoir un blocage peut-être des voies de circulation, ça va gêner, ça va déranger, c'est un petit peu le même principe sur Internet c'est-à-dire que les sites en effet on ne peut plus y accéder, symboliquement, on considère en tout cas que c'est de même nature ».

L'avocat de la défense reprend également devant les journalistes de France 3 l'analogie avec le blocage du trafic routier en soulignant que le caractère « nouveau » a joué en défaveur des prévenus[6]. Le journal reprend la version des accusés tout en jouant sur la tension manichéenne déjà mise en exergue dans le corpus télévisuel national : « C'est pour obtenir un débat télévisé contradictoire qu'ils se sont lancés dans cette action. Pour Loïc S. la saturation des sites, notamment celui de l'Andra, c'est juste une autre façon de manifester. […Le jugement] déterminera où dans le cas présent on se trouve entre manifestation citoyenne et cyberterrorisme ».

Notons que, malgré l'assimilation des Anonymous au cyberterrorisme, leur mode d'action est ici moins discrédité que dans le traitement du procès d'autres Anonymous par France 3 Ile de France où ils sont qualifiés de « gens dangereux ». Les attaques envers leur anonymat qui y figurent relèvent de la disqualification à l'égard des formes d'action citoyenne s'affranchissant du cadre de la désobéissance civile et de son exigence de soumission à la justice (Lagasnerie, 2015).

5 « Dans le cas d'espèce, le débat a clairement remis en question la pertinence de l'enfouissement des déchets radioactifs en site géologique profond, préconisé par les autorités et les exploitants du nucléaire – solution que la loi votée quelques mois plus tard, au printemps 2006, ne fera qu'entériner, donnant raison aux contestataires quant au peu de prise du débat public sur le processus de décision sociotechnique. », (Chateauraynaud, 2011 : 139).

6 « C'est un nouveau mode de grève, c'est un nouveau mode de participer pour dire qu'ils sont contre l'enfouissement des déchets nucléaires et on a considéré que c'était une infraction alors que quand les routiers bloquent la circulation c'est tout aussi une infraction et on ne réprime pas cette infraction ».

Un nouveau rapport à l'action politique ?

Les Anonymous s'inscrivent-ils dans la vague de contestations politiques identifiées à partir de janvier 2011 dans diverses places du monde – dont celle de la République à Paris – et exprimant « la volonté des citoyens d'exercer directement leur contrôle sur les décisions et l'action de ceux qui les gouvernent et de ceux qui les représentent » (Ogien, Laugier, 2014 : 7) ? Les modalités d'action par lesquelles les Anonymous constituent un mouvement politique spécifique (cyber-attaques, notamment par déni de service) ne semblent a priori pas correspondre aux formes d'actions politiques par réappropriation de l'espace public, et en particulier par l'occupation des places publiques, privilégiées par ces mouvements. Toutefois, le blocage d'un site peut s'apparenter à l'occupation d'un lieu et la couverture télévisuelle des Anonymous met en exergue la récurrence de la manifestation et du rassemblement dans leurs modalités d'action. L'un des points communs réside aussi dans l'extériorité des mouvements d'occupation de places vis-à-vis des partis politiques ou syndicats, et la contestation de leur légitimité et de leur valeur qui en ressort (*Ibid*. : 13). La perception des actions sur Internet comme étant de nature différente de celles, hors-ligne, faisant figures de références dans l'imaginaire politique (rassemblement, manifestation, blocage) semble dépendre du contexte d'argumentation de celles-ci. En effet, si le caractère disruptif des actions masquées des Anonymous par rapport aux formes d'actions politiques qui engagent le corps et l'identité de la personne par sa manifestation publique est parfois soutenu (Lagasnerie, 2015) la défense de leurs actions en justice et auprès des médias mise sur la similarité et l'analogie avec des actions politiques bien identifiées et un peu mieux tolérées dans l'espace politique traditionnel.

La disparition des Anonymous de la télévision hertzienne est due principalement au fait que l'étiquette Anonymous est désormais très peu invoquée pour réaliser ou revendiquer des opérations. Il est possible en effet que « la mise en mouvement » d'une multitude d'individus dans l'action n'ait pas suffi à constituer une forme politique pérenne « au-delà des temps forts de la mobilisation et des résistances situées et singulières » (Cardon, Granjon, 2013 : 185). Toutefois, certains nouveaux médias comme la chaîne *Hugo Décrypte* et le *pure player* d'information *Brut* ont profité en juin 2020 de la réaction des Anonymous menaçant de divulguer les pratiques violentes des policiers de Minneapolis, suite à la mort de Georges Floyd, pour revenir sur leur histoire et leurs actions. La vidéo de *Brut* sur les Anonymous a été diffusée également sur France Info TV.

Malgré l'abandon partiel de la figure des Anonymous pour organiser et revendiquer des actions politiques, leurs pratiques aident à penser des continuités entre une certaine déterritorialisation de l'action politique par des sujets se soustrayant par leur anonymat aux lois de leur État et de celui dans lequel ils agissent, et une affinité avec des luttes situées, voire ancrées, comme celles de Sivens ou de Bure. Ils illustrent ainsi les liens qui peuvent se tisser entre des contextes politiques de premier abord très différents comme l'ont montré d'une autre manière les mouvements d'occupation de places à travers le monde dans les années 2010 : « L'inventivité politique ne connaît pas les frontières que dressent les États, les traditions, les cultures ; et, même si les conditions sociales et économiques diffèrent d'un pays à l'autre, l'expérience politique qui a été faite en un lieu de la planète (aussi mythologisée soit-elle) peut servir à orienter celle qui se déroule ailleurs » (Ogien, Laugier, 2014, p. 21).

Références bibliographiques

Bergami G., Barbosa P (2017). Le militantisme numérique : néolibéralisme, internet et la possibilité d'un « ordre mobile ». *Topique*, n° 140, p. 81-92.

Bourdieu P. (1996). *Sur la Télévision*. Paris, Raisons d'agir.

Cardon D., Granjon F. (2013). *Médiactivistes*. Paris, Presses de Sciences Po.

Coleman G. (2019). How has the fight for anonymity and privacy advanced since Snowden's whistle-blowing? *Media, Culture & Society*, Vol 4, p. 565-571.

Kaufmann L., Rios Luque R., Glassey O. (2016). Faire être « Anonymous » : Figuration et dé-figuration d'un collectif « impropre ». *Raison publique*, n° 20, p. 143-174.

Charaudeau P. (2005). *Les Médias et l'information : l'impossible transparence du discours*. Bruxelles, De Boeck.

Chateauraynaud F. (2011). *Argumenter dans un champ de forces : Essai de balistique sociologique*. Paris, Petra.

Lagasnerie de G. (2015). *L'art de la révolte : Snowden, Assange, Manning*. Paris, Fayard.

Ogien A., Laugier S. (2014). *Le Principe démocratie : Enquête sur les nouvelles formes du politique*. Paris, La Découverte.

CHAPITRE 3

MUTATIONS DES ESPACES CULTURELS

Consommateurs, applications mobiles et durabilité : vers un nouveau type de comportement d'achat ?

Consumers, mobile applications and sustainability: towards a new type of purchasing behavior?

Hanitra Randrianasolo-Rakotobe, maître de conférences
IDEST, Université Paris Saclay, associée INTERACT, UniLaSalle
hanitra.randrianasolo@université-paris-saclay.fr

Jean-Michel Ledjou, maître de conférences
IDEST, Université Paris Saclay
jean-michel.ledjou@université-paris-saclay.f

Mots-clés : Consommation connectée et solidaire, Responsabilité ex-ante, Espace numérique d'apprentissage et d'arbitrage

Keywords: Connected and inclusive Consumption, Prospective Responsibility, Digital based learning and trade-off Space

Résumé

Les applications mobiles ont offert au consommateur du Nord, un espace numérique d'information, de communication et d'arbitrage en relation avec la justice sociale et la durabilité. L'enjeu désormais relié à la consommation est crucial : la diminution de la pauvreté reconnue comme « rurale et agricole », au Sud comme au Nord. Pilier d'une consommation connectée et solidaire, basée la responsabilité ex-ante, les applications gagneraient à se prémunir de l'opportunisme, hélas, fondamentalement humain.

Abstract

Mobile applications have offered consumers in the North a digital based space for information, communication and trade-off in relation to social justice and sustainability. So far, the consumption issue is crucial: the alleviation of poverty, recognized as "rural and agricultural" in the South as in the North. Now pillar of a connected and inclusive consumption, based on prospective responsibility, mobile app would benefit from guarding against opportunism, which unfortunately is fundamentally human.

Consommateurs, applications mobiles et durabilité : vers un nouveau type de comportement d'achat ?

Hanitra Randrianasolo-Rakotobe, Jean-Michel Ledjou

Le dynamisme du marché mondial des technologies numériques, et singulièrement celui des applications se trouve souligné dans toutes les études internationales : rapports émanant de chercheurs, de bailleurs de fonds, d'entreprises spécialisées, etc. Pour l'heure, les jeux dominent largement le secteur des applications. Cependant, depuis 2016, les préoccupations sociétales sont de plus en plus présentes. En 2018, les applications autres que les jeux représentent 65% du nombre total de téléchargements dans le monde (Sydow, 2019). Dans le même ordre d'idée, le rapport *Adjust* en 2019 montre la croissance rapide des applications mobiles en lien avec la santé, les transports, la communication et l'alimentation.

Selon la Fédération française du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), la crise due au coronavirus aura initié, voire converti une partie des internautes à l'achat en ligne, notamment pour les denrées alimentaires. Dans ce cadre, les applications mobiles ont joué un rôle significatif en tant que support de cette pratique de consommation connectée. « Notre quotidien est envahi par les applications mobiles ». Ce phénomène en cours de réalisation, est servi par un essor extraordinairement rapide des technologies, des services mobiles mais aussi par une évolution sans précédent des pratiques et des impacts sociétaux.

Dans ce contexte de mutations technologiques et sociales, notre recherche s'intéresse aux déterminants, à la portée et aux limites de la pratique de consommation connectée et solidaire, dans le sens où elle (i) s'adosse à une technologie numérique comme les applications et (ii) bâtit sa communication autour d'un bénéficiaire – direct ou indirect – de l'acte de consommation. Notre analyse qualitative s'appuie sur une observation non participante conjointe de deux terrains, depuis le milieu des années 2000 à date. Il s'agit de la consommation de biens, « annoncés ou indiqués » comme disposant d'une caractéristique sociale et de l'usage de la technologie numérique en relation avec les discours, les actions de développement et la recherche de justice sociale. Notre approche mobilise à la fois des concepts issus des sciences économiques, comme l'analyse institutionnelle ; et des sciences de l'information et de la communication, notamment à partir des travaux d'Alain Kiyindou sur les TIC et le développement.

C'est ainsi que nous avons pu préciser nos questionnements de départ : « En quoi certaines applications, véhiculent-elles des informations qui suppléent ou pallient les carences des politiques publiques de santé, de nutrition, d'environnement ? Au-delà de ces aspects, les critères sociaux et environnementaux sont redécouverts d'une autre manière par l'utilisateur. Quelles sont les perspectives offertes par de telles applications ? Engagent-elles de nouvelles responsabilités individuelles et collectives ? D'une façon générale, quels sont les enjeux et les risques sociétaux induits à l'échelle locale, régionale ou internationale ? » La présentation des résultats de notre analyse sera organisée en trois parties.

La première partie de notre travail présente les principaux déterminants de la démocratisation de la consommation de produits avec une qualité sociale, celle de « rémunérer au juste prix, son producteur ». Ce dernier vit à l'origine au sein de pays en voie de développement, et depuis 2016, il est installé en France. C'est le fruit de la mobilisation de l'approche institutionnelle, héritée de D. North (2005) : « l'histoire et les institutions comptent ! ». Pour les besoins de l'analyse exploratoire, nous nous sommes limités aux cas de produits alimentaires issus du commerce équitable (CE). C'est, en effet, la forme la plus connue de l'économie solidaire dont l'objectif d'amélioration des conditions de vie des producteurs est présenté comme une opérationnalisation de la recherche d'une plus grande justice sociale.

La deuxième partie expose les résultats de l'analyse des enjeux communicationnels autour de cette consommation de produits équitables, qualifiée de solidaire. Nous mettrons en exergue le rôle déterminant, lui aussi, de la technologie numérique. D'une façon générale, nous montrerons comment les sites Web et désormais les applications sont devenus des espaces de communication, d'apprentissages et d'arbitrages qui influent sur l'engagement du consommateur vis-à-vis du producteur. Nous soulignerons en particulier la manière dont les applications ont permis au consommateur d'arbitrer entre ses préférences vis-à-vis du producteur, et ses propres contraintes personnelles et budgétaires. La portée – qui nous semble conséquente – de cette possibilité d'arbitrage au cœur de l'espace numérique se trouve illustrée par la construction de toute une filière agroalimentaire par les consommateurs.

La troisième partie dévoile le fruit d'un aller-retour entre terrains et théorie. Elle fait état des résultats d'une analyse conceptuelle de cette pratique de consommation connectée et solidaire, tout en apportant des éléments de réponse à la question de la responsabilité qui l'entoure. Cette dernière comprend des limites, tenant principalement, au gap entre la puissance d'une communication institutionnelle positive sur la consommation connectée et solidaire. Nous mettrons enfin en évidence les risques d'ilots de prospérité et de consommation, marqueurs de classe (Requier-Desjardins, 2019) pouvant être aux antipodes de la justice sociale qui caractérise les discours sur le CE.

Déterminants de la démocratisation de la consommation de produits équitables

Si historiquement, les actions innovantes en faveur de la lutte contre la pauvreté ont pour cibles les producteurs du Sud et sont portées par des consommateurs militants, il semble qu'en 2020, le consommateur engagé pour cette cause n'ait plus tout à fait le même profil.

Un consommateur au centre du processus … depuis 50 ans !

Les pionniers du CE qui ont milité pour une plus grande équité – dans le sens d'une amélioration prioritaire des conditions de vie des producteurs marginalisés, dans les PED – ont appelé de leurs vœux une implication massive des consommateurs dans les pays développés. Si le CE connait une diversité de pratiques et a fait face à des questionnements existentiels (qu'est-ce que le vrai CE ?), la communication sur le rôle du consommateur représente un de ses éléments fondateurs les plus stables. L'inscription, en 2000, (i) dans la définition la plus connue et la plus opérationnelle, dénommée FINE, l'atteste : « Le CE s'appuie sur un partenariat commercial (…) dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. (…) Les

organisations du CE, **soutenues par les consommateurs**, s'engagent activement à soutenir les producteurs (…) ». Et (ii) dans l'Accord Afnor X50-340 signé en 2006 par les acteurs majeurs du CE en France.

Le degré de pauvreté des producteurs : une préoccupation mondiale

L'évolution du CE a été accompagnée par l'institutionnalisation du concept de « degrés de pauvreté et d'inégalités, désormais inacceptables », source de menaces et d'instabilités structurelles. Pour Dubigeon (2009), la conscience d'un danger planétaire a progressé au sein de nos sociétés interdépendantes. L'auteur avance que l'exclusion croissante – d'une partie de la population mondiale – débouche sur une profonde déstabilisation sociale. La réalisation de cette menace a bénéficié au CE. Néanmoins, l'objectif d'amélioration universelle des conditions de vie des producteurs est, malheureusement, encore loin d'être atteint. Le périmètre des bénéficiaires va même devoir s'agrandir…

Si depuis le milieu des années 2010, près d'un milliard de personnes sont sorties de l'extrême pauvreté, les producteurs semblent être les laissés-pour-compte. En 2019, toutes les régions du monde affichent une baisse du taux de pauvreté. Toutefois cette baisse ne se fait pas au même rythme. L'observation des dynamiques de pauvreté montre que dans le monde la population pauvre reste majoritairement concentrée dans les zones rurales, employée dans l'agriculture et âgée de moins de 18 ans (Banque mondiale, 2019). Un constat s'impose : l'extrême pauvreté est agricole et rurale. Le même constat sera établi en France. C'est ainsi que le débat sur le périmètre du CE, ne devant plus se cantonner aux producteurs du Sud a gagné en audience, au début des années 2010.

Le rôle du consommateur amplifié par les crises

La possibilité pour le consommateur français d'acheter des produits équitables améliorant les conditions de vie des producteurs, également français, va être offerte par des crises. La première est mondiale, et survient en 2008. La deuxième européenne et agricole, débute en 2010. Le changement d'échelles de cette pratique de consommation solidaire et équitable envers les producteurs français semble bien être impulsée par une troisième crise, plus récente, celle du coronavirus, en 2020.

Les applications mobiles : espaces de communication, d'apprentissage et d'arbitrage

Pour le producteur des pays en développement et – depuis 2014 – développés[1], l'acte d'achat et de consommation solidaire permet de pouvoir choisir de rester producteur et de ne pas avoir à quitter son travail pour améliorer son revenu et sa qualité de vie (Randrianasolo et alii 2014). L'observation non participante des pratiques de cette consommation amène à considérer la contribution significative des technologies. Du téléphone fixe à l'application mobile, en passant par le site Web, elles ont, d'abord, soutenu la démocratisation de cet acte d'achat visant une justice sociale ; elles ont ensuite éveillé une « révolution » qui dépasse le seul cadre de la consommation.

1 Des travaux menés au sein de la Plateforme française du CE (PFCE) suivie de la Promulgation d'une Loi en 2014, la loi Hamon, ont institutionnalisé l'élargissement des cibles prioritaires d'une consommation de biens alimentaires avec une caractéristique sociale, équitable et solidaire.

A l'origine, l'ordinateur et le Web !

La distance géographique entre les pays de consommation, majoritairement situés dans le Nord (Europe, Etats-Unis…) et les pays de production, dans le Sud (Afrique sub-saharienne, Amérique latine…) a légitimé le recours à des vidéos analogiques, puis numériques prouvant par l'image, la réalité des impacts de la consommation de produits équitables. Par ailleurs, montrer des images de comportements opportunistes dans le Sud, comme celles de producteurs arborant des signes ostentatoires de richesse (véhicules de luxe…) a renforcé la nécessité d'apporter des preuves au discours sur les producteurs bénéficiant de l'effort du consommateur. La réussite de la communication sur le producteur à qui l'on fait du bien, en consommant équitable se veut un enjeu essentiel du CE. De plus en plus se développe, en France, le désir de faire de l'acte d'achat un geste politique pouvant changer les situations. Des sites et des applications ont décidé de continuer dans l'espace numérique l'éducation du consommateur à l'équitable, laquelle éducation a été initiée dans les magasins spécialisés et les associations militantes.

À titre d'illustration, citons un site Web pionnier, *Mesgouts.fr*. Celui-ci donne accès à une information traitée sur les impacts sociétaux de produits disponibles en grandes et moyennes surfaces. Il suffit au consommateur d'indiquer ce qui est important à ses yeux. *Mesgouts.fr* permet de matérialiser son désir d'agir pour améliorer les conditions sociales des producteurs ou pour protéger l'environnement. Une note élevée indique une conformité avec les critères et les valeurs du consommateur. En outre, le nombre d'inscrits participant à la démarche est mis en valeur, renforçant par là même le sentiment d'appartenance à un réseau. Les concepteurs ont par ailleurs construit un indicateur, nommé « Appréciation » qui renseigne la note moyenne donnée à un produit par la communauté. Il s'agit là d'une véritable innovation sur le plan du comportement d'achat. Disposer de données instantanées et quantifiées sur l'impact de son acte, et ce, quel que soit le lieu d'achat et sans même avoir testé le produit, se révèle le moyen d'une prise de conscience collective des conditions de production. En théorie, la portée est non négligeable : s'inscrire dans un tel processus consolide non seulement la liberté de choix des consommateurs, mais également celle des producteurs. Récemment, les développeurs d'applications mobiles sont allés plus loin, les consommateurs aussi.

L'exemple de l'Application du consommateur : « C'est qui le patron ? »

Les applications ont connu des mutations incrémentales significatives, ces derniers temps. En exploitant l'information, celles-ci contribuent à faciliter la prise de décision, donnant ainsi de la consistance à de nouveaux comportements. Jouant quelquefois un rôle d'alerte, l'impact de certaines applications numériques sur la diffusion des connaissances peut avoir des répercussions sur le comportement des acteurs économiques et, par ricochet, sur le changement social. Nous allons nous focaliser sur l'exemple d'une Application dénommée « C'est qui le patron », également appelée, « Application du consommateur ». Celle-ci, née deux ans après la marque et le site Web éponymes, a offert la possibilité à ceux qui n'avaient pas d'ordinateur de participer au mouvement. Avant de revenir au fonctionnement de l'application, il est utile de rappeler que le mouvement « C'est qui le patron ? » a lancé en 2016, la première filière laitière équitable construite par les consommateurs[2]. Quelque 7000 consommateurs français ont, ainsi, activement participé à la co-construction d'une filière laitière guidée par un objectif social.

2 Cette première initiative sera suivie par une quinzaine d'autres produits agroalimentaires.

L'innovation repose sur une nouvelle méthode de fixation du prix de vente du lait conditionné : sur Internet, le consommateur est invité à matérialiser quatre (4) préférences reliées à différents niveaux de qualité. Dans la conception de son produit idéal, le consommateur connaît le coût supporté par le producteur et doit s'engager à payer le prix correspondant (exprimé en centimes, *cf.* Figure 1). *In fine*, quel que soit le critère retenu, figure toujours le fait que le producteur ne perde pas d'argent, qu'il puisse se payer convenablement, et qu'il dispose de temps libre et de remplacement.

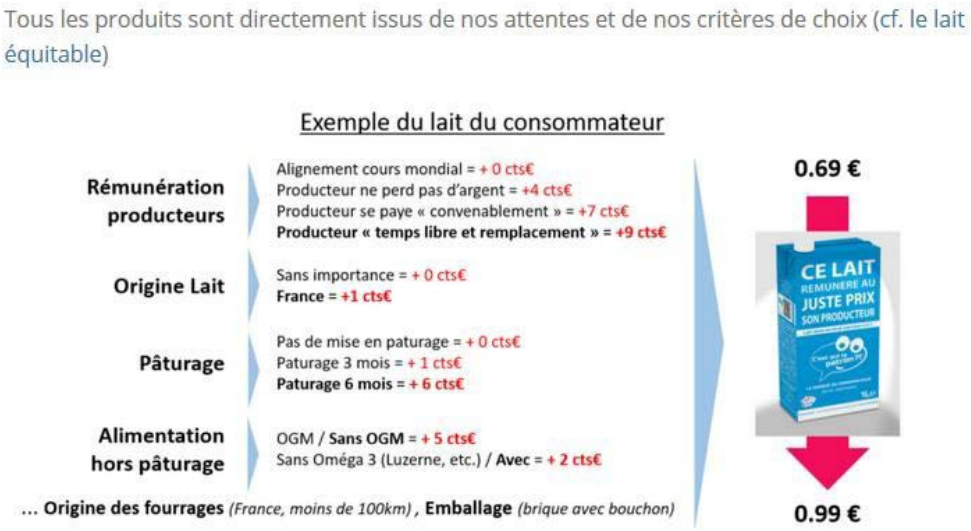


Fig 1. – La marque du consommateur – Le lait créé par le consommateur
Source : site web officiel, la marque du consommateur, visité le 3 mars 2017

Le cas de cette marque montre bien comment l'espace numérique peut se révéler l'hôte d'une étape d'information, d'arbitrages et d'engagement afin de lancer une filière équitable.

De son côté, le groupe de distribution *Carrefour*[3], qui figure parmi les parties prenantes de cette initiative, précise que « c'est la première marque pour laquelle le prix et les critères de qualité sont fixés par les consommateurs ». Le succès de la marque est au rendez-vous, depuis son lancement en novembre 2016, jusques et y compris dans la manière dont la filière a traversé la crise du coronavirus en 2020. La dernière version de l'application indique au consommateur où celui-ci peut trouver les magasins qui distribuent ses produits. Le cas échéant, il est possible de signaler la présence d'un produit « C'est qui le patron ? » en rayon, voire une rupture d'approvisionnement, en envoyant un message au responsable du magasin.

Il s'agit donc bien ici d'un changement de paradigme. L'utilisateur de l'application a bel et bien la possibilité d'exercer une pression sur une enseigne afin que cette dernière maintienne la commercialisation d'un produit. L'acte d'achat devient un acte militant par lequel le consommateur tente non seulement d'influencer les distributeurs, mais aussi les marques en les orientant vers ses préoccupations en matière de solidarité et *in fine* de durabilité.

3 Carrefour.eu.fr, « Le lait qui rémunère au juste prix son producteur », visité le 12 avril 2017

De la question de la responsabilité entourant la pratique de la consommation connectée et solidaire

Rejoignant plusieurs études sur le sujet, Dubligeon (*ibid.*) considère que l'éthique de responsabilité (Randrianasolo, 2006) devient la clé du nouveau système sociotechnique qui sous-tend le monde moderne. L'analyse de l'évolution du CE nous permet de préciser le contour et les impacts de cette responsabilité en même temps que le rôle exercé par les technologies mobiles qui en certaines circonstances inversent les rapports de force entre l'industrie agroalimentaire d'une part, et producteurs et les consommateurs, d'autre part.

Une responsabilité ex-ante du consommateur

En matière de responsabilité, rendre compte du comportement d'achat via une application nécessite la mobilisation d'un nouveau concept. En effet, l'éthique de la responsabilité classique, c'est-à-dire rétroactive, stipule que la responsabilité est engagée une fois que l'action est faite. C'est une responsabilité que nous devons assumer en fonction de nos actes passés et des conséquences qu'ils ont entraînées. Selon ce schéma, si l'être humain n'agit pas, on ne peut lui imputer de responsabilité a posteriori (Métayer, 1997). Or, dans le cadre de l'explosion des réseaux numériques, l'action peut être interprétée comme le fruit d'une prise de conscience et de responsabilité. Cette éthique de la responsabilité a été conceptualisée par Hans Jonas depuis 1979. Ce dernier met en exergue une responsabilité[4], qui n'est pas consécutive à un acte passé, mais qui préexiste à cet acte et peut même être à la source de celui-ci. Elle commande l'acte à accomplir en posant l'acteur correspondant comme responsable de cet acte a priori.

Ce qui fonde cette responsabilité, c'est qu'un être vivant se trouve dans notre sphère d'influence et que son sort dépend directement de nous, soit parce qu'il a besoin de nous, soit parce qu'il est menacé par nos actions. C'est la vulnérabilité et la fragilité de cet être qui engage notre responsabilité. Ramenée au CE, cette approche de la responsabilité conduit à estimer que la vulnérabilité et la fragilité des producteurs dans les pays en développement et développés concernent la responsabilité du consommateur : une fois informé des conséquences de son achat via une application de notations, celui-ci engage une dépense.

Source d'action, la responsabilité *ex-ante* est à la base d'un nouveau comportement, désigné par Michelleti sous le vocable « buycott ». Ce néologisme fabriqué à partir de l'anglais *to buy* (acheter), consiste à acheter des produits répondant à des critères sociaux et environnementaux dont il faut organiser la production (De Ravignan, 2004). En tout cas, théoriquement, la mobilisation des travaux sur l'éthique de la responsabilité qui relient liberté et action apporte des éléments qui peuvent rendre compte du mécanisme à la base de ce nouveau type de comportement.

« L'arbre qui cache la forêt ? » : quel enseignement tirer des projets de développement basés sur le CE ?

Le lancement d'une filière équitable en plein cœur d'une crise laitière est inédit : « ni l'Europe, ni le gouvernement français n'ont jamais réussi à lancer pareille initiative. D'un point de vue théorique, nous pouvons considérer que la démarche des consommateurs représente ce que P. Valéry, dès 1910, a laissé en héritage au

4 Sur ce point on pourra lire avec profit : Randrianasolo, Dubois et Dahmani (2014)

courant institutionnaliste : « un phénomène quantitativement faible porteur de potentiel de changement ». La question de son changement d'échelles est la suite logique de la recherche-action publique et privée. Pourtant, l'enseignement tiré des pratiques du développement international interpelle et dessine une limite sociétale. Les initiatives relevant du privé ne concernent, dans certains contextes, qu'une faible partie de la population victime de la pauvreté et d'inégalités. Cet état de fait peut aboutir à la construction d'ilots de prospérité. Dans un monde marqué par la contraction des ressources, ces ilots font courir le risque de faire oublier la majorité qui se situe encore dans une trappe à pauvreté. La capacité effective du numérique, via les applications, à amplifier les ilots de prospérité décuple ce risque.

L'opportunisme est humain et facilement amplifiable, dans un contexte de régulation flou

Le dernier risque relève de l'opportunisme des agents. Les tribunaux, les organismes aptes à sanctionner un tel comportement se basent, pour le moment, sur l'éthique de la responsabilité rétroactive. Il faut dire qu'il n'existe pas encore de systèmes de sanction adaptés pour des cas de malversation au cœur d'une initiative basée sur la responsabilité *ex-ante*. Le pire serait sans doute que la sanction suive la loi de Gresham : « les mauvais comportements chassent les bons, les mauvaises initiatives chassent les bonnes » avec à terme pour corollaire la disparition du marché et *in fine* de la filière. Il va de soi qu'un événement de la sorte constituerait une catastrophe pour les producteurs. Ainsi, sans régulation publique, le seul système de notes et d'appréciations mis en avant par le numérique représente un risque face un sentiment d'opportunisme qui n'a jamais quitté l'humanité, y compris dans le meilleur des mondes, selon la formule du Prix Nobel O. Williamson.

Conclusion

De l'observation de la pratique de consommation connectée et solidaire ressort un constat : » le bien-être du consommateur impliqué est relié au bien-être du producteur, sous-tendu par une empathie pour ce dernier » (Randrianasolo et Ledjou, 2016). L'initiative a fait mouche puisqu'elle a inspiré une loi majeure sur l'agriculture et l'alimentation, fondée sur la nouvelle méthode de calcul du prix de vente pratiquée par la filière équitable des consommateurs.

Depuis les sites Web jusqu'aux applications, l'espace de communication, d'apprentissage, d'arbitrage offert par le numérique éveille une nouvelle forme de consommation plus équitable, dont les bénéficiaires historiques se trouvent dans les pays en voie de développement et, depuis peu, dans les pays développés. Avec pour objectif l'amélioration des conditions de vie de producteurs marginalisés, le CE attend du consommateur qu'il fasse le choix d'acheter un produit, non seulement pour les caractéristiques propres à ce bien mais aussi, en acceptant de payer plus cher pour une caractéristique supplémentaire d'ordre social, celle de « pouvoir faire du bien ».

Cette communication claire et stable tout au long des décennies a constitué une force du mouvement socio-économique qu'il ait été opérationnalisé dans les magasins spécialisés, dans les grandes et moyennes surfaces ou en ligne. Au-delà de cet aspect, le concept d'équité comme tendance à l'amélioration des conditions de vie des plus pauvres, forge une éthique de la responsabilité. Cela étant, pour que ce mouvement

perdure, la confiance des différents acteurs envers les dispositifs numériques en lien avec le CE ne doit pas être entamée.

Bibliographie

Banque mondiale (2019). Comprendre la pauvreté. Vue d'ensemble, URL : https://www.banquemondiale.org/fr/topic/poverty/overview#1, consulté le 14 décembre 2019. Bécheur A. & Toulouse N. (2008). *Le CE. Entre utopie et marché*. Paris, Vuibert.

De Ravignan A. (2004). Carrefour, la tactique de l'éthique. *Alternatives Internationales*, n°18, p.34-35.

Kiyindou A. (2015). *Quand l'Afrique réinvente la téléphonie mobile*. Paris, L'Harmattan. Métayer M. (1997). *La philosophie éthique, enjeux et débats actuels*. Québec, Édition ERPI. Micheletti M. (2003). Shopping with and for Virtues. *Political virtue and shopping- individuals, consumerism, and collective action*. New York, Palgrave McMillan, p.149-168.

Mouzon C. (2014). *Consommer autrement*. Paris, Alternatives économiques Scop-SA.

North D. (2005). *Understanding the process of economic change*. New Jersey, Princeton University Press.

Randrianasolo H. (2006). Changement de comportement du consommateur dans la démarche du CE. Impacts sur le développement durable ». *2e Colloque international sur le CE & développement durable*, *CRSDD*, Université de Québec à Montréal.http://www.crsdd.uqam.ca/Pages/docs/pdf-Colloques/colloque_international/Seance_ 2/RANDRIANASOLO%202006.pdf, consulté le 9 janvier 2020.

Randrianasolo-Rakotobe H. & Ledjou J-M. (2016) The Contribution of the Internet in Broadening the Scope of Solidarity-Based Consumption, *Global Media Journal - Canadian Edition*, Vol. 9, p.73-86.

Randrianasolo-Rakotobe H. & Ledjou J-M. (2018). Appuyer le développement de l'économie numérique. *Rapport sur l'état de la francophonie numérique*, OIF/IDEST, p.55- 73

Randrianasolo-Rakotobe H, Dahmani A. & Dubois J-L. (2014). De la nécessité d'étendre les références éthiques de l'approche par les capabilités. Enseignements tirés des pratiques du CE. *Mondes en développement*, n° 168, p. 59-76

Requier-Desjardins D. (2019). La consommation « éthique » est-elle un marqueur de classe ? Qualification, enrichissement et « classe ambitieuse ». Working paper, Hal, Université de Toulouse Jean Jaurès. https://hal-univ-tlse2.archives- ouvertes.fr/hal-02307391

Sydow L. (2019). The State of Mobile in 2019 – The Most Important Trends to Know. *App Annie Report*. https://www.appannie.com/fr/insights/market-data/the-state-of-mobile-2019

Ce que les publics font au jazz ou comment les publics participent à l'émergence de réseaux

What audiences does to jazz or how audiences participate in the emergence of networks

Mathieu Feryn,
A.T.E.R., Docteur, qualifié aux fonctions de MCF en S.I.C.
Laboratoire Culture et Communication, Avignon Université
mathieu.feryn@gmail.com

Mots clefs : publics, engagements, émergence

Keywords: audiences, commitments, emergence

Résumé

Nous avons souhaité analyser les pratiques culturelles des publics en questionnant leurs engagements sur des temps longs. En comparant différentes temporalités lors de la saison culturelle, festivalière et lors d'évènements ponctuels ; notre approche ethno-compréhensive permet de saisir comment les membres de ces collectifs s'intègrent à des dynamiques existantes et en cours d'élaboration. Puis, nous avons décrit les (re) médiations qu'ils réalisent avec des objets sociotechniques en montrant en quoi ces pratiques culturelles participent à développer des réseaux artistiques.

Abstract

We wanted to analyze the cultural practices of audiences by questioning their commitments over long periods of time. By comparing different temporalities during the cultural and festival season and during one-off events; our ethno-comprehensive approach allows us to understand how the members of these collectives fit into existing and developing dynamics. Then, we described the (re) mediations they carry out with socio-technical objects, showing how these cultural practices help to develop artistic networks.

Ce que les publics font au jazz ou comment les publics participent à l'émergence de réseaux

Mathieu Feryn

Introduction

La prise en compte de la participation des publics dans le cadre de la stratégie de communication des institutions jazzistiques est une problématique récurrente en France et en Europe. À ce sujet, le déploiement de la loi NOTRe[1] a suscité des controverses renouvelées. Bien qu'au sein des institutions, la loi vise à encourager la prise de décision avec les publics, leurs engagements peuvent être perçus par les membres des institutions comme un frein au devenir de la création artistique. Les pratiques des publics et leurs interactions dans et en dehors des institutions posent des problèmes touchant à leurs goûts et à leurs compétences pour évaluer la qualité de la programmation artistique. Ces phénomènes apparaissent compte tenu de leurs représentations du jazz, des lieux de leurs pratiques et des principes qu'ils confèrent à leurs interactions en situation. Soit le fait que la circulation des publics et des objets liées à leurs pratiques soient des éléments constitutifs de leurs cultures.

Le développement de concerts à domicile ; les recommandations de prescripteurs numériques par le biais de vidéos diffusés sur le web ainsi que les négociations portant sur leur connaissance de l'écosystème du jazz posent des questions de communication. La coopération renforcée entre les services de l'État, les membres des réseaux institutionnalisés du jazz en région et les collectivités locales visent à soutenir ces dynamiques citoyennes et culturelles. C'est pourquoi on peut se demander en quoi les relations de communication qui s'engagent entre des publics et des objets sociotechniques participent à faire émerger des réseaux artistiques dans et en dehors des dispositifs institués **?**

L'engagement des publics sur des temps longs dans le domaine du jazz a rarement été étudié par les chercheurs en Sciences de l'information et de la communication (Sic). Parmi les représentations sociales qui circulent dans la communauté des Sic, le jazz serait principalement étudié par des sociologues de l'art ou des musicologues. En France, la question qui a occupé les recherches jazzistiques au cours des dernières années a permis de rendre compte de la manière dont le jazz agit sur les publics et sur les artistes. Il a inspiré les travaux sociologiques de Jean-Louis Fabiani, d'Olivier Roueff et de Wenceslas Lizé. La récurrence des concepts évoqués de « légitimité, de consécration ou de structure sociale du public » s'inscrit dans la continuité d'apports Bourdieusiens. Or, l'état de l'art sur cet objet offre une tout autre perspective particulièrement dans l'espace scientifique européen. La recherche la plus dense porte sur les pratiques artistiques. Plus spécifiquement dans ces disciplines : l'art, la sociologie, l'histoire et l'ethnographie. Le jazz fait l'objet de nombreuses études par des critiques ou des esthéticiens de l'art, de programmes de recherche internatio-

1 Adoptée par le Parlement le 16 juillet 2015, l'article 103 (ex 28A) envisage que la responsabilité en matière culturelle soit exercée par les collectivités territoriales et l'État. Elle intègre la notion de « droits culturels » en se référant à la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles du 20 octobre 2005.

naux, d'une journée internationale à l'initiative de l'Unesco, de relevés ethnographiques, d'études monographiques ou de conférences spécifiques. Google Scholar recense ainsi près de 800 000 résultats. L'hétérogénéité des thèmes de recherche est tout à fait symptomatique de ce dynamisme. Elle permet de réaliser trois observations. 1. Les recherches portent majoritairement sur les musicien.ne.s. 2. Les pratiques – dont on parle à propos du jazz – sont évoquées au cours de la formation des musicien.ne.s où sont analysées les tensions identitaires dans le cadre des relations entre pairs et reliées à la tradition orale du jazz. 3. Le nombre de recherches portant sur les formes d'engagements des publics restent très marginales. En effet, peu de travaux soulèvent la question de l'engagement des publics. Les collègues questionnent peu la manière dont les publics participent à l'émergence de réseaux artistiques dans et en dehors des institutions culturelles. En revanche, les recherches sur les festivals de jazz en Europe sont en augmentation (Whyton, 2018). En avril 2019 à Graz (Autriche), les organisateurs de la conférence internationale *Jazz Journeys* ont proposé un axe de discussion traitant de la circulation de l'information. C'est un travail qui a été entrepris en France par des chercheurs en Sic comme Patrice Flichy. Il a contribué à développer une recherche sur les publics amateurs (Flichy, 2010). Il représente un défi stimulant pour relier les recherches antérieures à l'étude actuelle des objets comme le jazz et à un concept mouvant comme celui de publics. Cette notion permet de traduire une « vision dynamique, la pluralité du phénomène, son hétérogénéité, la diversité ressentie, mais également [aborder] un certain malaise quant à la manipulation du concept [de publics], lié à son instabilité. » (Gimello-Mesplomb et Vilatte, 2015).

Méthode

Compte tenu de la nature des pratiques des publics sur le terrain, la méthodologie pour appréhender leurs engagements s'inscrit dans la continuité d'une approche héritée des *cultural studies*. Elle consiste à « appréhender le processus communicationnel comme une structure coproduite et entretenue par l'articulation de moments liés entre eux, mais distincts [au cours de la] production, circulation, réception, reproduction [des œuvres] » (Hall, 1997). De sorte que la notion de publics permet de désigner les formes d'engagements des publics en décrivant l'incertitude de leurs relations avec des objets et des discours en situation de communication. Les formes d'engagements désignent les activités qui participent à agir individuellement et collectivement. Ces engagements s'établissent au sein de collectifs homogènes et hétérogènes sur des temps longs. La spécificité de cette démarche méthodologique en Sic est de ne pas partir uniquement des pratiques artistiques ou culturelles, des espaces de diffusion du jazz consacré, ou des activités de réception des publics. Cette méthode vise à situer le dispositif spatial où les individus et les collectifs sont en interaction. Elle contribue à appréhender les signaux faibles des publics qui engagent du sens au cours de leurs actions dans et en dehors des institutions culturelles. Cette manière de s'interroger sur l'engagement des publics permet de comprendre les médiations qu'ils développent au sein de micro- communautés et leurs représentations des institutions. Il s'agit d'une réflexion méthodologique qui s'appuie sur une expérience de terrain dans l'écosystème informationnel du jazz. Cette perspective méthodologique est renouvelée selon une approche multivariée et multisite des pratiques communicationnelles du jazz (Feryn, 2019).

Elle se situe au centre des Sic par l'analyse du discours des publics, par l'observation de leurs engagements, par la compréhension des dispositifs de soutien à la création artistique et par l'appréhension de doubles

médiations (Feryn, 2018). Inspirée par Harold Garfinkel (Garfinkel, 2007), cette méthode consiste à se rapprocher des pratiques réalisées par les publics. Leurs connaissances communes et les raisons pratiques de leurs engagements réciproques sont appréhendées au cours d'une enquête à Avignon. C'est une ville où j'ai organisé des concerts et des émissions radio pendant cinq ans. Les conversations entre les membres des communautés observées permettent de rendre compte de la quête de sens pour les individus et du développement instable de leurs relations à ces objets. Trente entretiens semis-directifs ont été réalisés, dix focus groups et près de huit cents questionnaires ont été administrés en face à face dans l'agglomération. L'enquête s'est déroulée pendant cinq ans au cours de la saison culturelle, de la saison festivalière et au cours d'évènements ponctuels entre 2013 et 2018. Elle s'est déroulée dans des espaces plus ou moins autonomes.La constitution de ce corpus hétérogène fut nécessaire car la particularité de l'agglomération est de favoriser la rencontre avec les publics dans et en dehors des institutions. Par exemple, de nombreux échanges se sont poursuivis au cours de leurs courses alimentaires ou dans l'espace public. Cette pratique de l'enquête a permis de tester les interprétations au fil de l'eau avec eux et leurs proches. Les discours et les pratiques ont été comparés en poursuivant l'enquête avec leurs amis, leurs conjoint.e.s ou leurs collègues. Cette méthode permet de rendre compte de leur inclusion et de leur exclusion au sein de communautés de façon ponctuelle ou durable. J'étais un médiateur mobile avant, pendant et après les conversations avec eux.

Les apports disciplinaires tels que ceux de la sociologie pragmatique, l'économie informationnelle, la sociologie des publics et l'anthropologie du spectacle vivant ont contribué à réaliser un travail interdisciplinaire qui s'appuie sur ce pluralisme méthodologique (Bernard et Joule, 2005). Cette démarche en Sic implique d'étudier les interactions entre des individus, des collectifs, des discours et des objets dans des dispositifs sociotechniques situés. Il s'agit pour nous de comprendre le développement des engagements locaux et au-delà des frontières administratives. Dans la continuité des travaux de Simon Frith, l'engagement des publics est ainsi relié à des expériences en termes identitaires et communautaires (Frith, 1996). Pour se faire, d'abord, nous allons montrer que l'émergence de réseaux est favorisée compte tenu des expériences hétérogènes des publics ; puis, nous allons préciser comment les collectifs de publics permettent d'attribuer des principes axiologiques à l'information.

L'expérience des publics comme un fer de lance de l'engagement

Les résultats de notre enquête font apparaitre une dynamique relationnelle dans les pratiques. L'expérience des publics fait tantôt écho à des expériences collectives tantôt écho à des expériences singulières avec des objets en situation (Hesmondhalgh, 2007). Les publics oscillent entre une perception individuelle de l'engagement et la communication traitant de l'engagement des autres. A l'issue de ce travail, nous ne pouvons pas déterminer un point de départ ou un point d'arrivée aux pratiques. Chaque expérience réactualise leurs gouts et leurs jugements sur les œuvres. Ce résultat a déjà été observé par Morley dans les années 90 pour qui « les significations locales [des interactions] se constituent avec et contre les ressources symboliques fournies par les réseaux […] globaux » (Morley, 1993).

Pour l'illustrer autrement, l'engagement des publics à Avignon implique qu'ils écoutent et échangent des musiques par le biais de leurs messageries électroniques, consultent et partagent des selfies avant des concerts, collectent et diffusent des vidéos de leurs téléphones sur les médias informatisés, etc. Ces expériences hété-

rogènes encouragent les publics à partager leurs expériences avec des groupes d'amis, des collègues, leurs conjoint.e.s et/ou des inconnu.e.s en relation avec des objets sociotechniques comme les disques, les affiches, les programmes des concerts ; avant, pendant et après une rencontre avec les œuvres.

En effet, bien que les publics puissent écouter seul du jazz, ils témoignent qu'ils ont besoin de partager leurs plaisirs en recourant à des doubles médiations, sociales et techniques, au contact des autres. Les dispositifs où les individus réalisent leurs pratiques constituent des espaces de rencontre pour remédier aux principes adjugeant des qualités artistiques. Il s'agit selon eux de confronter leurs opinions dans des débats publicisés et confinés (Lemieux, 2007). Les entretiens font apparaitre que ces pratiques communicationnelles sont dynamisées par leurs interactions dans le temps, dans l'espace et par les corps au cours des expériences. Les publics réalisent des ajustements en situation avec les autres et les objets. Chacun d'eux agit sur eux réciproquement. Ces interactions participent à formaliser des critères pour valoriser ou non communément les œuvres. En communiquant sur leurs émotions, les publics se mettent ainsi d'accord sur l'objet de leurs différends en constituant un réseau avec qui ils partagent des cultures communes. Le développement de ces cultures implique que chacun puisse discuter de son plaisir d'écouter de la musique au sein d'un réseau. Il consiste à domestiquer un vocabulaire, à partager des gestes, à négocier des codes corporels et une série de signaux triviaux (Jeanneret, 2008).

La circulation des vidéos enregistrées sur leurs téléphones au cours de leurs pratiques peut favoriser une médiation portant sur leurs expériences collectives. En procédant ainsi, ils tirent leurs savoirs de leurs relations communautaires et leurs connaissances de leurs perceptions individuelles de l'expérience. Cela implique que les pratiques des publics font l'objet de traductions en relation avec ces objets (Latour, 1991). En ce sens, l'expérience des publics dans le processus communicationnel favorise la circulation de l'information. Ce constat permet d'identifier trois profils de médiateurs à Avignon. Les publics qui peuvent être à l'initiative des pratiques, il s'agit des « initiateurs ». Ceux qui cherchent à défendre la programmation d'un espace de diffusion, les « ambassadeurs » au sens de Dominique Pasquier ou les « traducteurs » qui interprètent les codes culturels et les représentations pour les autres au cours des pratiques.

Compte tenu des choix entrepris dans leurs vies personnelles, le plaisir de s'engager dans une activité individuelle et collective participe à négocier les principes dans un réseau. Dès lors, l'expérience développée au cours des écoutes, des sorties et des conversations permet des changements d'appréciation. Le devenir de ces actions ordinaires est remédié au sein des dispositifs où ils interagissent. La familiarisation avec un réseau est négociée en situation ; c'est un processus indéterminé et rejoué. Notre enquête fait apparaitre que les publics, d'un dispositif à un autre, recourent à des médiations différentes afin de faire évoluer leurs expériences et celles de leurs semblables. Selon les situations, le dispositif spatial, corporel et temporel agit sur leurs appréciations. L'incertitude d'être accompagné lors d'une sortie participe de cette représentation mouvante et émouvante des relations qu'ils nouent avec les collectifs et les objets du jazz.

Les principaux freins au développement de ces pratiques sont associés par les publics au fait de poursuivre des études, de démarrer une relation amoureuse, d'élever des enfants ou d'être en mobilité professionnelle Face à ces multiples situations, la constitution de collectifs nous a amené à nous intéresser à l'attribution des principes de l'information échangée en situation.

La vie des collectifs et l'attribution des principes axiologiques

Nous venons de préciser que les différents rythmes de la vie des individus et des groupes les amènent à plus ou moins s'engager durablement ensemble dans ces dispositifs. La difficulté à consommer du jazz en prenant du temps pour soi-même explique pour eux l'irrégularité de leurs participations collectives. La négociation portant sur les principes conférés à l'information permet de relayer l'opinion qu'ils se font d'eux-mêmes et des expériences qu'ils réalisent avec les autres. Dans l'enquête, nous avons observé que leurs expériences sont une opportunité de remettre en question leur connaissance des critères prévalant dans une communauté. Il est nécessaire de noter que cinq pourcents des publics sortent hebdomadairement écouter du jazz dans le même lieu depuis un an. Ils peuvent désigner le lieu de ces engagements comme « leur seconde maison ». Mais, la grande majorité d'entre eux se rend une fois par an dans les institutions ou en dehors pour écouter du jazz. De même, pour les organisateurs ou les musicien.ne.s, la difficulté à maintenir une activité rémunératrice dans le domaine du jazz plus de 15 ans implique qu'ils sont nombreux à diversifier leurs activités pour (sur)vivre. La circulation de l'information participe à remédier les principes axiologiques dans un réseau et invite à nuancer la ritualisation des engagements individuels et collectifs.

Que ce soit par le biais de sociabilités numériques (via des prescripteurs web) ou physiques (via des disquaires), de débats confinés ou publicisés, les publics mettent en débat les principes engagés en réseau. Ils discutent des formes d'autorité balisées dans la programmation institutionnelle. En ce sens, à Avignon, le marché joue un rôle important. Un groupe mené par Jean (qui fréquente chaque semaine une salle de concert) interpelle la programmatrice : « Nous ne comprenons pas vraiment le sens de vos actions artistiques. Vous nous précisez que votre programmation vise à soutenir des créateurs et des créatrices contemporains. Or, vous organisez un concert en partenariat avec X. Il va signer dans une major, un industriel ! Pouvez-vous nous confirmer cette information, s'il vous plait ? ». Dans chaque situation, personne n'est certain d'avoir l'information au même endroit et au même moment. La communication au sein des collectifs permet de réduire l'incertitude de son action et d'attribuer du sens individuellement et collectivement. Au marché, parmi les badauds, un étudiant du conservatoire répond au groupe « Messieurs-dames, la programmatrice essaye de vous expliquer que Mr X va signer dans cette maison de disque. Votre information est correcte. Il va également présenter un projet réalisé avec mes camarades dans le cadre du partenariat de la salle avec le conservatoire. Notre collaboration fera l'objet d'un disque avec un label indépendant et il sera enregistré dans un studio régional ». Les résultats de l'enquête mettent en perspective que pour réduire l'incertitude de leurs actions, les publics s'engagent collectivement dans des espaces de débats axiologiques similaires, numériquement et physiquement.

Ce qui implique qu'ils ne relayent pas systématiquement les valeurs des institutions (y compris les habitués des salles labellisées), car leur implication est selon eux rarement saluée par les membres des réseaux institutionnels. Compte tenu de ce constat, les membres des institutions nous ont confirmé qu'il privilégie communiquer publiquement sur le travail des créateurs et des créatrices. Au sein des institutions, le manque de communication publique sur l'engagement des publics s'explique selon eux par le fait que cet engagement est un horizon d'attente « utopique ».

Le recours à des compétences info-communicationnelles et la connaissance des publics fait craindre aux institutions que l'engagement des publics porte atteinte au sens de leurs actions, centrées sur la création au

sein de leurs réseaux. Or, pour les membres des institutions, la valorisation de la création artistique a du sens, car elle constitue une manière de s'intégrer à des débats. Après un temps long, nous observons que cette manière de communiquer publiquement conduit à des déclassements ou des disqualifications professionnelles compte tenu de la circulation des créations, des discours, des collectifs et des objets dans d'autres réseaux (Ribac & Pessin, 2017). En écho à ces pratiques, dans les entretiens, les publics soulignent les biais de la communication publique : « à long terme, la programmation [des institutions] mélange [selon nous] des promesses et des valeurs ». Pour y remédier, lorsqu'ils interagissent, les publics et les membres des institutions soulignent que les principes sont débattus au cours de jeux d'ajustement, au sein de réseaux formels et informels. Le soutien à la création s'établit selon eux lors de débats institutionnels avec des représentants du Ministère de la Culture et de la Communication, de l'Ajc, du Cnv, de la Sacem, de la Spedidam, de l'Adami, de la Drac, de la Région, du Département, de la Ville, etc.

Au cours des débats, les institutions affirment « défendre une programmation réfléchie, construite sur une idée militante et progressiste du jazz […] dans le cadre de projets culturels affirmés et citoyens » (Association Jazzé Croisé, 2019). Mais, par le biais de leurs interactions avec les publics, il fait consensus que les principes axiologiques défendus dans les réseaux institutionnels sont remédiés dans des espaces moins formels en situation. Ces tensions sont renouvelées compte tenu de l'incertitude de pérenniser les ressources financières dévouées aux créations. Au cours des années 2000, le glissement sémantique du soutien à la création au profit du développement de projets pose problème pour les apaiser.

Conclusion

C'est pourquoi, au terme de cet article, nous pouvons dire que la prise en compte des médiations entre les publics, les discours et les objets permet de relier les effets de ruptures et de continuités dans les stratégies institutionnelles de communication. Dans et en dehors des institutions, l'incertitude de partager des expériences humaines, non humaines et des discours dans des dispositifs communs et en présence, implique que les publics procèdent à un « inventaire » des principes et des critères pour partager leurs plaisirs. Des critères et des principes dynamiques qui contribuent à valoriser ou non la programmation. Le développement de cette compétence communicationnelle conduit à faire circuler de l'information dans des dispositifs hétérogènes. Il ressort de cette conclusion que les principes qui participent à valoriser ou non la programmation artistique sont stimulés par ces expériences collectives et multidimensionnelles. Il y a un flou permanent entre la figure de l'énoncé et de l'énonciateur. La constitution des collectifs permet ainsi aux publics de compléter les sources d'information.

Dès lors, les sources s'agencent entre elles au cours d'une expérience intime et privée, médiées et remédiées en public, dans et en dehors des institutions, en interaction et en situation. Soit le fait que les interactions des publics contribuent à observer une hétérogénéité des opinions et une diversité des processus de participation aux débats dans des espaces relativement autonomes. La circulation de l'information dans ces écosystèmes fait donc l'objet de controverses répétées et dynamiques. Ces pratiques invitent à dire que la circulation des publics, des objets et des discours favorise le développement de réseaux formels et informels. Ces réseaux favorisent les prescriptions culturelles et citoyennes de façon provisoire. Contrairement aux représentations évoquées plus haut, les publics guident les choix entrepris dans les réseaux en fonction de leurs attentes

réciproques. Les critères se définissent réciproquement en situation et en interaction avec des objets. Ces actions contribuent au redéploiement d'engagements militants et à libérer progressivement la parole citoyenne. L'incertitude de stabiliser ces actions durablement et de s'engager dans des communautés est avérée. Ils découlent de ces controverses un dynamisme des systèmes de valeurs. C'est-à-dire un travail collectif des publics, intense et délicat, contribuant à développer des identités plurielles au sein de communautés en mouvement.

En termes de recherche, ce travail propose de montrer que l'information circule dans et en dehors des institutions culturelles en s'intégrant à des dynamiques antérieures à toute situation. À l'avenir, nous souhaitons décrire les ajustements entrepris par les publics entre eux avant, pendant et après une expérience. Ce qui impliquera d'éviter de généraliser les résultats de la recherche. Un tel cadre théorique permettra de comprendre où les publics partagent et négocient des principes communs afin de constituer un ou des réseaux. Ce qui reviendra à étudier l'expérience du jazz au-delà d'une expérience identitaire ou communautaire. La communication sera envisagée dans un corps social plus étendu qui est représenté par les membres d'un réseau. L'expérience prendra sens dans des discours et des objets. Les ajustements dans les dispositifs permettront d'étudier un cadre de référence large, des cultures et des communications. Ce cadre sera envisagé par la communication interne et la communication externe des groupes pour renouveler les critères d'attribution des qualités et débattre des principes au cœur de l'action (Hennion, 2015). Soit la nécessité de comprendre comment les publics participent à l'émergence de réseaux dans une société en mouvement, cela visera à décrire comment les interactions se développent au cours du processus communicationnel. Soit le fait que chacun d'eux interagit en attribuant du sens à son action…

Bibliographie

Bernard F. & Joule R-V. (2005). Le pluralisme méthodologique en sciences de l'information et de la communication à l'épreuve de la « communication engageante », *Questions de communication,* n° 7*,* p. 185-208.

Fabiani J.-L. (2007). *Après la culture légitime. Objets, publics, autorités*. Paris, L'Harmattan.

Feryn M. (2018). *Where is the jazz* ? *Enjeux et axiologie de l'information jazzistique en France depuis le début des années 2000. De l'hybridation des dispositifs infocommunicationnels du jazz à leurs médiations formelle*s, thèse en SIC. Université d'Avignon.

Feryn M. (2019). Proposition méthodologique pour comprendre les relations de communication en situation d'expertise. Ce que montre l'étude des dispositifs sociotechniques de fabrique des qualités jazzistiques, *Questions de communication*, n° 35, p. 239-253.

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

Flichy P. (2010). *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris, Seuil.

Garfinkel H. (2007). *Recherches en ethnométhodologie*. Paris, Presses universitaires de France.

Gimello-Mesplomb F. et Vilatte, 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* n° 7. URL : http://journals.openedition.org/rfsic/1466

Hall S. (1997). Codage / Décodage. *Réseaux. Communication - Technologie - Société* n° 1, p. 59-71.

Hesmondhalgh D. (2007). Musique, émotion et individualisation, *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, vol. 141-142, 2, p. 203-230.

Hennion A. (2015). La médiation : un métier, un slogan ou bien une autre définition de la politique ? *Informations sociales*, n° 190, p. 116-123.

Jeanneret Y. (2008). *Penser la trivialité*. Vol. 1. *La vie triviale des êtres culturels*. Paris, Hermès-Lavoisier.

Jeanneret Y. (2014). *Critique de la trivialité* : *la médiation de la communication, enjeu de pouvoir.* Paris, Non Standard.

Latour B. (1991). *Nous n'avons jamais été modernes*. Paris, La Découverte.

Lemieux, C. (2007). À quoi sert l'analyse de controverse ? *Mil Neuf Cent. Revue d'histoire intellectuelle*, n° 25, p. 191-212.

Lizé W. (2016). La légitimité du jazz et des musiques savantes. *RESET*, n°5.

Maisonneuve S. (2019). L'économie de la découverte musicale à l'ère numérique Une révolution des pratiques amateurs ?, *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, n° 213, p. 49-81.

Morley D. (1993). Active audience theory: pendulum and pitfalls, *Journal of Communication,* vol. 43, n° 4*,* p. 13-19.

Ribac F. & Dutheil-Pessin C. (2017). *La fabrique de la programmation culturelle*. Paris, La Dispute.

Pasquier D. (2012). La sortie au théâtre. Réseaux de conseil et modes d'accompagnement. *Sociologie*, vol. 3, p. 21-37.

Whyton T. (2018). Space is the place: European jazz festivals as cultural heritage sites, *Journal of Heritage Studies.*

Formes et enjeux de la participation des internautes aux prix cinématographiques et audiovisuels

Forms and stakes of Internet users' participation in film and audiovisual awards

Chloé Delaporte, maîtresse de conférences
RIRRA21, Université Paul Valéry Montpellier 3
chloe.delaporte@gmail.com

Mots clés : Participation, prix, cinéma, média, crowdvoting

Keywords: Participation, award, cinema, media, crowdvoting

Résumé

Cette communication analyse la participation des publics en ligne à partir d'une entrée spécifique : celle des « prix » (au sens de « récompenses ») du cinéma et de l'audiovisuel. Les dispositifs récompensatoires des champs de production filmique sont en effet nombreux à reposer sur un jury populaire (*crowdvoting*), voire à solliciter la soumission de contenus en compétition de la part des internautes (*crowdsourcing*). J'examine les trois principales logiques qui motivent le recours au vote des internautes dans l'entrepreneuriat récompensatoire : quand le prix *est un prétexte à* la participation, quand le prix *s'appuie sur* la participation et quand le prix *requiert* la participation.

Abstract

This paper analyzes the participation of online audiences from a specific entry: the cinematographic and audiovisual "prizes" (in the sense of "awards"). Indeed, many rewarding systems destined to film production fields rely on a popular jury (crowdvoting), or even solicit the submission into competition of content from Internet users (crowdsourcing). I examine the three main logics that motivate the use of Internet users' votes in rewarding entrepreneurship: when the prize is a pretext for participation, when the prize is based on participation, and when the prize requires participation.

Formes et enjeux de la participation des internautes aux prix cinématographiques et audiovisuels

Chloé Delaporte

Que les acteurs des industries culturelles et des médias incitent la participation des publics n'est pas nouveau. Le phénomène a toutefois pris une ampleur nouvelle depuis le développement du « web 2.0 » et des réseaux sociaux numériques, où les internautes sont soumis à une multitude d'injonctions participatives (Proulx, Garcia, Heaton, 2014). Les classements, tops, palmarès et listes des « meilleurs films » (ou livres, chansons, spectacles, etc.) établies par les internautes « ordinaires » foisonnent sur la toile, le plus souvent initiés par des *pure-players* du web ou les versants numériques des médias traditionnels. Entre critique amateure, valorisation du jugement profane et *crowdsourcing*, ces dispositifs interrogent le monde académique[1]. Je voudrais ici renseigner la participation des publics en ligne à partir d'une entrée spécifique : celle des « prix » (au sens de « récompenses ») du cinéma et de l'audiovisuel, stigmates de l'» économie du prestige » (English, 2005) qui caractérise les espaces de communication artistiques et culturels contemporains. Les prix du cinéma et de l'audiovisuel ne sont, en effet, pas l'apanage des grands festivals ou des académies : aux côtés de la Palme d'or du Festival de Cannes et des César, coexistent une myriade de prix moins ambitieux, moins anciens, moins connus, dont une part importante sollicite la participation des publics.

Cette communication s'appuie sur une enquête de terrain réalisée entre 2018 et 2020 sur les fonctions socioéconomiques des prix français du cinéma, de la télévision et de l'audiovisuel – enquête qui s'inscrit elle-même dans une Habilitation à Diriger des Recherches (Delaporte, 2020). Elle repose, entre autres[2], sur un corpus de 74 entretiens compréhensifs réalisés auprès d'organisateurs·rices et partenaires de dispositifs récompensatoires, lauréats·es et membres de jury, ainsi que sur l'observation ethnographique directe – et parfois participante – de 24 cérémonies de remise de prix, souvent privées.

La participation des publics intervient à plusieurs moments et sous des aspects variés au sein de ce que je nomme « l'économie récompensatoire ». Elle y est ancienne, au sein des festivals (par exemple au travers des « prix du public ») comme des dispositifs « médiagènes » (c'est à dire créés par des médias[3]). Dès les années 1920, on voit ainsi apparaître une kyrielle de prix participatifs dans la presse cinéphile, sortes de classements établis à partir des votes des lecteurs et lectrices. *Comœdia* publie ainsi à partir de janvier 1920 un classement des « cinq meilleurs films », tandis que *Cinéa* lance une consultation en 1923 sur le « plus beau film français » et que *Cinémagazine* décerne, en 1923 également, la « grande médaille d'or des amis du cinéma » (Gauthier, 1999 : 96-98). Côté festival, le premier « grand » festival européen, la Mostra de Venise, propose au public, dès sa première édition en 1932, de donner son avis sur les films présentés[59] (Taillibert, 2009 : 17- 18) ; les prix ne sont introduits que lors de l'édition suivante, en 1934. On pourrait multiplier les

1 Voir par exemple le n°183 de la revue Réseaux, « Évaluations profanes. Le jugement en ligne » (Collectif, 2014).

2 Examen des documents internes et de communication produits par les acteurs, bilans d'activité et prospectifs, règlements des prix, analyse des traces médiatiques sur les réseaux sociaux, etc.

3 Le néologisme est à comprendre au sens premier du suffixe -gène, c'est-à-dire engendrés par.

exemples historiques de prix participatifs : les Victoires du cinéma français, par exemple, initiées en 1947 et souvent promues comme les ancêtres des César, reposaient, elles aussi, sur un vote des lecteurs et lectrices du magazine *Cinémonde* (Le Gras, 2015). Aujourd'hui, ce type de prix participatifs est extrêmement développé, notamment « en ligne ». Tous ne relèvent cependant pas des mêmes enjeux socioéconomiques ni n'occupent les mêmes fonctions pour celles et ceux qui les organisent. Je vais m'intéresser aux trois principales logiques qui motivent le recours au vote des internautes dans l'entrepreneuriat récompensatoire.

Quand le prix est un prétexte à la participation

Un certain nombre de dispositifs récompensatoires n'ont pas tant pour but de récompenser des films ou des professionnels·les du cinéma et de l'audiovisuel que de construire, par la participation à un vote, un « public » propre. Le prix n'est alors qu'un prétexte à la participation, qui surdétermine la forme du dispositif. Cette dynamique irrigue depuis longtemps les prix festivaliers, dont certains ont pour fonction prioritaire de créer des liens sociaux et de développer un sentiment d'appartenance commun, dans une forme de médiation culturelle ; c'est notamment le cas des festivals initiés par des collectivités territoriales, en quête d'une dimension événementielle plus que strictement récompensatoire. La possibilité technique de solliciter directement les votes des internautes au moyen de protocoles relativement peu coûteux à mettre en œuvre et à diffuser incite depuis une quinzaine d'années les acteurs socioéconomiques qui souhaitent renforcer leur image de marque et consolider leurs relations clientèle à investir dans ce but l'économie récompensatoire. C'est tout particulièrement le cas des médias, très engagés dans le soutien ou l'organisation propre de prix cinématographiques et audiovisuels. La remise de prix est susceptible de remplir plusieurs fonctions, selon le type de média, son modèle économique, son positionnement dans le champ médiatique, etc., mais l'une des principales et, surtout, l'une des plus récurrentes est la fidélisation de son lectorat/auditorat/spectatorat. Le recours au *crowdvoting* (vote de la foule) sert à construire et entretenir ce lectorat et à témoigner d'une prise en compte de son avis, dans le cadre d'une rhétorique du « participatif » généralement promue comme une « capacitation » (au sens d'*empowerment*) des internautes.

Nombreux sont donc les prix médiagènes, notamment ceux qui se présentent comme ce que j'appelle des « prix en bouquet »[4], à faire reposer les modalités d'attribution d'au moins un prix sur le vote des internautes. Il en est ainsi, par exemple, aux « Trophées du Film Français », un dispositif organisé par le magazine professionnel *Le Film Français* depuis 1994, qui donne lieu à une cérémonie fastueuse réservée à un public d'invités·es. Aux côtés des prix attribués automatiquement (selon les entrées en salle par exemple) ou par le jury (composé de professionnels·les du cinéma, de l'audiovisuel et des médias), sont remis un « Trophée de la personnalité de l'année » et un « Trophée du public TF1 » (partenaire média du dispositif), attribués grâce aux votes des internautes sur les sites respectifs du *Film Français* et du groupe TF1[5]. Le procédé permet en partie d'obvier à une lecture critique et de maquiller la tendance à ce que Valérie Patrin-Leclère nomme la

4 Je distingue trois principaux formats récompensatoires : les prix singuliers (un seul prix au sein du dispositif), les prix en bouquet (plusieurs prix remis au sein du dispositif) et les prix festivaliers (un ou plusieurs prix remis au sein d'un dispositif non exclusivement dédié à l'activité récompensatoire) (Delaporte, 2020).

5 Entretien avec Laurent Cotillon, directeur exécutif du Pôle Média d'Hildegarde (Studio, Première, Causette, Le Film Français), réalisé le 28 octobre 2019.

« publicitarisation »[6] des médias (Patrin-Leclère, 2014 : §4) : celle-ci est particulièrement sensible au sein de l'économie récompensatoire, laquelle est au service prioritaire des acteurs-organisateurs et de leurs partenaires commerciaux, qui dotent des prix et gagnent ainsi en visibilité médiatique. Un certain nombre de prix médiagènes à jurys populaires jouent ce faisant un rôle de *caution philanthropique*, preuves que le média-organisateur agit pour valoriser son lectorat/auditorat/spectatorat et non pour consolider ses bonnes relations avec les annonceurs publicitaires dont il dépend.

Un bon exemple est le Grand Prix Cinéma Elle, créé par le magazine en 2011[7] et attribué chaque année à un film français par un jury de 100 lectrices[8]. Si son objectif promu est de valoriser le lectorat féminin, il a aussi pour fonction sous-jacente d'accompagner la promotion de certains films et de relayer les outils marketing des marques du luxe et de la beauté. La Mer, qui a lancé à l'automne 2019 une campagne avec le photographe de mode italien Mario Sorrenti et sa fille Gray (« La Mer by Sorrenti »), à l'esthétique cinématographique amateure, a démarché directement le magazine pour s'associer au dispositif et bénéficier de cette inscription cinéphile. La Mer a ainsi remis en 2019 un prix de la photographie (à *Un Monde plus grand*, réalisé par Fabienne Berthaud), associant son nom à celui du média et à ceux du cinéma. On voit ici combien les prix organisés par des médias « supports-supporteurs » des marques (Patrin-Leclère, 2004 : 111) combinent des enjeux commerciaux (protéger les partenaires) et communicationnels (renforcer leur image cinéphile), mais aussi combien le recours à des jurys populaires peut être utilisé comme un levier de légitimation, sorte de caution participative à la dérive des pratiques de publicitarisation des médias.

Un intérêt corollaire des prix médiagènes à jurys populaires est qu'ils sont l'occasion d'une augmentation des connexions sur le site internet du média, qui héberge traditionnellement le formulaire de vote. Certains dispositifs récompensatoires médiagènes ont d'ailleurs pour but unique d'inciter au clic. Les exemples les plus radicaux sont les « TV Notes » (lancées en 2011 par PureMédias), les « AlloCiné Awards » (Webedia, initiés en 2014) ou encore les « Soap Awards » (toutelatélé.com, créés en 2016). Ces trois dispositifs se dispensent de tout jury professionnel et reposent intégralement sur un vote des internautes, appelés à désigner leurs programmes préférés dans différentes catégories. Ils visent à produire du contenu éditorial à bas coût, au moment de l'appel au vote (sous une forme souvent ludique, qui épouse celle du quizz) puis à celui de la publication des résultats. Le *crowdvoting* permet en outre de générer du trafic sur les sites internets et comptes RSN des instances organisatrices, qui relaient les appels au vote, voire en organisent la circulation « virale » en ligne à travers l'achat d'espaces publicitaires ciblés. Appeler les internautes à désigner les lauréats·es d'un prix cinématographique ou audiovisuel, c'est les inciter à fréquenter l'interface du média qui héberge le dispositif et les familiariser avec son écosystème numérique.

6 La publicitarisation est entendue par l'autrice comme « l'adaptation de la forme et des contenus des médias à la nécessité d'accueillir la publicité. Cette adaptation découle d'un ensemble des pratiques professionnelles plus ou moins conscientes. Elle consiste en un aménagement des productions médiatiques destiné à réduire la rupture sémiotique entre contenu éditorial et contenu publicitaire mais aussi en un ménagement éditorial des acteurs économiques susceptibles d'apporter des revenus publicitaires au média » (Patrin-Leclère, 2014 : §4).

7 Elle associe depuis longtemps ses lecteurs·rices à l'évaluation des biens culturels, en particulier dans le domaine littéraire. Dans les années 1970, alors que les prix littéraires académiques étaient critiqués pour leur inféodation aux intérêts marchands du secteur de l'édition (les fameux « Galligrasseuil »), ont en effet émergé de nombreux prix littéraires médiagènes à jury populaire, usant d'une rhétorique du contre-pouvoir, dont le « Grand Prix des lectrices de Elle » (Ducas, 2003 : 53-56).

8 Entretien avec Véronique Vatinos, responsable du département Célébrités de Elle et organisatrice du Grand Prix Cinéma Elle, réalisé le 14 novembre 2019.

Quand le prix s'appuie sur la participation

La deuxième configuration observable est celle du cas où le prix *s'appuie sur la participation*, sans que celle-ci soit l'objectif prioritaire du dispositif. La participation des internautes sert alors deux fonctions principales. La première est la sous-traitance de l'opération de présélection des candidatures, que certains dispositifs nomment parfois pompeusement les « nominations ». Cette étape est l'une des plus délicate pour un·e organisateur·rice de dispositif : elle est à la fois la plus chère (notamment en ce qu'elle implique un temps de travail souvent considérable) et la plus sujette à de possibles accusations d'impartialité. Déléguer la présélection aux internautes permet donc à la fois de réaliser des économies financières non négligeables et de légitimer l'opération, c'est-à-dire de promouvoir le dispositif comme transparent et « démocratique »[9]. Des chiffres de participation importants crédibilisent la décision rendue, mais conditionnent également la capacité des organisateurs·rices à trouver des *sponsors* et des financements, sensibles à l'argument des audiences.

Un exemple récent de cette configuration est le Prix Alice Guy, fondé par la journaliste Véronique Le Bris en 2018 avec l'ambition féministe de réhabiliter une réalisatrice pionnière, oubliée de l'histoire du cinéma français. Les modalités d'attribution se déclinent en deux temps : d'abord une présélection de cinq noms, opérée par les internautes à partir de la liste exhaustive des films français réalisés par une femme l'année écoulée, puis une sélection finale effectuée par un jury de professionnels·les, qui compense la moindre brillance du jury populaire. Si les chiffres de la participation au Prix Alice Guy ont augmenté depuis sa création (150 votants·es en 2018, environ 2 300 en 2019 puis 2 985 en 2020[10]), ils sont toujours insuffisants pour débloquer des partenariats avec des acteurs privés et mettre en œuvre du *sponsoring*. La fondatrice du dispositif ne désespère pas et compte sur une prochaine augmentation pour solliciter à nouveaux des marques susceptibles d'être intéressées ; pour l'instant, ce sont surtout des soutiens institutionnels que cette participation modeste permet de solliciter (Mouvement H/F Île-de-France, Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes, CNC).

Quand le prix requiert la participation

La troisième configuration observable constitue la forme la plus aboutie de participation des internautes au sein de l'économie récompensatoire : c'est le cas lorsque le prix *requiert la participation*, c'est-à-dire que le dispositif n'existe et ne peut exister que grâce à leur participation bénévole. Les années 2000 et plus encore les années 2010 ont vu apparaître un nouveau type de dispositif récompensatoire, particulièrement concerné : les festivals en ligne, tels le Mobile Film Festival (MFF) et le Nikon Film Festival (NFF), organisés respectivement depuis 2005 par une agence de communication (MobilEvent) et depuis 2010 par le groupe nippon de matériel optique.

Ces deux dispositifs, qui remettent des prix reconnus, dotés par des acteurs prestigieux – au sein des champs de production culturelle – comme le CNC, YouTube, Canal+ ou SensCritique, *requièrent* la participation des internautes, qui ne jouent plus un « simple » rôle de jury mais de compétiteurs·rices. Ce sont eux·elles qui

9 L'emploi récurrent de cet adjectif au cours de mes entretiens avec des organisateurs·rices de prix à jury(s) populaire(s) traduit une volonté de promouvoir les dispositifs comme non partisans et « les plus justes possibles ».

10 Entretien avec Véronique Le Bris, fondatrice du Prix Alice Guy et rédactrice en chef de Ciné-Woman, réalisé le 18 octobre 2019.

votent, mais aussi qui téléchargent sur les plateformes dédiées les courts métrages qu'ils·elles ont réalisés, dans une forme de *jugement profane d'*œuvres profanes qui relève, *in fine*, d'une forme de « travail numérique gratuit » (*free digital labor*[11]). Le double recours au *crowdvoting* et au *crowdsourcing* ne sert toutefois pas exactement les mêmes intérêts dans les deux cas.

Pour Nikon, l'objectif du NFF est la familiarisation des votants·es et lauréats·es avec les produits de la marque. Dès la première édition du dispositif en 2010, qui épousait alors la forme du concours de courts métrages, le matériel Nikon constituait à la fois la dotation du prix remis et le gain associé à un tirage au sort effectué parmi les votants·es[12]. Nikon a ensuite abandonné le procédé et normalisé son panel de récompenses, qui s'est étoffé, car l'événement a acquis une notoriété suffisante pour ne plus avoir besoin de rémunérer le vote des internautes, incité grâce à des campagnes de publicité abondantes sur les réseaux sociaux. Le NFF est désormais un dispositif festivalier à part entière, relativement important en termes de notoriété et de participation : plus d'un millier de (très) courts métrages sont envoyés à Nikon France chaque année, qui les met en ligne sur une plateforme dédiée. Les 50 courts métrages les mieux notés par les internautes, désignés « finalistes », sont présentés à un jury professionnel, qui attribue les différents prix.

Le NFF ne poursuit pas qu'un objectif de visibilité à court terme, qui serait circonscrite à la période des votes et de la cérémonie de remise[13]. Ce que recherche Nikon France en investissant dans le NFF – qui est aujourd'hui son principal « évènement propriétaire »[14] – est l'accompagnement des vidéastes sur le long terme. Parce que les lauréats·es sont susceptibles de devenir prescripteurs·rices de la marque au sein de leur environnement professionnel, Nikon s'assure leur indéfectible soutien en les chérissant grâce à des dotations confortables et un relai communicationnel au long cours. Le festival est parvenu à fédérer une « communauté Nikon » assez soudée sur les réseaux sociaux, envisagée indirectement par la marque comme un *vivier* de créateurs·rices – au sens de Bernard Miège et de la théorie des industries culturelles (Huet *et al*, 1978) –, précocement familiarisés·es au matériel de la marque.

Le Mobile Film Festival (MFF) est porté par des enjeux différents, quoique les modalités d'attribution soient similaires à celle du NFF. Son principe tient en quelques mots : « 1 mobile, 1 minute, 1 film ». Chaque année, un comité (constitué par l'agence MobilEvent) pré- sélectionne cinquante films parmi les centaines de contenus envoyés directement par les internautes, puis les présente à un jury de professionnels·les du cinéma et de l'audiovisuel qui décerne les différents prix[15]. La rhétorique du participatif irrigue les discours d'escorte du MFF et le dispositif lui-même, notamment à travers des collaborations avec les acteurs centraux du « web collaboratif », comme la plateforme de *crowdfunding* Ulule (le prix n'existe plus) ou le site SensCritique, partenaire du prix du public, qui est remis grâce à un vote sur sa plateforme. Si le NFF servait un but communicationnel au service de la marque qui l'organise, le MFF aspire lui plus largement à valoriser les usages audiovisuels de la téléphonie mobile, autour desquels l'agence organisatrice MobilEvent a bâti une partie de son activité commerciale parallèle. Dans ce contexte, le recours au *crowdsourcing* n'est pas

11 Voir à ce propos les travaux de Christian Fuchs, en particulier Culture and Economy in the Age of Social Media (2015).

12 Entretien avec Alexandre Dino, responsable du marketing digital de Nikon France et organisateur du NFF, réalisé le 6 décembre 2019.

13 Bien qu'ayant lieu essentiellement « en ligne », le NFF donne lieu à une cérémonie physique de remise de prix, comme la quasi-totalité des dispositifs récompensatoires. Les seuls à ne pas se concrétiser dans une cérémonie in situ sont les dispositifs à seul but de production de contenu et de captation d'audience, tels ceux mentionnés dans la première partie de ce texte (les AlloCiné Awards par exemple).

14 La marque apporte son soutien à de nombreux dispositifs qu'elle n'organise pas directement, notamment via le sponsoring de prix remis en festivals (à Bayeux, à Meudon, aux Arcs, à Saint-Jean-de-Luz, à Deauville, au Short Film Corner de Cannes, à Clermont-Ferrand).

15 Entretien avec Bruno Smadja, dirigeant et fondateur de MobilEvent, réalisé le 24 septembre 2019.

tant une externalisation de la *production de contenus* sur lesquels les acteurs-organisateurs pourraient capitaliser par la suite – comme on l'observe traditionnellement dans le *crowdsourcing* compétitif –, mais une stratégie de *production de producteurs·rices de contenus*. Le MFF peut d'ailleurs compter depuis peu sur un partenaire de choix : YouTube, *via* son programme Creators for Change. Le transfert de gestion des risques sur les vidéastes auquel procède la plateforme (Levoin et Louessard, 2019) en recourant massivement aux UGC (*user generated contents*) est judicieux sur le plan industriel, mais présente un risque élevé d'écoper de contenus de piètre qualité. Dans ce contexte, le partenariat de YouTube Creators for Change avec le Mobile Film Festival peut être lu comme un outil de « régulation et d'accompagnement des pratiques » (au sens de Bullich, 2015 : 39), visant à constituer une *écurie* de créateurs·rices YouTube, formatés·es aux attendus de la plateforme.

Conclusion : de la foule au vivier

Outre le fait de questionner le sens commun voulant que les prix culturels aient pour fonction première de « récompenser », j'ai voulu montrer que, par-delà l'apparente valorisation de ce qui est promu comme « amateur », la participation des internautes aux prix filmiques sert avant tout des intérêts socioéconomiques, qui varient selon les positions occupées par les acteurs qui les mettent en œuvre au sein des filières de la culture et de la communication. Mes travaux sur l'économie récompensatoire filmique française mettent ainsi à mal, à nouveaux frais, le paradigme de la « culture de l'amateur », dans la lignée des approches critiques des industries de la culture et de la communication (Bouquillion, Miège & Mœglin, 2013 : 51-53 en particulier). L'analyse des dispositifs récompensatoires participatifs (Delaporte, 2020), esquissée ici à grand traits, dévoile la diversité des fonctions que remplit le recours au *crowdvoting* (jury populaire) et au *crowdsourcing* (contenus amateurs) – voire au *crowdfunding* (lorsque des frais d'inscription sont exigés pour soumettre un contenu en compétition). Cette diversité n'est toutefois qu'illusoire : dans tous les cas étudiés, la « participation » des publics sert en fait en priorité la stratégie de communication de celui ou celle qui organise le prix, parce que même les éventuels bénéfices individuels qu'en retirent les jurés·es (en termes de capitalisation symbolique et sociale) sont mis à profit par l'acteur-organisateur, qui en jouit par rayonnement et captation. La philosophe Joëlle Zask ne dit pas autre chose lorsqu'elle décrit la participation comme « un mécanisme dont le but est de tirer le meilleur parti possible des gens au profit d'une entreprise dont les finalités ne sont pas de leur ressort » (Zask, 2011 : 9). Ainsi, « une participation bornée à ce que les participants s'engagent dans une entreprise dont la forme et la nature n'ont pas été préalablement définies par eux-mêmes ne peut être qu'une forme illusoire de participation » (*idem*).

Alors qu'une partie de la communauté académique voit dans la participation des publics un levier de reconnaissance, de braconnage et d'émancipation, voire une « culture » propre aux mutations récentes du champ médiatique et à l'émergence d'un internet « 2.0 », les tenants d'une approche critique y décèlent plutôt une rhétorique au service des stratégies mises en œuvre par les industries de la culture et de la communication (Rebillard, 2007 ; Bouquillion et Matthews, 2010 ; Bouquillion, Miège et Mœglin, 2013) et l'exploitation d'un temps de travail non rémunéré, dans une logique de *free digital labor* (Fuchs, 2013, 2014). La pratique est radicalisée lorsque les internautes ne sont plus seulement les jurés·es, mais aussi les producteurs·rices des contenus évalués, comme c'est le cas pour les festivals de courts métrages et dispositifs « en ligne » (Nikon

Film Festival, Mobile Film Festival) ; l'enjeu n'est alors plus tant la capitalisation symbolique et l'invisibilisation des intérêts de l'acteur-organisateur que la production d'un *vivier*, qu'il soit de créateurs·rices ou de sélectionneurs·euses de contenus. On retrouve ici des logiques chères à l'économie capitaliste des biens culturels, dont les dispositifs récompensatoires sont un des lieux de reproduction.

Bibliographie

Bouquillion, P. et Matthews, J. (2010). *Le Web collaboratif*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

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

Bullich, Vincent (2015). Régulation des pratiques amateurs et accompagnement de la professionnalisation : la stratégie de YouTube dans la course aux contenus exclusifs. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n°16 3B, p. 27-42.

Collectif (2014). *Réseaux.* 183.

Delaporte, C. (2020). *Culture(s) de la récompense. Enjeux socioéconomiques et communicationnels des prix du cinéma, de la télévision et de l'audiovisuel*. Œuvre originale (Vol. 3) du dossier d'Habilitation à Diriger des Recherches, soutenue à l'Université Paris Nord le 16 octobre 2020.

Ducas, S. (2003). Prix littéraires créés par les médias. Pour une nouvelle voie d'accès à la consécration littéraire ?. *Réseaux*, vol. 117 n° 1, p 47-83.

English, J. (2005). *The Economy of Prestige. Prizes, Awards, and the Circulation of Cultural Value*. Cambridge, Harvard University Press.

Fuchs, C. (2013). Social Media and Capitalism. *In* Tobias Olsson (dir.), *Producing the Internet. Critical Perspectives of Social Media*, Göteborg, Nordicom, p. 25-44.

Fuchs, C. (2014). *Digital Labor and Karl Marx*. New York, Routledge.

Fuchs, C. (2015). *Culture and Economy in the Age of Social Media*. New York, Routledge.

Gauthier, C. (1999). *La passion du cinéma. Cinéphiles, ciné-clubs et salles spécialisées à Paris de 1920 à 1929*. Paris, AFRHC/École des Chartes.

Huet, A., Ion, J., Lefèbvre, A., Miège, B. et Péron, R. (1978). *Capitalisme et industries culturelles*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

Le Gras, G. (2015). Les Victoires du cinéma français : une entreprise d'institutionnalisation orchestrée par *Le Film français*. *Théorème*, n° 23, p. 117-127.

Levoin, X. et Louessard, B. (2019). Le déplacement de l'incertitude au cœur de la (re)configuration d'une filière. Le cas de la fiction sur YouTube. *Réseaux*, n° 213, p. 83-110.

Patrin-Leclère, V. (2004). Journalisme, publicité, communication : pratiques professionnelles croisées. *Communication & Langages*, n° 140, p. 109-118.

Patrin-Leclère, V. (2014). La théorie de la pub* - Le cas de Coca-Cola, janvier 2013. *Communication & Langages*, vol. 179 n° 1, p. 3-20.

Proulx, S., Garcia, J. L., & Heaton, L. (dir) (2014). *La contribution en ligne* : *Pratiques participatives à l'*ère du capitalisme informationnel. Québec, Presses de l'Université du Québec.

Rebillard, F. (2007). *Le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*.

Paris, L'Harmattan.

Taillibert, C. (2009). *Tribulations festivalières. Les festivals de cinéma et audiovisuel en Europe*. Paris, L'Harmattan.

Zask, J. (2011). *Participer. Essai sur les formes démocratiques de la participation*. Paris, Le Bord de l'eau.

Suivre les affects (numériques) à la trace - Présentation de la méthode des strates

Tracking (digital) affects - Presentation of the strata method

Julien Pierre, enseignant-chercheur
Audencia Business School
julienpierre@audencia.com

Camille Alloing, Professeur
Research Center in Marketing, Université de Québec à Montréal
alloing.camille@uqam.ca

Mots-clés : Affect, méthodologie, codage des données, heuristique

Keywords: Affect, methodology, data coding, heuristic

Résumé

Cette présentation propose une méthode heuristique pour penser et opérer la manière d'analyser les processus info-communicationnels dans une perspective affective. Les affects désignent ici ce qui potentiellement peut avoir un « effet sur », et dès lors ils impliquent une forte circulation « entre » les corps, les idées, les objets. La méthode des strates permet de répertorier les traces que les affects laissent à la surface de quatre strates : les signes, les données, les valeurs, les discours.

Abstract

This presentation proposes a heuristic method for thinking and operating the way of analyzing info-communicational processes from an affective perspective. Affects designate here what potentially can have an "effect on", and therefore they imply a strong circulation "between" bodies, ideas, objects. The strata method makes it possible to list the traces that affects leave on the surface of four strata: signs, data, values, speeches.

Suivre les affects (numériques) à la trace
Présentation de la méthode des strates

Julien Pierre, Camille Alloing

Propos introductif, retour sur travaux avec une question : comment faire ?

Cette proposition est un point d'étape dans la démarche de recherche que nous avons initiée depuis (Pierre & Alloing, 2015), sur la manière dont les industries du numérique et leurs dispositifs mettent en circulation des affects (Alloing & Pierre, 2017). Nous en sommes arrivés à synthétiser un cadre conceptuel, introduit lors de la présentation du dossier sur les « affects numériques » de la revue *Communiquer* (Alloing & Pierre, 2020b). Nous y relevons notamment les questions méthodologiques et épistémologiques sur lesquelles nous souhaitons revenir ici. Un enjeu majeur concerne la transposition de ces cadres conceptuel et méthodologique en dehors du numérique ; un enjeu mineur concerne la transposition de ces cadres en dehors d'une recherche sur l'affectivité.

Au fur et à mesure de notre recherche, ou de celles que nous avons sélectionnées lors d'un colloque (ACFAS, 2018) ou de dossiers (Allard et al., 2017, en introduction du n°11 de la RFSIC ; Alloing & Pierre, 2020b), les expérimentations méthodologiques ont été nombreuses, aussi bien dans la collecte que dans le traitement et l'analyse. Nous souhaitons dorénavant poser ce cadre, et partant voir ses apports potentiels pour les recherches sur l'affectivité en communication.

Nous définissons ainsi l'affect comme le vecteur de la communication, ce qui porte le(s) sens[1] et qui peut être « modélisé » par la combinaison d'une intensité et d'une orientation dans l'interaction, c'est-à-dire une augmentation ou une réduction de la puissance d'agir des individus en relation (Spinoza, 1677).

À l'appui de cette conception des affects, nos expérimentations et observations sur différents terrains nous ont amené à constat central déjà fortement discutée dans la littérature en sciences sociales : les affects circulent entre différents espaces. Pour prendre un exemple trivial, une expérience de consommation peut amener l'usager a exprimé son ressenti sur un média social, et la marque, convoquée sur la place publique, de réagir par l'entremise d'un community manager se devant de respecter certaines procédures établies dans son service ou au sein de sa communauté de pratiques. L'expérience de consommation, l'expression, la circulation, la standardisation sont autant de processus info-communicationnels à l'œuvre qui sont « mus » selon des vecteurs, c'est-à-dire des affects rendant compte de la diminution ou de l'augmentation de la puissance d'agir (la possibilité d'exprimer sa joie ou déception concernant le produit ou service ici). C'est pour cette perspective « expérientielle » que nous présentons notre communication dans l'axe 3, mais avec un abord méthodologique : comment saisir cette expérience qui se déroule dans plusieurs espaces sociaux et médiatiques ? Si les vecteurs affectifs peuvent être conceptuellement pertinents pour circonscrire cette expérience, comment les outiller méthodologiquement pour suivre leur circularité ou leur propagation ?

1 Dans la triple acception du terme : sensation + direction + signification

Une marche d'approche

Nos travaux nous ont amené, pas après pas, à poser plusieurs jalons :

- **Une prémisse** : comme évoqué en introduction, nous partons de la théorie de l'action de Spinoza (Deleuze, 2003; Lordon & Citton, 2010; Spinoza, 1677), où chaque entité est mue par des désirs et dès lors que toute action se fait en connaissance de cause, elle augmente la puissance d'agir de l'entité ;
- **Un postulat** : à partir de là, nous pensons que l'affect, « nom le plus général donné à l'effet qui suit l'exercice d'une puissance » (Lordon, 2016), est un concept pertinent pour comprendre les interactions, y compris les interactions homme-machine, sans les penser *a priori* comme des formes de domination, mais sans pour autant délaisser la manière dont cette puissance est capturée pour offrir un pouvoir aux opérateurs de dispositifs affectifs (Negri, 1982). Reste à faire de cette puissance un concept opératoire ;
- **Un repositionnement disciplinaire** : cette opérationnalisation est possible dans le champ des SIC. L'affect devient un observable de la communication, justement parce qu'il est coincé entre deux bornes inaccessibles, les dispositions affectives[2] et l'ingénierie affective (Thrift, 2008). Il reste cependant difficile à saisir en raison même de sa circulation : entre les entités (corps, documents, machines, institutions), entre les échelles (micro méso macro), entre les temporalités (causes directes ou indirectes, immédiate ou longue). Il convient donc de construire un instrument capable de saisir cette circulation et d'en prendre la mesure. De plus, nous pensons que les affects seraient une voie d'approche transverse au sein des SIC dans la mesure où ils permettraient de circuler entre les différents domaines de la discipline (CPDirSIC, 2017 ; Miège, 1996), comme le propose déjà (Lafon, 2019) ;
- **Une proposition** : notre travail de recherche consiste donc à suivre une ligne d'action — en veillant bien à toujours en revenir à la situation (Quéré, 1997), en partant des affordances (Gibson, 1977), et de la manière dont leur grammaire est actualisée en fonction des dispositions affectives des participants et de l'ingénierie affective déployée par les concepteurs/opérateurs — pour en revenir au contexte (Cicourel, 2008). Un constat cependant (sous forme d'évidence) : cette ligne d'action traverse divers espaces sociaux (dont le web), l'approche se doit donc d'être multisituée, au sens de (Marcus, 1995), mais en englobant aussi les « sites » numériques. Cette ligne d'action embarque alors des méthodes propres au numérique (Barats, 2016 ; Boullier, 2015 ; Boullier & Lohard, 2012 ; Bourdeloie, 2014 ; Marres, 2017; Rogers, 2004, 2013), multiplateformes (Béchec & Alloing, 2018), multimodales (telles qu'on les trouve par exemple dans l'analyse des interactions avec les agents conversationnels dans *Réseaux* 2020/2 (N° 220-221, s. d.), hybridant ce qui se déroule en ligne et hors ligne (Airoldi, 2018), mixant des données quantitatives et qualitatives telles qu'on peut les obtenir dans l'analyse de réseaux sociaux (Hollstein, 2014), voire en produisant des données quali- quantitatives (Lucas, 2014) ;
- **Un concept** : en effet, ces lignes d'actions, multisituées, forme un réseau, ou maillage (Ingold,

2 Spinoza parle d'ingenium pour signifier la manière singulière qu'a chacun d'éprouver des affects communs.

2008) quand elles croisent les lignes d'action d'autres entités. Il n'y aurait plus lieu alors de privilégier une échelle micro ou macro au détriment d'une autre (Corcuff, 2008), l'instrument permettant au chercheur de concevoir, ou construire son point de vue, au sein d'une cartographie des affects (Latour et al., 2013) ;

- **Un cadre opérationnel** : il est alors possible de construire sa recherche de manière itérative entre terrain (théorisation ancrée chez Blais & Martineau, 2006 ; ou Paillé, 1994 ; méthode inductive générale chez Thomas, 2006) et théorie (Grounded Theory chez Glaser & Strauss, 1967 ; puis Strauss & Corbin, 1997), en croisant les phénomènes observés (ethnographie affective chez Gherardi, 2019 ; ou numérique avec la netnographie de Kozinets, 2002 ; l'ethnographie d'une coprésence en ligne chez Pastinelli, 2011) et la parole des acteurs au cours de l'action (analyse conversationnelle chez Bencherki, 2014 ; donnant lieu à des réseaux de références chez Martine & De Maeyer, 2019 ; plus largement, voir Ogien, 2014 ; ou Schön, 2011) sur leur praxis affective (Gherardi, 2017), de manière à préserver « l'intégrité » (Nissenbaum, 2009 ; Star & Ruhleder, 2010) et « l'imbrication » (Cicourel, 2008 ; Corcuff, 2008) des multiples contextes traversés par ces lignes d'action.

- **Un problème méthodologique** : l'instrument de recherche que nous cherchons à construire doit permettre de saisir les affects en circulation le long de lignes d'action dont le maillage traverse plusieurs espaces sociaux, pour poser une analyse au croisement de la parole de l'acteur et du phénomène observé, possiblement à la conjonction d'approches émiques et étiques (Ingold, 2012 ; Olivier de Sardan, 1998), — ces dernières venant compléter ce que l'acteur peut laisser dans l'implicite (Caronia, 2018) — et ainsi établir des inférences (Teddlie & Tashakkori, 2006) selon le point de vue du chercheur. Comme nous allons le voir, nous cherchons pour l'heure à fixer le curseur de l'universalité, avec d'une part une approche *a priori*, en partant de quatre strates entre lesquelles circulent des affects que nous documentons avec une grille par terrain. Cette méthode nous parait peut-être plus accessible, mais risque de passer à côté de *patterns* affectifs qui pourraient être à l'œuvre dans différentes situations. En complément et d'autre part, nous proposons aussi une méthode avec un *coding book* unique (une grille pour tous les affects, tous les terrains) capable d'accueillir les données issues de toutes nos démarches empiriques, mais risquant *a posteriori* de nous faire perdre la singularité des contextes.

- **Un écueil** : en effet, le recours à des méthodologies « dures » (Bourdeloie, 2014 ; citant Passeron, 1991) risque de produire un outil de modélisation qui formate, à la manière des *templates* hérités de la Grounded Theory (Gioia et al., 2013), et ce faisant empêchant toute forme de « bricolages » (Pratt et al., 2020). Or, plus que par goût personnel, la plasticité des affects en situation impose aussi de disposer d'un outil souple.

La méthode des strates

Dans le Web affectif (Alloing & Pierre, 2017), notre intention était de déplier les stratégies mises en place par les plateformes du web social autour d'une exploitation des émotions. Ces stratégies articulaient des infrastructures informationnelles (modèle de données, modèles de flux), des discours d'escorte, des modèles

économiques (modèles organisationnels, modèles d'affaire) et des pratiques. En référence aux stratégies de Michel de Certeau, nous avions également identifié des tactiques déployées par les individus pour reconquérir le « lieu propre » de leur vie affective, conquise par les plateformes via une forme de « digital affective labor ». C'est en référence à ces stratégies que nous avons élaboré la méthode des strates (Pierre & Alloing, 2018), définies comme des espaces stratégiques dans lesquels les acteurs cherchent à déployer (pour les individus), capturer (pour les organisations) ou orienter (pour les plateformes) la puissance d'agir. Chaque strate affecte l'autre : chacune étant le substrat des autres, tout événement dans une strate affecte le relief des autres strates. Dès lors il est possible de suivre comment le déploiement d'une stratégie dans une infrastructure informationnelle, par exemple, peut avoir un effet sur les autres strates (usages, discours, organisation). L'analyse de chaque strate a tendance à emprunter spécifiquement des approches (sémio-pragmatique pour les usages, socio-économique pour les modèles d'organisation), des cadres théoriques (sciences de l'information pour les infrastructures) ou des méthodes (analyse discursive pour les discours d'escorte). Le travail de recherche consiste alors à combiner ces spécificités pour identifier la circulation des affects au sein et entre les strates (et les tactiques).

Ainsi, sans ordre de préférence pour démarrer la recherche (ou selon son propre itinéraire de recherche) et conformément aux divers phasages recensés par (Hollstein, 2014), les quatre strates sont les suivantes (Fig. 1) :

- **Strate des signes** : espaces de production et réception, au sens de (Odin, 2011) des énonciations affectives. Par exemple : hashtags, emoji, images, notifications, appels au clic ou à la réaction, publiés ou relayés par des usagers professionnels ou non ;
- **Strate des données** : surface et profondeur (Rogers, 2004) des architectures informationnelles. Par exemple : données personnelles, capteurs, base de données, algorithmes, interface ;
- **Strate des valeurs** (au sens économique du terme) : modèle d'affaires des organisations (modèles socio-économiques), avec une mise au travail des émotions (Hochschild, 2017) et des sentiments (Illouz, 2006), des données (Denis, 2018), d'une certaine catégorie de travailleurs-utilisateurs (Cardon & Casilli, 2015) et produisant un capital économique, mais aussi symbolique. Ce que (Arvidsson, 2011) appelle le « sentiment général ». Par exemple : organigramme, résultats financiers, ventilation budgétaire, partenariats technico-commerciaux, politique de recrutement, dress code, réputation, etc. ;
- **Strate des discours** : ensemble des énonciations discursives construisant et diffusant des représentations et des possibilités d'intervention (Jeanneret, 2014) centrées sur la circulation des affects (ou la croyance que le recours aux émotions peut enrichir l'expérience-utilisateur, et chemin faisant, faire augmenter les recettes économiques de l'entreprise). Par exemple : brevets, liste de lectures, communiqués de presse, interviews, documentation technique.

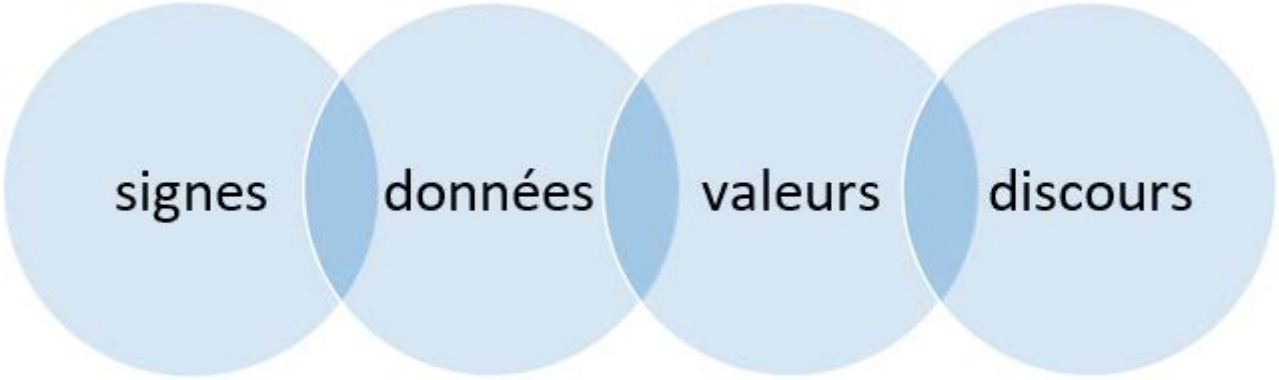


Fig. 1 – Les quatre composantes de la méthode des strates

Chaque strate est ainsi le lieu de production et de réception de flux (de signes, de données, de valeurs et de discours). Ainsi, nous avons montré, par un travail de rétro-ingénierie présenté dans (Pierre & Alloing, 2018), comment le design du bouton J'aime de Facebook a évolué, depuis le recrutement des designers jusqu'aux annonces de Mark Zuckerberg en passant par le processus de conception (du dépôt de brevet aux différents tests avec des panels d'utilisateurs). Nous avons ensuite déployé cette méthode au cours de l'étude sur les community managers afin de mettre à l'épreuve les hypothèses issues du Web affectif en analysant l'appropriation des « fonctionnalités affectives » par les animateurs de communauté liée à des marques commerciales. Comment sont-ils affectés par les décisions issues de Facebook et consorts ? Comment cherchent-ils à affecter leurs publics ? Comment sont-ils affectés en retour par le comportement des abonnés ? Comment essayent-ils d'affecter leur organisation pour s'adapter aux différentes stratégies des parties prenantes, plateformes et publics ? Est-il possible de voir comment les plateformes sont affectées en retour ?

Plusieurs phases, parallèles ou successives (Teddlie & Tashakkori, 2006), ont permis de croiser un volume de tweets (n=120.000), des observations ethnographiques sur des pages Facebook, des entretiens compréhensifs avec des CM (n=22), et un questionnaire adressé aux professionnels du web chargés d'un travail d'animation (n=545). Nous avons appliqué la méthode inductive générale sur les entretiens (Thomas, 2006) puis nous les avons croisés avec le reste des données (Hollstein, 2014). En dernière instance, nous avons identifié ce qui relevait des quatre strates, montrant de la sorte la performativité des métriques (Alloing & Pierre, 2019) ou l'affectivité des emoji (Pierre & Alloing, 2019). Pour ce dernier nous avons montré comment, sous les doigts des community managers, les emoji circulent entre des strates :

- **discursives** : « un nouveau langage » pour les usagers, les marques, et les professionnels, accompagné de « bonnes pratiques » en voie de négociation ;
- **informationnelles** : standardisation du consortium UNICODE face aux logiques d'appropriation des éditeurs, métriques associées dans des tableaux « bricolés » par les professionnels ;
- **économiques** : recrutement de professionnels capables d'employer les emoji à bon escient, c'est-à-dire avec empathie pour les publics ; création de produits ou contenus dérivés autour des emoji, publicités, extensions logicielles, etc.

- **d'usages** : entre un recours aux emoji pour illustrer une thématique – le mot-image – ou pour gérer la relation-client – le mot-émotion.

Marcher dans la forêt : design d'un coding book

Dans le cadre d'un projet de recherche portant sur la question des « nudges » dans un parc de loisir[3], nous avons émis l'hypothèse que l'affectivité peut s'observer en dehors du web, dans un environnement pas (ou peu) numérique, et ainsi remettre en question nos précédentes approches méthodologiques (Alloing et Pierre, 2020a). Pour ce projet, notre postulat était que l'affection est située, entre l'environnement et l'action. Il a fallu alors placer des « capteurs » pour saisir ce que l'environnement donne à voir du point de vue de l'acteur, et ce que l'acteur en fait, à partir de sa propre perception (point de vue émique).

À l'aide de caméras portatives installées sur un visiteur (un individu au sein d'un groupe familial), sur certains dispositifs, et avec des photographies, entretiens et prises de notes complémentaires (point de vue étique), nous avons observé la manière dont l'affection est distribuée entre les membres de la famille et les dispositifs présents dans l'environnement (du discours à la signalétique censés guider l'action). Pour ce faire (et ce travail est en cours), nous avons élaboré une grille de codage de chaque séquence d'action, en identifiant les coordonnées de l'action, les affordances perçues, discutées, et actionnées (Tab. 1). Cela nous a permis de dessiner le tracé (vectoriel) des affects (Fig. 2), en spécifiant les strates respectives des afférences (point de départ) et des efférences (point d'arrivée), et regroupés *in fine* dans le schéma des strates (Fig. 3).

3 Projet « Nudges et objectifs de développement durable », dirigé par A. Krupicka et financé par la Région Nouvelle-Aquitaine. Nous avons suivi les visiteurs d'un parc ludo-éducatif dédié à la sensibilisation éco-responsable. Le parcours emprunte un sentier en forêt, et est ponctué de diverses activités déclenchées par des capteurs ou par l'activation d'un badge sur certaines bornes. Un arc narratif accompagne les visiteurs en les plongeant dans un univers fantaisistes (lutins, farfadets, etc.). A l'entrée de la forêt, nous avons demandé à des volontaires de se prêter à notre expérience : après avoir expliqué et validé le cadre éthique de notre recherche (formulaire de droit à l'image, notamment pour les mineurs, conservation des données, etc.), nous avons installé une caméra portative sur un casque porté par le père ou la mère de famille. Nous les avons ensuite laissé faire la visite en nous tenant à distance en amont pour nos observations et en aval pour l'installation de caméras sur les dispositifs.

coordonnées de l'affect					séquence d'actions	affordance affective			effectua-tion		strates	
id	URL	timecode	lieu	PoV		descrip-tion	support ou péri-phérique	compé-tence	intensité	orientation	Entrée	Sortie(s)
2	GH020001.MP4	00:06:17	#12 - cheval mécanique	Père	E1 : y a la licorne M > E2 : han wahou, on a trouvé la licorne E1 : venez voir ! E2 : la licorne elle a marché très très loin P : [rires] M : quoi ? E2 : elle est là [il tend le bras] M : oh la la	sentier me-nant vers l'attraction «Cheval de Mirko»			E1 : elle lâche la main de sa mère et se metà courir E2 : reste à proxi-mité de la mère	Vers les installa-tions de la borne (mais sur les placards cadenas-sés attenants à la borne)	D (conte)	A (famille)
003	GH020001.MP4	00:06:31	#12 - cheval mécanique	Père	E2 : On peut y aller ? M : regarde, tu peux [...] ton badge, là p : Ah, là on peut badger E2 : [attrape son badge et le pose sur le panneau] P : faut bien frotter M : frotte encore E1 : [essaye de déverrouiller le casier à cadenas] C'est fermé P : Laisse Coline …Ah c'est parti Attraction : [hennissement de cheval]	panneau avec la zone ICI	+ badge	savoir manipuler le badge	E1 et E2 : incompréhension P et M :encouragements	M pousse E2 vers le lecteur de badge	A (famille)	B (activation attraction)

Tab. 1 – extrait de la grille de description des affects (en forêt)

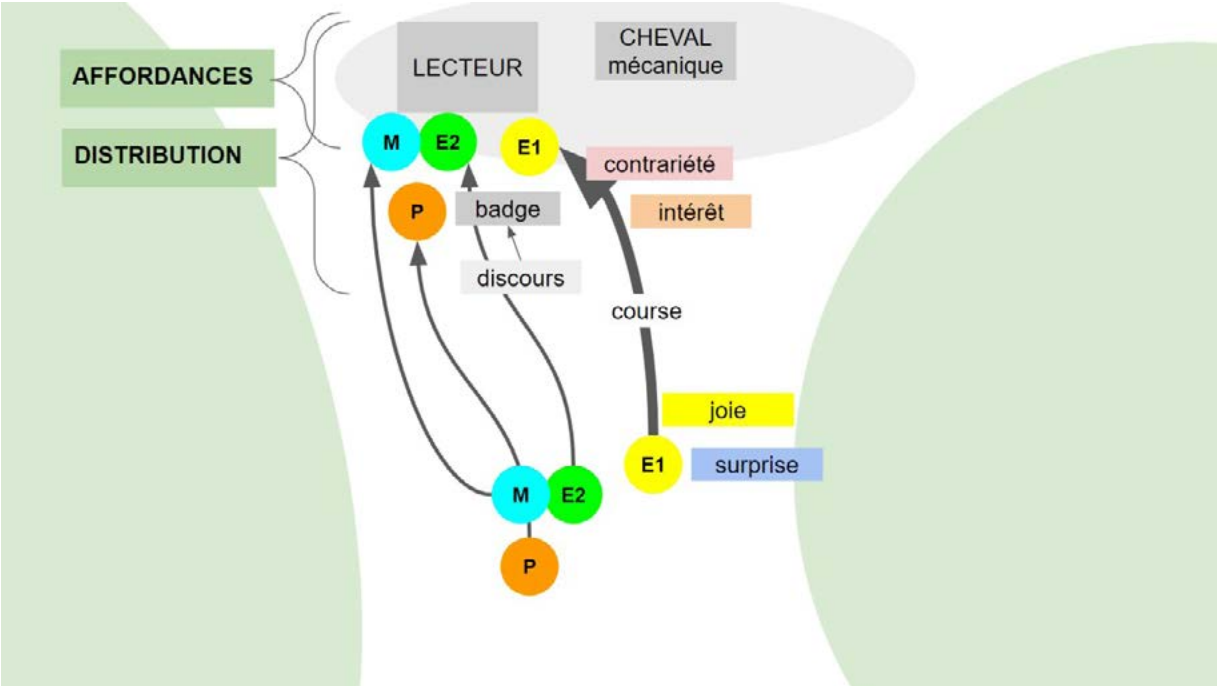


Fig. 2 – Tracé de distribution des vecteurs affectifs. M (mère), P (père), E (enfant), Lecteur (dispositif qui lance l'attraction grâce à un badge).

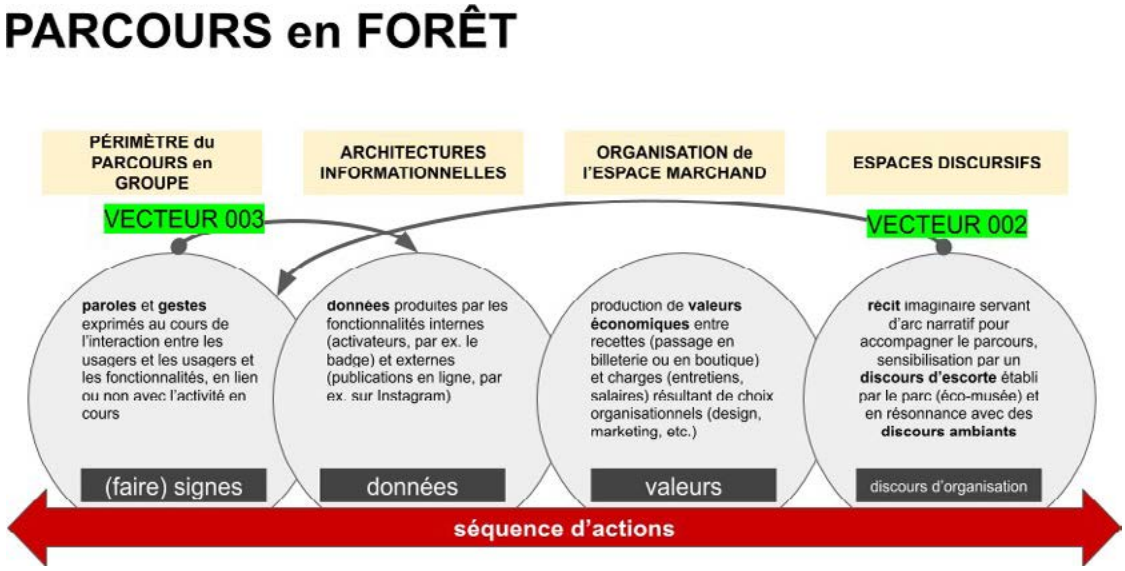


Fig. 3 – Distribution des vecteurs affectifs entre les strates à partir de l'observation modélisée dans la Figure 2.

Exemple d'applications dans une approche affective (travaux à venir)

Le traitement, de manière systématique, des films réalisés pendant ces journées en forêt est en cours. Nos observations nous permettent déjà d'identifier, à « grosses mailles », la manière dont fonctionne l'affection distribuée (Alloing & Pierre, 2020a). Plusieurs questions se posent alors :

- Quels apports pourrait fournir un compte-rendu exhaustif des affects en circulation ?

- Ce travail de codage peut-il être lui-même encodé à travers le développement d'outils informatiques permettant de saisir et de visualiser les cartographies affectives ?
- De manière rétroactive, cette grille peut-elle s'appliquer à tous les terrains que nous avons effectués ? Ou bien faut-il concevoir une grille par terrain (Tab. 1), avec les tracés *ad hoc* (Fig. 2) ? Le schéma des strates (Fig. 3) suffit-il à modéliser les affections qui se déroulent dans un espace donné ?
- D'ailleurs, ce qui circule, comme les affects, repose sur les variations des environnements : comment évaluer la pertinence d'une photographie figée de cette circulation, et quand choisir de la faire ?
- Et par extension, cet outil – ces outils (la grille d'encodage des affects, la visualisation graphique des tracés vectoriels, la synthèse en quatre strates), peuvent-ils servir la recherche d'autres collègues intéressés par l'affectivité, et plus largement d'autres recherches en communication ?
- *In fine*, la question se pose de savoir si cette méthode est une heuristique, à la manière d'une approche sémio-pragmatique qui ferait -aussi- partir la relation des affordances, de ce que l'objet donne à voir et percevoir, sans considérer que les déterminations du sens sont toujours socialement partagées, même au sein d'un groupe familial, et nécessitant *de facto* un travail empirique pour saisir le faisceau de vecteurs historico- culturels, médiatiques et interactionnels vécu par l'usager, dans une posture que nous pourrions qualifier de « sémio-praxéologique », pour garder le côté fortement émique de l'autoréflexivité requise par (Odin, 2011; Odin & Péquignot, 2017) et lui adjoindre la compétence référentielle qui manque à la sémio-pragmatique. Par l'approche abductive que cela implique (Péquignot, 2017), cette heuristique (la méthode des strates, Fig. 1, Fig. 3) produit une illustration de la situation observée (Fig. 3).

Dès lors, nous pensons qu'un tel outil permet de circuler :

- d'une échelle à l'autre, puisqu'il offrirait au chercheur la possibilité de choisir son point de vue (Latour et al., 2013) ;
- d'un contexte à l'autre, en préservant la « validité écologique » des espaces où circulent les affections (Cicourel, 2008) ;
- d'une phase de recherche à une autre, en permettant les allers et retours entre le terrain et l'analyse des réseaux affectifs (Hollstein, 2014 ; Teddlie & Tashakkori, 2006) ;
- d'un type de donnée à un autre, en produisant des données quali-quantitatives (Bourdeloie, 2014).

C'est pourquoi d'autres projets de recherche ont été initiés (dans des organisations, des foyers, des contenus audiovisuels ; mais aussi via de la recherche-action ou de la recherche- projet). Non seulement ils nous per-

mettront de consolider notre cadre conceptuel et de produire des résultats sur la distribution et la capture des affects, mais ils serviront aussi de terrain d'expérimentation de la méthode des strates.

Bibliographie

Airoldi M. (2018). Ethnography and the digital fields of social media. *International Journal of Social Research Methodology*, n° 6 (21), p. 661-673 https://doi.org/10.1080/13645579.2018.1465622

Allard L, Alloing C, Le Béchec M. & Pierre J. (2017). Introduction. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°11, http://rfsic.revues.org/2870

Alloing C. & Pierre J. (2017). *Le web affectif. Une économie numérique des émotions*, INA, Paris.

Alloing C. & Pierre J. (2019). Une approche praxéologique des métriques numériques : Mesurer le community management pour quoi faire ? *Revue Communication & professionnalisation*, n°9, p.85–108.

Alloing C. & Pierre J. (2020a). Nudges ou affordances ? Tisser la toile d'une affection distribuée. *Actes sémiotiques* (à paraitre)

Alloing C. & Pierre J. (2020b). Le tournant affectif des recherches en communication numérique. Présentation. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, n° 28, p. 1-17.

Arvidsson A. (2011). General sentiment : How value and affect converge in the information economy. *The Sociological Review*, n° 59, p. 39–59.

Barats C. (2016). *Manuel d'analyse du web* (2e éd). Paris, Armand Colin.

Béchec M-L. & Alloing C. (2018). Les territoires numériques de marques pour repenser les cadres d'analyse du web. *Questions de communication*, n° 34 (2), p.7-20.

Bencherki N. (2014). L'ethnométhodologie et l'École de Montréal. In Bourdeloie H., Douyère D., *Méthodes de recherche sur l'information et la communication*. Paris, Mare & Martin, p. 141-166.

Blais M. & Martineau S. (2006). L'analyse inductive générale : Description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes. *Recherches qualitatives*, Vol. 26 (2), p. 1-18.

Boullier D. (2015). Les sciences sociales face aux traces du big data. *Revue française de science politique*, n° 5, Vol. 65, p. 805-828. https://doi.org/10.3917/rfsp.655.0805

Boullier D ; & Lohard A. (2012). *Opinion mining et sentiment analysis : Méthodes et outils*. OpenEdition Press. http://books.openedition.org/oep/198

Bourdeloie H. (2014). Ce que le numérique fait aux sciences humaines et sociales : Épistémologie, méthodes et outils en questions. *Tic & société*, n° 2, Vol. 7. https://doi.org/10.4000/ticetsociete.1500

Cardon D. & Casilli A. (2015). *Qu'est-ce que le digital labor?* Bry-sur-Marne, Ina.

Caronia L. (2018). Methodological and Ontological Principles of Observation and Analysis: Following and Analyzing Things and Beings in Our Everyday World. In Cooren F & Malbois F. (Éds.), *Methodological and Ontological Principles of Observation and Analysis*. Routledge.

Cicourel A-V. (2008). Micro-processus et macro-structures. Notes sur l'articulation des différents niveaux d'analyse (Texte présenté par Philippe Corcuff). *SociologieS*. http://journals.openedition.org/sociologies/2432

Corcuff P. (2008). Aaron V. Cicourel : De l'ethnométhodologie au problème micro/macro en sciences sociales. Introduction au texte d'Aaron V. Cicourel, « Micro-processus et macro- structures » (1981). *SociologieS*. http://journals.openedition.org/sociologies/2382

CPDirSIC. (2017). *Dynamiques des recherches en sciences de l'information et de la communication*.

Deleuze G. (2003). *Spinoza Philosophie pratique*. Paris, Éditions de Minuit

Denis J. (2018). *Le travail invisible des données. Éléments pour une sociologie des infrastructures informationnelles*. Paris, Presses des Mines.

Gherardi S. (2017). One turn… and now another one: Do the turn to practice and the turn to affect have something in common? *Management Learning*, n° 3, Vol. 48, p. 345–358. https://doi.org/10.1177/1350507616688591

Gherardi S. (2019). Theorizing affective ethnography for organization studies. *Organization*, n° 6, vol. 26, p. 741-760. https://doi.org/10.1177/1350508418805285

Gibson J.-J. (1977). *The theory of affordances*. Hilldale, USA.

Gioia D.-A., Corley K.-G. & Hamilton A.-L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational research methods*, n° 1, vol. 16, p. 15-31. https://doi.org/10.1177/1094428112452151

Glaser B.-G. & Strauss A.-L. (1967). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.

Hochschild A-R. (2017). *Le prix des sentiments : Au cœur du travail émotionnel*. Paris, La Découverte.

Hollstein B. (2014). Mixed methods social networks research: An introduction. *Mixed methods social networks research: Design and applications*. Vol. 1, p. 3–34. https://doi.org/10.1017/CBO9781139227193.003

Illouz E. (2006). *Les sentiments du capitalisme*. Paris, Seuil.

Ingold T. (2008). When ANT meets SPIDER: Social theory for arthropods. In Knappett C. &

Malafouris L. (Éds.), *Material Agency: Towards a Non-Anthropocentric Approach*, Springer US, p. 209-215. https://doi.org/10.1007/978-0-387-74711-8_11

Ingold T. (2012). Culture, nature et environnement. *Tracés. Revue de sciences humaines*, n° 22, p. 169-187.

Jeanneret Y. (2014). *Critique de la trivialité*. Paris, Non Standard.

Kozinets R-V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research. *Online Communities. Journal of Marketing Research (JMR)*, n° 1, p. 61-72.

Lafon B. (2019). Introduction. Les médias et les médiatisations : Un modèle d'analyse. *Médias et médiatisation*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, p. 7-16. https://www.cairn.info/medias-et-mediatisation--9782706142802-page-7.htm

Latour B, Jensen P, Venturini T, Grauwin S. & Boullier D. (2013). Le tout est toujours plus petit que ses parties. *Réseaux*, n° 177, p. 197-232. https://doi.org/10.3917/res.177.0197

Lordon F. (2016). *Les affects de la politique*. Paris, Le Seuil.

Lordon F. & Citton Y. (2010). *Spinoza et les sciences sociales*. Paris, Éditions Amsterdam.

Lucas J-F. (2014). Le projet Magic Ring : Expérimentation d'une méthode de recueil de données quali-quantitatives dans Second Life. *Tic & société*, vol. 7, n° 2. https://doi.org/10.4000/ticetsociete.1561

Marcus G-E. (1995). Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual review of anthropology*, vol. 24, n° 1, p. 95-117.

Marres N. (2017). *Digital sociology: The reinvention of social research*. Hoboken, John Wiley & Sons.

Martine T. & De Maeyer J. (2019). Networks of Reference: Rethinking Objectivity Theory in Journalism. *Communication Theory*, vol. 29, n° 1, p. 1-23. https://doi.org/10.1093/ct/qty020

Miège B. (1996). *La pensée communicationnelle*. Presses Universitaires de Grenoble.

Negri A. (1982). *L'anomalie sauvage, puissance et pouvoir chez Spinoza*. Paris, Presses Universitaires de France.

Nissenbaum H. (2009). *Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life*. Stanford University Press.

Odin R. (2011). *Les espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*. Presses Universitaires de Grenoble.

Odin R. & Péquignot J. (2017). De la sémiologie à la sémio-pragmatique, du texte aux espaces mentaux de communication. Entretien avec Roger Odin, réalisé par Julien Péquignot. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, n° 20, p. 120-140. https://doi.org/10.4000/communiquer.2296

Ogien A. (2014). Pragmatismes et sociologies. *Revue française de sociologie*, vol. 55, n° 3, p. 563-579. https://doi.org/10.3917/rfs.553.0563

Olivier de Sardan J-P. (1998). Émique. *L'Homme*, vol. 38, n° 147, p. 151-166.

Paillé P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, n° 23, p. 147-181. https://doi.org/10.7202/1002253ar

Passeron J-C. (1991). *Le raisonnement sociologique : L'espace non-poppérien du raisonnement naturel*, Paris, Nathan

Pastinelli M. (2011). Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel ! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne. *Anthropologie et Sociétés*, vol. 35, n° 1-2, p. 35-52. https://doi.org/10.7202/1006367ar

Péquignot J. (2017). Comment faire une enquête sémio-pragmatique ? Les publics des web- séries et leurs discours « spontanés ». *Revue Interrogations,* n° 24, https://www.revue-interrogations.org/De-Peirce-a-Odin-tenants-et

Pierre J. & Alloing C. (2015). Questionner le digital labor par le prisme des émotions : Le capitalisme affectif comme métadispositif ? *La communication numérique au cœur des sociétés : dispositifs, logiques de développement et pratiques*. https://hal.archives- ouvertes.fr/hal-01171594

Pierre J. & Alloing C. (2018). Comment les émotions traversent le design ? Conception et usages d'une fonctionnalité du web affectif. *Journal of Human Mediatised Interactions/Revue des Interactions Humaines Médiatisées*, vol. 19, n° 2.

Pierre J. & Alloing C. (2019). Emoji as Affective Affordance. *International Communication Association, Public Relations Division Interactive Session Poster*, Washington D.C.

Pratt M-G, Sonenshein S. & Feldman M-S. (2020). Moving Beyond Templates: A Bricolage Approach to Conducting Trustworthy Qualitative Research. *Organizational Research Methods*. https://doi.org/10.1177/1094428120927466

Quéré L. (1997). La situation toujours négligée ? *Réseaux*, vol. 15, n° 85, p. 163-192. https://doi.org/10/fpwxk2

Rogers R. (2004*). Information politics on the Web*. Cambridge, MIT Press.

Rogers R. (2013). *Digital methods*. Cambridge, MIT Press.

Schön D.-A. (2011). A la recherche d'une nouvelle épistémologie de la pratique et de ce qu'elle implique pour l'éducation des adultes. *Savoirs théoriques et savoirs d'action*, Presses Universitaires de France, p. 201-222. https://www.cairn.info/savoirs-theoriques-et- savoirs-d-action--9782130589990-page-201.htm

Spinoza B. (1677). *Ethique*. Paris, Flammarion.

Star S-L. & Ruhleder K. (2010). Vers une écologie de l'infrastructure. *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol 4, n° 1, p. 114-161.

Strauss A. & Corbin J-M. (1997*). Grounded theory in practice*. Newbury Park, Sage.

Teddlie C. & Tashakkori A. (2006). A general typology of research designs featuring mixed methods. *Research in the Schools*, vol. 13, n° 1, p. 12-28.

Thomas D. R. (2006). A general inductive approach for analyzing qualitative evaluation data. *American journal of evaluation*, vol. 27, n° 2, p. 237-246. https://doi.org/10.1177/1098214005283748

Thrift N-J. (2008). *Non-representational theory: Space, politics, affect*. Routledge.

Usages numériques et dessins de la ville : les nouveaux maîtres d'ouvrage

Digital uses and city drawings: the new builders

Marion Trommenschlager, Chercheuse en Sciences de l'information et de la communication
Laboratoire PREFics, Université Rennes 2
marion.trommenschlager@gmail.com

Mots clés : Territoire, consommation, organisation, plateformes

Keywords: Territory, consumption, organization, platforms

Résumé

Comment la consommation (re)dessine les villes aujourd'hui ? Cet article émet l'hypothèse de nouveaux maîtres d'ouvrage des espaces urbains que seraient les géants du web. Il s'agit de comprendre comment les logiques de ces plateformes numériques tentent de s'appliquer aux territoires à forte urbanisation grâce à une richesse commune : celle de la donnée, dont l'emprise privative s'impose au détriment des institutions territoriales. Cette analyse propose une lecture critique des effets sur la gouvernance des villes intelligentes, (re)questionnant la notion de smart-city.

Abstract

How does consumption shape cities today? This article hypothesizes new builders of urban spaces that would be the giants of the web. The goal is to understand how the logics of these digital platforms try to apply to territories with strong urbanization thanks to a common wealth: the data, whose influence is imposed to the territorial Institutions. This analysis offers a critical reading of the effects on the governance of smart cities.

Usages numériques et dessins de la ville : les nouveaux maîtres d'ouvrage

Marion Trommenschlager

Les phénomènes d'intelligence numérique des territoires ne peuvent se résumer à l'intégration de mobilier urbain innovant ou d'écrans dans la ville. Ils relèvent davantage des modes organisationnels et de la logistique urbaine, dont la gestion des flux, la mise en service généralisée des espaces, mais également des formes nouvelles de capitalisme de la surveillance (Ertzscheid, 2017) et d'économie de la donnée. Les processus de privatisation en cours semblent de ce fait renforcés par le concept de la ville algorithmiquement organisée (Haëntjens, 2018). Le questionnement des (re)compositions territoriales, dans leurs dimensions organisationnelles et matérielles, est ici observé au travers des pratiques de consommation issues de nos usages numériques.

Constats

Des précédentes ouvertures issues de mon travail de recherche, nous voyons que nos usages sont imprégnés par la technique. Plus encore, les usages numériques, ainsi que les attentes des utilisateurs-consommateurs, évoluent au rythme des logiques implacables des plateformes numériques.

Nous sommes deux milliards de consommateurs connectés à l'échelle mondiale, nous consommons deux fois plus qu'il y a cinquante ans. Les conséquences sur l'évolution des espaces touchent tant la dimension organisationnelle, que la dimension symbolique, à travers les usages. Ainsi, l'imprégnation numérique semble porter dans un sens cette société de l'artefact vers une vision de plus en plus utilitariste du monde. Nous assistons à des phénomènes de standardisation des métropoles, entrées dans une mise en compétition généralisée (Gras, 2018). En guise d'exemple, le syndrome de gentrification est, lui, plus que jamais d'actualité, propulsé par les phénomènes de « pied-à-terrisation » (Brossat, 2018) impulsés par les plateformes numériques.

De façon générale, il semble indéniable que le rapport des citoyens aux espaces organisés du territoire a profondément changé. Nous consommons la ville en lui conférant une dimension globalement fonctionnaliste et c'est d'ailleurs tout l'enjeu des « villes intelligentes » autrement appelées smart-city (Picon, 2013). Cet article propose de se questionner sur la gouvernance de la fabrique, en cours et à venir, de ces territoires intelligents. Plus précisément, les GAFAM ont-ils plus que jamais la mainmise sur le gouvernail de l'organisation spatiale, dépossédant ainsi les institutions territoriales de leurs compétences ?

De nouveaux maîtres d'ouvrage des espaces urbains

Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft ont propulsé un nouveau modèle économique, un modèle asymétrique (rappelons que le chiffre d'affaires de ces grands acteurs est proche de zéro). Ce modèle du don

du savoir est nourri, économiquement, par une approche globale plaçant la donnée au centre des stratégies organisationnelles, le data-centrisme, aussi qualifié de data-colonies (Ertzscheid, 2018). Ces nouveaux modèles, attachés à l'étude des usages, s'appliquent progressivement aux territoires, renforcés par de nouvelles attentes des consommateurs issues des pratiques en ligne (Dujarier, 2014).

Plusieurs exemples de ces implications peuvent être relevés, comme Google et son projet de Smart-city à Toronto, Uber et sa cartographie des villes à travers la récolte de données (Casilli, 2019), ou encore Amazon et la nouvelle logistique des espaces urbains. Ces dynamiques portent des effets sur l'organisation des flux, des espaces et de la mise en service du territoire. En effet, pour reprendre la géographe Cynthia Ghorra-Gobin, les espaces urbains se "recomposent sous l'effet de la révolution numérique et la métamorphose du capitalisme globalisé et financiarisé" (Ghorra-Gobin, 2018).

Il s'agit donc de comprendre comment les logiques de ces plateformes numériques tentent de s'appliquer aux territoires à forte urbanisation. Les GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) et NATU (Netflix, Airbnb, Tesla, Uber) imposent une emprise privative au détriment des institutions territoriales. De ce côté, il est possible d'observer un retard général des institutions territoriales dans la saisie des enjeux, notamment tournés vers la donnée, et leur volonté de maîtrise organisationnelle des espaces urbains. Assistons-nous à une dépossession irrémédiable de la sphère publique sur l'organisation des territoires? En intégrant les processus de fabrique et de lecture du territoire, ces charpentes numériques seraient-elles plus impliquées qu'elles ne voudraient bien le communiquer dans la gouvernance des smart-cities ?

Méthodologie et observations

Le sujet interpelle à la fois l'étude des usages numériques, l'évolution des organisations et les nouvelles formes de spatialités, face aux pratiques de consommation indéniablement liées aux plateformes numériques. Nous pouvons rappeler le documentaire "Les travailleurs du clic" du sociologue Antonio Casilli qui a dernièrement illustré ce propos (Casilli, 2019).

Dans cette perspective, l'approche sociotechnique de la problématique intègre principalement le troisième axe « Participations, consommations et engagements » du Congrès « Société et espaces en mouvement ». Ce sujet est pour le moins ancré dans des phénomènes d'évolution sociétale, urbaine et organisationnelle, profonds, auxquels nous faisons face quotidiennement. L'ensemble de ce travail est issu de la corrélation de plusieurs méthodologies de recherche nourries durant ces dernières années. Tout d'abord, le questionnement fait suite à des recherches consacrées à l'étude de la conjonction de l'évolution des formes urbaines et du commerce à travers la transformation numérique. Ces travaux ont été réalisés grâce à l'intégration de l'écosystème du territoire métropolitain rennais durant cinq années pendant lesquelles j'ai travaillé en lien avec les différents acteurs de la métropole (institutions territoriales, associations, CCI, acteurs du tourisme et acteurs économiques) (Trommenschlager, 2019).

Cette période a permis l'activation de différentes méthodes d'analyse des processus organisationnels à l'œuvre dans l'évolution des formes de la ville avec, pour commencer, une observation participante auprès de la métropole rennaise, mais également de l'association des commerçants de son centre-ville. Des entretiens auprès des acteurs institutionnels, politiques et privés, sont ensuite venus compléter ces observations.

Trois observations majeures se révèlent dans cette première phase de recherche. Pour commencer, celle d'un écosystème des acteurs publics du territoire organisé en silos, laissant peu de place à la mutualisation des ressources et peu de chance à la construction d'une vision partagée d'un projet commun. Ensuite, l'analyse organisationnelle de la métropole rennaise montre une inflexibilité structurelle et décisionnelle liée au cadre hyper-normatif propre à l'administration (Dubet, 2002). Enfin, les entretiens menés et l'analyse de la mise en application des projets au sein de la métropole renvoient à l'absence d'une culture numérique qui serait partagée. Cette dernière observation place ainsi l'approche institutionnelle en un territoire de projets et non un projet de territoire.

Ces éléments ont mené à un second travail de recherche, attaché plus spécifiquement à l'étude des dynamiques organisationnelles de la ville intelligente, ceci à travers le programme de recherche TOSC (transformation organisationnelle de la smart-city). La documentation de la smart-city, appuyée par des illustrations locales à Rennes et Lyon d'une part, les entretiens des actrices et acteurs du territoire à l'échelle de ces deux métropoles d'autre part et enfin l'analyse des données issues des traces numériques sur le web[1] liées à la smart-city contribuant à l'étude des territoires (Romele, Severo, 2015), ont formé les trois phases de travail. Ces ressources montrent une uniformisation des modèles organisationnels métropolitains et l'application de méthodologies relativement semblables face à ces enjeux numériques (Gras, 2018). Plus particulièrement, les institutions sont entrées dans une dynamique de dématérialisation et se sont entourées d'une panoplie d'outils numériques se superposant à un modèle traditionnel ultra-normatif inchangé. De ce fait, nous observons une matérialisation progressive des empires numériques dans le paysage urbain et, face à elle, une plateformisation des collectivités territoriales.

L'ensemble de cette frise méthodologique est mise en perspective via l'analyse d'un corpus de recherche abordant à la fois la question du modèle des plateformes numériques (Ertzscheid, 2017 ; Casilli, 2019 ; Callon, 2019) et des évolutions morphologiques des espaces urbains, particulièrement sous ses représentations de smart-city (Picon, 2013 ; Fijalkow, 2017 ; Ghorra-Gobin, 2018).

Servicisation, la donnée au cœur des processus organisationnels des espaces

Les premiers résultats de ces recherches conduisent à la formulation de l'hypothèse d'un positionnement des plateformes numériques comme intermédiaires inévitables dans la relation entre individu et territoire, jusqu'à devenir des maîtres d'ouvrage du paysage urbain. En effet, l'ensemble des recherches réalisées, principalement auprès de l'écosystème rennais, mais alimentées également par les contextes lyonnais, dijonnais et nantais, montre une dynamique commune à l'ensemble des territoires : la mise en service généralisée de la ville. L'approche de la ville n'est plus celle de la Cité, mais bien d'un espace algorithmiquement organisé (Haentjens, 2018) portant des enjeux d'attractivité dans une compétition générale des territoires.

Dans ce contexte, la stratégie de servicisation du quotidien des géants du numérique crée une dynamique quasi implacable superposant progressivement ces nouveaux modèles aux pratiques organisationnelles des

1 La plateforme *Twitter* a été privilégiée car elle permet d'ouvrir l'analyse tant aux champs publics, privés, que professionnels. Également, à la différence d'autres réseaux sociaux, elle ne nécessite pas de connexion préétablie avec les communicants pour pouvoir consulter les messages. Compte tenu de la profusion des prises de paroles sur Twitter relatives à la *Smart City*, le recueil de données a été restreint aux projets de mobilité, thématique la plus représentée dans les projets *Smart City* de Rennes et Lyon. La période 2015-2020 a été retenue car elle correspond à une temporalité active des projets analysés.

formes urbaines. Ainsi, du côté de la logistique, Amazon et Google[2] ont déjà fait leur preuve, quant à la plateforme Uber elle enrichit chaque jour davantage son analyse des flux et des pratiques de consommation au sein des territoires jusqu'à l'automatisation progressive des livraisons grâce à des véhicules autonomes. Un autre exemple, celui du réseau social Facebook, qui détient, lui, un monopole grandissant sur l'éditorialisation de la ville à travers la modération des contenus des prises de paroles diverses (politiques, culturelles, sociales, économiques, individuelles) contribuant à l'organisation et la mise en histoire dudit territoire.

L'application méthodologique du modèle plateforme sur l'espace urbain est rendue possible à travers les processus de servicisation généralisés et le déploiement de facilitateurs ayant intégrés le quotidien des consommateurs. Les plateformes numériques, au cœur des enjeux de (re)modélisation des schémas organisationnels jusqu'aux formes urbaines sont des charpentes numériques issues d'analyses des besoins. Elles n'existent qu'au travers des interactions des usagers : Blablacar ne possède pas de chauffeurs, Airbnb ne possède pas d'hôtels, Facebook ne possède pas de contenus. L'outil-plateforme est facile et fonctionnel, souvent addictif (Ertzscheid, 2017).

Le monopole grandissant de ces systèmes organisationnels touche tous les domaines, de la santé, au logement, à la culture, la mobilité, mais aussi la ville. Le processus de « plateformisation » transforme l'approche organisationnelle et symbolique des espaces de la ville jusqu'à redessiner le territoire. Petit à petit, le syndrome de « plateformisation » du monde se répand. Nous observons des bouleversements dans les symboliques de consommation introduisant une remise en question des modèles organisationnels plus traditionnels.

Ces dernières années, nous sommes peu à peu entrés dans l'ère de l'offre de services et de la fonctionnalité. Entourés de « facilitateurs » au quotidien, les consommateurs évitent les temps d'attentes et usent par exemple de moyens de consignes accessibles sept jours sur sept et vingt-quatre heures sur vingt-quatre ; ils reçoivent des alertes lors d'événements particuliers qui seraient susceptibles de les intéresser ; le smartphone n'est plus un téléphone mais un assistant personnel. Tout cet écosystème de facilitateurs s'est intégré au point de totalement se normaliser à notre rapport aux choses, aux autres, au monde. De ce fait, nous externalisons nos connaissances, nos données, nos envies. Dès lors, la donnée se transforme rapidement en service.

Qu'en est-il alors de la gouvernance des smart-cities ?

L'un des grands enjeux à l'œuvre pour les acteurs publics est celui de la gouvernance. Qui gouverne la smart-city aujourd'hui ? Des problématiques venant bousculer le concept, déjà très complexe, de la ville intelligente. Il semble important de préciser par ailleurs que ce travail s'appuie sur les bases conceptuelles de « services performants » (Giffinger, 2007) mais également des « flux numérisés » (Goldsmith & Crawford, 2014) afin de définir la notion de smart-city. L'hypothèse de nouveaux maîtres d'ouvrage du territoire pose donc autrement la question de la gouvernance d'un projet de la smart-city, puisque celui-ci trouverait déjà une existence, parallèle, aux projets initiés par les institutions territoriales.

Les enjeux initialement liés à la notion de smart-city reposent sur de nouvelles formes de valorisation à travers un cheminement vers « la science du service » pour la création de nouvelles valeurs et d'un nouveau

2 L'occasion de rappeler par ailleurs quels sont les supports numériques les plus utilisés en France en 2018 : Google (dont Waze et Youtube), Facebook (dont Messenger et Instagram) et Amazon selon l'étude de « La Mobilery ».

modèle économique. Ils définissent un connecteur logique entre l'activité de géants du numérique et des acteurs politiques.

Ainsi, les modèles organisationnels des plateformes arrivent en "solution" à la complexité urbaine. Or, et pour reprendre Jean Daniélou, « La réponse détermine la façon de formuler le problème, réduit à sa dimension technique, à son potentiel d'optimisation et à l'évacuation systématique de sa dimension politique » (Daniélou, 2013). Ces nouvelles formes urbaines conduisent inévitablement à une évolution des représentations de la ville, de plus en plus fonctionnaliste, par sa mise en service généralisée. Ce constat (re)questionne donc la gouvernance de la smart-city qui deviendrait alors un modèle transposable selon les codes et effets des plateformes aux différents espaces urbains. Une probabilité qui s'est vérifiée tout au long de l'étude au sein du programme de recherche TOSC et des méthodes d'analyse comparative déployées sur les métropoles de Rennes, Dijon et Lyon, dans leur dimension d'intelligence numérique. Une partie de la gouvernance semble déjà colonisée par les modèles des plateformes numériques à travers la modération des territoires urbains. Rappelons les processus de "plateformisation" de l'administration déjà en cours.

La dynamique politique semble avoir disparu au profit de processus organisationnels du territoire selon des logiques de marché. Autrement formulé, la Cité est devenue un espace algorithmiquement organisé répondant progressivement à des logiques néolibérales dans un univers d'individus connectés (objectif des GAFA) lorsque le principe de modernisation du service public peine à prendre tout son potentiel (objectif de la Cité). Aussi, les phénomènes de privatisation du monde se sont renforcés. L'interprétation d'un centre-ville définit aujourd'hui comme « un grand centre-commercial à ciel ouvert »[3] révèle ces dynamiques. Cela fait plus de dix ans que ces acteurs travaillent sur l'opportunité de la gestion des formes urbaines. Pour l'instant, seules les plateformes numériques peuvent agir dans ce sens et c'est aussi pourquoi le "marché urbain" est fructueux car elles se placent en supériorité de par les moyens qu'elles possèdent. D'ailleurs cette emprise grandissante sur la gestion de l'espace urbain par ces géants ne va pas sans bousculer la dimension politique du territoire. Les recompositions symboliques liées à la transformation numérique dépassent la fabrique de la ville, elles touchent intrinsèquement les formes de gouvernance.

Enfin, ces analyses mènent inévitablement à la notion de "ville-plateforme" comme forme émergente de l'organisation territoriale. Ce concept traduit une forme d'impérialisme des plateformes, les définissant comme les nouveaux exploitants commerciaux de la ville contemporaine. Les nouveaux maîtres d'ouvrage face à la fabrique territoriale (im)poseraient donc un cadre interactionnel issu de leurs propres normes (Taylor & Van Every, 2000). L'emprise de la donnée est amenée à se massifier à travers les dynamiques de "plateformisation". En d'autres termes, il semblerait que nous assistions à des phénomènes de colonisation par les plateformes numériques de notre rapport à l'espace. Les capacités d'analyse sont, elles, de plus en plus précises et donnent un rôle grandissant au pouvoir de modélisation. La possibilité d'orchestrer et d'organiser la société questionne dangereusement la place de l'objet public. Du côté des institutions territoriales à l'inverse, l'inflexibilité administrative et organisationnelle, mêlée à des formes oligarchiques tenaces, persiste. Ainsi, Amazon installe ses consignes dans la ville, Facebook l'éditorialise, Google la rationalise, Airbnb

3 *Ouest-France*, « Rennes, un grand centre-commercial à ciel ouvert », 18 juin 2014, consulté sur : https://www.ouest-france.fr/bretagne/rennes-un-grand-centre-commercial-ciel-ouvert-2636496

devient acteur d'une nouvelle forme de tourisme, etc. La projection futuriste de l'emprise de ces géants du numérique ne semble plus à l'ordre du jour, nous abordons là la construction du futur.

Bibliographie

Brossat I. (2018). *Airbnb, la ville ubérisée*. Paris, La ville brûle.

Callon M. (2017). *L'emprise des marchés. Comprendre leur fonctionnement pour pouvoir les changer.* Paris, La Découverte.

Casilli A. (2019). *En attendant les robots*. Paris, Seuil.

Daniélou J. (2013). *L'art d'augmenter les villes, pour une enquête sur la ville intelligente*. Paris, PUCA.

Dubet F. (2002). *Le déclin de l'Institution*. Paris, Seuil.

Dujarier M-A. (2014). *Le travail du consommateur*. Paris, Éditions La Découverte.

Ertzscheid O. (2017). *L'appétit des géants*. Caen, C&F éditions.

Fijalkow Y. (2017). *Dire la ville c'est faire la ville* : *La performativité des discours sur l'espace urbain.* Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion.

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

Ghorra-Gobin C. (2018). Smart-city : fiction et innovation stratégique. *Quaderni*, Les éditions de la maison des sciences de l'homme, n° 96, p5-15.

Giffinger R. (2007). *Smart cities. Ranking of European medium-sized cities*. Université de Vienne, Centre of Regional Science.

Goldsmith S. & Crawford S. (2014). *The Responsive City: Engaging Communities through Data Governance*. San Francisco, Jossey-Bass.

Gras P. (2018). Mondialisation et standardisation, le cas des métropoles portuaires. *Les annales de la recherche urbaine*, n° 113, p 126-137.

Haentjens J. (2018). *Comment les géants du numérique veulent gouverner nos villes.* Paris, Rue de l'échiquier.

Muller P. (1998). Éléments d*'une théorie du mouvement pour la formalisation du raisonnement spatio-temporel de sens commun. Toulouse,* IRIT, Université Paul Sabatier.

Picon A. (2013). *Smart Cities* : *Théorie et critique d'un idéal auto-réalisateur*. Paris, Édition B2.

Romele A., Severo M. (2015). *Traces numériques et territoires*, Paris, Presses des Mines.

Taylor, J. R., & Van Every, E. J. (2000). *The emergent organization: Communication as its site and surface.* New-York and London, Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Trommenschlager M. (2019). *L'évolution des formes urbaines et du commerce à travers la transformation numérique*. [Thèse Cifre en Sciences de l'information et de la communication, Université Rennes 2]. https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02069403.

Wachter S. (2020). *La ville interactive, l'architecture et l'urbanisme au risque du numérique et de l'*écologie. Paris, L'Harmattan.

L'hégémonie du QR code en Chine

The hegemony of the QR code in China

Yuwen ZHANG, doctorante en SIC
GRIPIC, CELSA - Sorbonne Université
Yuwen.zhang.pro@gmail.com

Mots-clés : QR code, scénario, gouvernement algorithmique, surveillance

Keywords: QR code, scenario, algorithmic government, surveillance

Résumé

Le QR code est désormais omniprésent dans la société chinoise, il ne sert pas seulement à obtenir des informations mais offre de nombreuses possibilités médiatiques, identitaires et consommationnelles. Cet article vise à synthétiser les principaux scénarios d'utilisation des QR codes, et à mettre en évidence la manière dont le QR code construit une surveillance, en analysant « le QR code de santé » mis en place lors de la crise sanitaire de la Covid-19.

Abstract

The QR code is omnipresent in Chinese society. It is used to store information and has a wide range of further applications in media, identification and consumption. This article aims to synthesise the main QR code application scenarios and analyse the "health code" implemented during the Covid-19 crisis to explore the way in which QR code has been used to construct a surveillance system.

L'hégémonie du QR code en Chine

Yuwen Zhang

Le QR code (*Quick Response* en anglais), inventé originellement au Japon en 1994 dans le but d'assurer le suivi de pièces détachées dans les usines, se distingue d'un code-barres classique par sa capacité de stockage plus importante[1] et offre par conséquent la possibilité d'échanger des informations directement, *via* un lecteur de QR code ou désormais, grâce à un téléphone mobile. Pour les Chinois, scanner un QR code depuis son smartphone, et notamment *via* le réseau socionumérique WeChat[2], est devenu, depuis près de huit ans, un geste incontournable dans la vie sociale au quotidien.

Depuis 2006, le QR code joue un rôle majeur et essentiel dans le développement de l'Internet des objets en Chine (Chen & Wang, 2010). En matière de « ville intelligente » (*smart city*), la stratégie politique et sociale de la Chine est orientée vers l'usage de dispositifs mobiles, et plus précisément vers l'utilisation de QR codes via des dispositifs mobiles (Henriot, 2018). Actuellement en Chine, les QR codes sont présents partout dans les différents espaces sociaux, dans un élan de *QR code-isation* de la société : aux caisses des magasins, sur la vitrine des boutiques, sur les emballages des produits, à la télévision, et même sur les badges des serveurs des restaurants. L'usage du QR codes pendant la crise sanitaire de la Covid-19 élimine en grande partie le travail fastidieux d'enregistrement manuel, améliore l'efficacité de la collecte de données et réduit les risques d'infections croisées. Il est certes pratique pour contrôler la circulation des personnes – et donc freiner la diffusion de l'épidémie – mais aussi controversé dans la mesure où il repose sur la collecte et le traitement permanent de données personnelles par les autorités, *via* des algorithmes. Cet article explore le caractère problématique du QR code en commençant par mettre en lumière l'omniprésence de ce dernier dans la société chinoise puis en mettant en évidence la manière dont les engagements découlant de l'utilisation des QR codes participent à la construction d'une surveillance numérique, dans le cadre d'un scénario particulier : celui de la crise sanitaire.

Scène, situation, scénario

La théorie du *médium* de Meyrowitz est considérée comme une extension des théories des médias produites respectivement par McLuhan et Goffman. McLuhan (1968) affirme qu'un média n'est pas seulement un outil de diffusion d'informations mais qu'il est, en soi, un message, et que toute modification dans la forme de communication influence grandement le changement social. Le *déterminisme situationnel* de Goffman (1973) assimile la vie sociale des gens à un drame : chacun joue un grand nombre de rôles différents sur des scènes sociales et devant des publics variés. Selon Meyrowitz (1985), l'essence de l'étude d'un média

1 Un QR code est capable de stocker jusqu'à 7089 caractères numériques alors que la capacité de stockage d'un code-barres est de 10 à 13 caractères numériques.

2 WeChat ou *Weixin* en chinois (« micro message ») était initialement une application mobile de messagerie instantanée textuelle et vocale. Elle s'est transformée en un dispositif tout-en-un au fur et à mesure de son développement grâce au cumul de nombreuses fonctionnalités. WeChat compte 1,15 milliards d'utilisateurs mensuels actifs en 2020.

est de comprendre sa relation avec la société. Avec l'arrivée des médias électroniques, les frontières entre comportements de premier plan et comportements de coulisses, qui constituent les « scènes » de Goffman, ont commencé à s'estomper. Bien que Goffman se concentre explicitement sur des « situations » définies dans des espaces, la question se pose est de savoir si, en réalité, l'espace physique ne serait pas le principal déterminant du comportement social. Meyrowitz (1990) suppose que les « scènes », en tant que systèmes d'informations, plutôt que les lieux ou espaces, sont affectés non seulement par des barrières physiques mais aussi par des médias. La compréhension du concept de « scènes » par Meyrowitz abandonne son aspect d'existence réelle et concrète, encadrée par des frontières physiques. La « scène » concrète est devenue ce que nous appelons un « scénario » ou une « situation » conceptuelle, repoussant ainsi les limites liées à l'interaction en face à face (Zhang, 2020 :12).

En l'occurrence, le terme que plusieurs chercheurs(-euses) chinois(-es) adoptent est celui de *changjing* 场景, qui peut être traduit en français par « scénario » ou « situation ». Etymologiquement, le terme « situation » vient du latin *situs* (un lieu géographique), tandis que le terme de « scénario » renvoie à la *scène* (au sens de pièce de théâtre). Ce dernier a été initialement mobilisé dans les études sur le cinéma, puis son interprétation est progressivement passée d'une simple référence spatiale à l'ensemble des relations entre les gens et le contexte environnant (Gao, 2015 : 38). Ces deux termes semblent également convenir dans la mesure où ils décrivent les lieux et les moments dans lesquels se retrouve le corps – ils conditionnent ainsi la consommation aussi bien que la production des objets médiatiques (Souchier, Candel, Gomez-Mejia & Jeanne-Perrier, 2019). L'usage du QR code, en tant que *medium* (Madelon, 2012), est fluide et s'articule dans différents espaces. Compte tenu de la compréhension des différents rôles du QR code dans la société, il apparaît plus approprié d'employer le terme de « scénario » dans la suite de cet article. En nous fondant sur l'idéologie de la *discipline spatiale* de Foucault (1993) dans laquelle l'espace est le lieu et le moyen de mise en oeuvre du pouvoir, l'idée est de comprendre, en transcendant l'espace géographique, comment l'usage du QR code configure un système d'information et d'expérience technologique, et affecte voire déterminent les comportements et les besoins sociaux.

Par le biais d'une analyse qualitative, cette recherche s'est déroulée en deux phases : une phase exploratoire qui a permis d'obtenir une première compréhension de l'usage vulgarisé des QR codes dans la société chinoise, à partir de plusieurs études de terrain[3] menées en 2019. Compte tenu de l'omniprésence du QR code[4], il est apparu plus pertinent de ne relever que les QR codes que nous avons utilisés, scannés ou auxquels nous avons eu affaire en pratique. La moitié de ces données ont été collectées durant la troisième étude de terrain, menée au sein de plusieurs villes chinoises[5] durant cinq semaines[6]. En deuxième intention, une

3 Une première étude de terrain a été menée entre le 1er et le 11 février, dans la province de Sichuan en Chine ; une deuxième étude de terrain a eu lieu entre le 9 et le 22 mai dans la province de New York City et San Francisco, aux États- Unis ; une troisième étude de terrain a été réalisée entre le 25 juillet et le 29 août, dans la province de Sichuan, de Hebei et à Pékin, en Chine. Le reste du temps, nous étions basé à Paris.

4 Au moins un QR code associé à chaque magasin ou boutique dans la rue.

5 Nous sommes restés 18 jours à Chengdu, ville de premier rang, capitale de la province de Sichuan, au sud-ouest de la Chine ; 4 jours à Xuyong, ville de quatrième rang, district administratif de la province du Sichuan, au sud-ouest de la Chine ; 10 jours à Shijiazhuang, ville de deuxième rang, capitale de la province du Hebei, au centre-est de la Chine ; et enfin, 5 jours à Pékin, ville de premier rang, capitale de la Chine, au centre-est de la Chine.

6 Les QR codes obtenus ont été collectés en prenant des photos ou en réalisant des captures d'écran.

étude de cas sur l'usage du QR code pendant l'épidémie de Covid-19 a été mise en place, dans le but d'étudier un scénario plus concret : la surveillance pendant une crise sanitaire.

Les trois « scénarios » d'usage des QR codes

427 QR codes ont été collectés au total, à l'issue des différentes études de terrain. Après un tri préalable, 379 QR codes ayant un lien direct ou indirect avec la Chine ou les Chinois, ont été sélectionnés. L'objectif était de mener une réflexion sur l'omniprésence du QR code au sein de la société *chinoise*. L'analyse de ces 379 QR codes a permis d'identifier trois grandes catégories de scénarios faisant appel à des QR codes.

Le premier est un scénario médiatique (1) où le QR code constitue une écriture-lecture. Celle-ci correspond à la fonction de base du QR code dans le contexte numérique c'est-à-dire donner un accès relativement pratique aux informations — un geste de « lire » des informations. Le scénario le plus fréquent est celui du remplacement d'un URL – un usage fréquent sur les annonces publicitaires. À partir de cette fonction de base, le deuxième scénario est un scénario identitaire (2) – pour rappel, le QR code servait initialement un objectif de traçabilité et d'identification des produits. Dès sa mise en service en 2011, WeChat attribue à tous ses utilisateurs un QR code en guise d'identifiant numérique et un lecteur de QR code intégré. Depuis, le QR code sert à se présenter, comme une carte de visite : les utilisateurs de WeChat « se scannent » pour devenir amis dans la vie réelle.

Enfin, le troisième scénario identifié est lié à la consommation (3). En 2013, l'utilisation du mobile dépassait l'utilisation de l'ordinateur en Chine[7]. Au début, l'un des enjeux principaux de WeChat était d'inciter les utilisateurs à se servir le plus possible du dispositif. D'après Peng (2015 : 20), l'essence du média social se fond dans l'existence de scénarios. Cela signifie que le réseau socionumérique doit « adapter des informations (services) à la perception des scènes (scénarios) ». Autrement dit, l'enjeu pour les dispositifs médiatiques est d'imaginer des scénarios et de comprendre dans quelles situations spécifiques et avec quelles motivations l'utilisateur aura recours à ces services. WeChat s'insère dans les scénarios de consommation par l'intermédiaire du paiement, étape indispensable. Pour ce faire, depuis 2013, le lecteur de QR code intégré a été amélioré, la vitesse d'identification des QR codes est très rapide, et de plus, un moyen de paiement mobile a été installé : WeChat Pay, portefeuille numérique et mobile. Sur le milliard d'utilisateurs actifs, 940 millions ont relié leur compte WeChat à leur compte bancaire[8]. Selon Henriot (2018 : 73), « la capacité de payer *via* son compte WeChat a complètement supplanté l'usage de l'espèce entre particuliers, de particuliers à professionnels, mais également entre professionnels ». Au premier semestre 2019, 1,01 milliards de chinois utilisaient le paiement mobile et effectuaient en moyenne quatre transactions par jour et par utilisateur[9], *via* le QR code. La plupart des paiements d'achat hors ligne en Chine s'effectuent grâce à un scan de QR code.

7 « Le 34e rapport statistique sur le développement d'Internet en Chine », China Internet Network Information Center, 2014

8 « Rapport de recherche sur les utilisateurs de paiement mobile du premier trimestre 2019», *Ipsos,* 22 mai 2019.

9 « Rapport de recherche sur les utilisateurs de paiement mobile du premier trimestre 2019», *Ipsos,* 22 mai 2019.

Fig. 1 – *Panneau affichant un QR code à l'entrée de la Cité Interdite*[10].

De plus, environs 44 % des QR codes obtenus reflètent plusieurs attributs croisés. En effet, les différents scénarios évoqués se recoupent souvent. Par exemple à l'entrée de la Cité Interdite à Pékin, un panneau doté d'un QR code permet de procéder à l'achat des tickets. Dans ce scénario de paiement, comme le logo officiel du musée est présent au centre du QR code, ce dernier peut également être associé à une énonciation identitaire.

Dans la société chinoise, les QR codes, compte tenu des différents rôles précédemment évoqués, font désormais partie intégrante de la vie quotidienne. La manière de participer à la vie sociale a changé, tant en termes d'interaction et de présentation de soi que de consommation. Par ce nouveau médium, la *QR code-isation* de la société chinoise est incontournable. Le fait que les utilisateurs scannent les QR codes, omniprésents dans leurs vies, au travers de différents *scénarios*, entraîne, à chaque minute, la production de nombreuses données. L'ensemble des données, les algorithmes et les dispositifs numériques sont en train de produire du pouvoir, que l'État est capable de mettre à profit pour son usage. La gouvernance algorithmique est un nouvel enjeu politique, social et éthique.

Configuration du pouvoir et de la surveillance[11]

Contexte d'apparition du QR code de santé

Le 11 février 2020, alors que l'épidémie de Covid-19 avait atteint son paroxysme, et dans le contexte de fermeture de la ville de Wuhan et des restrictions sur les mouvements de population à travers le pays, un système de QR code, intitulé « QR code de santé » (*jiankang ma* 健康码) a été lancé. Le but officiel de ce scénario était clair : rendre impossible les déplacements de tout individu susceptible d'être touché par le coronavirus. Ce dispositif, a été créé par deux géants technologiques, Tencent et Alibaba, avec l'accord de Pékin. En fonction des données réelles récoltées auprès des utilisateurs, l'algorithme attribue à chacun un QR code de couleur verte, jaune ou rouge, qui indique une autorisation de circulation liée au supposé « niveau de santé » ou bien au « risque sanitaire » face au coronavirus. La couleur verte signifie que l'utilisateur peut

10 Photo prise le 27/08/2019, Pékin, Chine.

11 Cette partie s'inscrit dans la continuité d'un billet précédent, s'intitule « prêts pour la surveillance algorithmique en permanence » publié au *carnet de l'EHESS : perspectives sur le coronavirus*, Yuwen Zhang, le 7 mai 2020.

se déplacer librement, la couleur jaune correspond à une assignation à résidence potentielle. Il peut ainsi être demandé à l'utilisateur de rester à la maison pendant une semaine. La couleur rouge correspond à une obligation de confinement de quatorze jours, sans autorisation de déplacement. Lorsque le nombre de jours de confinement est atteint et qu'aucun symptôme ne s'est déclaré, le QR code redevient, en théorie, vert.

Ce système a très vite été déployé dans le reste du pays, avec le soutien du gouvernement. Le 10 mars, le QR code de santé avait déjà été scanné plus de 1,6 milliards de fois sur WeChat, dans 20 provinces différentes, et ce, seulement un mois après son lancement[12].

Un QR code de « santé »

Pour utiliser un QR code de santé, les utilisateurs doivent ouvrir l'application WeChat, puis aller chercher le QR code de santé dans la rubrique « services publics », l'afficher sur l'écran et enfin le montrer à la personne en charge du contrôle. Dans le cas d'un premier usage, il faut préalablement remplir des informations personnelles et répondre à un questionnaire de santé puis, un simple geste d'auto-déclaration quotidienne – un geste d'« écriture » – est suffisant pour produire le QR code de santé du jour. En France, l'obligation de présenter une « attestation de déplacement dérogatoire » pour justifier de ses déplacements, a pour objectif de « réduire les contacts et déplacements au strict minimum sur l'ensemble du territoire »[13], alors que la mise en place du QR code de santé par la Chine vise un objectif différent[14]. En effet, économiquement, ce système permet d'assurer une reprise plus rapide de la production et du travail à grande échelle – activités alors suspendues sur le territoire chinois –, et donc, de garantir politiquement et socialement un certain niveau de déplacement en toute sécurité, grâce à une analyse des données personnelles.

Le QR code de santé tient son nom des termes chinois « *jiankang ma* 健康码 » qui se traduisent par « health code » en anglais. Souchier (2012) pense que la pratique linguistique du néologisme ne se contente pas d'accentuer le caractère novateur des dispositifs, elle joue sur notre perception de l'histoire technologique, qu'elle tend à nier, et permet la mise en récit mythologique de la nouvelle machine. Et, le néologisme « QR code de santé » relève d'une logique similaire pour les Chinois : il renvoie implicitement à une combinaison des mots

« QR code » et « santé ». L'apport du préfixe « santé » valorise une fonctionnalité supposée, et une promesse : celle que ce code puisse réellement refléter un état de santé. L'apparition du mot « santé » dans un contexte d'épidémie nationale et internationale renvoie non seulement au sens propre, à un service qui s'inscrit dans le domaine de la santé publique, mais aussi métaphoriquement, à l'objectif visé : que tout le monde puisse rester en bonne santé. La société selon Bourdieu (1982) est un marché d'échanges linguistiques, qui attribuent une valeur par la langue légitime qui en constitue la valeur dominante. La fabrication du concept est une manière d'établir la légitimité. Pour transmettre des discours, la société crée une structure légitime sous forme de concepts. Une fois les nouveaux concepts établis, de manière métaphorique, le cadre du discours ainsi construit permet de produire un certain degré de légitimité. Parce qu'il participe d'une fonction rhétorique

12 « 1,6 milliard de fois, couvrant 900 millions de citoyens, vous pouvez l'utiliser lorsque vous ouvrez WeChat », *Internet industriel de Tencent*, 13/03/2020, repéré à https://mp.weixin.qq.com/s/nPqbq-5wsLnl3Xu8XoSgYA.

13 Ministère de l'Intérieur « attestation de déplacement dérogatoire et justificatif de déplacement professionnel ». Repéré à : https://www.interieur.gouv.fr/Actualites/L-actu-du-Ministere/Attestation-de-deplacement-derogatoire-et-justificatif-de- deplacement-professionnel.

14 Au moment du lancement, l'épidémie n'en était pas au même stade en France et en Chine.

du pouvoir, chaque nouveau concept, ici le « QR code de santé », prend part au processus de construction sociale. La santé corporelle acquerra un sens plus métaphorique et se muera en une santé sociale.

Fig. 2 – *Illustration de l'interface du QR code de santé de Wuhan, telle qu'elle apparaît sur le dispositif WeChat.*

Ce QR code de santé n'est pas fait pour être lu par les utilisateurs eux-mêmes, mais par les contrôleurs, qui effectuent donc un acte de « lecture ». Il suffit de montrer le QR code de santé, qui doit être vert, affiché à l'écran lors des contrôles de sécurité. Contrairement à nos imaginaires idéologiques, un QR code n'a pas systématiquement besoin d'être scanné pour être efficient, les messages qu'il contient n'ont pas non plus besoin d'être décodés, tant que la couleur affichée est la « bonne », il fonctionne. En général, un QR est voué à être scanné et décodé avec succès, pour servir de moyen de communication permettant de délivrer un message. Notons que le geste de *scan* est, en soi, perçu de manière très positif puisqu'il renvoie aux impératifs d'efficacité et de sécurité[15]. Toutes les informations sont alors résumées sémiotiquement *via* un système à trois couleurs semblable à celui des feux de circulation, qui instaure une norme de circulation. Le QR code de santé est considéré comme un système de code de discipline individuel dont l'instauration marque le moment d'une première « formalisation » de l'individuel à l'intérieur de relations de pouvoir (Foucault, 1993). De plus, ce système de QR code de santé n'est pas un dispositif délivré par des organismes médicaux. Il s'agit en réalité d'une surveillance des déplacements individuels selon le niveau de risque de contamination. Son objectif réel est donc camouflé par sa dénomination de « QR code de santé ».

Outil de gouvernance algorithmique

En Asie, et en particulier en Chine, les citoyens sont culturellement moins défiants vis-à-vis de la surveillance numérique que dans certains autres pays. Il faut d'ailleurs souligner qu'il existe déjà un système natinal

15 Dans la mesure où il permet d'éviter le contact physique.

de notation sociale, dit système de crédit social[16]. Ce dernier consiste en une action publique *data-centric* (McGuinness & Slaugher, 2019) qui enregistre et analyse aussi les comportements numériques des citoyens chinois. WeChat attribue également une note – WeChat Credit, qui se calcule principalement à partir des comportements de consommation enregistrés à travers WeChat Pay faisant appel à un scan de QR code (*cf.* scénarios 2 et 3). Une fois l'utilisateur authentifié à son compte WeChat sous son nom réel, le lecteur intégré au dispositif WeChat lui permet de payer partout en Chine. En théorie, chaque fois qu'un QR code est scanné, WeChat peut enregistrer toutes les données de consommation. Le QR code de santé obéit au même type de logique, qui dépend fortement de l'engagement des citoyens.

Yu et Liang (2017 : 56) pensent que l'essence du « scénario » ne se restreint pas à l'échelle micro pour fournir des services adaptés mais qu'il est le « promoteur de la reconstruction de relations sociales au niveau macro ». Rappelons que les QR codes ont été initialement pensés comme des outils de traçabilité des aliments : ils étaient par exemple utilisés sur les étiquettes accrochées aux oreilles du bétail (scénario 2). Pendant l'épidémie, les humaines ont également généré des QR codes permettant leur propre « traçabilité de sécurité ». Pour lutter contre une épidémie, le confinement est considéré comme une mesure efficace. En effet, Foucault (1993 : 230) trouve que « cet espace clos, découpé, surveillé en tous ses points, où les individus sont insérés en une place fixe, où les moindres mouvements sont contrôlés, où tous les événements sont enregistrés, où un travail ininterrompu d'écriture relie le centre et la périphérie, où le pouvoir s'exerce sans partage, selon une figure hiérarchique continue, où chaque individu est constamment repéré, examiné et distribué entre les vivants, les malades et les morts – tout cela constitue un modèle compact du dispositif disciplinaire ». Le QR code de santé fonctionne comme un dispositif disciplinaire qui favorise un confinementnumérique, comme une mise en pratique du scénario d'identification (2).

Besoins gouvernementaux	Technologie	Dispositif	Besoins sociaux	Comportement social
Lutter contre covid-19, contrôler et surveiller la circulation, être plus fort	*Big data*, algorithme	QR code de santé	Se déplacer librement (en vert), être sain, retour à la vie normale	Auto-déclaration quotidienne, prêt à être scanné, réagir selon les couleurs du QR code

Tableau 1 – Scénario d'utilisation du QR code comme un dispositif disciplinaire

Le développement d'internet et des technologies numériques fait partie intégrante du projet de modernité tridimensionnelle poursuivi par la Chine (Arsène, 2011 : 47-64) – le *big data* est intégré dans un effort visant à renforcer la capacité à gouverner (Creemers, 2015). Pendant l'épidémie, l'utilisation du QR code de santé est devenu un engagement numérique obligatoire pour circuler « librement ». Il a été adopté par les autorités locales d'un grand nombre de villes et les utilisateurs ont été obligés de partager leurs informations

16 Le système de crédit social est un projet du gouvernement chinois. Il s'agit d'un système national de réputation des citoyens, ainsi que des personnes morales publiques ou privées. Chacun d'entre eux se voit attribuer une note appelée « crédit social » en fonction de comportements sociaux, numériques et réels.

personnelles[17] et de santé[18]. Selon les dires de leurs concepteurs, les dispositifs tels que WeChat analysent les données collectées à l'échelle nationale – la qualité dépend d'une participation nationale – afin d'estimer le risque de contamination de chaque personne, notamment grâce à l'historique de leur géolocalisation. En plus des mandats gouvernementaux, les citoyens participent « volontairement » à une lutte collective en fournissant des données personnelles qui aident à identifier les personnes potentiellement infectées et à assurer ainsi leur propre sécurité.

Les technologies de l'information agissent comme des facilitateurs d'interventions, de la surveillance et du contrôle gouvernemental en Chine (Greemers, 2015). Ce scénario d'utilisation couvre au moins trois dimensions de surveillance : la dimension spatiale (la surveillance des déplacements opérée par le biais de la géolocalisation), la dimension temporelle (le temps d'incubation), et la dimension des relations interpersonnelles (proximité avec un malade, identifiant des chaînes de transmission). Les critères retenus et les algorithmes de détermination de la couleur affichée ne sont pas rendus publics. Certains utilisateurs se voient assignés un code rouge alors qu'ils ne sont pas malades, tandis que d'autres assistent à un changement de couleur de leur QR code sans en comprendre la raison. Ces dispositifs envoient toutes les données directement à la police, c'est-à-dire que celle-ci dispose de l'historique des déplacements de l'ensemble des utilisateurs du QR code de santé, et ce, en temps réel. Cela rejoint le propos de Foucault (1980), sur le rôle essentiel de la « visibilité » pour renforcer une surveillance, il dissocie le couple « voir » et « être vu » : les utilisateurs du QR code de santé sont totalement vus soumis à la pression du regard policier, chacun deviendra donc progressivement et consciemment son propre observateur en s'autocontrôlant (auto-déclaration). Foucault précise (1993), en s'appuyant sur le cas de la peste qui s'est déclarée à la fin du XVIIe siècle, que la surveillance qui prend appui sur un système d'enregistrement permanent a pour conséquence principale de créer un état conscient et de visibilité permanent (la couleur du QR code) chez la personne surveillée (utilisateur). Ce type de surveillance assure le fonctionnement automatique du pouvoir.

À partir du 8 avril, les passagers ayant l'intention de se rendre en Chine doivent se déclarer à l'avance sur WeChat afin d'obtenir la version internationale du QR code de santé. Après la période de transition, il est de rigueur de se déclarer obligatoirement 14 jours avant l'embarquement du vol[19]. Sous la direction du Centre d'information d'État, un plan intitulé « grande muraille de données »[20] a été lancé par Tencent. Ce plan ne se limite pas à la période d'épidémie, c'est un projet à long terme qui vise à établir un modèle de contrôle social automatisé et algorithmique. Le corps humain et l'information deviennent de plus en plus durs à distinguer, comme si ce QR code de santé était une « étiquette » apposée sur le corps. En ce sens, peu importe que l'algorithme soit fidèle, l'important étant de laisser la population s'engager consciencieusement et de s'habituer

17 Les informations à fournir sont les suivantes : le nom, le prénom, le numéro de téléphone, la pièce d'identité, le sexe, le lieu et la date de naissance, la nationalité, l'adresse.

18 Symptômes de fièvre ou de toux par exemple.

19 Selon l'Administration générale des douanes de la Chine, repéré à : http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-04/07/content_5500034.htm.

20 Ce plan vise à « continuer d'optimiser et d'intégrer de manière itérative la fonction de gouvernance sociale et de soutien à la gestion des urgences et des crises, et continuer à moderniser et à améliorer la capacité nationale de gouvernance et les système de gouvernance pour l'avenir ». Centre d'information d'État, repéré à http://www.sic.gov.cn/News/79/10412.htm.

idéologiquement à suivre les ordres donnés par un QR code : « ne sachant pas exactement comment il est calculé, mais en s'arrêtant quand il est rouge »[21].

Conclusion

Le QR code de santé n'est pas le seul QR code ayant été utilisé pendant la crise du Covid-19. En parallèle, et dans la même logique de contrôle de la circulation (scénario 2), il existe des QR codes dédiées aux élèves qui reprennent les cours après l'épidémie, des QR codes réservés aux transports publics, sans oublier l'utilisation massive de QR codes pour le paiement mobile (scénario 3). Même s'il existe encore un grand nombre de contraintes techniques et conceptuelles (manque de reconnaissance au niveau national ; décisions par algorithme *vs* tests de dépistage) dans ce scénario d'usage qu'est le QR code de santé, ce dernier représente néanmoins une première étape ambitieuse dans la mise en œuvre à grande échelle d'une gouvernance algorithmique. Cela sans compter toutes less autres mesures technologiques déjà mises en place pour assurer et transformer l'espace en un moyen de surveillance. L'usage du QR code rend l'Etat plus fort en établissant un système de surveillance, doté d'algorithmes. Si l'espace public était déjà envahi de QR codes avant l'épidémie, la société chinoise post-épidémie sera sans doute encore plus *QR-codisée*, que ce soit pour des raisons médiatiques, marchandes, ou gouvernementales.

Bibliographie

Arsène S. (2011). *Internet et politique en Chine : les contours normatifs de la contestation*. Paris, Karthala.

Bourdieu P. (1982). *Ce que parler veut dire : l'économie des échanges linguistiques*. Paris, Fayard Chen J. &. Wang J. (2010). Analyse sur l'application et le développent du QR code mobile dans l'Internet des objets. *Télécommunications science*, n° 26, p. 39-43.

Creemers R. (2015). Le pivot de la cybergouvernance chinoise. *Perspectives chinoises*, n° 4, p. 5-14.

Foucault M. (1993). *Surveiller et punir : Naissance de la prison*. Paris, Gallimard.

Foucault M. (1980). *Power/Knowledge: selected interviews and other writings, 1972-1977*.

Golin Gordon.

Gao S. (2015). Théorie des scénarios : nouvelle réflexion pour la communication mobile. *Press Circles*, n° 17, p. 44-48.

Goffman E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne*. Paris, Éditions de Minuit.

Henriot C. (2018). La politique de la ville intelligence en chine : ancrage local d'un modèle urbain globalisé. *Flux*, n°114, p. 71-85.

Madelon V. (2012). Le code-barres 2D, du support marketing au *medium*. Études de communication, n° 39, p. 217-233.

21 Le slogan « Code vert, passez librement. Rouge ou jaune, arrêtez-vous » est partout pendant la période de l'épidémie.

McGuinness T.D. & Slaugher A. (2019). The new practice of publishing problem solving. *Stanford Social Innovation Review*, n°17-2, p. 26-33.

McLuhan M. (1968). *Pour comprendre les médias : Les prolongements technologiques de l'histoire*. Paris, Seuil.

Meyrowitz J. (1990). Redefining the situation: Extending dramaturgy into a theory of social change and media effects. In S.H.Riggins (dir.), *Beyond Goffman: Studies on communication institution and social interaction*. New York, mouton de Gruyter, p. 65-98.

Meyrowitz J. (1985). *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior.* Oxford University Press.

Peng L. (2015). Scénario : d'un nouvel élément de médias l'ère du mobile. *Shanghai Journalism Review*, n° 3, p. 20-27.

Souchier E. (2012). La *lettrure* à l'écran. Lire & écrire au regard des médias informatisés. *Communication & langages*, n° 174, p. 85-108.

Souchier E, Candel É, Gomez-Mejia G. & Jeanne-Perrier V. (2019) *Le numérique comme écriture, théories et méthodes d'analyse*. Paris, Armand Colin.

Yu G. & Liang S. (2017). L'ère de l'internet mobile : l'importance du scénario et de son analyse de la valeur. *Journalisme* & Communication, n° 1, p.11-13.

Zhang Y. (2020). Prêts pour la surveillance algorithmique en permanence ? *Carnet de l'EHESS : perspectives sur le coronavirus*. Repéré à https://www.ehess.fr/fr/carnet/ prêts-pour-surveillance-algorithmique-en-permanence.

Zhang Y. (2020). WeChat, média à tout faire. *Effeuillage* n° 9, p. 10-19.

La librairie indépendante, contre-modèle de consommation et espace de résistance culturelle ?

The independent bookshop: an alternative model for consumption and a place of cultural resistance?

Sophie Noël, Maîtresse de conférences
Université Sorbonne Paris Nord- LabSIC
sophie.noel@univ-paris13.fr

Mots clés : librairie – commerce physique – vente en ligne – intermédiation

Keywords: retail – bricks and mortar bookshops – online commerce - intermédiation

Résumé

Cette communication aborde la librairie indépendante en tant qu'espace de consommation engagée permettant l'affirmation d'une résistance à certaines évolutions sociales liées à la société numérique, et plus largement à la mondialisation, perçues comme négatives : perte de sens, perte de lien social et standardisation croissante de l'offre. Au-delà des mutations de la distribution des biens culturels et des reconfigurations du commerce physique en direction de « l'expérientiel » et de l'événementiel, on montrera que s'exprime dans le renouveau d'un type particulier de librairies une vision que l'on peut qualifier de politique. S'inscrivant dans le sillage des formes alternatives de consommation et des circuits courts, ces dernières valorisent une expérience d'achat directe, « authentique » et localisée qui présente un certain nombre de limites.

Abstract

This communication analyzes independent bookshops as places of committed consumption and resistance to certain social evolutions linked to the digital society, and more broadly to globalization, which are perceived as negative: loss of meaning, loss of social link and increasing standardization of goods. Beyond the changes in the distribution of cultural goods and the reconfigurations of physical commerce towards the "experiential" and the event- driven, we will show that a kind of political vision is linked to the renewal of particular bookshops. In the wake of alternative forms of consumption and short circuits, the latter promote a direct, "authentic" and localized purchasing experience which is not without limits.

La librairie indépendante, contre-modèle de consommation et espace de résistance culturelle ?

Sophie Noël

La forte progression du commerce en ligne dans le secteur du livre ne s'est pas traduite par la disparition des librairies « physiques », et plus particulièrement des librairies indépendantes qui connaissent un véritable renouveau depuis une dizaine d'années. Diverses études (Obsoco, 2011 et 2013 ; BPI, 2011) soulignent par ailleurs le fort attachement du public à la librairie en tant que commerce traditionnel de centre-ville et espace culturel polyvalent. Tout en achetant également leurs livres sur Amazon ou d'autres sites de vente en ligne comme Fnac.com, les clients valorisent le rapport direct avec le·a libraire, les formes de sérendipité (ou hasard heureux) auxquelles se prête la sélection opérée en magasin, ainsi que le conseil « incarné » et personnel, préféré aux recommandations d'algorithmes.

On s'interrogera ici sur la librairie indépendante en tant qu'espace de consommation engagée permettant l'affirmation d'une résistance à certaines évolutions sociales liées à la société numérique, et plus largement à la mondialisation, perçues comme négatives : perte de sens, perte de lien social et standardisation croissante de l'offre. Au-delà des mutations de la distribution des biens culturels et des reconfigurations du commerce physique en direction de « l'expérientiel » et de l'événementiel, on montrera que s'exprime dans le renouveau d'un type particulier de librairies une vision que l'on peut qualifier de politique. S'inscrivant dans le sillage des formes alternatives de consommation et des circuits courts (Amap, marchés de producteurs, troc…), ces dernières valorisent une expérience d'achat directe, « authentique » et localisée qui s'exprime d'autant plus fortement dans l'univers du bien symbolique par excellence qu'est le livre.

Ces formes de consommation que l'on peut qualifier d'éthique sont l'occasion d'une critique, tant du fait des libraires que de leur clientèle, d'une société dominée par la rationalité technique et économique. Elles sont en résonance avec la critique artiste du capitalisme comme source de désenchantement de l'existence et d'aliénation de l'individu (Boltanski et Chiapello, 1999). La librairie apparait dans ce cadre comme un espace offrant un refuge contre une société perçue comme désincarnée et déshumanisée.

Après avoir exposé dans une première partie le renouveau des librairies indépendantes en tant que maillon essentiel de la distribution du livre et du maintien de la diversité de l'offre, nous verrons dans un second temps dans quelle mesure ces dernières incarnent une « contre- proposition » efficace face à la concurrence de la vente en ligne, plébiscitée par une clientèle à fort capital culturel, et ses limites.

Cette communication s'inscrit dans une approche socio-économique des acteurs des industries culturelles et propose une réflexion sur la transformation des activités d'intermédiation dans la chaine du livre à l'ère numérique. Elle s'appuie sur plus de trente entretiens semi-directifs conduits entre 2014 et 2019 avec des libraires indépendants (sur le plan capitalistique et gestionnaire) en région parisienne et en régions, ainsi qu'avec des responsables des pouvoirs publics et d'organisations professionnelles. Ils ont été complétés par

une analyse documentaire, des observations pratiquées en librairie – lors d'interactions avec la clientèle et d'animations (lectures, dédicaces, remise de prix, ateliers) - et une analyse de corpus de presse entre 2000 et 2019.

Le renouveau des librairies « physiques » et indépendantes

Les librairies traditionnelles ont dû faire face à d'importantes mutations depuis l'après-guerre du fait du développement de nouveaux canaux de vente comme les Fnac à partir du milieu des années 1970, puis des supermarchés et enfin, à partir de 2000, d'Amazon, qui a profondément modifié les modes d'appropriation des livres, qu'il s'agisse de leur achat effectif comme de leur sélection. La progression constante de la vente en ligne, qui représente 21% des ventes de détail en 2018 (contre 0.5% en 2001)[1], a fragilisé le modèle physique de la distribution du livre. Pénalisée par les charges locatives en centres-villes, d'importants frais fixes et des surfaces limitées face à l'immense stock des librairies virtuelles accessibles 24h sur 24, la librairie a pu sembler condamnée à connaître le même sort que les disquaires indépendants.

Pourtant, les librairies indépendantes ont globalement mieux résisté à la percée du numérique que les grandes surfaces culturelles, dont la part de marché décline de manière régulière (4.8% en 2018[2]) et que les GSA (- 5.8%). Cette résistance n'est pas vraiment surprenante à l'heure où l'évolution du secteur va dans le sens d'une remise en cause du modèle des chaînes au profit d'espaces à plus forte valeur ajoutée symbolique. Tout ce qui a pu apparaître chez les librairies indépendantes comme les reliquats d'une époque révolue – situation en centre- ville, nombre d'ouvrages exposé réduit du fait des limites physiques de l'espace, présence de « vrais » libraires, avec les charges salariales afférentes – semble aujourd'hui s'être transformé en avantages comparatifs que ces dernières ont su capitaliser.

Malgré l'immense succès d'Amazon sur le plan commercial, la révélation de l'envers de son modèle économique et humain (évasion fiscale généralisée, conditions de travail dégradées pour le personnel, bilan carbone peu soutenable) a contribué à renforcer la légitimité des libraires traditionnels. Plébiscités par leur clientèle, ces derniers bénéficient par ailleurs d'un soutien accru des pouvoirs publics depuis la publication du rapport Cahart (1987) pointant la fragilité économique des librairies et l'importance du maintien d'un tissu dense de points de vente pour l'ensemble de la chaine du livre. Du fait de leur rôle dans la mise à disposition d'un assortiment diversifié d'ouvrages, notamment de fonds, leur défense est ainsi devenue une des priorités de la politique du livre dans les années 2000, les aides publiques étant perçues comme une compensation du service d'intérêt général réalisé.

Le Syndicat de la librairie française (SLF) a produit des données montrant que, à chiffre d'affaires égal, une librairie de quartier génère dix-huit fois plus d'emplois que la vente en ligne. Et la note d'analyse rédigée en 2019 par Mounir Mahjoubi, ancien Secrétaire d'Etat au numérique, étend ce calcul à l'ensemble des commerces de détail. Il estime que chaque emploi créé chez Amazon équivaut à 2,2 emplois potentiellement

1 *Observatoire de l'économie du livre*, 2017 (données 2016).

2 Source : Les chiffres de l'édition, 2018-2019, Rapport statistique du SNE.

détruits dans les commerces traditionnels (3,5 emplois si l'on y ajoute les vendeurs tiers sur la « market-place »).

Conseil et proximité

Personnaliser la relation avec la clientèle est le meilleur moyen de se différencier d'Amazon, paradigme du caractère anonyme du capitalisme puisque la relation s'effectue avec des algorithmes. Les libraires indépendants célèbrent ainsi le caractère indépassable du « conseil » en magasin, tandis qu'ils sont régulièrement présentés dans les médias comme des prescripteurs fiables dont les avis subjectifs sont valorisés (les « coups de gueule » et « coups de cœur » du libraire). Le prix n'étant pas un critère de différenciation valide dans l'univers du livre, l'enjeu consiste à inscrire l'achat de livres, acte commercial somme toute banal, dans une expérience plus large et riche d'autres apports, à l'image des artisans d'art mettant en scène leurs productions comme des biens singuliers pour se différencier de la production industrielle. Le lieu physique de la librairie redevient dans ce contexte un atout fortement investi permettant des échanges tangibles entre personnes réelles au sein d'un cadre « unique ». De nombreuses librairies indépendantes mettent ainsi en scène un espace inspiré, comme un prolongement de leur propre espace domestique visant à créer une atmosphère accueillante et distinctive.

L'affirmation de l'inscription de la librairie dans un quartier et d'un lien avec ses habitants, particulièrement développée par les libraires anglo-saxons autour du mouvement « *Indiebound* » et des initiatives « *buy local* » visant à promouvoir les commerces de proximité, est un élément central de cette rhétorique, avec son idéal de petite communauté, symbole de citoyenneté libre et vertueuse, traditionnellement hostile au *big business* (Miller, 2006). La thématique du quartier-village et du lien social idéalisé s'oppose efficacement à l'anonymat du commerce en ligne et trouve un écho favorable auprès des pouvoirs publics, la librairie indépendante étant présentée comme un « pôle de résistance contre l'uniformisation des centres-villes »[3].

Exalter le caractère singulier et familier de l'espace de la librairie permet de minimiser la dimension commerciale, et ce d'autant plus aisément que les livres sont des biens porteurs de valeurs symboliques fortes - la littérature, les idées, la culture – qui s'opposent traditionnellement aux valeurs marchandes. En ce sens, l'identité que cherchent à projeter les libraires indépendants peut être rapprochée des formes de remise en cause des systèmes d'échange classiques basés sur l'anonymat et l'impersonnalité comme le commerce équitable, avec son idéal de « commerce sans commerçants » et de mise en relation directe avec les petits producteurs (Dubuisson-Quellier, 2009), ou encore les circuits d'agriculture de proximité. Une responsable de petite librairie parisienne présente ainsi la motivation de ses clients :

> « Les clients sont très soucieux de ce qu'on devient. Ils ne vont pas sur Amazon ou Fnac.com, ou alors repèrent des livres à la Fnac et les achètent ici. Ils nous protègent, je ne sais pas comment le dire autrement…. Ils ont souvent un discours militant, favorables au petit commerce, et ils font leurs courses à la boutique bio du coin. C'est un vrai discours militant » (entretien, 30 janvier 2013).

3 Source : SLF, 2017. http://www.syndicat-librairie.fr/accueil [en ligne, consulté le 11 septembre 2020].

Une forme de commerce alternatif

Un refuge physique et moral

Au-delà d'une forme alternative de commerce à préserver, c'est une vision du monde qui s'affirme, avec une dimension politique sous-jacente. La librairie indépendante apparaît en effet dans le discours de ses défenseurs comme un refuge à la fois physique et moral contre un certain nombre de dérives dommageables à la société tout entière. Cette image est parfois mobilisée en des termes prophétiques, comme l'illustre de manière exemplaire la déclaration de Vincent Monadé en 2011, à l'époque directeur de l'Observatoire du livre et de l'écrit de la Région Île-de-France : « Défendre la librairie indépendante est plus qu'un choix de société, c'est un choix de civilisation. Il s'agit de choisir entre l'âme et le commerce, entre l'intelligence et la vacuité, entre la pensée et les marchands du Temple ».

L'opposition à Amazon cristallise de façon exemplaire l'ensemble des représentations qui viennent opposer une forme de rationalité morale à la rationalité économique aveugle des multinationales délocalisées, l'image de la firme étatsunienne étant inséparable d'une dématérialisation synonyme de perte de liens et de sens. Au travers du repoussoir que constitue Amazon, il s'agit également de critiquer un monde dominé par la rationalité technique, nombreux étant les libraires hostiles aux livres électroniques, perçus comme réduisant leur métier à son expression la moins valorisante, la vente de fichiers informatiques.

L'« Appel des 451 »[4], qui a rassemblé en 2012 plusieurs acteurs de la chaîne du livre (libraires, bibliothécaires, traducteurs…) à l'initiative du responsable de la librairie parisienne Tropiques montre bien ce que cette rhétorique doit à la critique artiste du capitalisme comme source de désenchantement de l'existence et d'aliénation de l'individu (Boltanski et Chiapello, 1999) :

> « […] nous ne pouvons nous résoudre à réduire le livre et son contenu à un flux d'informations numériques et cliquables *ad nauseam ;* ce que nous produisons, partageons et vendons est avant tout un objet social, politique et poétique. Même dans son aspect le plus humble, de divertissement ou de plaisir, nous tenons à ce qu'il reste entouré d'humains. Nous rejetons clairement le modèle de société que l'on nous propose, quelque part entre l'écran et la grande surface, avec ses bip-bips, ses néons, et ses écouteurs grésillants, et qui tend à conquérir toutes les professions »[5].

Dans un même ordre d'idées, le rapport à la consommation est souvent remis en cause dans une posture déplorant les nouveaux modes d'appropriation des biens culturels. Certains libraires critiquent ainsi les acheteurs qui adoptent des comportements typiques du modèle libéral de la satisfaction du client. Ceux qui « veulent tout, tout de suite », incapables d'attendre quelques jours pour obtenir un livre, ainsi rabaissé à n'être qu'un vulgaire produit. Contre le désir illimité de consommation, le libraire, bien que commerçant, se place du côté du détachement traditionnellement associé au monde de la culture : un commerce, certes, mais non dénué de noblesse. La campagne invitant à transformer le *Black Friday* 2019 en un « vendredi noir pour

4 L'« Appel des 451 pour la constitution d'un groupe d'action et de réflexions autour des métiers du livre », dont le nom renvoie au titre d'un roman de Ray Bradbury (*Fahrenheit 451*), a donné lieu à une tribune publiée dans le journal *Le Monde* le 5 septembre 2012 (« Le livre face au piège de la marchandisation »).

5 https://les451.noblogs.org/post/2012/09/05/appel-des-451-version-pdf-imprimable/ [en ligne, consulté le 4 mars 2020].

Amazon »[6] en est l'une des illustrations les plus récentes. La librairie indépendante se vit ainsi comme une enclave pour résister à un monde dont la logique économique est réprouvée, et promouvoir un modèle social alternatif inséparable d'une vision du monde socialement située : « Parce que la librairie, de par la loi Lang, nous met dans un modèle économique qui est, je dirais, presque alternatif. […] Je pense que c'est un vrai modèle économique pour l'avenir, comme des petites compagnies de théâtre peuvent l'être. On n'est pas là pour faire des rentes et pour s'en mettre plein les poches. On est là pour vivre mieux ensemble, pour qu'on passe de bons moments ensemble »[7].

De telles affirmations font écho à l'analyse de Laura Miller (2006 : 18), qui souligne dans son étude sur les chaînes de librairie aux États-Unis le curieux mélange politique caractérisant la rhétorique des libraires indépendants, entre nostalgie conservatrice pour une communauté d'unités de petite taille, affirmation de la liberté d'expression et du libre choix de l'individu typique des libéraux, et critique radicale de la concurrence de marché. Ce syncrétisme idéologique trouve visiblement un écho dans les fractions de la population qui sont tout à la fois tournées vers un passé mythifié et vers la perspective d'un avenir meilleur à construire à l'échelle locale. Chez plusieurs responsables de librairies étudiés, l'exaltation de la communauté aux accents proudhoniens rejoint leur intérêt économique pour la défense du « petit contre le gros », le rejet de la concentration économique ainsi que l'idéal de société ré- enchantée qui lui est associé. Chez d'autres, c'est la dimension entrepreneuriale et la liberté du commerce qui reste prédominante. Les diverses facettes de l'identité du libraire indépendant dessinent un profil parfois contradictoire : commerçant, entrepreneur, artisan, militant de la culture… l'art d'être un « bon libraire » résidant dans la synthèse singulière opérée par chacun.

Les limites d'un modèle

Le modèle de la librairie indépendante à fort profil culturel qui met en scène sa singularité, son expertise et l'originalité de l'expérience proposée en magasin apparaît comme une réponse convaincante, bien que limitée, à la progression du commerce en ligne. Bien qu'observable dans d'autres commerces de proximité que celui du livre comme les cavistes, les fleuristes ou les artisans pâtissiers (Leblanc, 2017), il n'est cependant pas sans présenter des limites.

Un entre-soi sociologiquement marqué

La première de ces limites est de privilégier un style de librairie plutôt élitiste, sur la base d'un entre-soi cultivé somme toute assez traditionnel, majoritairement accessible aux personnes dotées d'un certain bagage scolaire et culturel. Ce point est rarement pris en compte par les créateurs de librairies rencontrés, qui déclarent presque unanimement vouloir s'adresser « à tout type de public », tout en multipliant les signes d'un espace et d'une proposition très marquées socialement. Bien qu'on puisse le déplorer, la librairie indépendante est généralement un lieu d'affirmation de pratiques culturelles distinctives (Newman, 2009) comme l'illustre le phénomène de « distribution ostentatoire » décrit par Vincent Chabault (2020), en écho à la consommation ostentatoire théorisée par Thorstein Veblen. Il désigne l'importance prise par le magasin « comme espace de définition de soi et lieu de construction identitaire » (p. 158). Le type de circuit où les biens sont achetés en vient en effet à constituer une forme de distinction et un outil de positionnement social, la librairie occupant

6 https://www.stop-amazon.fr/L-appel-Contre-Amazon-et-son-monde [en ligne, consulté le 23 mao 2020].

7 Entretien libraire parisienne, 3 novembre 2014.

une place de choix parmi les cavistes, fromagers, épiciers bio et autres fleuristes indépendants pour marquer un certain statut.

Bien sûr, de nombreuses librairies, notamment situées dans des zones peu favorisées et dans le monde rural sont éloignées de ce modèle et adaptent leur assortiment aux réalités de leur zone de chalandise. La librairie indépendante à forte dimension culturelle n'est qu'une des incarnations possibles de la librairie, et nombreux sont les points de vente aux identités variées, avec un caractère plus commercial notamment. C'est néanmoins un modèle qui tend à s'imposer dans les centres-villes gentrifiés, à Paris comme ailleurs, la proximité sociale entre commerçants et clients contribuant à l'embourgeoisement des quartiers (Leblanc, 2017).

Ce modèle conduit à s'interroger sur l'avenir des grandes librairies généralistes, en particulier en régions, à l'heure où les nouveaux libraires font le choix – en partie du fait de contraintes financières - de se resserrer sur une clientèle socialement sélectionnée, avec des surfaces commerciales plus réduites. On songe ici à l'analyse des points de vente du livre menée par Robert Escarpit (1963) à partir d'une enquête conduite à Bordeaux. Escarpit opérait une distinction entre circuit lettré et circuit populaire, le premier étant l'apanage des librairies traditionnelles implantées en zone urbaine, s'adressant majoritairement aux « membres de la bourgeoisie éduquée et des professions libérales, artistiques ou intellectuelles » ; le second des « magasins à succursales multiples » (ou encore « débits de livres ») et autres drugstores. Au- delà de la terminologie un peu désuète utilisée, la situation actuelle ne semble pas avoir tellement évolué depuis les années 1960.

Des espaces hybrides ?

On peut s'interroger, en second lieu, sur la pertinence d'une offre culturelle aussi éclectique que celle constatée dans les librairies étudiées, qui tend à faire de ces dernières des espaces hybrides gommant les frontières entre espace privé et public, entre relation commerciale et gratuité, entre lieu consacré à la valorisation et à la vente de livres et lieu d'animations à vocation sociale et culturelle. On touche ici à un phénomène observé par Jean Caune (2017 : 12) qui relève les multiples fonctions assignées à la médiation culturelle de manière générale dans nos sociétés : maintien du lien social, outil de démocratisation culturelle et de lutte contre l'exclusion, support de transmission de la culture, et bien d'autres encore. Il y voit « le symptôme d'une société qui […] aspire à renouer le tissu social déchiré ».

L'inquiétude suscitée par le développement exponentiel des animations, perceptible lors des deux ateliers organisés sur le sujet aux Rencontres nationales de la librairie en juin 2019, pointe les ambiguïtés de l'activité d'animateur culturel des libraires, aussi talentueux soient- ils. Ces derniers ont le plus souvent conscience de remplir une fonction étroitement liée à la défense des centres-villes et de la lecture, relevant *in fine* de la politique de la ville et de la politique culturelle. L'imbrication des motifs du désintéressement et de la rationalité économique dans leur discours est en ce sens révélatrice. Si l'existence de subventions publiques et para publiques peut justifier l'existence de cette « mission », elle se heurte néanmoins à l'extrême fragilité du modèle économique de la librairie traditionnelle, dont on peut difficilement imaginer qu'elle puisse accomplir ce rôle immense sans buter sur l'épuisement des ressources, tant financières qu'humaines.

On observe également que la tendance à l'animation culturelle « tous azimuts » confine dans certains cas à « l'événementialisation », un terme que l'on peut définir comme le processus assez large de mise en événement de projets culturels. Fortement lié au marketing territorial (Errecart, Fache et Marien, 2019), le phéno-

mène s'observe, à petite échelle, dans certaines librairies et peut être comparé à la place prise par le spectacle vivant dans le domaine musical. Il participe de l'inflation événementielle caractéristique de la concurrence entre villes, régions et territoires. Le secrétaire général de l'ADELC[8], Didier Grevel, pointe les dérives d'une activité d'animation qui tend parfois à passer au premier plan au détriment de l'activité centrale des librairies :

> « Le problème, c'est que beaucoup de libraires construisent l'activité autour de tas de choses alors que c'est l'inverse qu'il faut faire. Je continue de penser qu'une librairie c'est d'abord une offre, une équipe, un emplacement, un accueil impeccable. Et quand on a tout ça, on peut en plus mettre des fleurs au balcon, faire des animations qui viennent enrichir, fidéliser, renforcer » (entretien, 23 décembre 2019).

Mais de tels propos doivent être resitués par rapport à une implantation géographique, le contexte étant bien différent loin des grandes agglomérations. Car la librairie en tant que tiers- lieu[9] a le vent en poupe, qui permet de s'implanter sur de nouveaux territoires et de toucher de nouveaux publics. Caractères, qui se présente comme « librairie café social club » à Mont-de- Marsan dans les Landes (30 000 habitants), s'est ainsi vu décerner le premier grand prix *Livres Hebdo* des librairies le 30 juin 2019[10]. La librairie a été conçue comme un « pôle culturel global » proposant les habituels débats, lectures, et rencontres d'auteurs, mais aussi des chroniques littéraires sur une radio locale, et diverses actions en faveur des publics empêchés. Le tout en lien avec une association de clients, la « Librairie social club », avec près de 300 adhérents.

La dispersion des habitants dans des départements parfois faiblement peuplés explique la vogue des librairies ambulantes - à vélo, en fourgon ou encore en ancien bibliobus - dont une quinzaine sont à ce jour répertoriées. Ces dernières répondent à la nécessité d'aller chercher les lecteurs là où ils se trouvent, malgré de nombreuses difficultés et de faibles gains. Un phénomène qui reste pour l'instant marginal à l'échelle du réseau des librairies indépendantes en France, mais qui reflète la nécessité de faire évoluer les modèles économiques en associant logiques marchandes et non marchandes, le plus souvent avec l'appui des communes et des collectivités locales, très attentives au phénomène. Encore plus qu'en ville, la librairie implantée en territoire rural apparait comme lieu de vie proposant d'indispensables ressources et services aux habitants, et bénéficie à ce titre du soutien de la population.

Ce mouvement vers une implantation en territoire rural s'inscrit également dans la volonté des aspirants libraires de « changer de vie » et de se réinventer en quittant leur métier et leur lieu d'habitation. C'est le cas d'ex-cadres ayant exercé dans de grandes agglomérations, et autre néo-ruraux autour de 35-45 ans. Yanik Vacher, chargée de mission « Economie du livre » à l'agence Occitanie Livre & Lecture, observe l'attrait que représente le rural pour les jeunes générations, qui ne perçoivent pas forcément la librairie comme une fin en soi, mais comme un passage. Les territoires ruraux constituent de ce fait de véritables laboratoires d'expérimentations pour les librairies indépendantes, contraintes d'inventer de nouvelles formes et de se diversifier en s'adjoignant des activités liées à la restauration (épicerie fine, café-salon de thé, tartinerie ...)

8 L'ADELC (Association pour le développement des librairies de création) a été créée en 1988 par quatre éditeurs (Gallimard, Minuit, Le Seuil, La Découverte) avec le soutien du ministère de la Culture, avec pour objectif d'apporter aux librairies aide technique et soutien financier.

9 Avec cependant une ambiguïté : les tiers-lieux sont censés être des lieux gratuits pour les usagers, à l'image des bibliothèques.

10 Le prix a été décerné lors des 5e RNL à Marseille, le 30 juin 2019 par un jury présidé par l'ancienne ministre de la Culture Aurélie Filippetti. Créée en 1986, la librairie de 270 m² a été reprise en 2010 par une nouvelle équipe.

et à la vie associative et culturelle. Il s'agit à chaque fois de petites, voire très petites structures, bénéficiant d'une forte adhésion de la population et des collectivités locales, portées par des personnes revendiquant leur engagement et un « esprit de communauté »[11] développant un programme d'activités culturelles dense.

Si les librairies ont toujours joué un rôle à l'intersection de l'activité commerciale, sociale et culturelle, avec des dosages différents selon leur identité et leur implantation, la montée en puissance de leur caractère culturel est un phénomène qui pose question au regard des recompositions des industries culturelles. On peut se demander si la transformation du libraire en acteur culturel innovant et polyvalent n'est pas le prix à payer pour la survie de ces commerces traditionnels à l'heure où la vente en ligne modifie radicalement l'expérience et la place du commerce de proximité. Plus éloignés que jamais des simples vendeurs de livres, les libraires apparaissent comme des intermédiaires « condamnés » à être de plus en plus actifs en proposant un espace ouvert, original et singulier où le livre constitue un produit d'appel vers d'autres biens sociaux et artistiques proposés sur le mode de la gratuité.

Bibliographie

Boltanski L. et Chiapello E. (1999). *Le Nouvel esprit du capitalisme*. Paris, Gallimard.

BPI-Centre Pompidou (2011). *De l'espace livre au lieu de vie. Usages et représentations des librairies indépendantes dans la ville*.

Caune J. (2017). *La Médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du vivre- ensemble*. Saint-Martin-d'Hères, Presses universitaires de Grenoble.

Chabault V. (2020). Éloge du magasin. Contre l*'amazonisation.* Paris*,* Gallimard.

Dubuisson-Quellier S. (2009). *La Consommation engagée*. Paris, Presses de Sciences Po.

Errecart A., Fache Ph. & Marien P. (2019). La Gastronomie : de l'institutionnalisation à l'événementialisation. Des usages culturels en mutation pour un patrimoine immatériel. Une approche communicationnelle de la nouvelle 'scène' gastronomique lyonnaise. *Marché et organisations*, n° 2, p. 51-72.

Escarpit R., avec Robine N. (1963). *Atlas de la lecture à Bordeaux*. Bordeaux, Centre de sociologie des faits littéraires, Faculté des lettres et sciences humaines.

Leblanc F. (2017). Être commerçant dans l'est parisien, une opportunité pour 'gentrifieur'. *Ethnologie française*, n° 165, p. 87-98.

Mahjoubi M. (2019). Amazon : Vers l'infini et pôle emploi. Une machine qui détruit 7 900 emplois en France. Disponible sur http://d.mounirmahjoubi.fr/AmazonVerslinfiniEtPoleEmploi.pdf

Miller L. (2006). *Reluctant Capitalists, Bookselling and the Culture of Consumption*. Chicago, University of Chicago Press.

Monadé V., (2011), Amazon m'a tuer ? *Libération*, 13 septembre.

11 Entretien Yanik Vacher, 1er juillet 2020.

Newman M. (2009). Indie culture: in pursuit of the authentic autonomous alternative,.*Cinema Journal*, 48, n° 3, p. 16-34

Observatoire de l'économie du livre (2013 et 2019). *Les clients de la librairie indépendante. Mieux les connaître pour les fidéliser*. Étude réalisée pour le SLF.

SNE (2019). *Les chiffres de l'édition, 2018-2019*. Rapport statistique du SNE.

CHAPITRE 4

TRAVAIL ÉMOTIONNEL ET ÉMOTIONS AU TRAVAIL

Financer une niche par le *crowdfunding*, la création à l'épreuve de la participation

Fund a niche through crowdfunding, creation proof of participation

Quentin Mazel, doctorant ATER
IRCAV, Université Sorbonne Nouvelle
quentin.mazel@gmail.com

Mots-clefs : économie du cinéma, financement participatif, participation, marginalité, travail artistique

Keywords: Economics of Cinema, crowdfunding, participation, marginality, artistic work

Résumé

Le texte porte sur les conséquences du *crowdfunding* sur l'organisation du travail artistique. En analysant la trajectoire et l'expérience des réalisateurs qui sollicitent ce dispositif de financement, nous verrons que ce dernier génère un ensemble d'effets pervers. Combinés, ils ont tendance à maintenir les créateurs les plus fragiles aux marges du secteur cinématographique. Le texte entend ainsi remettre en question l'idée selon laquelle le financement participatif peut être une « première marche » vers le circuit institutionnel.

Abstract

The text analyzes the consequences of crowdfunding on the organization of artistic work. By analyzing the trajectory and the experience of film directors who use this financing device, wewill see that it generates a set of unexpected effects which when combined tend to keep the most fragile creators on the margins of the cinematographic sector. The text calls into question the argument that crowdfunding constitutes a successful "first step" towards the institutional circuit.

Financer une niche par le *crowdfunding*, la création à l'épreuve de la participation

Quentin Mazel

Le secteur cinématographique français, qui combine un coût d'entrée élevé et une fortedépendance à son environnement, s'est doté depuis les années 1980 (après un long processus qui débute dans les années 50) d'un ensemble de mécanismes (juridiques, symboliques et économiques) permettant de soutenir une production « de qualité », aussi appelée « d'art et essai », hors des contraintes classiques du marché (Alexandre, 2015). À l'ombre des quelques succès commerciaux, ces mécanismes de redistribution favorisent le financement de premiers films associés à des motifs relativement stables : inclination pour le drame, inscription dans une veine réaliste, primat de la mise en scène sur l'histoire (Alexandre, 2015 ; Duval, 2016 ; Gimello-Mesplomb, 2012a).

Pour les réalisateurs qui œuvrent dans ce qu'ils désignent eux-mêmes comme un cinéma « de genre », univers cinématographique, imaginé comme l'antithèse du « cinéma d'auteur », peuplé de films associés à des genres jugés populaires facilement identifiables – le fantastique, la science-fiction, l'horreur (Gimello-Mesplomb, 2012b), l'organisation du secteur ne leur semble pas favorable. La faiblesse des entrées en salle (Forest, 2012 ; Gimello,2012b) et l'usage d'une esthétique à priori loin des standards du cinéma « de qualité », semblent condamner ces productions devant les deux pôles de valorisation qui dialectisent le secteur : l'art et le marché (Alexandre, 2015 ; Darré, 2006 ; Duval, 2016). Les professionnels qui y travaillent rapportent régulièrement les difficultés qu'ils rencontrent pour accéder aux leviers de financement traditionnels, qu'ils concernent les opérateurs privés (chaines de télévision) ou les guichets publics (collectivités locales, CNC) (Gimello-Mesplomb, 2012b).

Envisagé comme une solution permettant de combler un déficit de moyens (Creton et Kitsopanidou, 2016 ; Moreau et Nicolas, 2018), le financement participatif (ou *crowdfunding*)semble une alternative toute trouvée pour ces œuvres, dont les propositions esthétiques les excluent du système classique. Si l'analyse du financement participatif a généré de nombreuses études (Alegre et Moleskisl, 2018) analysant entre autres les motivations de la foule et les facteurs susceptibles de la mobiliser, nous proposons dans cette étude de nous intéresser aux motivations des porteurs de projet à se saisir de cet outil et des conséquences dece dispositif sur l'organisation du travail créateur. Dans ce contexte, nous nous demanderons dans quelle mesure la crowdfunding permet l'émergence d'œuvres cinématographiques en marge des logiques du secteur.

Méthodologie

D'un point de vue méthodologique, cette étude se propose de croiser des données quantitatives et qualitatives liées à la totalité des projets de *crowdfunding* français pour le financement d'un long-métrage (15) « de genre » entre 2010 et 2018 sur les plateformes Ulule, Kickstarter, Touscoprod et Indiegogo. La recension

a été élaborée grâce à une exploration manuelle des catalogues des plateformes, d'un dépouillement de la presse (*Mad Movies, L'*Écran *Fantastique*) et des sites web spécialisés (horreur.com, cinemafantastique.net, sueursfroides.fr, devildead.com) ainsi que d'un travail de recoupement d'informations à travers des entretiens (13) menés avec les porteurs de projet du corpus.

Notre étude entend s'inscrire dans une réflexion sur les liens de proximités réels ou supposés entre le refus des conventions esthétiques, la marginalité sociale et la niche économique, afin de renseigner la condition d'exclu et sa proximité avec l'innovation (Merton, 1965). En analysant les projets de long-métrage, nous nous intéresserons dans un premier temps au profil des créateurs qui se saisissent de cet outil ainsi qu'aux raisons de ce choix. Nous étudierons dans un second temps, les répercussions du *crowdfunding* sur l'organisation du travail artistique.

Faire un film, le *crowdfunding* et ses promesses

Le profil des réalisateurs qui recourent au financement participatif recouvre aussi bien de jeunes impétrants qui peinent à financer leur premier long-métrage que des créateurs plus installés qui éprouvent des difficultés à produire de nouveaux films. D'origine sociale et de formation relativement variées (à l'exception des écoles de cinéma bien en vue : Femis, Louis Lumière), cette population épouse en grande partie les caractéristiques des *outsiders* ducinéma décrits par Olivier Alexandre (2015). Il s'agit d'individus précaires, des hommes âgés de 25 à 45ans, qui éprouvent des difficultés à accéder aux ressources (économiques, sociales et symboliques), engagés dans une activité discontinue dont le niveau d'investissement est supérieur aux profits qu'elle génère. Économiquement irrationnelle, la vocation, la pluriactivité (travail alimentaire ou « de commande »), la solidarité privée (familiale, amicale et matrimoniale) et instituée (l'allocation chômage, le RSA) servent de ressources au maintiendes individus dans l'activité. Vécue subjectivement comme honteuse, la situation apparait artistiquement justifiée. Pour ces individus, les sociabilités constituent une ressource rare et difficilement mobilisable (Alexandre, 2015). Sans manifester une hostilité de principe aux chaines de télévision, aux groupes et aux opérateurs dominants du marché, ces créateurs s'en tiennent éloignés par habitude ou anticipation du rejet. La dénonciation systématique des habitudes et des aprioris des acteurs dominants, constitue l'une des revendications récurrentes de ces précaires du cinéma.

Les discours des individus sur eux-mêmes s'accompagnent généralement d'une rhétorique misérabiliste de « l'éternel perdant » (Faulkner, 1983), qui permet de tirer vertu des échecs en associant la sincérité des intentions, le désintéressement des ambitions au degré et à la durée de la marginalité au sein du secteur (Heinich, 2005). Un discours qui mêle l'autodérision et une mélancolie romantique emblématique de la figure de l'artiste maudit. Il permet de sortir habilement par le haut, d'une situation inconfortable d'inadéquation entre les aspirations déclarées et la place occupée au sein de l'espace social (Alexandre, 2018). Une rhétorique qui renvoie aux « voluptueux du ratage » décrits par Raymonde Moulin, aussi qualifiée par Pierre Bourdieu de système de défense contre le désenchantement, selon la formule « qui perd gagne ».

L'anticipation ou les expériences effectives de refus auprès des guichets de financement « classiques » constituent la justification principale à recourir au *crowdfunding*. Le sentiment d'être systématiquement incompris et rejetés par les décideurs institués conduit à envisager le financement participatif comme une solu-

tion de repli. Il est perçu comme un moyen de combler partiellement un budget et de contourner les aprioris d'un secteur jugé peu enclin à produire un cinéma dit « de genre ». Ce discours qui identifie le *crowdfunding* comme un mode de financement de « contournement » ou de « remplacement » fait écho à celui des plateformes et contribue à nourrir des espérances vis-à-vis du dispositif (Delaporte, 2016). Pourtant les appels de fonds ne suffisent jamais à remplacer l'apport financier d'autresinvestisseurs « classique », comme le partenariat avec une chaine, le soutien du CNC ou d'unecollectivité locale. Cet apport financier vient compléter un budget modeste constitué de fonds propres, de prêts bancaires ou privés (particuliers) et de soutiens des petites structures de production et de distribution. Les budgets totaux sont compris entre 15 000 euros et 1 600 000euros[1]. Si pour la plupart, ce type de structuration condamne les projets à une forme de marginalité, les créateurs entretiennent une croyance dans un possible succès économique et symbolique (Creton, 2016). Ainsi, le projet de long-métrage est systématiquement pensé comme devant s'inscrire tant bien que mal dans un circuit classique de distribution. L'exploitation en salle, même modeste, est perçue comme un passage obligé, elle correspondà une rétribution symbolique et participe d'une recherche de légitimité.

Outre les questions économiques, les promesses du numérique, son idéal collectif et participatif que l'expression « Web collaboratif » suppose (Bouquillion et Matthews, 2010), résonnent largement avec l'imaginaire cinéphilique de ces créateurs. Le numérique apparait comme un espace des possibles qui réduirait le nombre d'intermédiaires et permettrait aux créateurs de s'adresser directement à leurs publics. L'espoir formulé de « rencontrer ceux pour qui on fait vraiment les films » (Extrait d'entretien), est à ce titre révélateur.

Si le financement participatif apparait comme une solution pertinente, y avoir recours ne se fait pourtant pas sans ajustements. Il accompagne systématiquement une réévaluation par le bas du budget total du film et officialise des conditions précaires de création. Cette réévaluation a des conséquences organisationnelles et esthétiques importantes : le temps du tournage se fait moindre, la qualité et l'usage d'effets spéciaux et de décors extérieurs sont réduits, les collaborateurs (techniciens, acteurs) deviennent bénévoles (ou sont rétribués grâce à un intéressement sur l'exploitation du film), le genre ou le ton du film peuvent également se voir impactés (en s'orientant parfois vers le *found footage,* la comédie, la parodie, par exemple). Pourtant, le financement participatif est vécu comme un moyen de ne pas abandonner un projet, de le financer rapidement et à moindre négociation, c'est-à-dire sans en perdre la « substance ». Ce paradoxe traduit une hiérarchie implicite des caractéristiques du film sur lesquelles le réalisateur accepte ou non de « négocier ». Ces caractéristiques recouvrent généralement des critères subjectifs qui distingueraient un cinéma dit « de genre » et un cinéma dit « d'auteur ». Se superpose à cela un imaginaire artistique où chaque suggestion portée par un intermédiaire non-artistique est perçue comme une atteinte à l'intégrité du projet ou à une tentative de « formatage ». En cela, le *crowdfunding* ne semble pas remettre en question une chaîne décisionnelle artistique peu encline à la division ou à la collectivisation du travail.

Emporté par la foule, les conséquences organisationnelles sur le travail

Sur les projets de longs-métrages recensés, 7 sur 15 (53,3% de réussite) ne parviennent pas à réunir la totalité des montants sollicités. Malgré cette proportion importante, qui correspond pourtant à l'ordre de grandeur

1 Pour certains de ces projets, les plus petits en particulier, le montant annoncé est une estimation approximative faite par leréalisateur. La budgétisation ayant été souvent revue légèrement à la hausse au cours du projet

du taux de succès (62%) des projets de long-métrage misent en ligne sur ces plateformes (Rochelandet et Cariou, 2018 :136), il nous semble que les échecs demeurent sous-représentés au sein de notre corpus. Assez peu visibles sur la toile, ils sontpeu évoqués lors des entretiens et demeurent ainsi difficiles d'accès. Cette proportion au sein de notre corpus est d'autant plus à relativiser que quelques stratégies sont évoquées à demi- mot lors des entretiens pour éviter les échecs : apporter soi-même les derniers euros manquantsous un pseudonyme ou encore lancer une nouvelle fois la campagne en abaissant le montant demandé. Ces stratégies permettant artificiellement d'éviter un échec sont tout autant mobilisées afin de conserver les quelques euros collectés, quand l'accès à la cagnotte est conditionné par la collecte d'un montant spécifique, que pour « sauver la face » (Goffman, 1973) au sein du « milieu ».

Que les projets arrivent à réunir les montants nécessaires, avec ou sans « arrangements », ou qu'ils échouent, le financement participatif n'apparait pas pour autant comme une expérience « positive » pour les porteurs. En cause : les nombreuses contraintes mal ou non anticipées quiviennent s'ajouter à des conditions d'existence précaires.

Pendant la campagne, le manque de connaissances et de compétences nécessaires à la créationet à l'alimentation de la page web du projet est décrit comme la première difficulté majeure. La rédaction du projet de financement, les messages de sollicitations, la création et l'animation de pages et comptes sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) sont souvent décrites comme des tâches complexes au vu de l'inexpérience des réalisateurs. Ces nouvelles responsabilités impliquent du créateur une capacité d'adaptation importante afin de maitriser rapidement des tâches promotionnelles peu définies (Menger, 2005). Chronophages et nécessitant de maitriser des outils numériques, aussi bien d'un point de vue technique que linguistique (normes de communication), elles déroutent les porteurs qui se sentent la plupart du temps perdus. Abandonnés à leur sort, les réalisateurs se trouvent pour la quasi-totalité d'entre eux responsables de cette étape qui concerne pourtant le financement du film. La variété des tâches que celle-ci implique et leur éloignement avec le territoire professionnel « initial » (Abbott, 1988) accentuent la situation de précarité dans laquelle se trouvent les créateurs quise voient pour la plupart obligés de faire une double/triple journée (travail « alimentaire » puistravail de producteur/*community manager*/réalisateur/scénariste). Chacune de ces taches qui s'ajoutent au catalogue des responsabilités allouées au réalisateur sont subjectivement vécues comme illégitimes au vu de leur éloignement avec l'activité artistique. Peu ou pas encadréspar d'autres professionnels, ces réalisateurs doivent assumer seuls ces nouvelles contraintes,et se voient confrontés à une pluriactivité inattendue.

Si le temps de la campagne de souscription est décrit comme un moment particulièrement intense où l'épuisement moral et psychique suscité par l'incertitude met les nerfs du porteur à rude épreuve, la temporalité qui suit le succès est souvent décrite comme tout aussi difficile. Invisibilisée par les plateformes et peu étudiée par les chercheurs, la réussite d'une campagne si elle apporte de nouvelles ressources draine avec celles-ci de nouvelles contraintes. Elles ne peuvent malheureusement pas être soulagées au vu des faibles montants réunis par uneproportionnelle augmentation du nombre de personnels de renfort (agent, *community manager*, assistants) (Becker, 1988, 2010). Un tel phénomène tend à accentuer la différence avec les productions conventionnelles qui allient un nombre important de « personnels artistiques et technique de collaboration et à une division extensive du travail, au long d'une chaine de production dont la longueur est variable » (Menger, 2009 : 709). Les budgets réduits de ces films conduisent à travailler avec une équipe réduite, ces nouvelles tâches mal définies et non attribuées étant de fait allouées au réalisateur. Pour ces créateurs, le

financement participatif apparait comme un vecteur de déspécialisation. L'alternance du travail artistique vocationnel et du travail rémunérateur dit « alimentaire » (Menger, 2009 : 715) se double d'une fragmentation du travail en de multiples tâches parcellisées quitendent à raréfier les séquences de travail de longue durée jugées nécessaires au travail artistique.

La relation avec les contributeurs est par exemple décrite comme complexe, nécessitantpatience, attention et pédagogie. L'asymétrie d'informations entre le porteur du projet et la « foule » de financeurs, qui s'accompagne d'une mauvaise connaissance de ces derniers des temporalités de création cinématographique, conduit régulièrement à des conflits qui nécessitent souvent un travail de médiation qui contribue à surcharger l'emploi du temps des réalisateurs. Répondre aux mails des contributeurs inquiets ou curieux, animer régulièrement des espaces numériques (page *Facebook*, compte *Twitter*, section « news » des projets hébergés sur les plateformes de financement participatif) sont des activités qui rognent progressivement sur le travail artistique et conduisent à une frustration et à un épuisement qui enveniment souvent les situations.

Si de tels conflits entre créateurs et consommateurs sont relativement courants dans lesindustries culturelles (Jenkins, 2006 et 2007) le manque de personnels et l'inexpérience des réalisateurs à ce sujet accentuent le phénomène. Les maigres sommes récoltées (entre 520 et 50 346 euros, pour une moyenne de 8 674 euros), montant pourtant bien supérieur à la moyenne de 5600 euros obtenus par les projets de long-métrage[2] (Rochelandet et Cariou, 2018 : 136) au vu des budgets nécessaires à la réalisation d'un long-métrage accentuent le phénomène de frustration, qui se nourrit de l'inadéquation entre les contraintes subies et les avantages perçus.

La gestion des contreparties est également source de contraintes et de désillusion. Premièrement la mauvaise anticipation des frais facturés par la plateforme et des dépenses associées à la production et l'acheminement (timbres, enveloppes) des contre-dons, diminue l'impact effectif de la collecte sur le budget du film. Ces contreparties qui alimentent les différents paliers du financement représentent pour une grande partie des objets secondaires (affiches, photos, dédicaces, etc.) qui, si le coût unitaire demeure relativement faible, participent à l'éparpillement des maigres ressources récoltées. Si ces contreparties modestes sont surtout symboliques, l'accès au film constitue systématiquement la clé de voute de la campagne de crowdfunding. Le contexte national, voire international, de la collecte rendant complexe l'organisation d'une projection en salle, l'accès au film pour les contributeurs est donc principalement conditionné par le support vidéo. Mais la temporalité longue de création, les jeux d'exclusivités lors de l'exploitation en festival puis la chronologie des médias, enclenchée suite à une exploitation en salle de convenance, retardent largement l'accès au film. Ironiquement, et ce malgré la bonne volonté du porteur de projet, la foule de financeurs n'accède au film qu'en bout de chaîne, souvent plusieurs années après la campagne. Cette rétribution tardive, source de conflits, participe à la détérioration des relations avec des contributeurs qui se sentent parfois lésés. Le financement participatif semble ainsi renforcer le paradoxe du travail artistique qui exige de la part des individus une capacité d'adaptation élevée, supérieure à celle que requerrait normalement un emploi conventionnel, où la définition des tâches et le niveau d'engagement sont mieux spécifiés, sans pour autant sécuriser et stabiliser l'emploi et la carrière à venir (Menger, 2009). Car pour ceux qui réalisent ainsi leur premier long-métrage, ces difficultés sont en partie compensées par le plaisir procuré par la réalisation tant espérée d'un film,

2 Un tel décalage s'explique par la présence d'un film (*Night Fare*) qui réunit à lui seul 50 000 euros. Retiré du calcul, lamoyenne des montants réunis retombe à 4 886 euros.

et l'intime conviction qu'il ne s'agit là que d'un premier travail qui servira de « carte de visite » pour intégrer le secteur et se stabiliser au sein de la profession. Ce qui est vécu comme une aventure difficile qui témoigne de l'abnégation, de la compétence et de la ténacité du créateur, est perçu par le milieu cinématographique comme un signe de marginalité et d'isolement professionnel.

La multiplication des tâches conduit à une redéfinition des territoires professionnels qui éloigne par la même occasion les créateurs de la personnalité du producteur lorsqu'il y en a un. De fait, elle amoindrit les chances d'une nouvelle collaboration. Véritable stigmate (Goffman, 1975) au sein de la profession, le film autoproduit ou financé hors des guichets traditionnels du cinéma apparait comme un repoussoir aux nouvelles collaborations. Dans un contexte de forte concurrence au sein du secteur, le doute induit par cette marginalité conduit à une exclusion de fait par les opérateurs les plus en vue. L'étiquetage au sein du secteur est d'autant plus vécu comme injuste que son motif correspondait à comme une modalité d'accès au secteur cinématographique par l'intéressé. Paradoxe des conséquences, en réalisant leur premier long métrage via une plateforme de crowdfunding, ces réalisateurs quittent la population la plus favorisée du secteur vers laquelle convergent autant les institutions que les opérateurs de marché, conduisant à une abondance de sources de financement (Alexandre, 2015). Cette population d'impétrants est favorisée par un souci des décideurs de renouveler constamment les talents dans l'espoir d'encourager une novation esthétique aussi bien que démographique (Alexandre, 2015). En voulant intégrer le secteur cinématographique par un premier film autofinancé et héroïque, ils s'excluent de la catégorie la « plus en vue », pour rejoindre celle qui mécaniquement se trouve la plus en tension, conjuguant raréfaction des investissements et surabondance des candidats (Alexandre, 2015). L'émigration partielle vers les États-Unis ou le Canada constitue régulièrement une porte de sortie pour ces réalisateurs, condamnés à une probable marginalité de longue durée. Pour ces derniers, les réseaux de sociabilité outre-Atlantique et la maitrise de l'anglais deviennent alors de nouvelles ressources indispensables au maintien de l'activité.

Une telle situation conduit régulièrement les créateurs à louer leur insouciance vis-à-vis du crowdfunding, auquel ils n'auraient jamais eu recours s'ils avaient eu connaissance des contraintes et conséquences qu'il génère. Insouciance, car ce dispositif est par la même occasion décrit comme ayant permis la concrétisation de leur film.

Si le crowdfunding participe indéniablement au financement, à la promotion et à la mise en visibilité des œuvres, son recours s'accompagne d'un réseau de contraintes qui maintiennent les œuvres et les créateurs les plus précaires dans une situation de marginalité. Il engendre un cercle vicieux où les réalisateurs les moins bien dotés se voient fragilisés dans leur position lorsqu'ils accèdent à ces nouvelles ressources. À ce titre, le manque de personnels de renfort qui permettraient de soulager les créateurs de ces nouvelles contraintes et plus particulièrement pour ce qui concerne la « gestion » de « la foule », l'absence d'un réseau de diffusion stable rendant possible l'acheminement des contreparties de manière efficace et l'inadéquation des moyens financiers à un mode de diffusion équivalent constitue des freins à l'activité de ces créateurs.

À ce titre, l'idée que le crowdfunding puisse constituer une « première marche » vers le circuit institutionnel doit largement être réévaluée. Si par son dispositif et la manière dont il est saisi, le crowdfunding encourage l'essor d'une marge qui se construit sur l'originalité de ses propositions esthétiques, en se différenciant du

reste de la production, les conséquences organisationnelles sur le travail de création tendent à fragiliser la position des agents les moins bien dotés et à réduire leur espace des possibles.

Bibliographie

Abbott A. (1988). *The System of Professions, an Essay on the Division of Expert Labor*. Chicago et London, The University of Chicago Press.

Alegre I. et Moleskisl M. (2018). Crowdfunding: A short past and a long future. Available at *SSRN* : https://ssrn.com/abstract=3163006 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3163006

Alexandre O. (2015). *La règle de l'exception : Écologie du cinéma français*. Paris, Éditions de l'EHESS

Becker H. (2010). *Les mondes de l'art*. Paris, Flammarion.

Bellflamme P., Lambert T. & Schwienbacher A. (2018). Effets de réseau et financement participatif : une analyse empirique. *Financement participatif : une voie d'avenir pour la culture ?*. Moreau F. & Nicolas Y. (dir.). Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, Paris, Questions de culture, p. 23-46.

Ben Slimane F., Rousselet E. & Chevrier S. (dir.) (2018). *Crowdfunding, ces entrepreneurs qui attirent les foules*. Annales des Mines - Gérer et comprendre, n° 131, vol. 1.

Benhamou F. & Peltier S. (2007). How should cultural diversity be measured? An application using the French publishing industry. *Journal of Economic perspectives*, vol. 31, n° 2, p. 85-107.

Bessy C. & Chauvin P-M. (2014). Marchés de biens symboliques et intermédiaires. *La culture et ses intermédiaires.* Jeanpierre L. & Roueff O. (dir.). Editions des archives contemporaines, Paris, p. 15-24.

Bouquillion P. & Combes Y. (dir.) (2011). *Diversité et industries culturelles*. Paris, L'Harmattan.

Bouquillon P. & Matthews J. (2010). *Le Web collaboratif. Mutations des industries culturelles, Grenoble*. Presses Universitaires de Grenoble.

Boutigny E. et Renault S. (2014). Le crowdfunding : un levier de financement de projet marginalisés. Le cas de l'industrie pornographique. *Colloque MTO'2014, Réseaux numériques et performance des entreprises.* Ecole des Mines.

Cariou C. et Rochelandet F. (2018). Le financement participatif en ligne, vecteur de diversité culturelle ? Moreau F. (dir.) *Financement participatif : une voie d'avenir pour la culture ?* Paris, Ministère de la Culture - DEPS, p. 129-176.

Cariou C., Lyubarevet I. & Rochelandet F. (2017). Crowdfunding et qualité de l'information Le cas de la presse française. *Réseaux*, n° 205, p. 23-56.

Creton L. (2016). *Économie du cinéma. Perspectives stratégiques.* Paris, Armand Colin

Creton L. et Kitsopanidou K. (dir.) (2016). *Crowdfunding, industries culturelles et démarche participative, De nouveaux financements pour la création*. Berne, Peter Lang, coll. ICCA – Industries culturelles, création, numérique.

Davidson R. et Poor N. (2014). The barriers facing artists' use of crowdfunding platforms: Personality, emotional labor, and going to the well one too many times. *New Media & Society*, n° 17, vol. 2, p. 289-307.

Delaporte C. (2016). Enjeux économiques, juridiques et sociologiques du financement participatif sur Internet dans le secteur de la création. *Crowdfunding, industries culturelles et démarche participative, De nouveaux financements pour la création*. Creton L. & Kitsopanidou K. (dir.). Berne, Peter Lang, coll. ICCA – Industries culturelles, création, numérique, 2016, p. 85-98.

Donnat O (dir.) (2009). Passionnés, fans et amateurs. *Réseaux*, n° 153, vol. 1.

Duval J. (2016). *Le Cinéma au XXe siècle. Entre loi du marché et règles de l'art*. Paris, CNRS Éditions.

Faulkner R. (1983). *Music on demand : composers and careers in the Hollywood film industry*. New Brunswick (NJ), Transaction Books.

Flichy P. (2001). La place de l'imaginaire dans l'action technique, Le cas de l'internet. *Réseaux*, n°109, vol. 5, p. 52-73.

Forest C. (2012). Le cinéma fantastique français : faiblesse d'une production vs méfiance d'une demande. *L'invention d'un genre : le cinéma fantastique français : Ou les constructions sociales d'un objet de la cinéphilie ordinaire*. Gimello-Mesplomb F. (dir.). Paris, L'Harmattan.

Gimello-Mesplomb F. (2012a). *La question du soutien à la qualité dans le cinéma et l'audiovisuel en France. Socio-histoire d'un cadre d'action publique et de ses dispositifs (1946-2000)*. Mémoire d'habilitation à diriger des recherches.

Gimello-Mesplomb F. (dir.) (2012b). *Les cinéastes français à l'épreuve du genre fantastique, socioanalyse d'une production artistique*. Paris, L'Harmattan.

Gimello-Mesplomb F. (dir.) (2012c). *L'invention d'un genre : le cinéma fantastique français : Ou les constructions sociales d'un objet de la cinéphilie ordinaire*. Paris, L'Harmattan.

Goffman E. (1973). *La Mise en scène de la vie quotidienne, La Présentation de soi*. Paris, Éditions de Minuit.

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

Heinich N. (2005). *L'élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*. Paris, Gallimard.

Hennion A. (2007). *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation*. Paris, Métailié.

Jenkins H. (2013). *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*. Paris, Armand Colin et Ina Édition.

Mary P. (2017). Dans le cadre du losange. Pratique de l'indépendance dans le cinéma d'Éric Rohmer. *Culture et (in-)dépendance. Enjeux de l'indépendance dans les industries culturelles.* Alexandre O., Noel S. & Pinto A. (eds). Berne, Peter Lang, coll. ICCA – Industries culturelles, création, numérique.

Matthews J., Rouzé V. et Vachet J. (2014). *La Culture par les foules ? Le crowdfunding et le crowdsourcing en question*. Paris, MkF Editions.

Menger P-M., (2009). *Le travail créateur, s'accomplir dans l'incertain*. Paris, Le seuil.

Merton R. (1965). *Éléments de théorie et de méthode sociologique*. Paris, Plon.

Nelson P. (1970). Information and Consumer Behavior. *Journal of Political Economy*, n°78, vol. 2, p. 311-329.

Rallet A. & Rochelandet F. (2016). Crowdfunding et valorisation des biens culturels. *Crowdfunding, industries culturelles et démarche participative, De nouveaux financements pour la création*. Creton L. et Kitsopanidou K. (dir.). Berne, Peter Lang, coll. ICCA – Industries culturelles, création, numérique, p. 57-84.

Roueff O, & Jeanpierre L. (2014). *Introduction. La culture et ses intermédiaires*. Jeanpierre L. & Roueff O. (eds). Editions des archives contemporaines, Paris, p. i-xxxiv.

Sinigaglia-Amadio S. & Sinigaglia J. (2017). *Temporalités du travail artistique : le cas des musicien.ne.s et des plasticien.ne.s*. Paris, Questions de culture.

Vachet J. (2015). *Le crowdfunding : mutation ou mirage pour l'entrepreneuriat ?*. Étude de l'Observatoire Alptis, n° 35.

La perceptibilité des enjeux de la durabilité dans la communication relative à la production d'instruments de musique : des intentions aux réceptions

Sustainability issues within an instrument maker communication : from intentions to reception

Fabrice Pirolli, Maître de Conférences
CREN, Le Mans Université
fabrice.pirolli@univ-lemans.fr

Mots-clés : Développement durable, communication, lutherie, guitare, basse

Keywords: Sustainability, communication, lutherie, guitar, bass

Résumé

Dans le cadre d'un projet de recherche, nous avons réalisé une étude de cas portant sur un fabricant d'instruments de musique particulièrement investi dans le développement durable. La problématique que nous traitons ici est relative à la manière dont ses engagements, raisonnés et anciens, ont été mobilisés dans sa stratégie de communication et sur les conditions de leur réception par des communautés de musiciens, professionnels et amateurs. Nous nous sommes plus particulièrement intéressés à la réception de ces arguments au sein d'une importante communauté en ligne francophone.

Abstract

As part of a research project, we conducted a case study on a bass guitar company particularly invested in sustainable development. The problem we are dealing with here is related to the way in which communities of musicians, professionals and amateurs have used the commitments, reasoned and long-standing, of this manufacturer in its communication strategy and the conditions of their reception. A specific focus is spotted on the reception of these arguments within a large French-speaking online community.

La perceptibilité des enjeux de la durabilité dans la communication relative à la production d'instruments de musique : des intentions aux réceptions

Fabrice Pirolli

Les enjeux environnementaux, et de façon plus large les engagements en faveur du développement durable, occupent une place de plus en plus importante dans les modèles économiques, les processus d'ingénierie et de production, mais également dans les stratégies de communication des industries de biens manufacturés. Dans le cadre du projet Asma (Arts de la Scène et Musique dans l'Anthropocène)[1], dont l'objet est de questionner les rapports entre arts, pratiques culturelles et transition socio-écologique, nous avons mené une étude du cas portant sur un acteur européen majeur de la production de guitares et de basses dites « électriques » : dépourvus de caisse de résonnance et nécessitant le recours à des dispositifs spécifiques afin d'être amplifiés, les instruments de cette famille sont également qualifiés de *solidbody* ou d'instruments « à caisse pleine ». Ce marché est caractérisé à la fois par la brièveté de son histoire et la rapidité de son développement, tant sur le plan technique que d'un point de vue économique. Ayant accompagné l'essor des musiques amplifiées et du marché du disque à partir de la seconde moitié du XXe siècle, les instruments à caisse pleine ont contribué à élargir la palette de sonorités à la disposition des artistes et des producteurs, à engendrer de nouvelles pratiques et de nouveaux styles musicaux (Séguret, 2002 ; Dumoulin et Simon, 2008).

Aujourd'hui les différents acteurs présents sur ce marché sont tous confrontés, à des degrés variables, aux enjeux de la durabilité et aux conséquences de l'anthropocène (Bonneuil et Fressoz, 2013). En dépit de l'existence d'alternatives, pour certaines éprouvées depuis plusieurs décennies, le bois demeure le composant principal et essentiel de ces productions, tant pour ses qualités mécaniques qu'esthétiques. La surexploitation des ressources forestières, la nature des relations entre pays producteurs et importateurs de bois, l'impact environnemental et social du commerce de ces matières premières sont autant d'éléments qui façonnent le cadre dans lequel s'inscrivent les choix opérés par les artisans et les industriels de la lutherie électrique. De façon concomitante, l'usage de composants chimiques, de métaux et de matière plastique, la consommation d'énergie, l'impact du transport et de la distribution des produits finis pèsent également sur l'empreinte environnementale de ces productions. Faute d'alternatives ou de leviers d'actions clairement identifiés, peu de fabricants ont intégré ces considérations environnementales dans leurs processus de production autrement que sous la forme de contraintes toujours plus présentes. Aussi, l'expression d'une « sensibilité environnementale » reste marginale dans ce secteur, alors que la naturalité – par ses représentations et ses matérialisations – est omniprésente dans le rapport des musiciens aux instruments.

La problématique que proposons de traiter est relative à la manière dont les engagements – raisonnés et anciens – d'un fabricant en matière de développement durable ont été mobilisés dans sa stratégie de communi-

1 Initié en 2015, le projet Asma est porté par le Réseau Recherche, Innovation pour la Transition Socio-Écologique de la Maison des Sciences de l'Homme de Dijon, le projet Asma a été soutenu par l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie, le Conseil régional de Bourgogne Franche-Comté, l'université de Bourgogne, le Lab (agence culturelle de la région Bourgogne), l'équipe de recherche Scènes du monde, création, savoirs critiques de l'université Paris 8 ainsi que par la Burgundy School of Business.

cation et sur les conditions de leur réception par des communautés de musiciens, professionnels et amateurs : dans quelle(s) mesure(s) des discours centrés sur l'engagement en faveur de la durabilité permettent-ils, dans ce secteur spécifique, de concilier et de rendre visible des impératifs contradictoires (volumes de production élevés et nécessité de préserver les ressources, attachement des musiciens à l'emploi de certaines essences de bois dorénavant considérées comme menacées…) ? Comment les consommateurs, actuels et potentiels, perçoivent-ils ces questions et reçoivent-ils ces discours ? De quelles manières peuvent-ils ou non faire sens du point de vue des pratiques artistiques ? Peuvent-ils aujourd'hui s'inscrire dans une stratégie de communication efficace pour une entreprise de ce secteur économique ?

Ce questionnement a guidé notre démarche, orientant le choix de l'entreprise retenue pour notre étude de cas, ainsi que celui d'une approche centrée sur la dimension info- communicationnelle de l'opérationnalisation des enjeux du développement durable dans une production industrialisée d'instruments de musique.

Une étude de cas sur un acteur majeur de la production mondiale

Dans le cadre du projet *Asma* nous avons mené une étude de cas portant sur l'entreprise allemande *Framus-Warwick*[2], premier fabricant européen de basses électriques qui figure parmi les cinq plus importants à l'échelle mondiale. Le choix de ce fabricant s'explique par le fait que les questions environnementales ont depuis le milieu des années 90 – période pendant laquelle elle s'est trouvée confrontée à une pénurie de matière première – joué un rôle majeur dans l'organisation et le développement de sa production. Les raisons ce positionnement sont multifactorielles, à la fois structurelles et conjoncturelles. Certifiée neutre en matière d'émission carbone en 2012, Warwick affiche depuis son statut de « première entreprise industrielle dé-carbonée du secteur de la musique », engagée dans une démarche de développement durable portée par une production « verte » préservant le climat.

Méthodologie

Afin de traiter ces différents aspects, nous nous sommes appuyés sur une méthodologie hybride. En premier lieu, nous avons mené un ensemble d'entretiens semi-directifs avec le fondateur et dirigeant de l'entreprise (Hans-Peter Wilfer), deux employés du site de production, des acteurs du réseau français de distribution de cette production, des musiciens (amateurs et professionnels) anciens ou actuels propriétaires ou admirateurs d'instruments de la marque. De façon concomitante nous avons, sur une période de deux ans, mené une observation et une analyse de contenus partagés sur le plus important forum de discussion français consacré à la basse électrique. Trois fils de discussion ont ainsi été capturés et analysés : l'un consacré à *Warwick*, le second à la question du développement durable dans le domaine de la lutherie, le troisième à la notion d'obsolescence programmée dans le monde de la musique. Nous avons ainsi cherché à caractériser « l'horizon informationnel » (Sonnenwald, 1999) de membres actifs de cette communauté en matière de développement durable. Il s'agissait également pour nous de mettre en lumière des questionnements relatifs à la

2 Framus-Warwick correspond à la dénomination officielle actuelle de l'entreprise. Elle résulte du développement dans les années 2000 d'une gamme de guitares électriques sous la marque Framus. Cependant la marque Warwick, utilisée pour les basses électriques, est la marque originelle et la plus importante de l'entreprise. Pour des raisons de simplification, cette dénomination sera utilisée dans la totalité de ce document.

consommation et à l'engagement sur ces questions, dans le but de les confronter aux intentions portées par le fabricant. Enfin, nous avons mobilisé un corpus documentaire constitué de publicités parues dans la presse spécialisée, de vidéos promotionnelles diffusées sur le web, d'une sélection de publications sur les réseaux sociaux numériques, de catalogues destinés aux distributeurs de la marque ainsi que de documents destinés aux acquéreurs d'instruments de la marque. Les données collectées dans le cadre du projet Asma dépassent le périmètre thématique de cette communication, nous en proposons ici une exploitation et une valorisation particulière et originale. L'accent sera ici porté sur le travail d'analyse mené au sein du forum en ligne.

Contextualisation et objet de l'étude de cas

D'une fabrication artisanale lancée en 1982, année de création de l'entreprise, à une industrialisation progressive, *Warwick* est aujourd'hui mondialement connue pour son utilisation de bois exotiques, majoritairement d'origine africaine, dans la fabrication de ses instruments. La singularité de ces matières premières a fondé l'originalité de la production contribuant à définir : « le look et la construction classique d'une Warwick, basses construites dans de très beaux bois exotiques, avec un manche laminé, des mécaniques en angle, des micros actifs et un aspect luxueux » (Bacon & Moorhouse, 2015). Cette originalité se traduit sur le plan sonore, en raison de la résonance spécifique des essences retenues, sur le plan esthétique, par l'aspect des bois, ainsi que sur le plan commercial dans la mesure où *Warwick* a été l'un des premiers fabricants à employer ces essences particulières. Au fil des années l'entreprise a connu un succès grandissant, ainsi qu'un accroissement continu de ses volumes de production. Plusieurs évolutions ont accompagné et d'appuyé cette croissance, en particulier un élargissement des gammes proposées et une adaptation à une production semi-industrielle. En 1995 l'entreprise quitte sa ville originelle (Erlangen, Allemagne de l'Ouest) pour s'installer dans la ville de Markneukirchen (région de la Saxe, Allemagne de l'Est) riche d'une longue tradition de lutherie classique. Les équipements techniques automatisés prennent alors de plus en plus de place dans la fabrication, y compris pour les modèles les plus prestigieux, mais l'emploi de bois exotiques demeure la spécificité de la marque. Or, peu après ce changement d'implantation *Warwick* s'est trouvée confrontée à une rupture d'approvisionnement d'un type de bois africain, le wengé. Ce bois devient à cette époque une essence protégée car en voie de disparition, dont les pays producteurs connaissaient alors des situations politiques instables. Cette situation s'est avérée d'autant plus problématique que le wengé était employé dans l'ensemble de la production et constituait l'un des marqueurs forts de la marque. En dehors des contraintes matérielles résultant de cette pénurie, l'image de l'entreprise s'en est trouvée ternie, se trouvant ainsi directement associée aux pratiques de déforestation et aux effets néfastes de la mondialisation sur l'environnement. Engagée depuis sa création dans divers projets portant sur la préservation de l'environnement, cette période correspond pour *Warwick* à un tournant majeur vers le développement durable et une production entièrement « verte ». De nombreux investissements sont alors réalisés sur le site de production, les circuits d'approvisionnements sont revus, l'implication de l'entreprise en faveur de l'environnement et de la réduction de son empreinte environnementale est totale. L'ensemble de l'organisation est alors tourné vers le développement durable, le site de production exploite uniquement des énergies renouvelables, l'ensemble des déchets produits sont valorisés, les conditions de travail des employés sont optimisées. Dans le même temps, d'impor-

tants investissements dans des projets de reboisement des pays producteurs sont réalisés. Des nouvelles modalités d'expression des rapports de l'entreprise, et de ses instruments, à la nature sont alors mises en œuvre.

La naturalité des instruments au cœur du positionnement de l'entreprise

Les rapports à la nature entretenus par la marque sont multiples et complexes. Son fondateur, Hans-Peter Wilfer, explique avoir fait le choix de matériaux naturels par défaut à la création des premiers instruments *Warwick*. À cette période, le monde de la lutherie électrique se tourne vers l'usage de matériaux innovants comme le carbone, le graphite ou les matières plastiques symboles de modernité et d'innovation. Formé à la lutherie traditionnelle Hans- Peter Wilfer n'a ni l'envie, ni la capacité de travailler ces nouveaux matériaux. Il se met alors en quête d'essences de bois présentant des caractéristiques mécaniques similaires, adaptés au façonnage d'instruments nouveaux. Cette démarche le conduit à une sélection de bois exotiques. L'emploi et la valorisation de ces ressources naturelles s'inscrivent en réaction aux mouvements de l'industrie vers des ressources alternatives. L'importance des bois exotiques ainsi que leurs qualités multiples sont alors judicieusement mises en valeur dans le slogan historique de la marque, formulé et mis en scène dès les premières années de production, « *Warwick* : the sound of Wood ». Slogan devenu signature, cette formule demeure attachée à l'ensemble de la production, alors même qu'elle accompagne aujourd'hui une gamme particulièrement diversifiée tant dans les modalités de construction que dans le choix de matériaux. La force énonciative de ce slogan repose sur sa capacité à faire le lien entre matériaux naturels et sonorité de l'instrument, ainsi qu'à fixer symboliquement l'association de la marque à l'usage de produits naturels. Bien qu'évocateur d'une sonorité unique qui serait caractéristique de la marque, empreinte identifiable parmi l'ensemble des instruments du marché, le « son du bois » correspond en réalité aujourd'hui à plus de 65 essences différentes, utilisées alternativement dans la production. Notre étude nous a permis de confirmer qu'il demeure dans l'esprit des musiciens, professionnels et amateurs, associé de manière indéfectible à la marque et a ses productions. Au-delà de cette dimension sonore, la naturalité intrinsèque des instruments *Warwick* se traduit de multiples façons. Le choix de finitions huilées qui permettent de garder un contact direct aux bois tout en mettant particulièrement en avant des essences particulièrement figurées et spectaculaires. Cette finition est entretenue par des produits naturels (cire d'abeille) fournis par la marque avec les basses électriques. L'instrument s'inscrit dans symboliquement dans un univers fondé sur cette naturalité. Ce rapport à la nature s'inscrit du point de vue des utilisateurs dans une approche plurisensorielle : sont successivement convoqués la vue, le toucher, l'ouïe et l'odorat. Différents utilisateurs d'instruments de la marque l'expriment ainsi explicitement : « le toucher d'une finition huilé est divin pour moi, j'adore cette sensation », « d'abord je la regarde, je l'admire même… puis quand on la prend on sent le contact du bois, c'est génial. Et alors, ce que j'aimer particulièrement c'est quand je viens de la cirer : elle brille et en plus elle sent bon » « Le son est quand même bien reconnaissable, en raison des bois exotiques à la base… mais la signature sonore de la marque est reconnaissable, c'est tout. ». La mise en scène de cette naturalité s'est trouvée particulièrement mise à mal lors de la médiatisation des problèmes afférents à la production des essences exotiques au milieu des années 90 et à l'émergence d'une prise de conscience collective des enjeux relatifs à la préservation des ressources et de l'environnement. La rupture d'approvisionnement en wengé qu'a connu *Warwick* a conduit l'entreprise à modifier ses choix de matières premières, et à engager un virage franc vers le développement durable.

Afin de légitimer et de valoriser ces engagements, et préalablement à toute action de communication, l'entreprise suit alors plusieurs démarches de certifications auprès d'instances publiques ou privées. Certifiée par le cabinet *ClimatePartner*[3] en 2013 pour la neutralité de l'ensemble de sa production du point de vue des émissions de gaz carbonique, *Warwick* est depuis 2014 membre de l'association allemande *Klimaschutz Unternehmen*[4]. Fort de ces appuis, l'entreprise a lancé en 2012 une communication massive sur ces sujets *via* les réseaux sociaux numériques, son site web, sa chaine YouTube, ses publicités dans la presse spécialisée internationale. Des contenus vidéos, donnant à voir la réalité des pratiques de l'entreprise ont été largement partagés et relayés. À cette occasion, le slogan de la marque a également été modifié afin de rendre compte de ce positionnement. Ces informations ont peu à peu circulé dans les différentes communautés en ligne consacrées à la basse électrique. L'étude de cas menée pour le projet Asma porte sur la manière dont la médiatisation des engagements, réels et anciens, de l'entreprise *Warwick* en matière de développement durable a été perçue à la fois par les musiciens, les revendeurs et les distributeurs de la marque. Dans le cadre de notre étude de cas nous nous sommes plus particulièrement intéressés à la réception de ces éléments de communication au sein d'une communauté en ligne, le forum de discussion *onlybass.com*, plus importante communauté francophone consacrée à la basse électrique. Un corpus de 2 075 messages a ainsi été constitué, des entretiens ont été menés avec 23 membres actifs du forum de discussion. Nous en présentons dans les paragraphes suivants les principaux enseignements.

La réception des arguments environnementaux au sein d'une communauté en ligne

Pour les membres interrogés, le forum de discussion s'inscrit dans un environnement informationnel particulièrement diversifié, leurs pratiques informationnelles numériques relatives à la musique sont multiples et hybrides. Sont cités par ordre d'importance les forums en ligne, des chaines YouTube, les réseaux sociaux numériques, des médias web consacrés à la musique, les sites de fabricants de matériel sont les sources d'information. En dehors de ces sources numériques, sont évoqués les membres du cercle amical, la presse papier spécialisée et enfin, de façon très sporadique, les magasins de musique. Parmi cet ensemble, le forum onlybass.com est particulièrement apprécié pour la richesse des contenus déjà présents, le nombre de participants, la qualité du travail de modération, ainsi que la qualité de l'expression dans les échanges.

Au sein de cette communauté, plusieurs constats ont été effectués au moyen de l'analyse de trois fils de discussions. Le premier constat est relatif au peu d'intérêt porté aux questions environnementales relatives à la production d'instruments de musique. Bien que n'étant pas totalement absentes du forum, elles ne sont débattues que de façon très sporadique. Par ailleurs, les discussions relatives à cette thématique relèvent toutes d'échanges d'opinions, dont l'argumentation repose pour la plupart sur des informations non sourcées. Seuls quelques liens pointant vers des pages du FSC (*Forest Stewardship Council*)[5] ont été relevés.

3 Organisme privé de mesure et de certification du niveau d'émission de gaz carbonique d'une production industrielle.

4 Association professionnelle portée en Allemagne par le ministère fédéral de l'Environnement, le ministère fédéral de l'Économie et la chambre allemande de commerce et d'industrie. Elle rassemble les entreprises allemandes dont elle certifie l'engagement dans le développement de modèles économiques intégrant la protection du climat.

5 Label environnemental, dont le but est d'assurer que la production de bois ou d'un produit à base de bois respecte les procédures garantissant la gestion durable des forêts.

Ensuite, l'étude réalisée met en exergue que le forum s'est constitué en lieu de confrontation de deux logiques de réception des éléments de communication mobilisés par *Warwick*. La première, instrumentée par l'entreprise dans sa stratégie de communication, s'appuie sur la valorisation d'éléments cautionnant et crédibilisant son discours. La certification par des organismes publics, privés et des associations a été au centre d'une stratégie de communication multicanal visant à crédibiliser ses propos et à l'étayer de relais d'expertise internationalement reconnus. Or, comme le montre notre étude de cas, celle-ci n'atteint pas son objectif ni vis-à-vis de la communauté étudiée, ni par rapport aux autres réseaux d'acteurs sociaux. Elle se trouve confrontée à un phénomène de défiance collective, renforcé par le caractère réticulaire de l'espace discursif numérique. L'analyse des séquences dialogiques relevées sur le forum révèle un mécanisme interne de dé-crédibilisation des contenus portant sur les actions de l'entreprise, au profit d'une légitimation communautaire progressive d'informations erronées[6].

Ce processus s'établit en trois séquences successives. Dans la première, par le partage d'un présupposé négatif à l'égard de toute entreprise industrielle communicant sur des actions en faveur du développement durable. Il en résulte l'affichage d'un consensus tacite relatif à l'insincérité de tels engagements, étayé par des arguments de communauté. Une défiance partagée envers la communication institutionnelle ou publicitaire amplifie ce phénomène. Dans la deuxième par une absence de contradiction. Les arguments critiques et les informations fausses n'étant jamais publiquement discutées, contredites ou réfutées sur le forum, elles gagnent progressivement en crédibilité du fait de leur antériorité et de leur visibilité dans l'espace public partagé. Dans la dernière séquence, un processus de répétition et de réappropriation de ces informations par les membres de la communauté légitimant ainsi, dans l'espace discursif et au sein de la communauté, un corpus informationnel construit collectivement. Le forum constitue alors « autant une forme du savoir réticulaire – qui prend la forme logicielle et sociale d'un réseau – qu'un lieu de savoir qui produit des « bassins référentiels » qui sédimentent et identifient des objets et pratiques du savoir en environnement numérique » (Paloque-Bergès, 2018). La logique à l'œuvre est d'ordre social et relationnel, elle repose sur les éléments qui fondent une communauté d'intérêts, « partage de croyances idéologiques et d'habitudes culturelles, de valeurs communes, d'un sens de la solidarité et de l'identification à une même constellation identitaire d'appartenance » (Proulx, 2006). Par cette production collective de savoirs, légitimés par le partage d'opinions et de jugements communs, le forum occupe dans l'horizon informationnel de ses membres un espace singulier. Il est à la fois lieu d'intermédiations, de filtrage et de synthèse de l'information, constituant en cela une forme indélibérée de curation informationnelle collective.

En raison de l'inscription de l'objet principal du forum dans la sphère marchande, l'historique conversationnel ainsi que les contenus et ressources partagés, légitimés par ces mécanismes sociaux communautaires, deviennent des éléments essentiels de chaînes de prescription s'établissant entre pairs, pour lesquelles l'expertise et l'autorité sont conditionnées par des constructions identitaires. La reconnaissance de la confiance, constituante de l'autorité cognitive, est fondée sur les identités édifiées par le discours, les interactions, les rapports au cadre normatif du forum (règles de fonctionnement explicites et implicites, niveau de langue, rôle des administrateurs) de chaque membre. Autant d'éléments que Camille Alloing présente comme fondateurs d'une « autorité réputationnelle » (Alloing, 2017, p. 38) correspondant à « l'autorité définie par la

6 Le caractère erroné des informations a été estimé sur la base de l'ensemble des données collectées dans le cadre de cette étude de cas. À titre d'exemple, la description du processus de fabrication des instruments de musique ne correspondait pas à la réalité de la production, observée *in situ*.

présence numérique d'une entité sur le web ». Au sein des forums du web des logiques de recommandation se déploient dans un « web des profils » où « les identités sont devenus les médias autour desquels l'information s'organise et se recycle » (Merzeau, 2017, p.3). La dimension prescriptive du forum analysé pour le projet Asma s'avère particulièrement forte sur les modes et les types de consommation liés à la pratique musicale. Concernant la marque objet de l'étude de cas, cette légitimation communautaire et réputationnelle d'information sert l'expression de conseils et de recommandations échangées entre membres, en réponse à des demandes explicites ou en les précédents, dont la conséquence est d'orienter des choix et des comportements, au premier rang desquels des comportements d'achat.

De la communication à l'invisibilisation

L'ensemble des données recueillies dans le cadre de notre étude de cas montre que la posture revendiquée sur les questions relatives au développement durable, ainsi que la réorientation de sa stratégie de communication de *Warwick*, a trouvé un écho peu favorable dans les communautés de musiciens, clients actuels ou potentiels. Au sein de ces dernières, les préoccupations liées à la durabilité, bien que présentes et discutées, n'apparaissent pas déterminantes dans les attitudes de consommation. Les discours portés au sein de la communauté en ligne analysée sont à ce titre révélateurs d'une défiance forte à l'égard de toute forme d'affichage d'engagement sur ces thématiques. Ce constat est confirmé à la fois par les distributeurs français de la marque, ainsi que par son dirigeant lui-même soulignant un désintérêt total des consommateurs européens sur ces questions, alors même que les enjeux environnementaux occupent une place de plus importante sur le plan politique, particulièrement en Allemagne. Les difficultés relatives à la médiatisation des actions menées en faveur du développement durable, les ont conduites *in fine* à une forme d'invisibilité dans le but d'en garantir la pérennité. Depuis 2015 *Warwick*, toujours pleinement engagée dur ce sujet, a opéré un nouveau changement dans sa stratégie de communication en occultant la réalité de ses actions relatives à la préservation de l'environnement et au développement durable, tout en continuant à valoriser un ensemble de représentations relatives à la naturalité de sa production.

Bibliographie

Alloing C. (2017). La réputation pour questionner l'autorité informationnelle : vers une « autorité réputationnelle » ? *Quaderni*. *Communication, technologies, pouvoir*, n° 93, p. 33-41.

Bacon T. & Moorehouse B. (2015). *Le livre des basses*. Paris, Arts et images.

Bonneuil C. & Fressoz J-B. (2013). *L'événement anthropocène : la Terre, l'histoire et nous*, Paris, Seuil.

Merzeau L. (2017). De la bibliothèque à l'Internet : la matrice réticulaire. In Robert Damien, *Du lecteur à l'électeur : bibliothèque, démocratie et autorité*. Villeurbanne, Presses de l'Enssib, p. 43-52.

Paloque-Bergès C. (2018). *Qu'est-ce qu'un forum internet ? Une généalogie historique au prisme des cultures savantes numériques*. Marseille, OpenEdition Press.

Paté A, Le Carrou J-N, Teissier F. & Fabre B. (2014). Monitoring of the making process of handcrafted electric guitar, 2014, *Proceedings of the International Symposium on Musical Acoustics*, p. 301-306.

Proulx S. (2006). Communautés virtuelles : ce qui fait lien. *Communautés virtuelles : Penser et agir en réseau*. Québec, Presses de l'Université de Laval, p. 13-26.

Séguret C. (2002). *L'univers des guitares*, Paris, Solar.

Sonnenwald D-H. (1999). Evolving Perspectives of Human Information Behavior: Contexts, Situations, Social Networks and Information Horizons. *Proceedings of the Second International Conference in Information Needs*, p.176-190.

Les conditions d'une mobilisation numérique de masse. Le cas de « L'Affaire du Siècle » sur Facebook

The conditions for a mass digital mobilization. Analysis of "The Case of the Century' on Facebook

Jean-Baptiste Paulhet, doctorant
COSTECH - UTC Compiègne
jb.paulhet@protonmail.com

Mots clés : mobilisation numérique, affect numérique, leaders d'opinion, Facebook

Keywords: digital mobilisation, digital affect, opinion leaders, Facebook

Résumé

La capacité des associations à générer des mobilisations numériques médiatiques reste incertaine. À l'ère d'internet, la lutte pour la visibilité demeure une problématique prégnante. Cette communication vise à déterminer les configurations qui permettent à une mobilisation numérique de mobiliser au-delà de publics militants. Elle vient décrypter la mobilisation numérique autour de « L'Affaire du Siècle » sur Facebook pour établir deux conditions nécessaires à une mobilisation numérique de masse.

Abstract

The ability of NGOs to trigger massive digital mobilizations is uncertain. In the digital age, the struggle for visibility remains an important issue. This paper aims to determine the configurations that allow a digital mobilization to mobilize beyond activists. It provides an analysis of the digital mobilization around "The Case of the Century" on Facebook to establish two necessary conditions for a mass digital mobilization.

Les conditions d'une mobilisation numérique de masse
Le cas de « L'Affaire du Siècle » sur Facebook

Jean-Baptiste Paulhet

En décembre 2018, quatre associations françaises ont fait irruption sur les écrans avec la campagne « L'Affaire du Siècle » dont la pétition associée est devenue la plus signée de l'Histoire de France. Depuis plusieurs années, dans l'espoir de produire ce type de mobilisations numériques médiatiques, de nombreux acteurs associatifs se sont emparés d'internet pour y proposer des mobilisations de cause et tenter d'obtenir une visibilité accrue[1]. Cet engouement des associations est à réinscrire dans le cadre de la révolution internet qui a transformé les logiques de l'action collective et enrichi les stratégies de médiatisation qui lui sont associées. Cependant, au-delà de quelques mobilisations marquantes, la capacité des associations à générer des mobilisations numériques médiatiques reste incertaine. Ces mobilisations restent le plus souvent circonscrites à un public militant déjà convaincu (Antolinos-Basso, Paddeu, Douay et Blanc, 2018). Dans cette perspective, de nombreux chercheurs se sont élevés contre une vision trop utopique d'internet (Thrall, Stecula, Sweet, 2014 ; Schradie, 2019). Internet ne serait finalement qu'une nouvelle arme au service d'acteurs déjà dominants. Cette conclusion fait néanmoins apparaître un angle mort. Il ne permet pas de comprendre, pourquoi dans certains cas, des acteurs avec de faibles ressources réussissent à produire des actions de mobilisation numérique médiatiques et au contraire pourquoi d'autres acteurs aux ressources élevées y échouent. Cet angle mort identifié nous ramène finalement à une question plus générale qui est celle du concernement des publics comme déterminant de leur volonté à se mobiliser ou non. Il apparaît que l'existence d'un problème public est une condition nécessaire et préexistante à toute mobilisation (Cefaï, 2016). À cette nécessité de l'existence d'un problème public, se superpose ensuite la question de la médiatisation, indispensable à l'élargissement de toute mobilisation. C'est dans cette perspective que le rôle des médias, à la fois par leur rôle de mise à l'agenda tout autant que de cadrage, a été discuté (Neveu, 199). Internet ne change pas cette problématique d'accès au public et ne fait que rajouter de nouvelles règles à cette « *guerre de visibilité* » (Granjon, 2017). Internet augmente bien les capacités qu'ont les mouvements sociaux à rencontrer leur public mais « les contenus délivrés n'acquièrent en effet une efficience que s'ils rencontrent des sujets susceptibles de s'y intéresser, de les discuter et / ou de les diffuser à leur tour ». (Granjon, 2017 : 16). Pour comprendre, les raisons du succès ou de l'échec d'une mobilisation numérique, soit sa capacité de passer d'une mobilisation circonscrite à un public militant ayant l'habitude de se mobiliser, à une mobilisation de masse qui va elle agréger de nouveaux publics, il faut se pencher en détails sur les propriétés communicationnelles du dispositif tout autant que les agencements sociotechniques de l'espace dans lequel ce dispositif est déployé. Cette communication vise donc à déterminer les configurations qui permettent à une mobilisation numérique de mobiliser au-delà de publics militants. Cette communication émet l'hypothèse centrale qu'une mobilisation numérique de masse est une mobilisation dont le dispositif d'information et de communication a su s'adapter aux contraintes de visibilités de l'espace public numérique au sein duquel elle prend place.

1 Rapport mondial 2019 sur l'utilisation des technologies par les ONG : https://www.funraise.org/techreport-fr

Notre analyse s'inscrira dans la perspective de l'approche affirmative développée par le courant des Digitals Methods (Marres, 2017). À leur manière, nous souhaitons adapter cette approche à notre objet afin de comprendre la manière dont les technologies numériques et les usages associés viennent autoriser ou non le déploiement d'une mobilisation numérique. Notre étude portera donc précisément sur la mise en lumière de contraintes de visibilité qui s'exercent sur un dispositif de communication qui veut initier une mobilisation sur un réseau social numérique (RSN). Nous identifions deux contraintes de visibilité à l'œuvre sur un RSN :

- Contrainte d'effet réseau - Au sein d'un RSN, tous les individus n'ont pas structurellement la même influence. La construction technique des RSN selon la logique du réseau est venu complexifier les logiques de circulation d'information et a fait advenir un « *multi-step flow of communication* » (Karlsen, 2015 ; Ognyanova, 2017). Contrairement au modèle du « *two step flow of communication* » de Lazarsfeld les leaders d'opinions et les individus ne sont pas les récepteurs égaux d'une information médiatique.
- Contrainte de visibilité algorithmique - À l'ère des RSN, ce sont les algorithmes qui organisent la visibilité des informations (Cardon, 2015 ; Jammet, 2018). Ces algorithmes viennent autoriser les échanges selon des règles qui leur sont propres.

Ces contraintes de visibilités bien identifiées, nous amènent à préciser notre hypothèse de départ. Il apparaît que pour générer une mobilisation numérique de masse un dispositif de communication doit se fonder sur :

- Les spécificités structurelles de l'espace numérique au sein de laquelle elle prend place.
- Une stratégie médiatique à même de satisfaire l'algorithme qui régit l'espace numérique.

La mobilisation numérique autour de « l'Affaire du Siècle » sur Facebook

Pour vérifier ces hypothèses, cette communication vient décrypter la dernière campagne associative ayant généré une mobilisation numérique de masse en France : « L'Affaire du Siècle » (ADS). Le 17 décembre 2018, quatre associations françaises (Fondation Nicolas Hulot, Greenpeace France, Notre Affaire à Tous, Oxfam France) annonçaient entamer un recours juridique contre l'État français pour inaction climatique. Cette action juridique, prénommée « L'Affaire du Siècle » (ADS), s'est accompagnée d'une mobilisation numérique dont l'objectif était de recueillir le soutien des internautes par le biais d'une pétition (https://laffairedusiecle.net/). Cette pétition comptabilise à ce jour plus de 2 millions de signatures et s'apparente à la pétition la plus signée de l'Histoire de France[2]. Cette mobilisation numérique est venue engager de nouveaux publics comme l'a confirmé une étude auprès des signataires de l'ADS[3]. Par ailleurs, au-delà de s'inscrire dans une séquence politique nécessaire à toute mobilisation (démission de Nicolas Hulot et émergence de premières marches climats), l'ADS apparaît bien comme un objet d'étude qui nous permettra de répondre à

2 « Climat : "L'ADS", pétition la plus populaire de l'Histoire en France », Novethic, le 10/01/2019 : https://www.novethic.fr/actualite/environnement/climat/isr-rse/l-affaire-du-siecle-devient-la-petition-la-plus-signee-de-l-histoire-en-f rance-signe-d-un-vrai-sursaut-climatique-146741.html

3 Consultation des signataires de l'ADS du 13 juin 2019, réalisé par l'institut Oïbo : https://laffairedusiecle.net/etude-signataires-resultats/

la question initiale posée car cette campagne a été associée au lancement à un investissement financier très modeste.

Pour vérifier nos hypothèses, un espace numérique nous apparaît particulièrement intéressant à étudier, par la centralité qu'il a pu occuper dans la mobilisation : Facebook. Durant la période que nous proposons d'étudier, du 17 décembre 2018, lancement de l'ADS, jusqu'au 14 mars 2018, lancement de la procédure judiciaire au tribunal, sur les plus de 4,4 millions de sessions sur le site web de l'ADS et plus de 2 millions de signatures obtenues, Facebook représente 31% du trafic généré sur le site et 35% des signatures obtenues[4]. Alors qu'il n'a fait l'objet d'aucun investissement publicitaire, ce RSN apparaît comme l'espace communicationnel qui a su engager le plus grand nombre de citoyens et a participé à l'élargissement des spatialités d'une mobilisation numérique associative traditionnelle.

Méthodologie : étude de circulation du lien internet de la pétition ADS sur Facebook

Pour mettre en lumière les contraintes de visibilités qui se sont exercées sur la mobilisation numérique autour de l'ADS sur Facebook, nous avons procédé à une étude de circulation du lien internet (URL) de la pétition ADS. Cette étude repose sur un corpus de données de 468 publications Facebook publiques[5], ayant intégrées le lien internet de la pétition ADS sur la période étudiée. L'URL de cette pétition est l'objet central de notre étude car il apparaît comme le mécanisme agrégateur de cette « *mobilisation de clavier* » (Badouard, 2013). La structure semi-privée du réseau Facebook ne permet pas de récupérer l'ensemble des publications ayant intégré l'URL de la pétition. Nous avons néanmoins pu obtenir un échantillon représentatif via l'outil web d'extraction de données Crowdtangle. Cet outil en accès libre, via une application du moteur de recherche Chrome, permet d'extraire, pour n'importe quelle URL, les 500 publications Facebook publiques les plus populaires[6] qui ont intégré cette URL, au sein d'une base de données de plus de 3 millions de pages, groupes et profils vérifiés Facebook. Ayant effectué notre extraction le 15 janvier 2020, nous avons pu récupérer 468 publications qui s'inscrivent dans la temporalité étudiée. Ce corpus apparaît comme suffisamment représentatif pour venir nous éclairer sur les logiques de circulation de la pétition de l'ADS sur Facebook car les 468 publications ont généré un volume de 848 696 interactions, un volume très élevé qui apparaît comme corrélé à une partie conséquente du trafic total généré sur la période (1 442 047 sessions émanant de Facebook selon le compte Google Analytics associé à la page web de l'ADS).

Etape 1 - Qualification du corpus

L'extraction Crowdtangle nous fournit quelques données de base insuffisantes pour caractériser les logiques circulations de la pétition ADS sur Facebook. Nous avons procédé à un enrichissement du corpus via une opération manuelle de catégorisation des publications. Cette opération est venue renseigner trois variables pour chaque publication. La première variable que nous avons renseignée, concerne la nature de l'émetteur

4 Source Google Analytics de l'Affaire du Siècle.

5 Le corpus est consultable à cette url : https://docs.google.com/spreadsheets/d/1MjBgYd0kBKs8juIwz9xla7qGSzHuEaCSDLuj6LMsVU8/edit?usp=sharing

6 La popularité correspond au niveau d'interaction généré par les utilisateurs sur une publication Facebook soit réactions, commentaires et partages.

de la publication. L'objectif était ici d'identifier la communauté dans laquelle cette publication s'inscrivait selon deux critères : le statut et le thème. Pour éviter, un biais d'essentialisation, nous avons utilisé un procédé itératif, qui nous a conduit à débuter ce procédé avec un nombre limité de statuts et de thèmes pour, à la suite de nombreux aller-retours, venir enrichir ces catégories au gré de nos découvertes et de notre meilleure connaissance du corpus. Le résultat de ce procédé itératif a conduit à catégoriser nos émetteurs avec un total de 8 statuts et de 23 thèmes définis en annexe (Fig. 1 et Fig. 2).

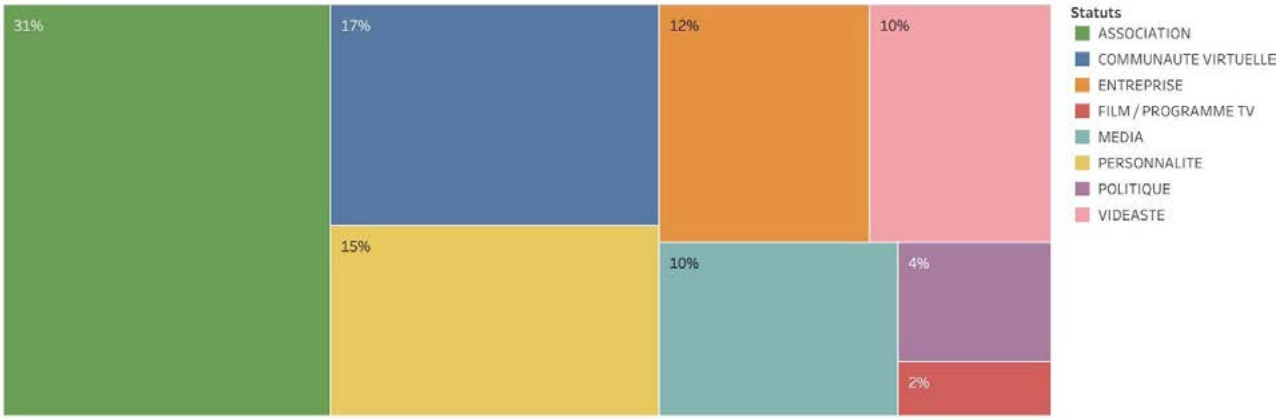


Fig. 1- Part des publications Facebook selon leurs statuts

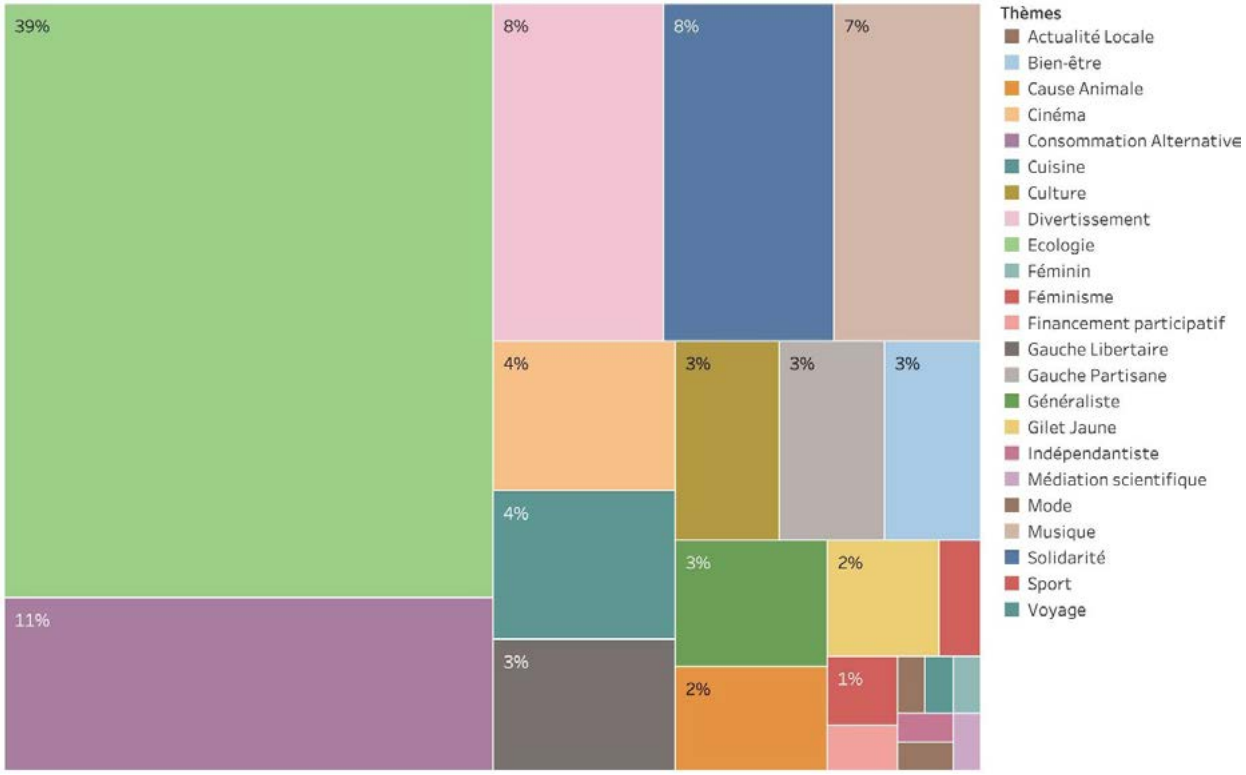


Fig. 2 - Part des publications Facebook selon leurs thèmes

La seconde variable renseignée concerne le type de contenu associé ou non à chaque publication en plus de l'URL de l'ADS. Cette catégorisation nous a permis de relever 6 types de publications (Fig. 3.).

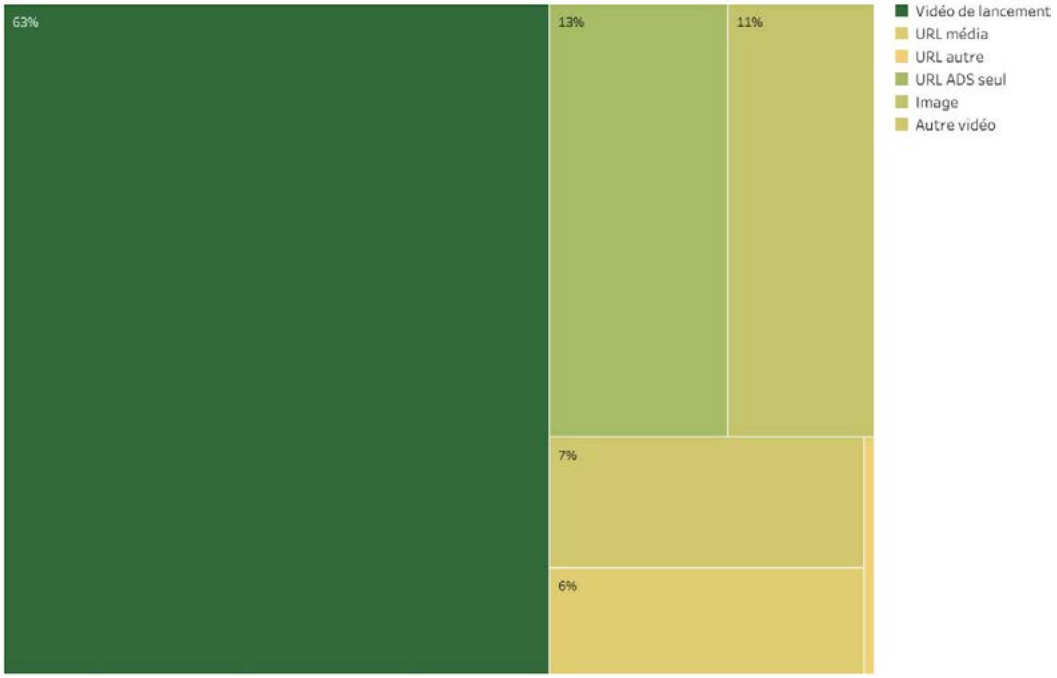


Fig.3 - Part des types de publications Facebook

Dans un dernier temps, nous avons catégorisé le mode de publication pour venir renseigner les différents mécanismes de transmission de la pétition ADS sur Facebook. Cette transmission s'est fondée sur les trois modes de publication autorisés par le RSN :

- Un mode de publication organique qui permet à un nœud du réseau (profil personnel, groupe, page) de publier en propre un contenu.
- Un mode de publication basé sur le partage qui permet à un nœud du réseau de republier un contenu qui a été publié initialement par un autre nœud du réseau.
- Un mode de publication réservé uniquement aux pages Facebook et dédié au contenu vidéo : le partage coordonné. Il permet de publier une même vidéo sur plusieurs pages Facebook autorisées à le faire préalablement. La vidéo cumule ainsi toutes les vues issues des différentes publications.

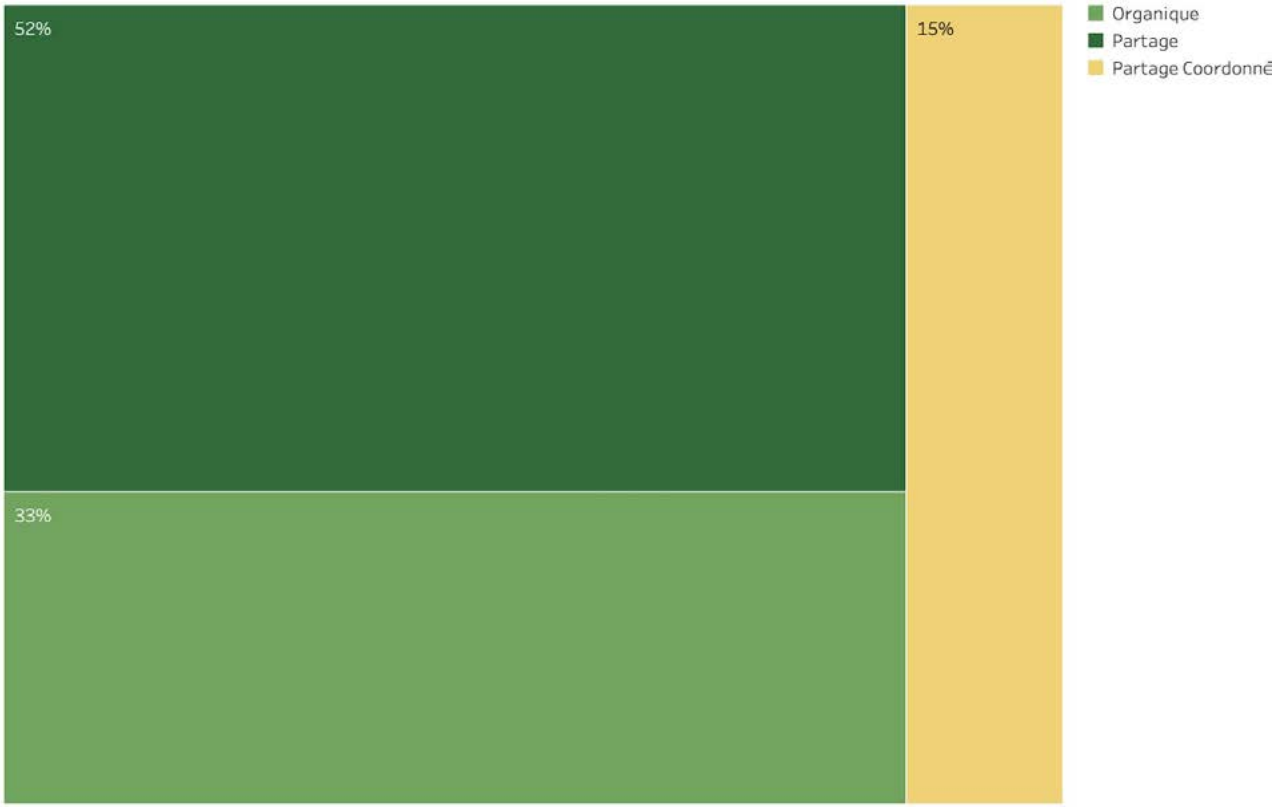


Fig. 4. - Part des modes de publications Facebook

Etape 2 - Visualisation des faits remarquables de la mobilisation autour de l'ADS

Cette seconde étape a visé à identifier les intensités de circulation de l'ADS. Nous avons utilisé le logiciel Tableau pour mettre en relation le niveau d'interaction généré par les publications en fonction de leurs différentes caractéristiques. Cette étape nous a permis d'identifier :

1. Un type de publication qui a circulé plus que les autres : la vidéo de lancement de l'ADS[7].

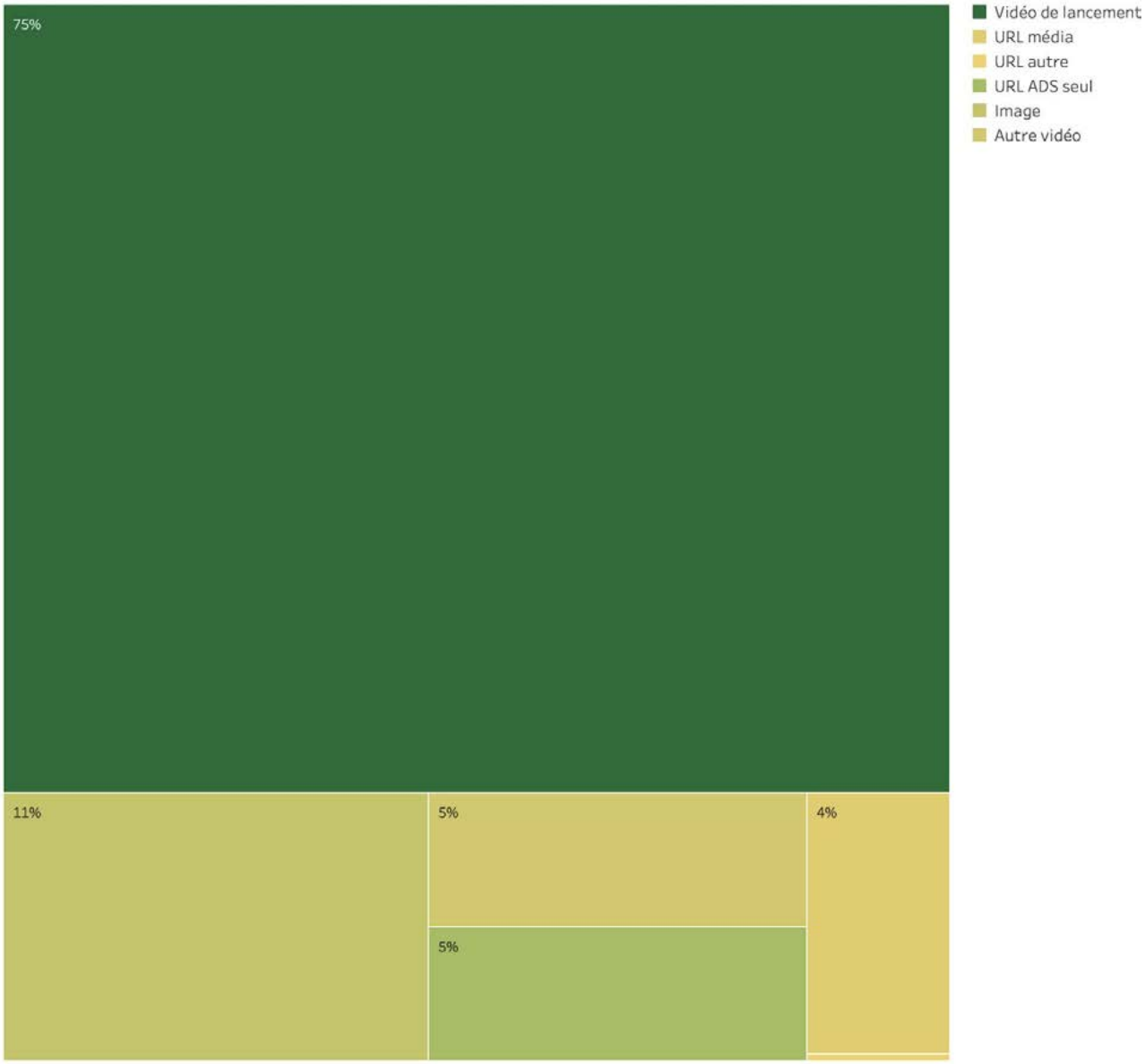


Fig. 5 - Part des interactions des types de publications Facebook

Les communautés les plus mobilisées : des communautés autour de vidéastes ou d'associations qui ont quasiment tous en commun d'avoir pour champ d'action thématique l'écologie.

7 Vidéo publiée initialement par la page Facebook « Partager C'est Sympa », le 18/12/2018 : https://www.facebook.com/PartagerCestSympa/posts/2206981989554529

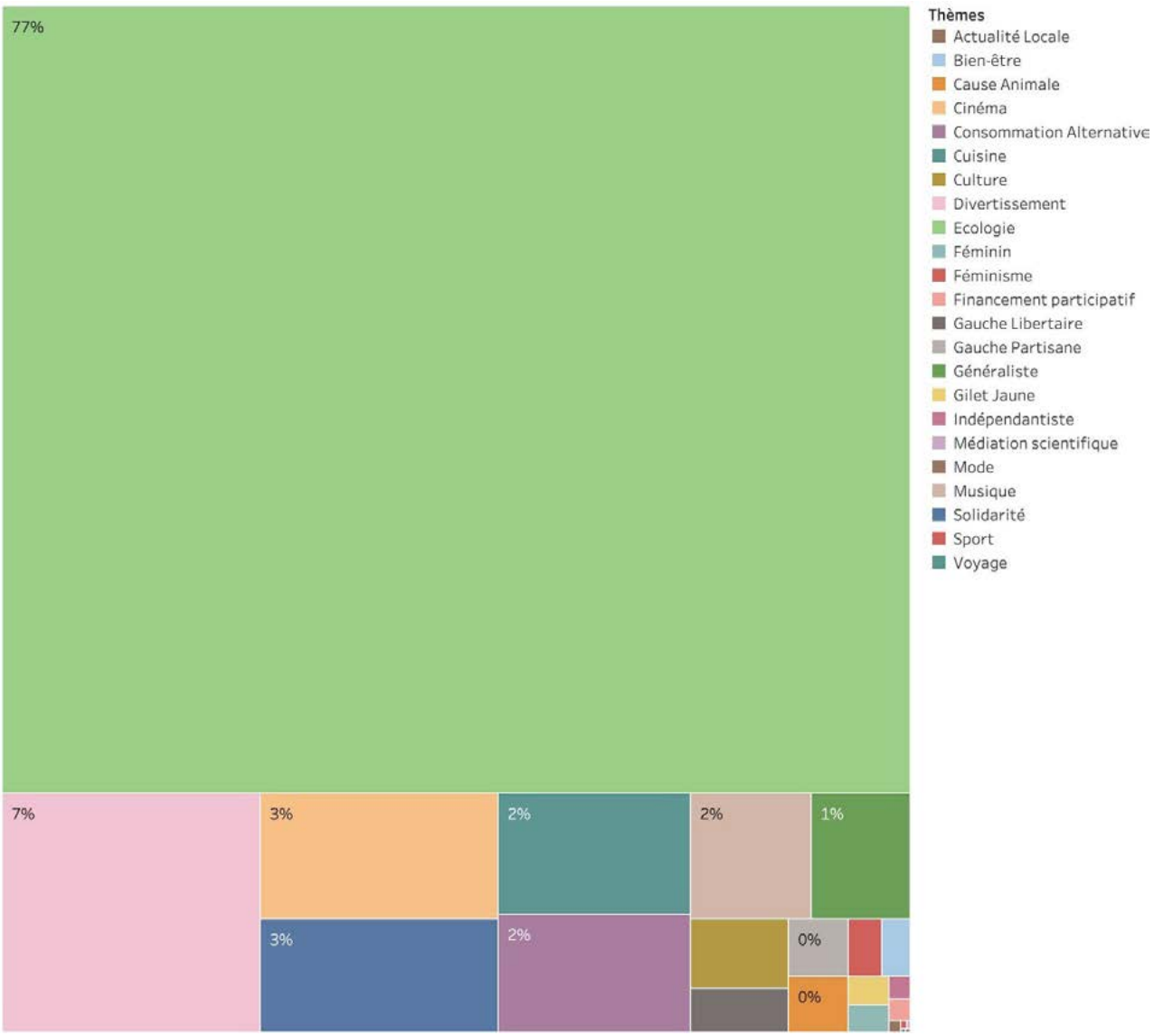


Fig. 6 - Répartition des interactions par thématique centrale des pages Facebook

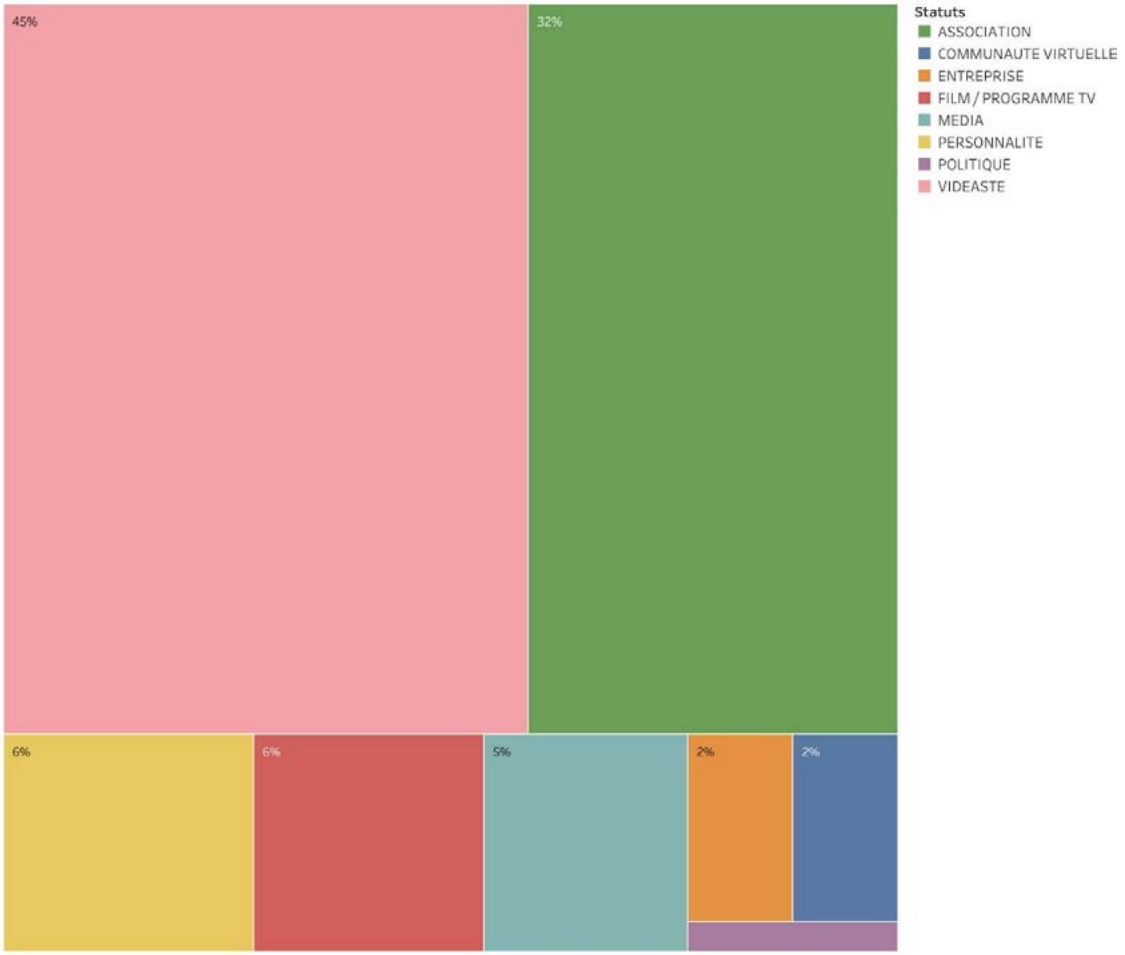


Fig. 7 - Répartition des interactions par statut des pages Facebook

2. Un mode de publication qui a généré plus d'engagement que les autres : le partage coordonné

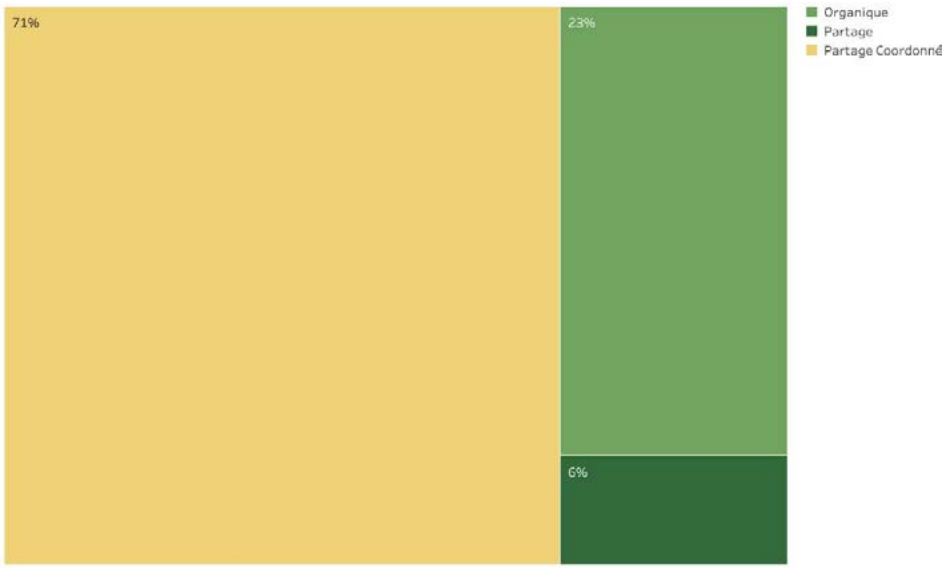


Fig. 8 - Part des modes de publications dans la circulation de l'ADS

Etape 3 - Visualisation de la propagation de la vidéo de lancement l'ADS sur Facebook

Avec cette dernière étape, nous avons mobilisé une approche en science du web qui vise étudier la contagiosité des individus (Beuvisage, Beuscart, Courroné, Mellet, 2011). Cette approche nous a amené à étudier les caractéristiques des individus qui ont participé à la transmission de la vidéo ADS, pour comprendre comment elle s'est propagée au sein de Facebook. Il a été possible de visualiser précisément cette contagion via une analyse de réseau de partages de la vidéo ADS (Fig. 9, Fig. 10, Fig. 11, Fig. 12). Pour ce faire, nous avons utilisé le logiciel Gephi.

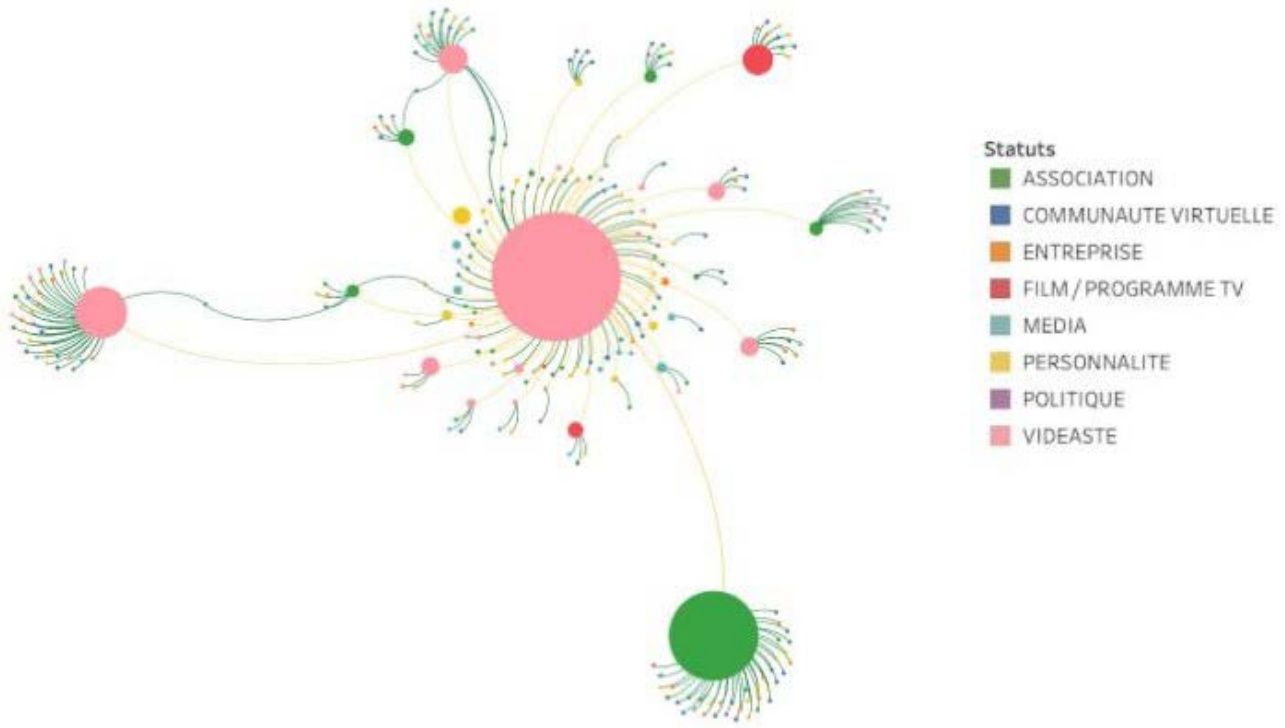


Fig. 9 - Analyse de réseau de partages de la vidéo ADS selon les statuts des pages Facebook

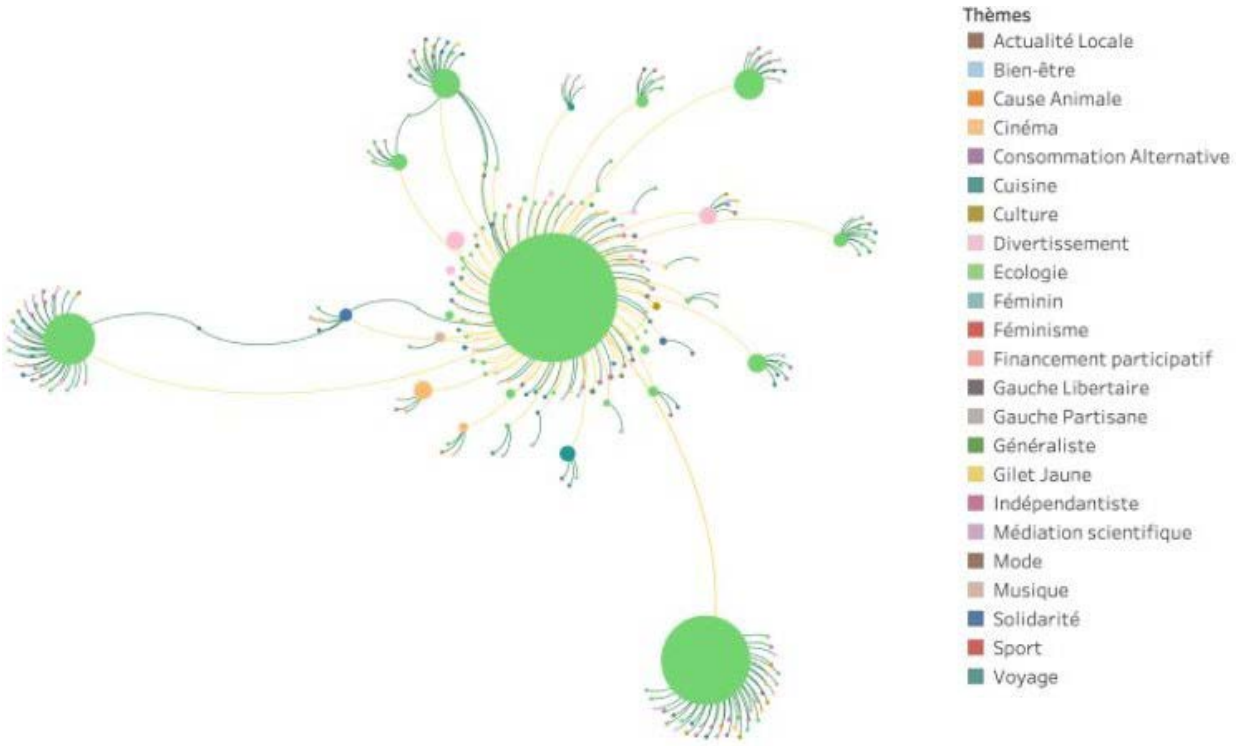


Fig. 10 - Analyse de réseau de partages de la vidéo ADS selon les thèmes des pages Facebook

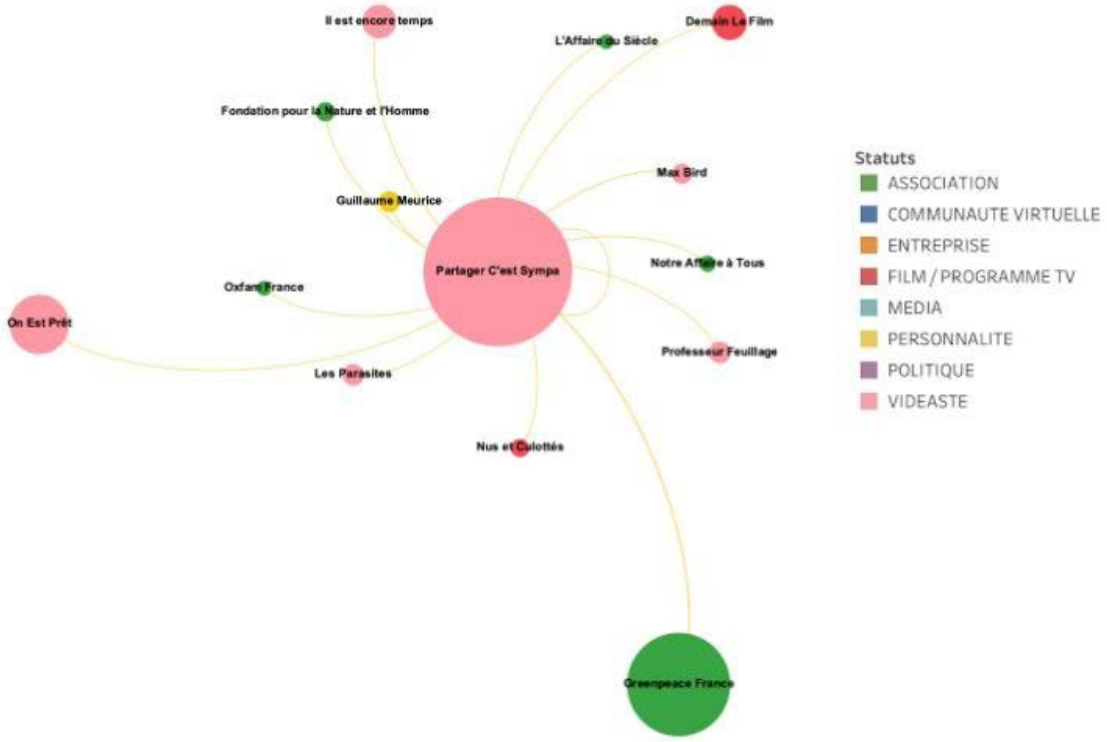


Fig. 11 - Analyse de réseau de partages de la vidéo ADS selon les statuts des pages Facebook ayant générés plus de 10 000 interactions

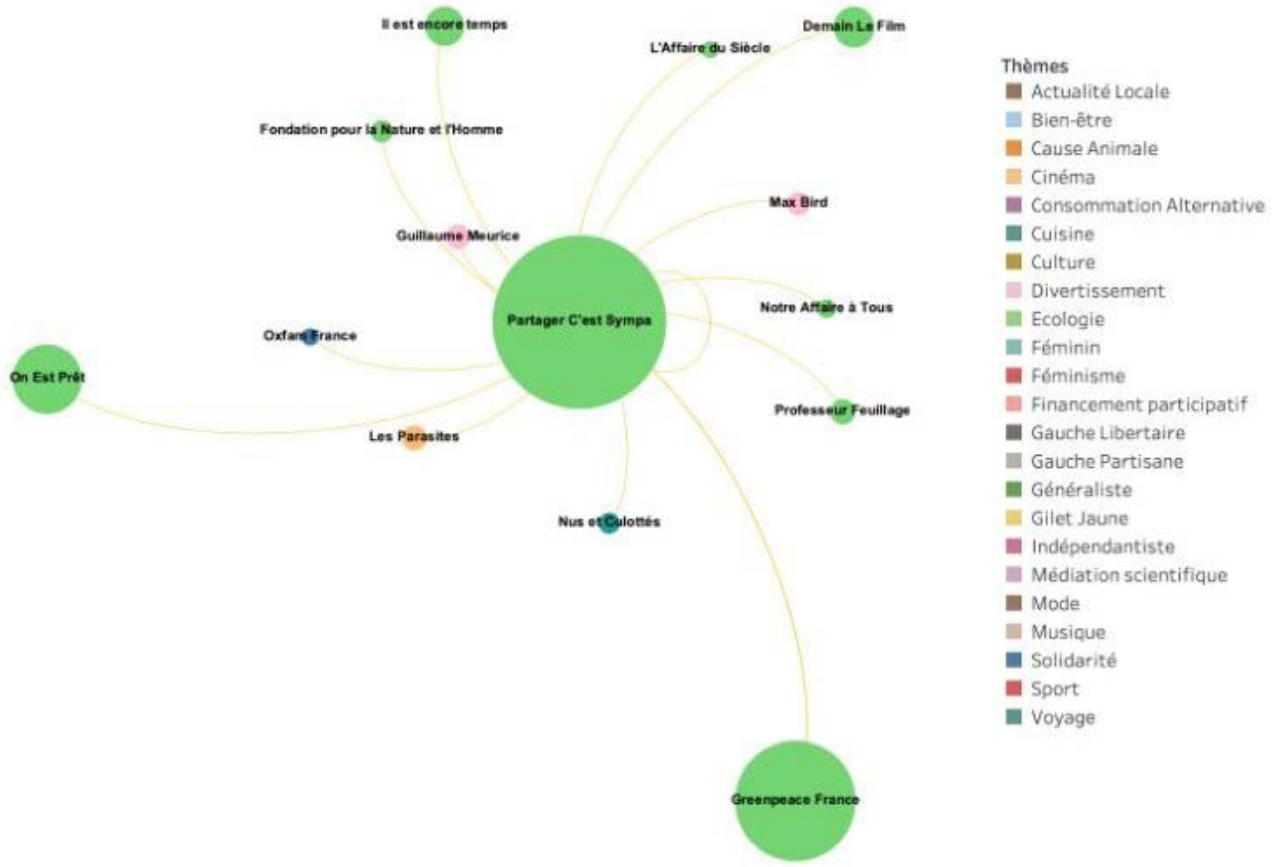


Fig. 12 - Analyse de réseau de partages de la vidéo ADS selon les thèmes des pages Facebook ayant générés plus de 10 000 interactions

Première condition d'une mobilisation numérique de masse : des leaders d'opinion concernés agissant de manière simultanée

Au sein d'un espace numérique, la première contrainte de visibilité identifiée est celle de l'effet réseau. La première force du dispositif de communication de l'ADS est d'avoir su déjouer cette contrainte en connectant largement les différents nœuds du réseau via la mobilisation de leaders d'opinion préalablement concernés par la cause et qui ont agi selon une méthode de coordination simultanée.

Interconnecter les différents espaces du réseau avec des leaders d'opinion concernés

Le premier résultat fort de notre étude de circulation a été de faire ressortir qu'un petit nombre de pages Facebook ont joué un rôle central dans la circulation de la pétition ADS et plus particulièrement de son contenu iconique, la vidéo de lancement. Ce résultat va dans le sens de la loi du plus petit nombre qui veut qu'une minorité de personnes vont contribuer à la majorité d'un phénomène de contagion sur le web (Gladwell, 2002). Cette théorie, vient confirmer la place du leader d'opinion à l'heure d'internet, sous la dénomination d'influenceur et s'observe avec force dans le cadre de la mobilisation autour de l'ADS sur Facebook.

Ce résultat est le fruit du dispositif de communication qui s'est basé sur une mise en réseau d'acteurs majeurs de l'écologie. Nos entretiens ont permis d'établir qu'il est le produit d'une collaboration entre les quatre associations à l'origine de l'ADS, deux associations de vidéastes : « On Est Prêt » (OEP) et « Partager C'est Sympa » (PCS) et d'un soutien ponctuel de Cyril Dion (réalisateur du film *Demain*). Il s'agit au final de 9 des 10 leaders d'opinion qui ont été centraux (la page Facebook « Il est encore temps » étant gérée par PCS) dans la diffusion de la vidéo (Fig. 13).

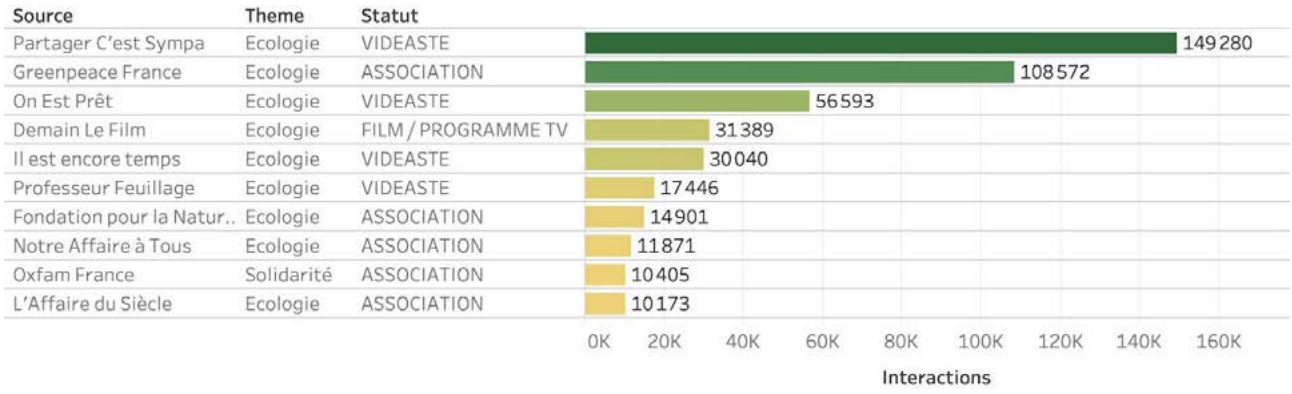


Fig. 13 - Leaders d'opinion du réseau de partage de la vidéo ADS

La vidéo de lancement de l'ADS a circulé largement sur Facebook mais elle n'a pas circulé dans toutes les communautés avec la même intensité. Alors même qu'une grande diversité de pages Facebook (Fig. 1 et 2), dont certaines avec une influence supposée plus forte de par leur plus grand nombre de fans, ce sont bien les acteurs à l'origine du dispositif qui lui ont permis de circuler largement au sein du réseau Facebook. Ce sont les communautés de leaders d'opinion en lien avec la cause qui ont le plus participé à sa diffusion. Il apparaît bien ainsi qu'un leader d'opinion n'est pas influent dans tous les domaines (Katz, Lazarsfeld, 1955) et qu'un engagement préalable de publics concernés par un enjeu apparaît est nécessaire pour initier une mobilisation numérique. Le dispositif de communication de l'ADS est venu particulièrement bien cadrer ces publics. Ce cadrage a permis d'activer une mobilisation incrémentale qui reste la règle dans un espace numérique (Granjon, 2017). Une mobilisation numérique ne peut donc se transformer en mobilisation numérique de masse que si et seulement elle a su au préalable engager ses publics militants.

Simultanéité : une coordination de leaders d'opinion pour activer une cascade d'information

Pour se défaire pleinement de la contrainte de visibilité exercée par l'effet de réseau, un dispositif de communication doit venir activer des leaders d'opinion selon une modalité très spécifique : la coordination simultanée. Dès 2007, les travaux de Watts et Dodds étaient ainsi venus, fortement nuancés la seule place des leaders d'opinion dans un phénomène de contagion d'information en contexte numérique. La viralité reste un phénomène complexe qui résulte d'une multitude de facteurs difficilement re-traçables. Dans leurs travaux de modélisation théorique, ils s'accordent néanmoins à la conclusion suivante concernant les phénomènes de viralité : « ne réussissent pas à cause de quelques individus influents qui influencent tout le monde mais plutôt en raison d'une masse critique d'individus facilement influençables qui influencent d'autres personnes

faciles à influencer. Dans nos modèles, les personnes influentes ont une chance plus grande que la moyenne de déclencher cette masse critique. » (Watts, Dodds, 2007 : 15). Cette conclusion se vérifie avec notre analyse de réseau de partages de la vidéo ADS (Fig. 9, Fig. 10, Fig. 11, Fig. 12). On y retrouve une transmission de l'information en trois temps, basée sur les logiques d'influence qu'ils explicitent.

Dans un premier temps, la transmission de la vidéo a été initiée par des nœuds du réseau Facebook hyper-influents soit des pages Facebook d'associations et de vidéastes dédiées à l'écologie avec plusieurs dizaines de milliers de fans. Via un système de partages coordonnés autour de PCS, dans un laps de temps très réduit, ils ont déclenché une cascade d'informations, soit une transmission large et rapide de l'information au sein de la couche publique du RSN (Fig. 13).

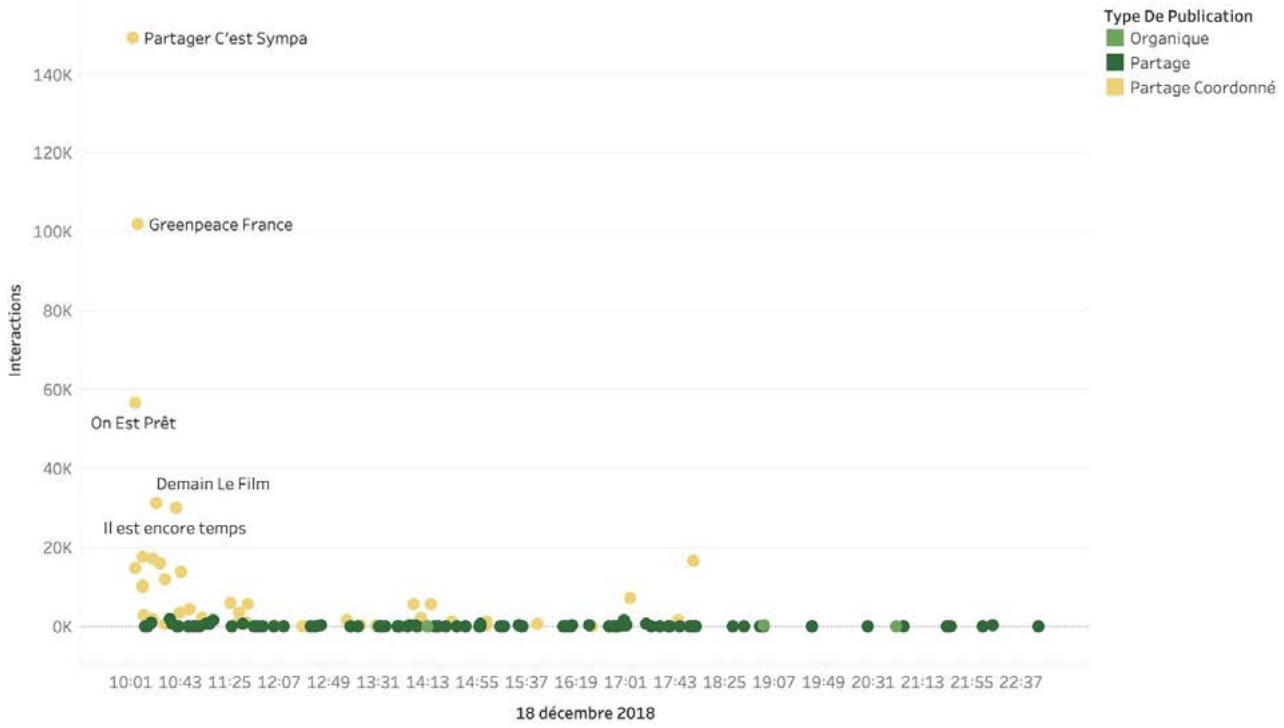


Fig. 14 - Chronologie de la transmission de la vidéo ADS sur Facebook selon les types de publication

Dans un second temps, cette coordination simultanée de leaders d'opinion de l'écologie a activé « une masse critique d'individus facilement influençables » ici les « fans » des pages Facebook. Cette masse critique étant issue des dizaines de milliers de « fans » de ces pages Facebook, ils apparaissent bien comme des « individus facilement influençables » car ils ont choisi volontairement de suivre ces pages. On retrouve un mécanisme d'approbation sociale qui augmente la probabilité de les voir partager des contenus issus d'une page Facebook que l'on suit (Messing, Westwood, 2014). Cette transmission de pages vers des profils individuels a permis de faire circuler l'information dans une nouvelle couche du réseau, une partie beaucoup plus privée et qui recoupe un réseau de relations interpersonnelles.

Dans un dernier temps, cette masse critique d'individus a en retour « influencer d'autres personnes faciles à influencer ». Ces « fans » des pages Facebook ont partagé la vidéo de lancement au sein de leur propre réseau interpersonnel. Un réseau où le lien d'approbation social y est encore plus fort. C'est ce dernier mécanisme

de transmission entre relation de pairs qui apparaît le mécanisme final de transmission au sein du réseau Facebook mais dont notre corpus, limité à la couche publique du réseau, ne permet de visualiser.

Cette coordination simultanée, qui a été à même de déclencher une cascade d'informations, est là encore le fruit du dispositif et de la stratégie de médiatisation associée. Cette stratégie c'est celle des partages coordonnés. Le dispositif de communication imaginée sur Facebook a permis au final d'activer 67 partages coordonnés de la vidéo de lancement de l'ADS dont 72% ont été activés le 18 décembre. Ce sont ces partages qui ont initié et mis en visibilité la pétition de l'ADS et au final autorisé le déclenchement d'une cascade d'information. Mobiliser des leaders d'opinion inscrits dans la thématique de la mobilisation selon une méthode de coordination simultanée est une première condition nécessaire pour faire déjouer la première contrainte de visibilité à l'œuvre dans un espace numérique mais elle est loin d'être la seule condition suffisante.

Seconde condition d'une mobilisation numérique de masse : s'adapter aux contraintes de communication des RSN

Au sein d'un espace numérique comme Facebook, la seconde contrainte est une contrainte de visibilité algorithmique qui est celle de l'Edge Rank. Cet algorithme organise les échanges selon un principe de popularité qui veut que plus les interactions sont fortes autour d'un contenu plus il sera montré à d'autres utilisateurs du réseau. L'algorithme de Facebook est une contrainte particulièrement forte pour les organisations qui souhaitent mobiliser car l'entreprise Facebook n'a eu cesse ces dernières années de faire baisser le niveau de visibilité des publications liées aux pages (Jamet, 2018). La seconde force du dispositif de communication de l'ADS est d'avoir su déjouer cette contrainte en proposant un affect numérique (vidéo de lancement de l'ADS) qui est venu satisfaire l'algorithme autorisant l'affichage de l'ADS dans le fil d'actualité d'un grand nombre de personnes.

Mettre en récit le message pour stimuler les réseaux

Le second résultat fort de notre analyse de circulation a fait ressortir la place centrale de la vidéo de lancement de l'ADS, véritable clé de voûte de la circulation de la pétition sur Facebook. Cette vidéo qui a cumulé plus de 7 millions de vues de 10 secondes est venue rendre visible cette mobilisation.

Fig. 15 - Statistiques de la vidéo de lancement de l'ADS

Ce résultat doit venir nous interroger sur la nature et les propriétés de ce contenu. Si cette vidéo de lancement a tant circulé c'est qu'elle s'apparente à un affect numérique. C'est tout d'abord le caractère viral de cette vidéo qui nous permet de la qualifier ainsi. En effet, l'observation de la chronologie des publications Facebook de la vidéo de lancement répond à la définition d'un contenu viral (Beuvisage, Beuscart, Courroné, Mellet, 2011). Il y a un pic de concentration massif des publications au lancement du dispositif de communication et par la suite, la diffusion de cette vidéo ne fait que décroître.

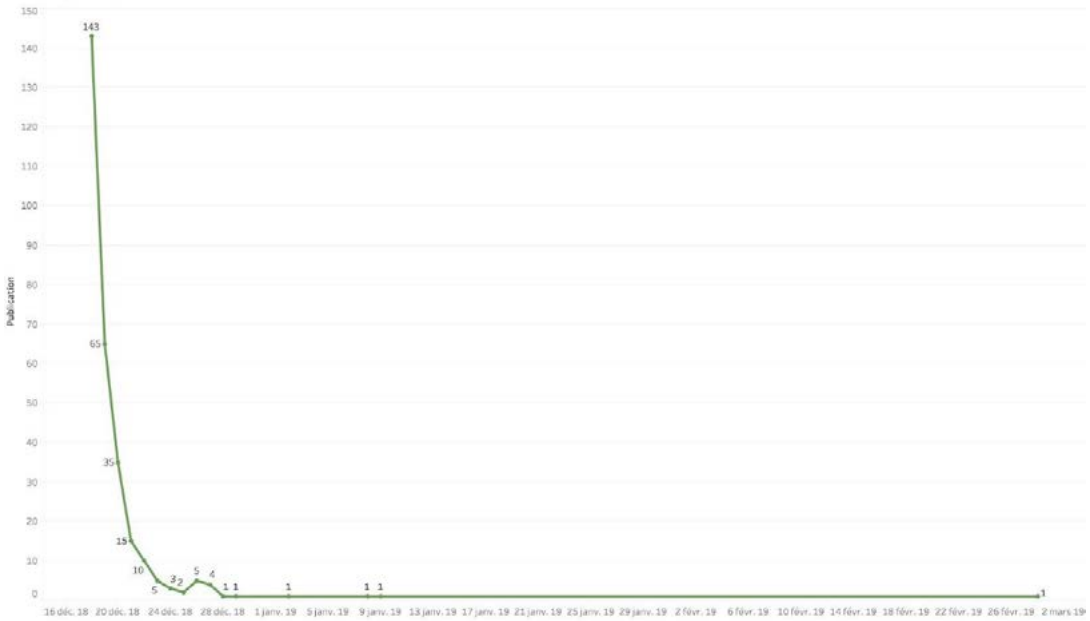


Fig.16 – Chronologie des publications Facebook de la vidéo de lancement de l'ADS

Cette viralité s'explique par la nature du médium utilisé qui a autorisé une narration à même d'activer une énergie émotionnelle (Jasper, 2018) tout autant que d'effectuer le cadrage symbolique nécessaire à une mobilisation (Gamson, 1992). On y retrouve ainsi les trois conditions identifiées par William Anthony Gamson, rapportées par Erik Neveu en 1999 :

- 1/ « Un cadre d'injustice, qui renvoie à une forme d'indignation morale et émotionnelle, constituant une situation donnée comme inacceptable ». La première partie de la vidéo est basée sur l'utilisation d'images d'archives de discours présidentiels et vient établir une dissonance entre la parole et les actes afin de susciter chez l'internaute un sentiment colère.
- *2/ « Une dimension de croyance dans la possibilité de remettre en cause la situation problématique par une action collective ».* La seconde partie de la vidéo propose un cadrage alternatif par le biais de l'action collective : « *on va demander à la justice d'ordonner à l'*État de respecter ses propres lois ». Il vient créer de l'espoir et un sentiment d'excitation indispensable à tout passage à l'action.
- 3/ « Une composante identitaire qui passe par la définition d'un nous et d'un « eux » adverse ». Ce cadrage identitaire est construit tout au long de la vidéo avec d'un côté des citoyens ayant conscience de la crise climatique (« *on est des millions »*) et au contraire un État désigné comme l'adversaire car n'agit pas suffisamment en conséquence.

Au final, ce contenu s'apparente à un affect numérique car le récit vient transformer l'internaute d'un état à un autre. Il est l'élément déclencheur de la participation à la mobilisation. Il vient activer le concept spinozien de puissance d'agir, qui permet enclenche ici une dynamique d'interactions entre un individu et un contenu numérique (Allard, Alloing, Le Béchec, Pierre, 2017).

Formater le messager pour s'intégrer à la culture numérique

Au-delà de la mise en récit, cette vidéo a pu devenir un affect numérique de par son formatage spécifique intégré à la culture numérique. Elle est tout d'abord venu s'appuyer sur une logique d'engagement minimaliste. Pour signifier sa participation à la mobilisation, l'action attendue de l'internaute est ainsi très simple et elle est résumée en une injonction : « *SIGNE ET PARTAGE CETTE VIDÉO ».* Une action proposée qui s'inscrit dans une logique push-button qui apparaît comme un mécanisme indispensable pour permettre un décloisonnement des publics militants (Badouard, 2017). En effet, pas besoin d'être un militant aguerri pour intégrer la mobilisation. Le coût d'entrée dans la mobilisation est très faible, il suffit de quelques secondes et quelques clics pour s'y associer.

La vidéo est venue couplée une logique d'engagement minimaliste à une logique d'engagement individualisé et personnalisé. Dans cette perspective, la vidéo met en scène 31 personnalités. Ces personnalités incarnent une grande variété de profils. Bien qu'on y retrouve des personnalités dont l'engagement en faveur de l'écologie est la source de leur notoriété (Cyril Dion, Pablo Servigne, Aurélien Barrau...), la majorité des personnalités à l'écran ne tirent pas leur notoriété d'un engagement écologique mais de leur talent artistique et créatif (Elie Semoun, Guillaume Meurice, Abd al Malik, Marion Cotillard, Juliette Binoche…). Ces personnalités viennent ensemble incarner un collectif désincarné avec des propriétés militantes faibles. Un col-

lectif qui n'appartient à personne et que chacun est appelé à intégrer en son propre nom : « *Des gens comme toi et moi poursuivent leur gouvernement* » ou encore « *Inscrivons nos noms, des millions de noms* ». Dans cette perspective, les quatre associations à l'origine de l'action en justice et du dispositif de communication, sont quasiment effacées de la vidéo.

La vidéo de lancement de l'ADS, à travers double formatage, est venue coller aux nouvelles pratiques d'engagement plébiscitées par les citoyens au sein d'un espace numérique (Granjon, 2017). Un formatage indispensable quand l'on sait qu'à l'ère du numérique, on s'engage moins à l'appel d'une organisation qu'en soutien à une cause selon des logiques d'actions politiques personnelles (Stefania Millan, 2016). Au final, cet affect numérique qu'est la vidéo de lancement de l'ADS apparaît bien comme la seconde condition nécessaire pour transformer une mobilisation numérique en mobilisation de masse. Dans un espace comme Facebook régi par des règles liées à l'économie de l'attention, une mobilisation qui ne peut pas s'appuyer sur un affect numérique, à défaut de pouvoir s'appuyer sur de l'affichage publicitaire, est une mobilisation qui ne pourra pas circuler au-delà de publics traditionnellement militants.

Bibliographie

Allard L., Alloing C., Le Béchec M., & Pierre, J. (2017). Introduction. Les affects numériques. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 11.

Alloing C., & Haikel-Elsabeh M. (2012). Les leaders d'opinion sur les réseaux socionumériques. *10eme Séminaire M@rsouin*, Brest.

Alloing C. et Pierre J. (2020). Le tournant affectif des recherches en communication numérique. *Communiquer*, n° 28, p. 1-17.

Badouard R. (2013). Les mobilisations de clavier : Le lien hypertexte comme ressource des actions collectives en ligne. *Réseaux*, n° 181(5), p. 87-117.

Beauvisage T., Beuscart J.-S., Couronné T., & Mellet K. (2011). Le succès sur Internet repose-t-il sur la contagion ? Une analyse des recherches sur la viralité. *Tracés. Revue de Sciences humaines*, n° 21, p. 151-166.

Bousquet F., Marty E., & Smyrnaios N. (2017). La pétition contre la Loi Travail : construction et appropriation de l'événement par ses acteurs, *Sciences de la société*, n° 102, p. 52-75.

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

Cefaï D. (2016). Publics, problèmes publics, arènes publiques… Que nous apprend le pragmatisme ? *Questions de communication*, n° 30, p. 25-64.

Gerbaudo P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London : Pluto Press.

Gladwell M. (2006). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. Little, Brown.

Granjon F. (2017). *Mobilisations numériques : Politiques du conflit et technologies médiatiques*. Paris, Presses des Mines.

Granjon F. (2018). Mouvements sociaux, espaces publics et usages d'internet. *Pouvoirs*, *N°164*(1), p.31-47.

Jasper J. M. (2018). *The Emotions of Protest*. University of Chicago Press.

Jammet T. (2018). L'activité de community management à l'épreuve de l'architecture algorithmique du web social. *Réseaux*, n° 212(6), p.149-178.

Jammet T. (2018). Vers une communication de marque dictée par les algorithmes ? Les relations publiques 2.0 face aux Big Data. *Communication et organisation*, n° 54, p. 93-105.

Katz E., & Lazarsfeld P. (2008). *Influence personnelle*. Paris, Armand Colin (1955 : Personal Influence, New York : The Free Press).

Karlsen R. (2015). Followers are opinion leaders: The role of people in the flow of political communication on and beyond social networking sites, *European Journal of Communication*, 30(3), p. 301-318

Milan S. (2015). From social movements to cloud protesting: The evolution of collective identity. *Information, Communication & Society*, 18, p. 1-14.

Marres N. (2015). Why Map Issues? On Controversy Analysis as a Digital Method. *Science, Technology, & Human Values*, n° 40(5), p. 655-686.

Marres N. (2017). *Digital Sociology: The Reinvention of Social Research*. John Wiley & Sons.

Messing S. & Westwood S. J. (2014). Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online. *Communication Research*, n°*41*(8), p.1042-1063.

Neveu É. (1999). Médias, mouvements sociaux, espaces publics. *Réseaux*, n°17(98), p. 17-85.

Thrall A. T., Stecula D. & Sweet D. (2014). May We Have Your Attention Please? Human-Rights NGOs and the Problem of Global Communication. *The International Journal of Press/Politics*, n° 19(2), p. 135-159.

Voirol O. (2005). Les luttes pour la visibilité. *Réseaux*, n° 129-130(1), p. 89-121.

Watts D. & Dodd, P. (2007). Influentials, Networks, and Public Opinion Formation. *Journal of Consumer Research*, 34, p. 441-458.

Annexes

STATUTS	NOMBRE	DESCRIPTION
ASSOCIATION	146	Page Facebook d'une association loi 1901 ou d'une fondation
COMMUNAUTÉ VIRTUELLE	79	Page Facebook faiblement institutionnalisée (pas rattaché explicitement à une personne morale ou physique)
PERSONNALITÉ	68	Page Facebook d'une personne physique

ENTREPRISE	54	Page Facebook d'une organisation à vocation commerciale
VIDÉASTE	47	Page Facebook d'une personne ou d'un collectif de personnes qui produit et publie des contenus vidéos sur Internet
MEDIA	45	Page Facebook se revendiquant comme étant un média ou blog disposant d'une existence en dehors de Facebook
POLITIQUE	20	Page Facebook, d'une personne morale ou physique exerçant une activité politique enregistrées comme telle
FILM/ PROGRAMME TV	9	Page Facebook liée à la promotion d'un film ou d'une émission de TV

Tableau 1 - Catégorisation des pages Facebook ayant partagé le lien hypertext de l'ADS selon leur statut

THÈMES	**NOMBRE**	**DESCRIPTION**
Ecologie	183	Page Facebook en lien avec la promotion d'enjeux écologiques
Consommation alternative	53	Page Facebook centrée sur la promotion d'une consommation alternative (exemple : Biocoop) ou une production écologique (exemple : Mon Jardin Permaculture)
Divertissement	36	Page Facebook avec une ligne éditoriale dédiée à l'humour (exemple : Elie Semoun) ou la satire (exemple : Allan Barte)
Solidarité	36	Page Facebook avec une ligne éditoriale centrée sur des valeurs de solidarité (exemple : Emmaüs Alternative) et ou d'humanisme (exemple : Ligue des droits de l'Homme)
Musique	31	Page Facebook en lien avec le monde musical (exemple : L.E.J)
Voyage	17	Page Facebook centrée sur l'expérience du voyage ou de ses modalités (exemple : Nicolas Vannier)
Cinéma	15	Page Facebook en lien avec le champ de la production audiovisuelle (exemple : Guillaume Canet)
Gauche Libertaire	15	Page Facebook avec un très faible degré d'institutionnalisation qui prône des principes de démocratie directe et d'autogestion (exemple : ZAD Partout)
Gauche Partisane	13	Page ou groupe Facebook, d'une personne morale ou physique ayant une activité politique institutionnalisée et positionnée à gauche de l'échiquier politique (exemple : Anne Hidalgo)
Généraliste	12	Page Facebook avec une ligne éditoriale multi-thématique (exemple : Konbini news)
Bien-être	12	Page Facebook ayant pour finalité la promotion de l'épanouissement personnel (exemple : Maman Zen)
Culture	11	Page Facebook ayant pour centre d'intérêt l'art (exemple : ARTS in Paris), la littérature (exemple : Agnès Ledig) ou l'histoire (exemple : Les Revues du Monde)

Cause Animale	10	Page Facebook en lien avec la promotion de la cause animale et/ou le véganisme (exemple : Vegan Impact)
Gilet Jaune	8	Page ou groupe Facebook revendiquant un lien avec le mouvement des gilets jaunes (Gilet jaune officiel)
Sport	3	Page Facebook en lien avec le monde du sport (exemple Camille Grassineau)
Féminisme	3	Page Facebook qui revendique l'égalité entre l'homme et la femme, et l'extension du rôle de la femme dans la société (exemples : Femmes et Féministes Insoumises)
Financement participatif	2	Page Facebook dédié à la promotion du financement participatif (exemple : KissKissBankBank)
Mode	1	Page Facebook qui traite de l'actualité de la mode (exemple : By Isnata - DIY)
Médiation scientifique	1	Page Facebook dédiée à la vulgarisation de la science (exemple : EPhiScience - EduKey)
Indépendantiste	1	Page ou groupe Facebook, d'une personne morale une activité politique institutionnalisée et revendiquant une indépendance territoriale (exemple : Gilles Simeoni)
Féminin	1	Page Facebook qui se définie comme dédiée à une actualité féminine (exemple : Au Féminin)
Cuisine	1	Page Facebook avec une ligne éditoriale dédié à la cuisine (exemple : Stéphane-Riss)
Actualité locale	1	Page Facebook dédiée à une actualité locale (exemple : Dernières Nouvelles d'Alsace)

Tableau 2 - Catégorisation des pages Facebook ayant partagé le lien hypertext de l'ADS selon leur thématique éditoriale centrale

Les communautés **émotionnelles** dans la consommation de la mode. Une recherche menée sur Instagram

Emotional Communities in Fashion Consumption. #fashion on Instagram

Anna Keszeg, maître assistant
Université Babeș-Bolyai, Département de Communication, Relations Publiques et Publicité
keszeg.anna@fspac.ro

Mots-clés : Communautés émotionnelles, Instagram, hashtags, mode

Keywords: Emotional Communities, Instagram, Hashtags, Fashion

Résumé

Cette recherche établit une typologie de posts concernant la mode sur la plateforme Instagram, le réseau social le plus en vue de l'industrie de la mode. Basé sur une recherche sur les emplois de #fashion, le troisième hashtag le plus utilisé de la plateforme, on a essayé de différencier des communautés émotionnelles de la consommation. Une analyse sémantiqued'autres hashtags reliés à #fashion nous a permis de différencier quatre communautés de consommation qui seront discutées dans cet article.

Abstract

The aim of the research is to establish a typology of posts connected to fashion on Instagram,the most prominent social network in the fashion industry. Based on a quantitative analysis ofthe hashtag #fashion, the platform's third most used hashtag, I tried to differentiate emotionalcommunities of fashion consumerism. According to a semantic analysis of other hashtags connected to #fashion allowed me to differentiate four consumer communities that are discussed in the article.

Les communautés émotionnelles dans la consommation de lamode. Une recherche menée sur Instagram

Anna Keszeg

La mode à l'ère de la post-vérité

Après les recherches sur les cultures urbaines des années 80 et 90 influencées par les courantsde *Cultural Studies,* dans les questionnements scientifiques sur la mode il y a un constat selonlequel il n'y a plus de sous-cultures, de tribus urbaines ou de post-sous-cultures et que la consommation contemporaine peut être définie par un certaine *omnivorisme*. Néanmoins, les attitudes d'appropriation de la mode de plus en plus visibles sur les réseaux sociaux qui se caractérisent par un apprentissage concurrentiel présupposent l'existence des communautés destyle (Macé, 2016) auxquelles on peut s'adapter et desquelles on peut se différencier. En même temps, nous avons un autre constat selon lequel l'activisme devient de plus en plus important dans la mode et qu'à l'ère des populismes on assiste à une politisation de plus enplus visible de la mode globale qui se manifeste dans l'activisme et l'attaque contre le populisme (Lemire, 2010). En partant de ces affirmations le point de départ de notre investigation est que les changements survenus dans les systèmes sociaux et politiques à l'époque post-factuelle (Weir, 2008, Harsin, 2015) affectent largement l'univers de la mode etdéfinissent des nouvelles attitudes de production, de consommation et d'appropriation des produits et des objets vestimentaires. Dans la politique l'ère de la post-vérité se caractérise parun raisonnement qui se fonde sur les affects et implique la création des communautés émotionnelles (Jégou 2014) qui peuvent être engagées dans des luttes de pouvoir grâce à des stimulus affectifs qui définissent des « bulles de filtre » (Mercier – Pignal-Cheynel, 2018). Le point de départ de cette recherche est que les décisions affectives et l'appartenance à des communautés émotionnelles ont une importance similaire dans la mode contemporaine que dans le domaine de la politique et il faut définir les grandes idéologies de la consommation dela mode pour arriver à une définition des communautés de style, de ces bulles de filtre de la consommation de la mode. Notre recherche essaie donc de décrire ces communautés idéologiques ou émotionnelles qui se trouvent derrière les attitudes contemporaines de consommation des produits vestimentaires. Néanmoins, la recherche n'a pas pour ambition d'esquisser un parallélisme entre les usages contemporains de la politique et celles de de la mode, les références au comportement politique contemporain fonctionnent plus comme uncadre de référence qu'un outil de travail ou une référence discursive. De cette manière notreprojet peut paraître ambitieux, mais il est complètement réalisable grâce au fonctionnement des réseaux sociaux qui se révèlent comme de véritables réceptacles d'attitudes consommatrices : Instagram, un réseau social adoptant un langage visuel, permet aux utilisateurs d'exprimer leur appartenance à des communautés émotionnelles et d'employer spontanément les mots-clés, les invectives qui indiquent leurs préférences. Cette transparencedes émotions qui conduisent nos attitudes de consommation a produit un changement considérable dans l'industrie de la mode qu'on peut décrire avec des termes comme « démocratisation », « ralentissement/accélération », « décentralisation ». Mais dans la géopolitique globale de la mode ces processus sont en réalité plus compliqués et rendent possible

la coprésence de modèles de création et de consommation antérieurs ou l'hybridationde diverses formes du comportement vestimentaire. L'intérêt scientifique majeur se trouve justement dans la compréhension de ces passages et de ces coexistences, les manières de faireanciennes qui se transforment et renaissent selon les attentes de générations nouvelles par le biais des communautés émotionnelles de la consommation.

L'objet de cette recherche est donc de comprendre quelles sont les communautés émotionnelles qui agissent aujourd'hui dans le monde de la mode et d'analyser quelques hashtags qu'elles mettent en avant. On considère que ces communautés se manifestent sur la plateforme Instagram et une analyse du contenu des descriptifs d'images qui y sont postés peuvent nous aider à les définir. L'ambition de la recherche est de proposer une typologie descommunautés de consommation de la mode sur les réseaux sociaux, notamment sur Instagram.

Communautés de style, communautés émotionnelles

Bien que notre introduction théorique soit partie de très loin, en faisant référence aux changements survenus dans la constitution des communautés à l'époque des réseaux sociaux, sur le plan pratique nous considérons les communautés émotionnelles comme des entités qui orientent la consommation vestimentaire, c'est-à-dire comme les principales modes de vie quise manifestent dans les stratégies de l'habillement. On utilise trois termes pour définir les formes de communautés dans la consommation de la mode : celui des *communautés émotionnelles* qui nous vient des recherches historiques (Jégou, 2014), celui des *communautésde style*, utilisé en anthropologie et en philosophie (Macé, 2016) et celui des *bulles de filtre* des sciences des médias (Boyadjian, 2017) pour valoriser l'importance des continuités et des discontinuités historiques. Je me suis appuyé sur les apports de Marielle Macé dans son livre *Styles : Critiques de nos formes de vie*. Macé affirme que le « [s]tyle est la vie impropre des singularités » qui soutient la logique de la distinction derrière nos modes de vie (Macé 2016 : 24). En même temps, les théories de l'Instagram insistent sur le fait que ce réseau social rend justement possible de faire valoir cette singularité, de la faire reconnaître et la mettre en compétition avec d'autres formes de singularité (Tifentale, 2014) et permet ainsi une sorte de digitalisation de soi (Kretz, 2010). La mode comme une forme d'apprentissage par la distinction fonctionne par une mise en jeu perpétuelle de styles et de singularités et sa double logique d'appartenance et de singularisation contribue à la constitution de communautés de style. Un autre constat sur lequel on s'appuie est celle qui affirme que la consommation de la mode se fonde sur des catégories affectives et reste largement défini par les émotions. La consommation de la mode n'est et n'a jamais été un acte tout à fait rationnel, les émotions quila soutiennent sont liées à des idéologies et des processus sociaux. C'est pour cela que des courants idéologiques comme le populisme, les diverses formes de l'activisme peuvent nous guider dans la définition des groupes de consommation. Les comportements relatifs à la modevisibles sur les réseaux sociaux dessinent une cartographie de différentiations et d'appartenances très fine.

Mesurer la mode sur Instagram

Les données qui seront traitées ici ont été recueillies en quatre phases. Nous avons travaillé avec des hashtags à chaque phase du travail. Dans la première phase, la question était de savoir quelle est la place de la mode et des concepts sémantiquement liés à la mode dans le contenu générale de la plateforme. Pour cela, nous avons

travaillé avec des données disponibles gratuitement sur une page qui recense les hashtags les plus en vue de plusieurs réseaux sociaux et notamment sur Instagram. Cette liste des hashtags nous a mené au constat que l'hashtag *#fashion* est la troisième étiquette le plus utilisé sur la plateforme, ce qui implique la nécessité de voir son réseau sémantique. On a choisi le mot anglais exactement pour voir la dimension la plus large des contenus relatifs à la mode : c'est-à-dire tous les posts publiés sous cette étiquette. Cependant, dans un deuxième temps, nous avons adopté une logique inverse : nous nous sommes intéressés au voisinage du hashtag #fashion, c'est-à-dire aux autres hashtags, expressions et termes avec lesquels il entre en relation : le champ sémantique du hashtag.

- Pendant cette deuxième phase du travail trois ensembles de donnée ont été générés[1].Le premier ensemble de données est une liste librement accessible des hashtags les plus populaires sur Instagram à un moment donné, les deux suivants constituentun ensemble de données récupéré via l'API non officielle d'Instagram pour le tagging et la géolocalisation.

La première phase de l'enquête fondée sur les données de https://top- hashtags.com/instagram/ (12-13 juin 2020) assemblait les cinq cents premiers hashtags les plus populaires de l'Instagram depuis la fondation de la plateforme, et parmi ceux-ci les hashtags qui pourraient être sémantiquement liés à la mode ont été sélectionnés manuellement. Ainsi, 131 hashtags émergent des cinq cents : tout hashtag est considéré comme lié à la mode qui se réfère directement aux pièces de l'habillement (éléments vestimentaires, mots concernant l'habillage, la constitution d'une tenue), qui peut être un signifiant ou un descriptif de l'habillement (couleurs, styles), relevant de l'art corporel en général ou, d'une manière plus générale, qui peut être lié à une culture matérielle qui s'adapteaux tendances. En ce qui concerne le tri de données obtenus par l'API de l'Instagram, trois types de recherche ont été menés :

a) Au premier tour, les données ont été collectées en fonction de l'intervalle de temps – c'est ainsi que les 100 000 posts les plus récents avec l'hashtag *fashion* (100 027 posts) ont été sélectionnés le 11/05/2020.

b) Dans le second tour, nous avons pris en compte une perspectiveindustrielle. Nous nous sommes convenu que les contenus liés à la mode prolifèrent pendant les *fashion week*, quand, en plus de l'activité des utilisateurs ordinaires, il y a beaucoup de posts professionnels qui augmentent la visibilité de l'industrie. Par conséquent, nous avons examiné le premier jour des semaines de la mode de Paris pour la période pré-pandémie, le 29 septembre 2019, et on a examiné deux ensembles de données. Pour le 29 septembre 2019, Paris et l'hashtag *fashion* on a considéré l'ensemble des contenus (1077 posts) grâce à la géolocalisation. L'identification de Paris comme lieu était un problème méthodologique, parce que le lieu était décomposé en plusieurs sites dans l'API (quartiers, différents points de la ville, attractions touristiques) et que le nom de la ville lui-même était présent selon plusieurs typographies. Nous n'avons finalement considéré que les posts avec cette localisation exacte : Paris, France. Sur les 2895 données ainsi filtrées, 1077 sont restées avec l'hashtag #fashion. Ce chiffre est déjà significatif en soi, car il suggère que plus d'un tiers des posts parisiens pendant les semaines de la mode sont liés à la mode.

1 La collection des données a été réalisée par mon collègue, Zalan BODÓ, maître de conférences à l'Université Babeș-Bolyai, Faculté des Sciences Mathématiques et de l'Informatique.

c) Tous les contenus comportant l'hashtag *fashion* pour le même jour, 29 septembre 2019 (291 921 posts). Après avoir identifié les posts, une liste des mots et des phrases les plus courants qui ont accompagné l'hashtag a été constituée, selon les fréquences d'occurrence. L'analyse a mis enrelation ces trois ensembles de données en utilisant la méthode du regroupement sémantique. Après avoir récupéré les données, les hashtags ont été regroupés par thème selon les aspects sémantiques. Dans le développement des catégories différentes typologies de hashtags ont étépris en compte.

Dans les recherches sur les hashtags deux grandes traditions peuvent être distinguées : d'un côté il y a des approches qui abordent la question sur une base lexicale et analysent la forme linguistique de l'hashtag (un mot, plusieurs mots, forme inidentifiable - Farzindar - Inkpen, 2015, 70-71), de l'autre les recherches s'orientent vers les fonctions des hashtags dans un nombre fini d'échantillons. Du point de vue de notre analyse, le deuxième type s'est révélé plus convenable. Farzindar et Inkpen ont distingué deux types d'hashtag selon leur fonction –ayant pour l'hypothèse qu'Instagram est une interface destinée à l'auto-numérisation (Kretz, 2010). Dans cette typologie l'hashtag est donc un outil de l'auto-branding. Dans les processusd'auto-numérisation il existe des activités d'étiquetage qui servent à la personnalisation : ce sont les hashtags de marque ou d'autres qui rendent possible l'intégration dans une communauté : c'est-à-dire des hashtags communautaires (Farzindar - Inkpen). Dans la littérature scientifique hongroise, des linguistes ont développé une division assez similaire quiprend en compte trois types d'hashtags : les hashtags *like-hunter*, les hashtags de contenu, faisant référence aux éléments de contenu de l'image, à la technique de création de l'image, à l'ambiance, à la personne qui figure sur l'image et les hashtags contextualisants qui font référence à l'humeur du créateur, aux circonstances de la publication (Csire 2015, cité par Veszelszki 2016). Le terme le plus flou dans cette classification est le premier, car un hashtagest essentiellement *like-hunter*, bien que le terme se réfère ici au type d'hashtags qui parle directement de la nécessité d'attirer des followers (cf. des hashtags comme follow4follow, like4like, etc.). Dans une autre perspective, Farzindar et Inkpen évoquent également la possibilité de classer les hashtags en fonction d'attitudes émotionnelles, mais cela nécessite l'identification de la relation entre l'hashtag et le contenu visuel.

À partir de ces considérations, ce sont les catégories d'étiquetage suivantes qui ont émergé :

(1) mots avec une référence générale à la mode (contenant le tag mode ou vêtement, se référant à la mode, à l'habillement par catégories générales ou de style, aux caractéristiques générales du comportement vestimentaire) ; (2) hashtags liés au temps (mots faisant référence à la saison, à l'heure de la journée, à la collection saisonnière) ; (3) mots ayant une dimensiongéographique et / ou ethnique / nationale (noms ou étiquettes géographiques et folkloriques accompagnés d'une expression d'émotion ou de comportement) ; (4) mots avec une référencemédiatique et un composant d'affordance (mots avec le composant instagram / insta / i ou avec une référence à la plateforme ou comportant une désignation de statut - blogueur, influenceur, etc.), (5) désignations des arts corporels, du maquillage, du tatouage, de nail art ; (6) étiquettes faisant référence au design et à la décoration intérieure ; (7) noms de marque ; (8)noms des célébrités. Après cela, un groupe d'hashtags a été retenu, des hashtags qui désignentune attitude spécifique liée à l'habilement: (9) tags faisant référence à la consommation ostentatoire - se vantant des biens acquis, percevant l'intérêt de la mode comme un statut, unehiérarchie, l'expression d'une tendance ; (10) créateurs : des hashtags faisant référence à la consommation de mode contemporaine, des tags qui abordent le comportement de la mode enfonction de catégories de l'innovation et de l'expression de soi faisant référence à un système de mode avant-gar-

diste ; (11) mots faisant référence à la consommation nostalgique, évoquant des attitudes vestimentaires rétro, vintage ou ethniques ; (12) hashtags faisant référence à la consommation durable - étiquettes soulignant l'importance de la production et de la consommation lentes, éthiques, l'éco-mode. Un aspect passionnant de cette recherche pourraitêtre de mettre en relation ces quatre marqueurs d'attitude avec les catégories de marques et decélébrités qui reproduisent les mêmes attitudes dans les valeurs de marque ou dans la marque personnelle d'un créateur. Dans la dernière phase de la recherche, nous nous sommes proposés d'étudier la communication des marques et des créateurs dans la perspective de nos quatre communautés.

Les résultats sont présentés dans le tableau suivant (tableau 1).

Numéro dela catégorie	1-GEN	2-T	3-GEO	4-MED	5-BOD	6-DES	7-BRAND	8-CEL	9-CONS	10-CONT	11-RETR	12-SUST	Total
Occurrence	30	-	38	6	9/24	4	5	-	6	2	3	4	131

Tableau 1 - Catégories de hashtags pour les 500 premiers hashtags Instagram.

Ainsi, on peut constater qu'il n'y a pas de marqueur de temps parmi les 500 premiers hashtags, mais les marqueurs d'espace ont donné 38 résultats. Une autre leçon importante vient du fait que la définition large de la mode, qui comprend tous les comportements liés au corps et donc au sport, a fait ressortir un nombre important d'éléments du domaine sémantique du sport et du fitness. On peut constater cependant que la première et la troisième des marques incluses dans les premiers 500 hashtags utilisés sont également des marques de sport (Nike -180, Adidas - 319)[2] L'occurrence des références aux arts du corps comme le maquillage, le tatouage et la décoration des ongles prouve que le tatouage, bien que populaire,est moins courant que le maquillage ou la décoration des ongles, du moins sur Instagram.

Pour les 31 tags généraux, des sous-catégories supplémentaires peuvent être créées comme suit : couleurs (blackandwihte – 87, black – 92, pink – 95, blue – 98, red – 136, green – 140, color – 198, white – 199, colorful – 236, colors – 285, gold - 374), éléments vestimentaires (dress – 129, shoes – 164, jewelry – 249, accessories – 424), sous-cultures urbaines (kpop - 214, hiphop - 231, streetstyle - 241, rap - 425, rock - 438). Parmi les hashtags de la géolocalisation se référant à une ville, Londres se trouve à la première place (London - 99), New York est la deuxième (NYC - 115 et New York - 179), Paris se trouve à la troisième place (128), mais il est intéressant de voir que Milan ne rentre pas dans les 500 premiers hashtags, tandis que l'Italie apparaît comme tag sous deux orthographes (italy - 121, italia - 415). On peut également souligner que le deuxième marqueur de géolocalisation est le Japon (Japan - 111), un chiffre qui révèle la forte présence de la mode de rue (*streetwear*) dans ce contexte géographique. On trouve également sur cette liste Moscou, Dubaï et le Koweït, c'est-à-dire des villes qui sont répertoriées comme des centres de la consommation ostentatoire (москва - 187, dubai - 189, الكويت - 209). Parmi les cinq premières marques, outre les deux marques de sport déjà mentionnées, on trouve trois représentants des marques de luxe : chanel - 305, gucci

2 Les numéros qui figurent après les tags indiquent leur place dans le classement et non le nombre de leursoccurrences. C'est-à-dire Nike et le 139e tag le plus utilisé sur Instagram dans l'histoire de la plateforme.

- 325, dior - 463. Ces marques peuvent être considérées comme incompatibles avec une attitude du luxe ou d'une consommation exclusivement ostentatoire : nous devonsattirer l'attentions sur le fait que dans ces trois cas, il y a également une tendance pour l'activisme et le développement de contenu avant-gardiste. Chanel et Dior ont été fortement impliqués dans les mouvements d'autonomisation des femmes et Gucci s'est imposé comme le pionnier des cultures tribales urbaines. Dans le cas des quatre catégories d'attitudes, on voitque c'est la consommation ostentatoire qui se trouve en position dominante (cool - 80, swag -85, shopping - 127, luxe - 147, fashionista - 176, shop - 468). Sans surprise, puisque dans le cas d'Instagram, les approches critiques de la plateforme mettent constamment en évidence que ses utilisateurs (*igers*) pratiquent l'auto-numérisation selon des marqueurs d'ostentation combiné avec une forte attente d'authenticité. En même temps, la durabilité arrive en deuxième position (handmade – 58, homemade – 254, natural – 304, diy – 402), ce qui peutégalement s'expliquer par la spécificité générationnelle des utilisateurs de la plateforme.

L'attitude vestimentaire nostalgique apparaît également dans les cinq cents premiers hashtags avec trois occurrences (vintage - 138, hijab - 345, bajumurah - 399), en revanche le comportement avant-gardiste de la mode ne peut être lié qu'au concept large du style (*style* - 18 et *stylish* - 306) : ce qui n'est non plus surprenant, car cette attitude est le comportement le plus nuancé, le plus conscient affectant en fait les utilisateurs professionnels des vêtements. Le tableau suivant contient les données du premier triage des contenus extraites de l'API, c'est-à-dire les 1077 posts résultant de la recherche. Nous avons d'abord exclu de notre liste les conjonctions, ce qui nous laisse 795 hashtags à étudier. Ces étiquettes ont été distribuées comme indiqué dans le tableau suivant (tableau 2). Les marqueurs de temps incluent des termes faisant référence à l'année, aux jours de la semaine ou à l'heure du jour (les marqueurs se référant aux mois sont presque complètement absents, mais il y a des références au moment, à la saison, au jour et même à l'éternité), et à la répartition en série des collections. (Des tags en français et en espagnols peuvent être reconnus ici à côté de l'anglais). En tête desrepères géographiques et nationaux se trouvent les références faites à Paris (paris, pfw, parisfashionweek, parisienne, pfw19, parisianstyle, parisian, parisfashion, parisien, parisfrance, parisjetaime, parisphotographer, pfwss20, eiffeltower, pfw2019, toureiffel, parismonamour, parisianlifestyle, parisfashionweek2019, fashionweekparis, igersparis, iloveparis, paris, parismaville, pfw20, parisgram, instaparis, parisianlife, фотографвпариже(photographe in Paris, RU), photographerinparis, 'パリコレ' (Paris est, JP), visitparis, parisphotography, parisphoto, parigi, howtobeparisian, париж (Paris – BU), parisfranceofficial, loveparis, parisphotoshoot, parisparis - 40 sur 84).

Numéro de la catégorie	1-GEN	2-T	3-GEO	4-MED	5-BOD	6-DES	7-BRAND	8-CEL	9-CONS	10-CONT	11-RETR	12-SUST	Total
Occurence	410	45	84	62	35	3	49	19	35	36	4	11	793

Tableau 2 - Catégories avec le hashtag mode Paris le 29.09.2019

La liste des marques, avec 49 résultats, commence par l'apparition de deux marques dont la présence est motivée par l'actualité qui les concerne : Céline et Hermès, tandis que les marques françaises sont majoritaires (27 sur un total de 48). Parmi les célébrités se détachent le nom de Bella Hadid et Gigi Hadid, que l'on retrouve sous plusieurs typographies, selon lesalphabets cyrilliques, anglais, bulgare et serbe. Cependant, les noms français manquent de la liste des célébrités (à l'exception de deux designers, Karl Lagerfeld et Olivier Rousteing) où apparaissent surtout des modèles professionnels (Bella Hadid, Gigi Hadid, Kendall Jenner ou Hailey Baldwin qui est également une star de télé-réalités), des stars de télé-réalités (Kylie Jenner, Kim Kardashian), des chanteurs (Selena Gomez, Ariana Grande, Rihanna, Taylor Swift, Justin Bieber, Zayn, Cardie B) et des acteurs (Aisvarja Raj, Eva Longoria). Ces données témoignent du processus de globalisation de la semaine de la mode parisienne. En cequi concerne les attitudes de mode, la montée de l'attitude avant-gardiste de la mode (36) est un fait révélateur, mais suivie de près par l'attitude ostentatoire (35).

La présence de références à des vêtements utilisés comme marqueurs de statut n'est non plussurprenante : la distribution des marques de luxe parisiennes témoigne du fait qu'elles ne sont plus destinées aux consommateurs français mais surtout aux consommateurs asiatiques.La troisième place est obtenue par le développement durable et marque le pouvoir de cette attitude qui façonne l'ensemble de l'industrie. Cependant, en se référant aux tendances générales de l'utilisation de l'Instagram, il convient de souligner que cette attitude est encorefloue par rapport aux deux autres qui caractérisent le comportement fondamental de la modeoccidentale traditionnelle. Le comportement lié à la mode nostalgique est présent dans une faible mesure, mais apparemment plus fortement que dans les statistiques globales des hashtags (1e phase de travail).

Conclusion

Au terme de cette analyse j'ai relié les catégories à la problématique des communautés et j'ai essayé de constituer des types de communautés en partant des aires sémantiques du terme *fashion*. De la sorte, je suis arrivée à différencier quatre communautés émotionnelles : les communautés ostentatoires, les communautés non-ostentatoires, les communautés avant- gardes et les communautés nostalgiques. La première catégorie se différencie par la volonté de montrer les ressources financières et de se vanter par les produits d'habillement ou le lookdu jour qui apparaissent comme les symboles du statut social ; la deuxième catégorie reste influencée par les courants de la durabilité et des pratiques écologiques de la mode ; la troisième catégorie est celle des consommateurs qui se servent consciemment de la mode, suivent ses tendances, sont familiers avec les pratiques contemporaines de la création et se considèrent comme des avant-gardes en matière de consommation ; la quatrième catégorie se réfère aux consommateurs qui s'orientent vers le passé d'une manière ou d'une autre, soit ens'habillant selon les coutumes d'une certaine période, soit en revenant à des traditions de consommation ethniques d'une certaine région.

Bibliographie

Boyadjian J., Olivesi A. & Velein J. (2017). Le web politique au prisme de la science des données. *Réseaux,* Vol.4, p. 9-31.

Farzindar A. & Inkpen D. (2015). *Natural Language Processing for Social Media*. Morgan and Claypool Publishers

Harsin J. (2015). Regimes of Posttruth, Postpolitics and Attention Economies,Communication. *Culture&Critique,* p. 327-333.

Jégou L. (2014). De l'usage des communautés émotionnelles. *Ménestrel* http://www.menestrel.fr/?-communautes-emotionnelles-

Kretz G. (2010). Pixelize me! A Semiotic Approach of Self-Digitalization in Fashion Blogs. *Advances in Consumer Research,* 37, p. 393-399.

Lemire B. (éd) (2010). *The Force of Fashion in Politics and Society*. Ashgate.

Macé M. (2016). *Styles, Critique de nos formes de vie.* Gallimard, Paris.

Mercier A. & Pignard-Cheynel N. (éd) (2018). *#info. Commenter et partager l'actualité surTwitter et Facebook.* Paris, Maison des Sciences de l'Homme.

Sand K. (2019). The Transformation of Fashion Practice through Instagram. In: Kalbaska N.& al. Eds : *Factum. Fashion Communication in the Digital Age*. Springer, p. 79-89.

Sikarskie A. (2020). *Digital Research Methods in Fashion and Textile Studies.* London-Sydney, Bloomsbury.

Tifentale A. (2014). The Selfie: Making sense of the Masturbation of Self-Image and theVirtual Mini-Me. *Selficity.net*, http://d25rsf93iwlmgu.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf.

Veszelszki A. (2016). #time, #truth, #tradition. An Image-text Relationship on Instagram: photo and hashtag. In Benedek András − Veszelszki Ágnes (eds.), *In the Beginning was the Image: The Omnipresence of Pictures: Time, Truth, Tradition*. (Series Visual Learning 6.) Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften, p. 139-150.

Weir L. (2008). The Concept of Truth-Regime. *The Canadian Journal of Sociology* Vol. 33. 2, p. 367-389.

L'*empowerment* collaboratif comme dispositif communicationnel ? Le cas « Blablahelp ».

Collaborative empowerment as a communicational dispositive? The "Blablahelp" case.

Nicolas Peirot, enseignant-chercheur contractuel
CIMEOS, Université de Bourgogne Franche-Comté
nicolas.peirot@gmail.com

Mots-clés : empowerment, consommation collaborative, plateforme, communication marchande

Keywords: *empowerment*, collaborative consumption, platform, marketing communication

Résumé

Cet article part de l'hypothèse d'une incorporation de l'idéologie de l'*empowerment* collaboratif aux dynamiques du capitalisme numérique. Il repose sur une enquête qualitative dédiée à la communauté d'usagers-experts d'une plateforme de covoiturage. L'analyse des résultats revient sur les caractéristiques de ce dispositif communicationnel et aboutit à une discussion de la notion d'*empowerment* du point de vue des sciences de l'information et de la communication.

Abstract

This article begins with the hypothesis of the blending of the ideology of collaborative empowerment within digital capitalism dynamics. It is based on a qualitative investigation dedicated to a carpooling platform user-expert community. The results analysis describes the characteristics of this communicational dispositive and leads to a discussion of the notion of empowerment from the information and communication sciences perspective.

L'empowerment collaboratif comme dispositif communicationnel ? Le cas « Blablahelp »

Nicolas Peirot

L'objectif de cet article est d'interroger les modalités d'incorporation de la notion d'*empowerment* aux dispositifs de communication marchande. Cette idée sera abordée à partir du cas de la consommation collaborative en ligne. On entendra par là toute forme de consommation résultant de transactions, marchandes ou non, médiées par un dispositif numérique en ligne impliquant des offreurs et demandeurs dont une partie sont des particuliers et non des professionnels (Peugeot, Beuscart, Pharabod, & Trespeuch, 2015). Pour bien saisir ses contours, il faut également relever la dimension idéologique de la consommation collaborative, point de départ de cet article. Caractérisée comme un « mouvement »[1] par ses promoteurs, elle est associée à un ensemble de discours experts fondés sur l'idée d'une désintermédiation des échanges source d'*empowerment* pour les consommateurs (Botsman & Rogers, 2011 ; Fing & Ouishare, 2015 ; Wortham, 2011).

Ces discours ont fait l'objet d'une déconstruction en sciences humaines et sociales. Les critiques ont par exemple pointé les dynamiques d'exploitation du travail numérique (Casilli, 2015), les logiques de pouvoir à l'œuvre dans le design des plateformes (Gillespie, 2010) ou encore les conditions de travail des micro-entrepreneurs de plateforme (Aguilera, Dablanc, & Rallet, 2018). Tout en prenant en compte ces travaux, cet article entend montrer qu'il demeure pertinent de penser l'activité collective en ligne en termes d'*empowerment* – à condition de resituer la trajectoire de la notion dans le cadre du capitalisme numérique.

Dans le cadre de cet article, il s'agira de se concentrer sur la dynamique d'incorporation de l'*empowerment* aux processus de communication marchande à partir d'un cas saillant, celui de l'entreprise Blablacar. Après avoir caractérisé les discours d'*empowerment* collaboratif, nous nous donnerons un cadre théorique, pour penser leur incorporation au sein du capitalisme numérique, et un cadre méthodologique pour construire les conditions d'une observation du phénomène recherché. Nous analyserons ensuite un dispositif spécifique, le service « Blablahelp » mis en œuvre par les marketeurs de l'entreprise. La dernière section discutera la pertinence de la notion d'*empowerment* du point de vue des sciences de l'information et de la communication (SIC).

Empowerment collaboratif, un discours d'accompagnement ?

Dans les discours experts, l'*empowerment* collaboratif renvoie à l'idée d'une désintermédiation des échanges. À travers les dispositifs collaboratifs, les consommateurs gagneraient en « pouvoir » face aux intermédiaires traditionnels et deviendraient « plus acteur de la consommation » en contributant à une transition techno-so-

1 Une expression que l'on retrouve par exemple dès 2011 sur le média en ligne du *think tank* dédié à l'économie collaborative, « OuiShare ». Léonard, A. (2011, 28 février). « La consommation collaborative : quel impact sur l'économie, demain ? ». *Consocollaborative.com*. URL : https://link.infini.fr/o5JmcLTB

cio-écologique. Dans ce cadre, l'idéal de l'*empowerment* collaboratif se situe à la croisée de deux formes sociales (Peirot & Galibert, 2019). D'un côté, il renvoie à l'idée d'une « sagesse des foules » (Surowiecki, 2005) résultant de l'agrégation des avis individuels et d'une coordination dépersonnalisée de l'action (Sarrouy, 2014). De l'autre, il renvoie aussi à une forme de consommation conviviale et porteuse de sens pour les individus, puisqu'il s'agit de *« créer de l'estime de soi, de l'identité et du sentiment d'appartenance à une communauté* » (Botsman & Rogers, *op. cit.,* pp. 199-200). Dans ce cas, l'*empowerment* est associé à des formes de reconnaissance émancipatoires (Honneth, 2013), caractéristiques de la socialisation communautaire en ligne (Galibert, 2014) et de la « culture participative » propre aux médias numériques (Jenkins, Ito, & Boyd, 2017).

Dans la continuité des approches communicationnelles du phénomène collaboratif (Gardère, Bouillon, & Loneux, 2019), cette désintermédiation peut être comprise comme une re-médiation complexe des échanges. Les plateformes renvoient en effet à un dispositif sociotechnique où se croisent médiations algorithmiques, prescriptions architextuelles et stratégies de community management (Peirot, 2020). Les premières optimisent les entrées en contact et la mise en relation des internautes, les deuxièmes cadrent la mise en relation des usagers en ligne (Bailly & Boudot-Antoine, 2018) et les dernières visent à fidéliser les internautes à travers une instrumentalisation des logiques de reconnaissance (Peirot & Galibert, 2019).

Cependant, cette approche de la structuration de l'activité en ligne ne permet pas d'interroger directement la place qu'occupe l'idéologie de l'*empowerment* collaboratif. S'agit- d'un « discours d'accompagnement » (Bouquillion, Miège, & Moeglin, 2015 ; Bullich, 2015), comme le suggèrent les analyses des industries du contenu ? Cet article fait l'hypothèse que l'*empowerment* renvoie à un dispositif communicationnel contribuant aux processus productifs des entreprises de consommation collaborative. Dans un premier temps, il convient donc de se doter d'un cadre permettant de penser l'incorporation de l'*empowerment* aux processus de communication marchande.

L'*empowerment* dans le nouvel esprit du capitalisme numérique

En interrogeant « l'incorporation » de l'*empowerment* collaboratif, cet article se situe dans une approche communicationnelle des organisations (Bouillon, Bourdin, & Loneux, 2007) appliquée aux processus de communication marchande. Cela implique d'aborder les phénomènes informationnels et communicationnels comme pris dans des rapports sociaux, politiques et économiques plus généraux. Il s'agit ainsi de situer l'*empowerment* collaboratif dans l'analyse des dynamiques idéologiques du capitalisme (Boltanski & Chiapello, 2011). Celle-ci montre que la critique agit de façon contraignante sur les processus d'accumulation conduisant à des mutations de « l'esprit du capitalisme » ; c'est-à-dire à une transformation des motifs qui justifient que l'on s'y engage. Dans cette perspective, la critique est incorporée, au sens de la mise en place de dispositifs visant « à maintenir un écart tolérable entre les moyens mis en œuvre pour générer des profits et des exigences de justice (Boltanski & Chiapello, 2011 : 75). L'idéologie est alors conçue comme engagée dans l'action, à travers des dispositifs, relevant de discours marketing et managériaux mais aussi d'épreuves sociales (plus ou moins organisées). C'est cette conjonction socio-symbolique que nous désignerons ici par l'expression « dispositif communicationnel ».

Cette approche permet de comprendre les trajectoires de l'*empowerment* dans le champ social. En effet, si la notion d'*empowerment* est popularisée au sein des nouveaux mouvements sociaux à partir du début des années 1970 aux États-Unis, elle va rapidement intégrer les dispositifs managériaux (Dambrin & Lambert, 2008). C'est au début des années 2000, que la notion gagne le vocabulaire des marketeurs pour interroger « l'expansion de la puissance d'agir et du pouvoir d'influence du consommateur » (Fayn, Des Garets, & Rivière, 2019 : 136), sans pour autant déboucher sur une analyse des enjeux communicationnels à l'œuvre.

Paradoxalement, ces travaux ne problématisent pas la dimension collaborative de l'*empowerment*. Pourtant, comme le montre Valérie Peugeot (Peugeot, 2015), la notion entretient une longue histoire avec la sphère de l'économie numérique. La sociologue propose ainsi la catégorie « d'*empowerment* technologique »[2] pour désigner le processus émancipatoire issu de l'incorporation, au sein du capitalisme numérique, d'une partie des critiques de la contre-culture américaine (Turner, 2012). Ce modèle économique, dont l'avènement peut être situé à la fin des années 1980, n'échappe pas lui-même à la critique. Comme le montre Sébastien Broca le régime « informationnel » du capitalisme numérique[3] fait rapidement face à une dénonciation des logiques « propriétarisation » (Broca, 2015 : 5) sur lesquels il repose. Cette critique s'exprimera, notamment, par la valorisation d'un *empowerment* « hacker » (Himanen, 2001 : 23-35) et de la « puissance d'agir de la culture de la contribution » (Proulx, 2011 : 5). Si ces discours ont donné lieu à des initiatives concrètes, on les trouve aussi au cœur du « nouvel esprit du capitalisme numérique », au sein duquel la création de valeur repose moins sur des droits de propriété intellectuelle que sur la création « [d']écosystèmes », où les utilisateurs participent […] à la production de contenus, valorisés de manière indirecte par le biais publicitaire ou par la vente de services » (Broca, 2015 : 5). C'est bien dans ce type de modèle que l'on retrouve les plateformes de consommation collaborative.

Nous comprenons alors l'*empowerment* collaboratif comme l'idéologie de ce « nouvel esprit du capitalisme numérique ». Elle est d'abord marquée par la culture « collaborative » des pionniers de l'internet (et ses valeurs de créativité, de partage et de passion). Elle est fondée sur les exigences de justice propres à la critique « artiste » des industries médiatiques, renvoyant à une forme « d'individualisme expressif » (Allard & Vandenberghe, 2003 : 194) et se matérialisant dans les appropriations créatives des internautes (Jenkins, 2013). Enfin, cette idéologie est liée au modèle économique des plateformes d'intermédiation numérique (Matthews, 2015). Celui-ci repose sur l'agrégation de contributions à très grande échelle, ce qui suppose également une capacité à susciter ces dernières, à travers l'élaboration de dispositifs engageants.

Nous faisons ainsi l'hypothèse que l'incorporation de l'idéologie de l'*empowerment* collaboratif donne lieu à l'élaboration et l'expérimentation de dispositifs communicationnels spécifiques. L'émergence de manuels de « communication digitale » (Oliveri, Tuillier, & Mesrobian, 2019) plaidant pour une prise en compte des exigences participatives des internautes constitue une première validation empirique de la pertinence de cette hypothèse. Cependant, cette littérature renvoie aussi à l'adaptation de processus organisationnels déjà

2 En contre finalement d'une version plus sociale, celle de « l'*empowerment* numérique », notamment portée par les politiquespubliques « d'e-inclusion » (Peugeot, 2015).

3 Voire de « premier esprit du capitalisme numérique » pourrions-nous ajouter. Cette expression, à vocation heuristique, ne désigne pas une phase précise et délimitée de l'histoire du capitalisme mais plutôt les formes « d'accumulation illimitée du capital » en tant qu'elles sont soutenues par des dispositifs nés de la diffusion d'Internet ou rendues possibles par ces derniers.

connus (à l'image de la gestion de la relation client). Dès lors, comment identifier des dispositifs communicationnels d'*empowerment* sur un plan méthodologique ?

Mener l'enquête à partir du cas « Blablahelp »

L'enjeu méthodologique consiste à passer du temps historique de « l'incorporation » à celui, plus organisationnel, du dispositif communicationnel d'*empowerment*. Cette démarche implique de mettre à distance l'idée d'une domination agissant à travers l'intériorisation de normes. Les dispositifs recherchés se caractérisent en effet par la tenue d'épreuves, entendues comme des « évènement[s] au cours [desquels] des êtres, en se mesurant […] révèlent ce dont ils sont capables » (Boltanski & Chiapello, 2011 : 76). Ces épreuves sont communicationnelles au sens où elles sont organisées de façon à contribuer aux processus productifs des plateformes et justifiées comme émancipatoires. Elles impliquent aussi des situations au cours desquelles leur légitimité peut être remise en cause. La prise en compte de ces deux aspects est au cœur de notre démarche méthodologique.

Les observations se concentrent ici sur une plateforme de mise en relation, payante, de covoitureurs, Blablacar. Cette dernière constitue un exemple saillant des tensions communicationnelles propres à la consommation collaborative et se révèle propice à l'identification de dispositifs d'*empowerment*. D'un côté, la communication de l'entreprise se caractérise par des références systématiques aux aspects émancipatoires de la participation et de la socialisation communautaire en ligne. De l'autre, l'inscription de l'entreprise dans la chaîne du « capital-risque » implique une rationalisation poussée de la coordination des internautes. Nos observations se sont ainsi déroulées lors du lancement d'un algorithme d'optimisation du nombre de trajets potentiels proposés aux passagers.

C'est au cours d'une première phase d'enquête[4] (mars 2017 – février 2018) que nous avons identifié le service d'entraide « Blablahelp ». Mis en place par l'entreprise en octobre 2014, il est présenté comme un « tchat communautaire d'entraide ». Sur son versant public, il met en relation des internautes ordinaires avec des usagers-experts bénévoles, qualifiés de « *helpers* ». Sur son versant privé, il s'agit d'un forum où se retrouvent les *helpers* pour échanger[5]. Une fois identifié, ce dispositif a donné lieu à une enquête exploratoire (février 2018 – février 2019) fondée sur la collecte systématique de deux types de traces portant sur les justifications des marketeurs (dont les articles de blog consacrés au « Blablahelp » ; n = 18) et les actes communicationnels qu'il suscite (à partir de l'observation des interactions des *helpers* sur la page Facebook de Blablacar). Les documents recueillis ont fait l'objet d'une analyse de contenu qualitative et thématique[6] (Bardin, 2013), complétée par un entretien en profondeur avec Franck[7], qui se décrit comme un membre du noyau du « noyau de trente à quarante *helpers* très actifs » sur les cinq cents inscrits. Dans ce cas, la col-

4 L'étude de ce cas s'est inscrite dans une enquête plus générale dédiée aux services communautaires de plateformes de consommation collaborative, précédée par une phase d'étude des représentations expertes (novembre 2016 – juillet 2017).

5 L'accès à cette partie du dispositif ne nous a pas été possible, nous y reviendrons dans la discussion des résultats.

6 Équipée d'un logiciel d'analyse de contenu, *Atlas.ti*, permettant la préparation du matériel, son codage et sa catégorisation.

7 Il s'agit d'un pseudonyme.

lecte et l'analyse de données ont été tournées vers la trajectoire individuelle de l'interviewé et le récit des « épreuves » observées.

« Blablahelp » : l'*empowerment* comme gestion sociale et symbolique

Les discours des marchands d'*empowerment*

Le dispositif « Blablahelp » repose sur un service commercialisé par la société Howtank, qui se définit comme experte des « communautés de marque »[8]. Selon ses marketeurs, il offre « la possibilité d'avoir un contact humain et immédiat avec des personnes qui connaissent parfaitement le service »[9]. Dans le cas de Blablacar, la « communauté » se voit déléguée l'optimisation de la gestion de la relation client. Le rôle des *helpers* consiste à répondre aux demandes d'aide et, si nécessaire, à rediriger les internautes vers les équipes « support » professionnelles. Sur le blog de l'entreprise, les marketeurs insistent ainsi sur le fait que le dispositif « ne remplace pas les 50 personnes de l'équipe relation membres »[10]. Étant donné l'engagement qu'il appelle de la part des usagers-experts, ces discours ne dissolvent pas totalement les ambiguïtés propres à une forme de travail du consommateur (Dujarier, 2014), conduisant les marketeurs à insister sur le fait que le service devrait précisément son efficacité aux motivations anti-utilitaristes des membres. Un manager de Blablacar précise ainsi dans une interview : « C'est de l'engagement bénévole et volontaire, pas du travail »[11]. Le directeur produit de Howtank abonde en ce sens en précisant que « Les réponses doivent rester désintéressées » pour susciter l'engagement.

Dans ce cadre, les documents de communication qui présentent l'activité des *helpers* insistent sur la dimension émancipatrice du dispositif. Les discours oscillent entre valorisation de la dimension ludique et mise en avant de la convivialité des échanges. Comme l'explique un article visant à recruter de nouveaux membres : « Sur ce réseau social […] guidez les utilisateurs égarés sur la plateforme et partagez de nombreux moments Fun & Serious entre Ambassadeurs ! »[12]. Quelques lignes plus loin, l'article souligne que devenir helper apporte aux membres sur « un plan personnel » (« se sentir utile », « rencontrer de nouvelles personnes »). À ce titre, les discours des « marchands de l'*empowerment* » puisent leurs justifications dans un registre à la fois civique et inspiré (Boltanski & Thévenot, 1991) et s'ancrent dans la promesse d'une réalisation de soi.

La communauté éprouvée : l'instrumentalisation de la reconnaissance

L'activité des *helpers* comprend une part d'auto-organisation. Ces derniers se retrouvent sur le forum privé pour discuter de leurs interventions mais aussi de leurs intérêts. Cette activité discursive conduit Franck à

8 Voir : « Notre plateforme ». Howtank. URL : https://link.infini.fr/QqL611Fo

9 Cette approche est désignée à travers la notion de « click-to-community ». C'est-à-dire « […] un tchat communautaire à un réseau social et permet de rapprocher les marques, leurs communautés et leurs clients ». Voir : Howtank (2015, 5 octobre). « Qu'est-ce que le click-to-community ? ». Ecommerce Mag. URL : https://link.infini.fr/ngvm6-EK

10 Document n°27 (2018-2019), « Blablacar lance son tchat communautaire pour guider les nouveaux visiteurs ». URL : https://link.infini.fr/7DBw5HLv

11 Document n°38 (2018-2019. « L'Oréal, La Redoute, Sarenza, Blablacar… Pourquoi ils vous confient leur service client ». URL : https://link.infini.fr/_qohZdEp

12 Document n°28 (2018-2019), « Rejoignez la communauté des *helpers* ». URL : https://link.infini.fr/Kto2UHsN

revendiquer une identité collective, proche de l'idéal de la « communauté virtuelle » (Rheingold, 1994) : « Nous sommes une communauté et puis un peu une famille en même temps »[13]. Cette dimension reliante est intégrée à la communication stratégique de Blablacar. Sur le blog de l'entreprise, la rubrique « BlaBla-Family » propose des récits d'événements dédiés aux *helpers* ou des interviews avec « le helper du mois »[14]. Cette gestion symbolique (Floris, 2001) se prolonge dans un encadrement sociotechnique, assuré par les community managers.

Ces derniers prennent d'abord en charge le recrutement des membres sur la base des formes de codification du capital-symbolique offertes par la plateforme d'intermédiation[15]. Les nouveaux venus sont ensuite formés par les *helpers* en référence à une charte éditée par les community managers. Cependant, l'incorporation de l'idéologie de l'*empowerment* doit aussi reposer sur évènements conviviaux au risque de réveiller une critique pointant une forme de travail dissimulée. L'activité des community managers consiste alors à stimuler le monde vécu communicationnel de la communauté en lui offrant toute une série d'épreuves de nature émancipatoire. Les « *helpers* » ainsi sont invités à prendre part à différentes activités : rencontres avec la direction, tournée des équipes marketing dans cinq villes à la rencontre des usagers-experts[16], organisation d'activités ludiques (ateliers cuisine, jeux de rôle)[17], fête d'anniversaire du service ou encore cérémonie parodique de remise de prix (les « Helper Awards »[18]). À travers ces activités, et une variété de rétributions symboliques (cadeaux, mises en scène des membres sur les réseaux sociaux[19]), la contribution des membres est reconnue. L'appartenance à une communauté « éprouvée » autorise alors les membres à « jouir d'une estime sociale qui leur permet de se rapporter positivement à leurs qualités et à leurs capacités concrètes » (Honneth, 2013 : 206).

Faire entendre une parole critique ?

La gestion sociale et symbolique de la communauté ne peut pas pour autant s'éloigner des impératifs productifs de l'entreprise. Dans ce cadre, les évènements s'accompagnent aussi d'ateliers visant à inscrire les *helpers* dans des processus d'innovation. Selon Franck et un développeur interviewé, ce principe est institutionnalisé à travers une visioconférence hebdomadaire réunissant les *helpers* et les salariés de l'entreprise[20].

Ces visioconférences s'élaborent sur le fond d'une relation sociale et symbolique déjà existante. Elles sont alors un moyen supplémentaire de reconnaître les contributions des *helpers* en se montrant attentif à leurs suggestions. D'autre part, ces épreuves sont aussi des occasions pour les usagers-membres de s'affirmer en tant que communauté et de revendiquer une certaine autonomie. Les formes de participation à l'œuvre peuvent ainsi tendre vers une représentation des usagers de la plateforme. Comme l'explique Franck : « on

13 Entretien n°10 (2019), Entretien n°10 (2019), collaborateur, usager-expert.

14 Document n°24 (2018-2019), « Rencontrez notre Helper du moi : Vivie ». URL : https://link.infini.fr/4D55_3sM

15 Le formulaire de candidature requiert notamment d'avoir acquis le statut « d'ambassadeur » et d'afficher une « note moyenne d'au moins 4,2/5 ». Document n°35 (2018-2019), « Devenez helper Blablacar ». URL : https://link.infini.fr/Swyrz0Xp

16 Document n°21 (2018-2019), « Le BlaBlaHelp fête ses deux ans ! ». URL : https://link.infini.fr/qeY93qtk

17 Document n°30 (2018-2019), « Helper tour 2017 ! ». URL : https://link.infini.fr/N0LjChhT

18 Document n°32 (2018-2019), « Fun & Serious est un de nos mantras […] ». URL : https://link.infini.fr/vqDq7zJR

19 Document n°30 (2018-2019). « Helper tour 2017 ! ». Blablacar – chaîne Youtube. URL : https://link.infini.fr/R8s2Aaa1

20 Nous retrouvons ici un marqueur fort des pratiques de travail hacker, reprise par les tenants du web 2.0, celle de la « version bêta permanente ».

est un peu les porte-paroles des utilisateurs de la plateforme »[21]. C'est ce type de logique qui a semblé présider lors de l'annonce du rachat d'une société de bus par Blablacar. Selon Franck, les *helpers* auraient alors contesté l'opération au nom d'une concurrence déloyale envers les covoitureurs. Dans ce cadre, ces derniers semblent aussi se faire les garants de l'esprit de « partage » associé à la consommation collaborative. Comme l'explique Franck : « On leur a dit : 'bah vous allez peut-être ajouter du trafic en plus quoi ?'. Ça ne collait plus à l'esprit de départ de Blablacar »[22].

Il ne s'agit pas non plus d'attribuer à ce dispositif des vertus contestataires qu'il n'aurait pas. Celui-ci demeure le support de processus d'innovation et ne semblent pas conférer aux *helpers* un quelconque pouvoir administratif, fondé statutairement. En revanche, nous pouvons faire l'hypothèse que les usagers-experts se saisissent de ces épreuves pour faire entendre une parole critique et peser sur les rationalisations à l'œuvre.

Entre rationalisations communicationnelles et processus émancipatoires

Au terme de cette analyse, « Blablahelp » nous semble donc pouvoir être appréhendé comme un dispositif communicationnel d'*empowerment*. Ce dernier vise en effet à impliquer les usagers-membres dans les processus productifs de la plateforme à travers différentes épreuves puisant leur force dans une socialisation communautaire émancipatrice. De ce point de vue, le dispositif étudié constitue un exemple saillant, dans l'univers de la communication marchande, des « paradoxes de l'individuation » identifiés par Axel Honneth (Honneth, 2008 : 315), au sens d'un entremêlement des dynamiques du capitalisme avec des formes de réalisation de soi. À ce titre, le cas étudié ne peut être réduit à un « travail du consommateur » – au risque d'écraser l'expérience vécue des usagers – pas plus qu'il ne peut être réduit à une instrumentalisation marketing des logiques de reconnaissance (Galibert, 2014) – au risque de laisser de côté les logiques de pouvoir et de conflit possiblement à l'œuvre.

La validation de la pertinence de l'hypothèse initiale – celle d'une incorporation de l'idéologie de l'*empowerment* collaboratif – appelle cependant à un approfondissement méthodologique et empirique. Penser les dispositifs communicationnels d'*empowerment* implique tout d'abord de s'intéresser aux situations que ces derniers cadrent. Il s'agit ainsi de recueillir des actes communicationnels témoignant des convergences et divergences entre les marketeurs et les internautes. Une focalisation sur les situations de conflit pourrait notamment apporter un éclairage sur les formes de reconnaissance en jeu et sur le devenir de la parole critique des usagers-membres. Une telle approche pose cependant un problème d'ordre méthodologique dans la mesure où l'accès à ces dispositifs est peu aisé, pour des raisons qui tiennent notamment de la protection des processus d'innovation des entreprises impliquées. À ce titre, il serait pertinent d'évaluer les possibilités offertes par des enquêtes ethnographiques en ligne. Dans le cas du « Blablahelp », ce type de démarche nécessiterait de construire un profil répondant aux critères formulés par les community managers et pourrait se traduire par une observation participante à même d'interroger les paradoxes des processus émancipatoires engagés.

21 Entretien n°10 (2019), *op. cit.*

22 Entretien n°10 (2019), *op. cit.*

Par ailleurs, l'analyse des dispositifs communicationnels d'*empowerment* nécessite un élargissement des observations et analyses empiriques. Ce travail a été entrepris dans le cadre d'un travail doctoral plus général, à partir de trois autres cas également issus du champ de la consommation collaborative en ligne. Ces derniers n'ont pas été retenus du fait de leurs spécificités mais présentent des dynamiques similaires ; entre rationalisations communicationnelles et processus émancipatoires. Surtout, au-delà de nos terrains doctoraux, les processus étudiés semblent constituer un phénomène émergent dans la sphère de la communication marchande, notamment autour de la notion de « démocratie de marque ». Cette expression, aux allures d'oxymore, renverrait à l'idée que les marques ne seraient plus seulement saisies par les citoyens-consommateurs mais qu'elles seraient aussi un relai pour leur *empowerment* socio-numérique à l'heure d'un consumérisme généralisé. Comme l'expliquait Richard Edelman, spécialiste des relations publiques et PDG du cabinet éponyme : « Il s'agit d'une nouvelle relation entre l'entreprise et le consommateur – le consommateur n'achètera que si la marque partage son système de valeurs, agit de manière responsable, et au besoin, fait le pas de l'activisme »[23]. En ce sens, l'*empowerment* des consommateurs interroge la place de la communication marchande dans l'espace public contemporain. Nous pensons ainsi pertinent d'interroger le rapport que les praticiens du marketing entretiennent avec les logiques d'engagement socio-numérique, au-delà d'une sémiotique de la publicité dite « engagée », en s'intéressant aux dispositifs communicationnels mis en place.

Conclusion

À travers cet article, nous avons souhaité mettre en évidence les logiques organisationnelles d'une incorporation de l'idéologie de l'*empowerment* collaboratif aux processus de communication marchande. À partir du cas « Blablahelp », nous avons souligné les dimensions sociales et symboliques propres à ce que nous avons qualifié de dispositif communicationnel d'*empowerment*. Cependant, cette conceptualisation n'est pas conséquence du point de vue des sciences de l'information et de la communication. Elle implique notamment de mobiliser une notion fragile. Celle-ci est pertinente dans la mesure où elle permet d'interroger les logiques socio-politiques de la communication marchande. Mais elle conduit également le chercheur à galvauder un peu plus le sens d'un terme issu du champ politique et militant. Dans une perspective programmatique, nous retenons alors deux principes pour une approche communicationnelle du phénomène étudié. Le caractère sensible de ce dernier appelle une distance critique qui nous semble pouvoir être revendiquée en se focalisant sur les logiques d'engagement socio-numérique des consommateurs. Ce pas de côté par rapport à la notion d'*empowerment* n'invalide pas pour autant sa pertinence sur le plan scientifique. Sa convocation demeure précieuse à un niveau pragmatique, dès lors qu'il s'agit de se saisir des pratiques discursives des marketeurs. Ces principes entendent ainsi soutenir le type de démarche défendue ici : proposer un regard critique sur les processus de communication marchande sans s'éloigner de ses acteurs.

23 [Notre traduction] « This is a new relationship between company and consumer — purchase is premised on a brand's willingness to live by its values, operate with purpose, and if necessary make the leap into activism ». Edelman, R. (2018, 2 octobre). « The New Brand Democracy ». Edelman. URL : https://frama.link/frF6kJ5J

Bibliographie

Aguilera A, Dablanc L. & Rallet A. (2018). L'envers et l'endroit des plateformes de livraison instantanée. *Réseaux*, n° 212(6), p.23-49.

Allard L. & Vandenberghe F. (2003). Express yourself ! Les pages perso. *Réseaux*, n° 117(1), p.191-219.

Bailly A & Boudot-Antoine F. (2018). Renforcement et transgression du cadre de l'intermédiation numérique. *Réseaux*, n° 212(6), p.121-148.

Bardin L. (2013). *L'analyse de contenu*. Paris, Presses Universitaires de France.

Boltanski L. & Chiapello E. (2011). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris, Gallimard. Boltanski L. & Thévenot L. (1991). *De la justification : Les économies de la grandeur*. Paris, Gallimard.

Botsman R. & Rogers R. (2011). *What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live*. Londres, Collins.

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*, n°31, p.7-25.

Bouquillion P, Miège B. & Moeglin P. (2015). Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n°16 (3), p.17-26.

Broca S. (2015). Les deux critiques du capitalisme numérique. Working paper, HAL, Université Paris-Nord. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01137521

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 (3), p. 27-42.

Casilli A. (2015). *Digital labor* : Travail, technologies et conflictualités. *Qu'est-ce que le Digital Labor ?* Bry-sur-Marne, Ina éditions, p.10-42

Dambrin C & Lambert C. (2008). Les salariés sont de plus en plus autonomes, c'est l'ère de l'*empowerment* !. *Petit bréviaire des idées reçues en management*. Paris, La Découverte, p. 120-128.

Dujarier M-A. (2014). *Le travail du consommateur : De McDo à eBay : comment nous coproduisons ce que nous achetons*. Paris, La Découverte.

Fayn M-G, Des Garets V & Rivière A. (2019). Mieux comprendre l'*empowerment* du consommateur. *Revue française de gestion*, n° 278 (1), p. 121-145.

Fing & Ouishare. (2015). Cartographie des acteurs de la consommation collaborative. Slideshare. https://fr.slideshare.net/slidesharefing/sharevolution-cartographie-de-loffre-de-la

Floris B. (2001). Communication et gestion symbolique dans le marketing. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, Vol.1, p. 49-61.

Galibert O. (2014). Approche communicationnelle et organisationnelle des enjeux du Community Management. *Communication et organisation*, n°46, p. 265-278.

Gardère E., Bouillon J-L. & Loneux C. (2019). Le « collaboratif » dans les organisations : Une question de communication. *Communication et organisation*, n°55, p. 9-22.

Gillespie T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, n°12, p. 347-364.

Himanen P. (2001). *L'éthique hacker et l'esprit de l'ère de l'information*, Paris : Exils.

Honneth A. (2008). *La société du mépris : Vers une nouvelle théorie critique*. Paris, La Découverte.

Honneth A. (2013). *La lutte pour la reconnaissance*. Paris, Gallimard.

Jenkins H. (2013). La culture de la convergence : Des médias au transmédia. Paris, Armand Colin.

Jenkins H, Ito M. & Boyd D. (2017). *Culture participative : Une conversation sur la jeunesse, l'éducation et l'action dans un monde connecté*. Caen, C&F éditions.

Matthews J-T. (2015). Passé, présent et potentiel des plateformes collaboratives : Réflexions sur la production culturelle et les dispositifs. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n°16 (1), p 57-71.

Oliveri N, Tuillier M. & Mesrobian E. (2019). *L'internaute reprend le pouvoir : Les nouveaux défis de la communication digitale*. Paris, L'Harmattan.

Peirot N. (2020). Penser l'*empowerment* collaboratif comme un dispositif communicationnel. Le cas des services à vocation communautaire en ligne des plateformes de consommation collaborative à l'heure du développement durable. Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Bourgogne, Dijon.

Peirot N. & Galibert O. (2019). Entre communauté et multitude : Une approche communicationnelle de l'instrumentalisation de la reconnaissance au sein de l'économie collaborative. *Communication et Organisation*, n° 55 (1), p. 24-40.

Peugeot V. (2015). Brève histoire de l'*empowerment* : À la reconquête du sens politique. Vecam. https://www.internetactu.net/2015/11/13/breve-histoire-de-lempowerment-a-la-reconquete-du-sens-politique/

Peugeot V, Beuscart J-S, Pharabod A-S. & Trespeuch M. (2015). Partager pour mieux consommer ? *Esprit*, n°7, p. 19-29.

Proulx S. (2011). La puissance d'agir d'une culture de la contribution face à l'emprise d'un capitalisme informationnel. Premières réflexions. *Revue du MAUSS*. http://www.journaldumauss.net/?La-puissance-d-agir-d-une-culture

Rheingold H. (1994). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. New York, Harper Perennial.

Sarrouy O. (2014). Faire foule : Organisation, communication et (dé)subjectivation à l'ère hyperindustrielle. Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Rennes 2, Rennes.

Surowiecki J. (2005). *The wisdom of crowds: Why the many are smarter than the few*. Londres, Abacus.

Turner F. (2012). *Aux sources de l'utopie numérique : De la contre-culture à la cyberculture : Stewart Brand, un homme d'influence*. Caen, C&F éditions.

Wortham J. (2011). A Web Edge for Makers of Real Stuff. *The New York Times*. https://www.nytimes.com/2011/04/21/technology/21make.html

AXE 4

MACHINES, INTELLIGENCES, DESIGN(S)

/ Chapitre 1 : design d'expérience

/ Chapitre 2 : intelligence artificielle ?

/ Chapitre 3 : espaces numérisés et espaces numériques.

CHAPITRE 1

DESIGN D'EXPÉRIENCE

UX Design en santé. La prise en compte de l'expérience « numérique » du patient pour accompagner la conception d'une application mobile. Approche, Méthode, Résultats.

UX Design applied to Health. Considering patient's digital experience in order to help conception of mobile application. Approach, method, results.

Clément Gravereaux,Docteur qualifié en Sciences de l'Information et de la Communication
Chercheur associé au PREFics (EA7469)Chef de Projet Systèmes d'Informations,
Haute Autorité de Santé (HAS)
Chargé d'enseignement, Université Rennes 2
clement.graveeaux@gmail.com

Mot-clé : Design, organisation, santé, numérique, innovation

Keywords : Design, organisation, health, digital, innovation

Résumé

À partir d'une recherche qualitative basée sur les apports des modèles d'acception technologique (Venkatesh, Davis, 2010), nous proposons de questionner l'objectivation de l'expérience d'utilisateur pour la conception d'une application mobile de santé. Après une mise en perspective de l'environnement numérique de Santé en France, nous amenons quelques arguments sur les pratiques professionnelles de design centré utilisateur[1] pour les confronter à des concepts fondamentaux du design.

Summary

From on a qualitative research based on the contributions of technology acceptance models (Venkatesh, Davis, 2010), we propose to question the objectification of the user experience through the use of a mobile health application. After putting on perspective of French digital health environment in France, we bring some arguments on the professional practices of UX Design for the confronted with SIC concepts and precisely that of design.

1 UX Design

UX Design en santé. La prise en compte de l'expérience « numérique » du patient pour accompagner la conception d'uneapplication mobile. Approche, Méthode, Résultats.

Clément Gravereaux

Émergence de la problématique

Dans le cadre de mon projet de recherche consacré à l'étude des évolutions des formes organisationnelles hospitalières et de la numérisation des processus de soins, mon interventionpropose aujourd'hui d'interroger la portée des pratiques de design centré utilisateur dans des systèmes organisationnels complexes. À la frontière entre les SIC et les sciences du design la problématique de cette présentation est de questionner les modalités de l'objectivation de l'expérience numérique patient en outils de mise en forme et de conception.

Après une contextualisation globale de notre propos, la santé et le numérique, nous présentonsdes résultats d'ateliers de conception centrée utilisateurs menés dans le cadre d'un projet de conception d'une application mobile permettant aux patients de réaliser des tâches liées à l'admission administrative en établissement de santé.

Introduction

Numérique et santé

En France, le secteur de la santé connaît depuis 2013[2] une dynamique de numérisation portée par les politiques de santé publique qui définissent les transformations structurelles des organisations hospitalières (Gravereaux, Alemanno, 2020) faisant de l'innovation par le numérique une condition *sine qua non* de l'efficience et de la qualité. Le périmètre initial de l'informatisation[3] se prolonge à travers une transposition numérique des activités liées au processus d'organisation des soins (admission dématérialisée, portail patient, bornesd'accueil, application pour la RAAC[4], télémédecine, etc.) qui s'appuie sur les progrès de l'interopérabilité et la robustesse croissante des technologies web et de leur règlementation.

L'écosystème industriel de l'e-santé pour lequel l'expertise primaire, le soin, ne constitue pas une barrière à l'entrée est constitué d'un nombre important de start-up attirées par la manne financière. Pour garantir leur pérennité et leur légitimité, elles ont dû se faire partenaires de grands groupes de l'industrie des logiciels [de santé] ou d'établissements hospitaliers. Ceci a eu pour conséquence un effet d'externalisation de l'in-

2 Date du lancement du programme Hôpital Numérique

3 Dossier patient informatisé

4 Rééducation Adaptée Après Chirurgie

novation, laissant peu de place en première instance aux besoins des utilisateurs-acteurs, professionnels de santé ou patients finalement dominés par des objectifs de rationalisations des activités et des dépenses.

Ce dispositif industriel et politique constitue un terrain communicationnel propice au solutionnisme technologique (E. Morozov[5]). Il s'appuie sur un élément de discours portant à

« remettre le patient au cœur du système »[6] pour soutenir et légitimer des pratiques professionnelles a priori novatrices d'« UX design », de « design thinking » ou encore d'« agilité ». Les SIC et les SHS plus globalement ont vu leurs savoirs, essentialisés puis réappropriés par des professionnels du numérique ou de la communication régulièrement dépasséspar des conceptions de communication organisationnelle ou de design complexes. Deux conséquences à cela. Premièrement, une croyance émerge selon laquelle le patient est absent des réflexions institutionnelles, médicales et numériques sur l'amélioration des prises en charge qui, selon nous, apporte de la confusion dans l'activisme et ses actions de représentations. Rappelons que le projet de patient acteur apparaît dès les années soixante (Mougeot et *al.*, 2018). Deuxièmement, la croyance au caractère innovant et un peu magique de ces pratiques professionnelles a participé à créer un rejet de l'informatique « classique » taxé d'utiliser des méthodes obsolètes dont l'éternel réquisitoire contre le « cycle en V ». Rappelons ici, que la norme ISO relative aux « méthodes d'utilisabilité pour la conception centrée utilisateur » date de 2002, celle décrivant les processus et cycle de vie des projets centrés utilisateurs de 2000[7]. Leur ancrage dans les pratiques professionnelles est donc a priori plus ancien[8] que ce que l'on veut bien admettre[9]. Quant à la notion d'agilité[10], elle trouve son origine conceptuelle dans l'adhocratie, un modèle d'organisation basé sur la flexibilité des organisations de travail et la souplesse hiérarchique[11].

Ces pratiques de communication et de design qui ne comprennent pas les organisations comme un dispositif triadique complexe (Bourdin, Bouillon, Loneux, 2007) ni le design comme une modalité d'organisation du collectif de travail, apportent de la confusion avec une vision réduite et essentialisée des processus d'activité. Souvent, en séparant les objectifs de rationalisation et d'usages, de nombreux projets numériques intègrent dans leurs spécifications des usages préqualifiés par des équipes de pilotages. Ainsi, dès la conception, est induite une séparation entre concepteurs et utilisateurs devenus alors simples spectateurs de la création de ses propres outils.

Faire du design avec le patient ?

Le marché de l'e santé est focalisé sur la convergence numérique des processus tant administratifs que médicaux et confie progressivement aux patients, via des portails ou des applications interfacées aux Systèmes d'Informations Hospitaliers (SIH), des tâches pour qu'il devienne actif dans sa prise en charge, un réel changement de paradigme pour les patients. Pour mettre en œuvre cette démarche, les organisations vont

5 Pour tout résoudre cliquez ici, Broché, 2014

6 Dossier de presse « Ma Santé 2022 » (09, 2018)

7 Source de l'information : www.iso.org

8 On peut trouver des références très à ces notions dans des livres de formations en gestion de projet informatique depuis 2008 (nous n'avons pas trouvé de sources plus anciennes à ce jour)

9 Seule la norme « Design centré utilisateur » plus récente et axée sur de la conception technique est publiée en 2010

10 Loin de la publication du manifeste agile (2001)

11 MINTZBERG H (1982) Structure et dynamique de l'organisation, Éditions d'Organisation.

mettre en technologie leprojet politique d'intégration de l'usager. Bien qu'efficace, nos résultats (Gravereaux, 2018, 2020) montrent que ces processus systémiques semblent désincarner les relations entre patients, professionnels de santé et organisation hospitalière et invisibilisent le patient[12] en externalisant les relations humaines dans des environnements numériques. C'est fort de ces constats, et notamment grâce au travail actif des associations de patient, que la politique de santé s'est légitimement imposée de « replacer » le patient au cœur du système de soin.

En quoi remettre le patient au cœur de la technologie peut-il bien consister ? En tant que chercheur et professionnel de la santé, nous avons pu observer que pour que des patients soient intégrés à des projets numériques les acteurs pilotes des projets devaient d'aborddépasser une forme d'autoritarisme informatique pour se convaincre de la nécessité de concevoir des objets techniques avec ceux qui allaient l'utiliser… ce qui peut sembler absurdequand on le lit. Peu d'entreprises sur le marché de l'é santé peuvent se targuer d'avoir invité des patients lors de la conception de leurs solutions[13]. Au niveau de la recherche, peu de travaux à notre connaissance font état d'expériences d'inclusions de patients dans des processus de conception numérique[14].

Collaborer avec un acteur patient dans un processus de conception c'est mettre à contribution sa logique pratique — sa praxis (A. Errecart, 2011) — pour l'inscrire cognitivement dans un projet. À partir de la notion de praxis, le sens que produit un utilisateur sur sa pratique interrogée d'un objet technique nous l'appelons *logique expérientielle*. Au même titre que l'expérience, la technique est un dispositif sémiotique (A. Feenberg in Granjon, F., 2004), « un terrain de lutte entre différents types d'acteurs entretenant des relations différentes à la *technique et au sens ».* Ainsi intégrer la logique expérientielle c'est mettre en relation la technique et l'usage dans un objectif de conception intégrée par des pratiques professionnellesde médiation plutôt que de réification systématique. Par les savoirs expérientiels qu'ils ont engrangés, les patients peuvent devenir des ressources pour les autres malades ainsi que pour les équipes de soins, des concepteurs d'outils. Ces savoirs fondent parfois une véritable expertise profane profitable aux services de santé. Ces patients sont par conséquent qualifiés de « patients experts » (Mougeot et *al.*, 2018)

Il semble donc qu'adopter une pratique professionnelle de conception centrée utilisateur est une démarche éminemment praxéologique (J. Cadière, 2017 ; L. Quéré, 1991) liée à descompétences SIC d'application de méthodologies de recherche que nous appelons

« applicative » c'est-à-dire destinées à servir au-delà du cadre académique. En analysant le sens issu des modalités d'usages qu'auront les acteurs « utilisateurs » d'une technologie ces méthodologies applicatives offrent de mettre en forme ces logiques expérientielles objectivéespour les mettre en calque sur des possibilités ou contraintes techniques et fonctionnelles pour la création ou l'amélioration d'un dispositif numérique. Il s'agit de design centré-utilisateur intégré.

Les Sciences de l'Information et de la Communication, une cohabitation pertinente pour la recherche ?

À travers différents travaux parcourus en SIC il apparaît « une concomitance du design et de la communication » (Vial, 2014) la première complétant la seconde par ses apports conceptuels. Le potentiel fonctionnel

12 Les résultats d'une étude que nous avons réalisée en 2017 confirment sans nuances que ce constat est partagé par la majorité des professionnels de santé dans les établissements.

13 Pourtant fortement recommandé par la Haute Autorité de Santé depuis 2013. (voir le guide sur les bonnes pratiques de conception)

14 Hors FabLab, TechLab

amené par le numérique nous force, chercheur en SIC à renouveler nos approches pour analyser l'articulation entre acteurs au travail, technologies et mode d'action dans les organisations (Mayère, Groleau, 2007). L'organisation de l'action collective en tant que processus d'enchaînement d'actions permettrait de « traiter les problématiques liées au design » (*Ibid*). Dès lors « la *démarche du chercheur en design lorsqu'il* étudie *les interactions entre les humains et leurs environnements, fait que sa recherche ne considère pas ces interactions comme des objets d'études, mais comme des projets de design »* (Findelin, 2010, P. 293 in Vial, 2015).

Une organisation complexe, c'est une articulation de système micro, méso et macro (Boudin, Bouillon, Loneux, 2007) observable. Cependant, appréhender l'organisation dans sa forme objective ne permet pas d'en analyser le « liant », c'est-à-dire « ce qui constitue fondamentalement l'organisation […] ce qui la fait émerger, ce qui fait tenir ensemble les éléments qui la composent […] » soit « l'essence même des formes organisationnelles » (Le Moënne, 2015). L'apparition ou plutôt l'élaboration des formes organisationnelles répond d'un processus créatif de « morphogénèse et de sociogenèse » (*Ibid*) qui se rapproche des propriétés esthétiques, architecturales et de complexité associée au design (Michaux, 2015).

Le design, processus de médiation de l'organisation collective, intervient au moment où des acteurs auraient à construire un projet dans un système complexe et constitue donc un projet de communication organisationnelle. Le design est ainsi un processus de création composite dans la mesure où « l'organisation *est une trame d'interactions multiples et mouvantes, caractérisée par la construction de sens que les auteurs, co-auteurs, donnent* à *leurs actes […] dans les situations où ils sont en relations et auxquelles ils donnent un sens partagé »* (Alemanno, 2014). Le design, si l'on veut raisonner en termes de pratiques, est donc un ensemble de technique de médiation du collectif en vue de repenser des processus métiers (par exemple) consensuels. Dans le cadre de notre étude, faire du design numérique en santé revient à donner aux patients « la capacité de reprendre le pouvoir sur la complexité *d'un système ou d'un dispositif »* (Fournementaux, 2012) en donnant de nouvelles formes à des usages et à une organisation concomitante à travers un outil numérique.

Méthodologie

Description

Pour ce travail de recherche qualitative mené en 2018, nous avons utilisé plusieurs types de matériaux méthodologiques afin de multiplier les opportunités de traitement et d'application des données recueillies. Nous travaillons à la conception d'une application pour les patients, une version 1 de l'application existe, quasiment inutilisée, pour laquelle le patient est absent de la conception. Pour le développement d'une version 2 nous devons accompagner le prestataire pour le guider dans son travail à partir des résultats obtenus des expériences d'usage de patients.

Trois focus groups ont été menés avec trois types de populations (étudiants, adultes, personnes âgées). Les participants ont une tablette pour naviguer sur une interface dynamique.L'atelier est cadré par un guide d'entretien partitionné en trois étapes : découverte, apprentissage, tâches (voir Fig.1). Un questionnaire dit de *mesure d'acceptabilité technologique* a été adressé à 78 répondants patients. Pour l'élaboration de ce questionnaire, nous nous sommes basé sur les travaux de Venkatesh et Davis (2000) qui ont travaillé à l'identifi-

cation des facteurs extérieurs sur les croyances, les attitudes et les intentions ayant trait aux déterminants cognitifs et conatifs de l'acceptation de la technologie (modèlesTAM 1, 2 et 3).

Objectifs

À partir de ces matériaux d'enquête l'objectif est littéralement de décortiquer l'outil pour identifier pas à pas, comment l'utilisateur, le patient, perçoit, appréhende, utilise ce qu'il a à l'écran. Chaque commentaire, chaque remarque, constitue une piste d'amélioration, de transformation de l'interface.

La dimension design opère, dès lors que le groupe de patient se projette dans l'objectif de l'outil, l'organisation des tâches qu'il a à réaliser et l'utilité ou le bénéfice tiré de cela.

Focus Groupe

Guide d'entretien – 45mn

Étape	Question	Relance
Découverte	- « baladez-vous », surfez sur cette application	- Quels commentaires pouvez-vous faire - Sur l'aspect visuel peut-être premièrement - Pouvez-vous identifier « à quoi ça sert » - Pouvez-vous identifier « ce qu'on peut y faire » - Comprenez-vous ou bien comment comprenez-vous le contenu de l'application
Apprentissage	- Est-ce que vous estimez avoir besoin de mon aide, que je vous explique un peu comment l'utiliser par exemple ?	- Au contraire, vous trouvez que la prise en main, l'utilisation est facile ?
	Pour les étapes suivantes : - *Vous n'êtes pas obligé d'y parvenir* - *Faites vos remarques à voix haute* *Qu'est-ce qui vous pose difficulté par exemple*	
Tâches	Faites comme si vous deviez vous créer un compte	- Un compte ou un nouveau profil en tant que patient - C'est quoi le compte patient pour vous ?
	Créer un compte pour votre frère et ajouter sa couverture sociale	- Les tâches que l'on vous demande de faire sont-elles claires, compréhensible ? - En dehors de ce RDV d'aujourd'hui, le feriez-vous seul ?
	Pour le séjour du 24/07/2017, validez votre consentement éclairé puis sélectionner vos prestations.	- Les tâches que l'on vous demande de faire sont-elles claires, compréhensible ? - En dehors de ce RDV d'aujourd'hui, le feriez-vous seul ?

Clément Graverreaux | d'analyse UX

Questions générales	Relances
Vous utilisez déjà des applications de santé sur votre smartphone ?	- Pourquoi ? - Comment les utilisez-vous ? - Dans quelle mesure cela vous est-il utile ? -
Quand vous allez à l'hôpital ou dans une clinique, qu'est-ce qui vous pose le plus de difficulté ?	
Quand vous allez à l'hôpital ou dans une clinique, qu'aimeriez-vous pouvoir faire avec votre smartphone ?	- A fortiori avec notre application - Que vous attendez-vous à trouver dessus ? - A pouvoir faire ? - Iriez-vous la télécharger spontanément en entrant dans une clinique du groupe ? pourquoi ?
Quel bénéfice pour vous à faire vous-même votre admission administrative ?	Serait-ce plutôt une contrainte ? pk, cmt ?

Fig.1 — Guide d'entretien des focus groups

Pour ce questionnaire, nous avons retenu certaines variables comportementales. L'utilité perçue (TAM, Venkathesh et Davis, 2000), exprime le degré selon lequel un utilisateur pense que l'utilisation d'une application va potentiellement améliorer sa prise en charge. Elle influence les intentions d'utilisation. La facilité d'utilisation perçue (TAM, Venkathesh et Davis, 2000) exprime le degré selon lequel un utilisateur pense (croyances) que l'utilisation d'une application ne nécessite pas d'effort et se fait sans contraintes[15]. Elle influence significativement l'intention d'utilisation et l'utilité perçue. L'Attitude positive ou négative d'un utilisateur quant à l'intention d'utiliser l'application (TIB, Triandis, 1971). L'intention d'utilisation pour la réalisation d'une tâche (Modèle motivationnel, Davis et al.1992), ici la réalisation d'une préadmission en ligne. Les normes subjectives d'influences (TRA, Ajzen et Fishbein, 1975) soit la perception d'un utilisateur quant à l'opinion de personnes qui lui sont importantes par rapport au fait qu'il utilise l'application. Elles influencent la perception de l'utilité et l'intention d'utilisation [Venkatesh et al., 2000]. L'image [IDT, Moore et Benbasat,1991] qui est le facteur selon lequel l'utilisation de l'application peut être perçue comme pouvant améliorer le statut de l'utilisateur au sein d'un système social. Pour finir, le sentimentd'auto-efficacité

15 Informationnelles, techniques, architecture information, parcours de navigation

[théorie de la cognition sociale] qui représente la conviction d'un utilisateur qu'il pourra réaliser l'action nécessaire pour réaliser le résultat souhaité, la finalité de l'action.Chaque item est considéré comme une hypothèse, qui si elle dépasse 49 % de réponses positives est considérée comme étant validée. Les répondants avaient la possibilité de compléter leur réponse par du texte libre.

Présentation des résultats

Synthèse des focus groups

Les échanges entre les participants les amènent à échanger leurs expériences et leurs pratiques, cela les amène à partager à l'animateur des remarques consensuelles.

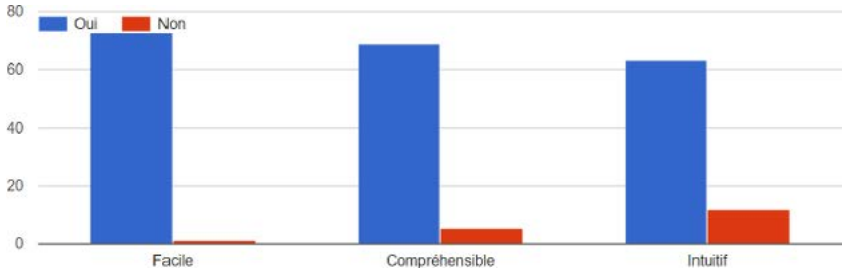
On comprend que le « compte patient » sert à se connecter et à créer son compte, mais le fait de devoir choisir un « compte patient » après s'être connecté n'est pas clair et manque de logique. Il semble intéressant voir sur son téléphone ses rendez-vous synchronisés, mais l'utilité de pouvoir en ajouter en dehors prête à confusion et présente un risque de fiabilité de l'information. Les participants émettent des doutes quant à la communication des informations entre les informations qu'ils saisiraient eux-mêmes sur leurs téléphones et ce quel'hôpital pourrait récupérer. L'aspect de l'application ne leur donne pas entière confiance. E plus, les utilisateurs émettent encore une fois un doute sur la fiabilité de l'outil à leur délivrer correctement des informations à partir du constat selon lequel suite à un rendez-vous ils ne peuvent accéder sur l'application aux ordonnances, recommandations, etc.

L'ensemble est très voire trop épuré et trop « basique », trop « schématique » et n'invite pas à penser une utilisation sympathique, chaleureuse, accueillante. « L'application est fade, manque de matière et semble peu travaillée ». A priori les utilisateurs n'iront pas spontanément sur l'application sans invitation à téléchargement et utilisation. « Spontanémentquand on est à l'hôpital on ne va pas voir si l'hôpital a son application sur les stores ».

Synthèse du questionnaire d'enquête

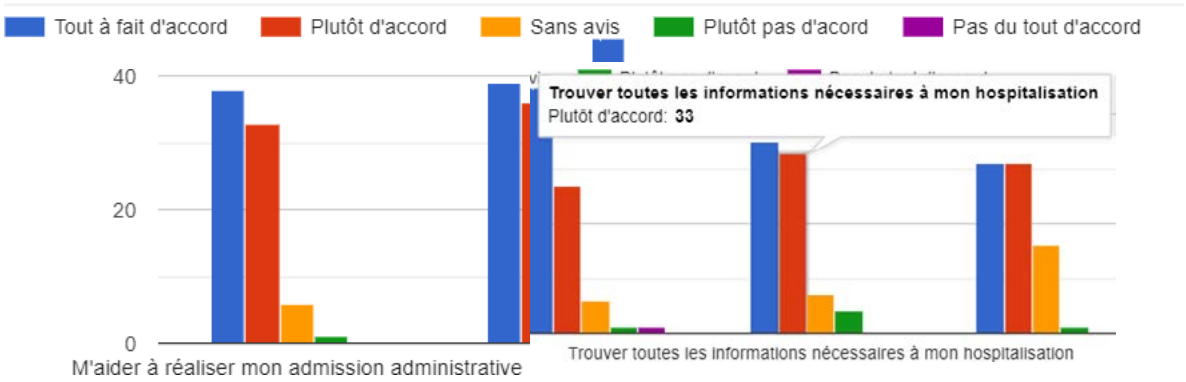
Utilité perçue

Question posée : Cliquez sur « créer un compte » puis « valider » puis « envoyer ». Cliquez ensuite sur « sélectionner le compte patient de votre choix ». Vous devenez Pascale ;-) Était-ce facile/compréhensible/intuitif ?

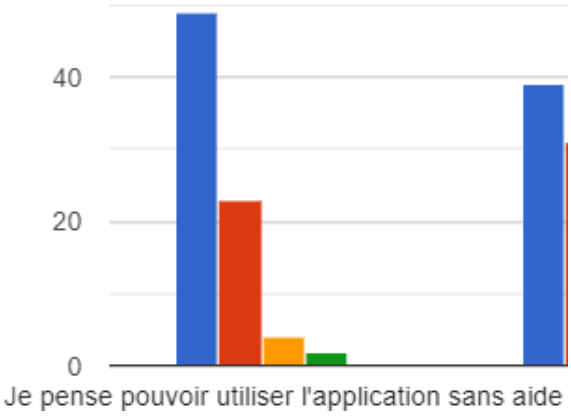


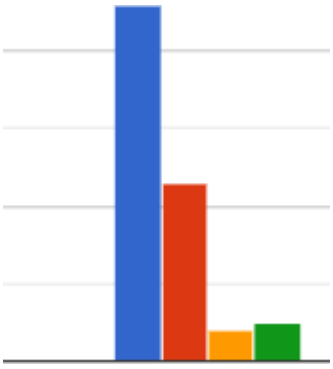
Recommandations proposées

- « L'aspect de la page est à clarifier, pour une personne non sensibilisée au numérique, la"sélection de compte" n'est pas ou peu compréhensible
- Il faudrait dissocier en 2 étapes la sélection d'un compte puis sa validation/le choix de s'yconnecter
- Il faudrait équilibrer visuellement "créer un compte" et "se connecter", le second call to actionprend trop de place »



Facilité d'utilisation perçue



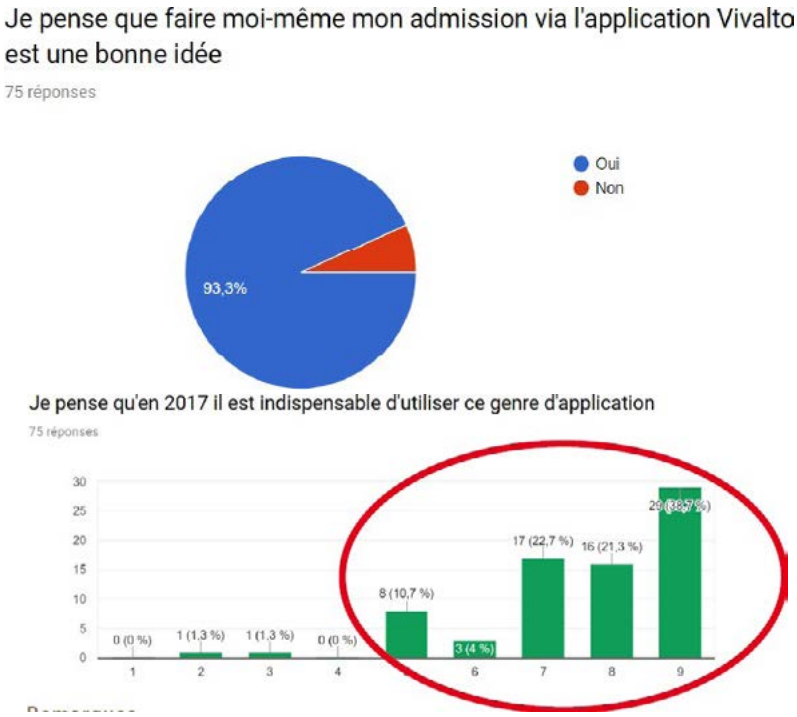


(j'ai l'impression qu'il est facile de naviguer dans l'application)

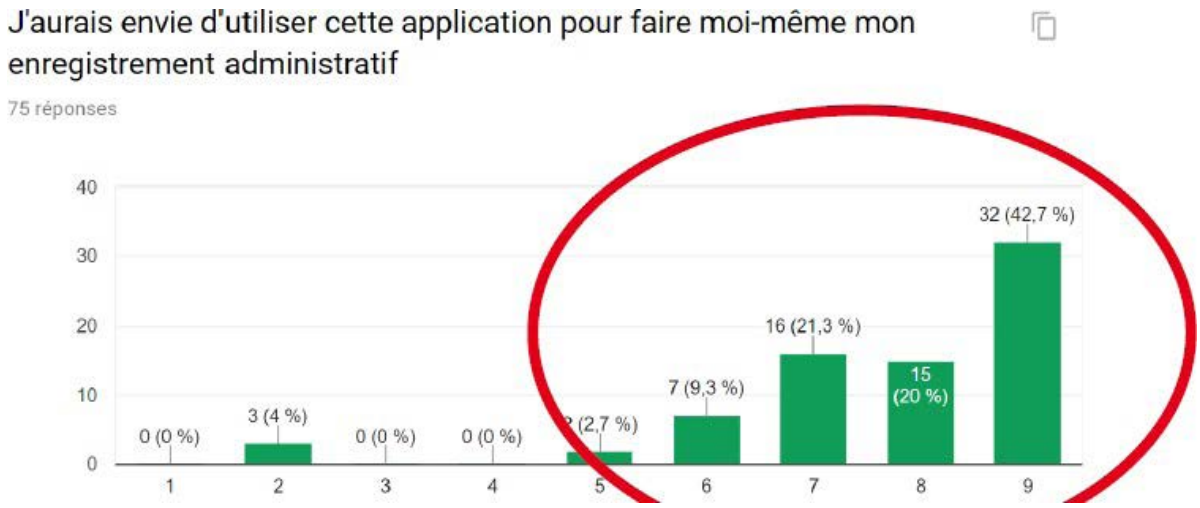
Recommandations proposées :

- Difficulté à trouver « ajouter un patient » dans « espace perso »
- Limiter le wording « me déconnecter de mon espace personnel »
- Depuis espace perso, localiser « ajouter un patient » trop long
- La création d'un compte secondaire (pour quelqu'un d'autre) ne devrait pas se faire àpartir de l'espace personnel, cela manque de logique
- Mettre un bouton facilement identifiable de déconnexion sur l'espace personnel

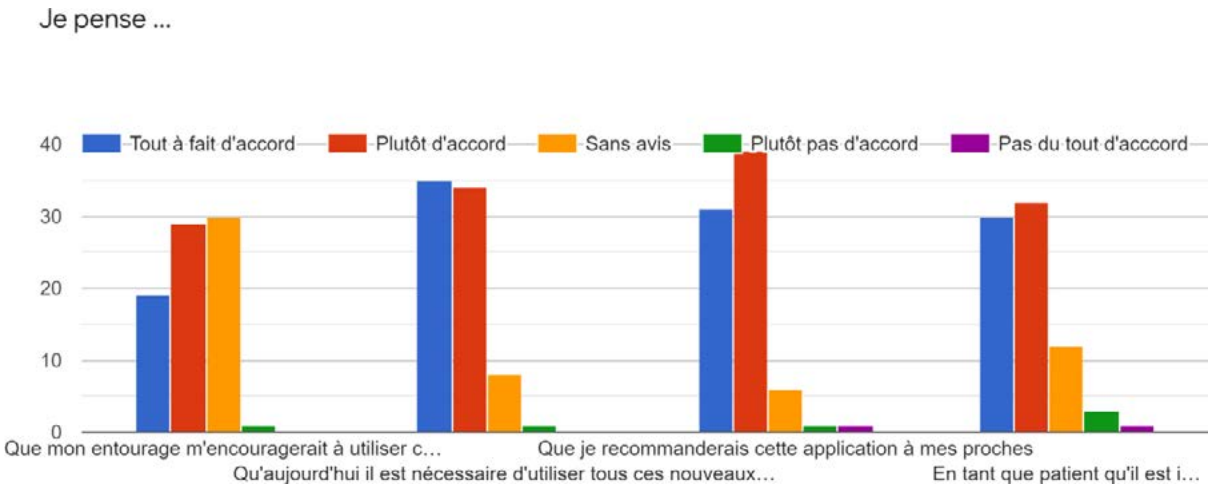
L'Attitude positive ou négative d'un utilisateur quant à l'intention d'utiliser l'application

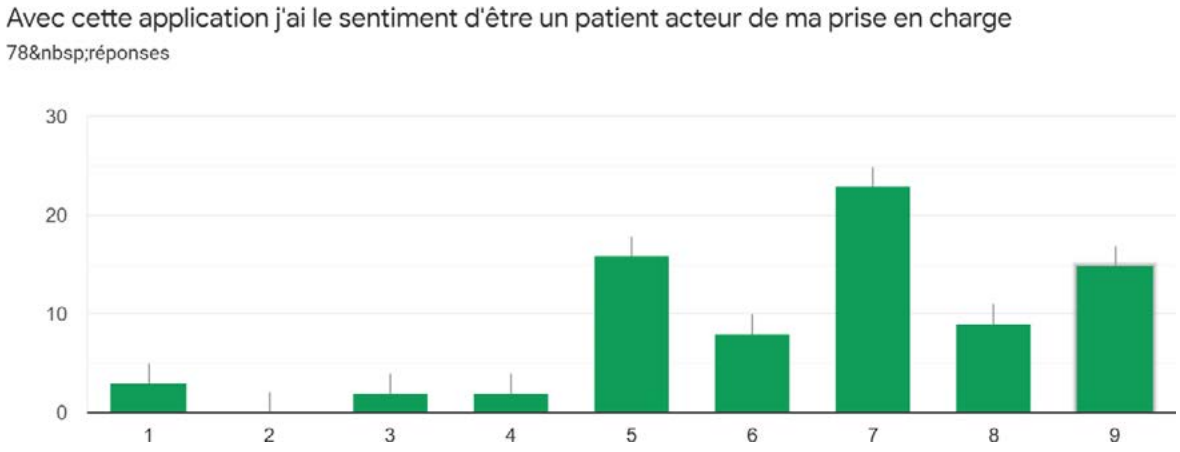


L'intention d'utilisation pour la réalisation d'une tâche

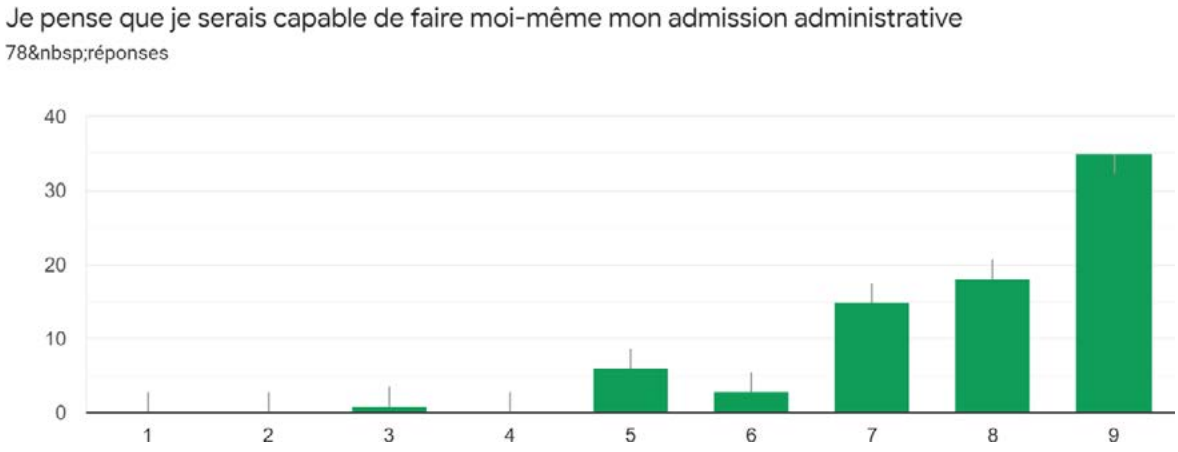


La norme subjective d'influence





Le sentiment d'auto-efficacité



Bibliographie :

Aubin, D., Baszanger I., Carrier, C. (2010). Le patient est-il vraiment au centre du système de soins ? In : *Santé, Société et Solidarité*, n° 1, Le cancer au quotidien [Actes du 3e Forum franco-québécois Pasteur-Sarrazin sur la santé Québec — mai 2009] pp. 35-40.

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*, vol. 14/1, no. 1, pp. 19-34.

Baudet, C. & Lebraty, J. (2018). V. Fred D. Davis — L'acceptation d'un modèle par les systèmes d'information. Dans : Isabelle Walsh éd., Les Grands Auteurs en Systèmes d'information (pp. 108-126). Caen, France : EMS éditions.

Beudon, N. (2017). Mener un projet avec le design thinking. *I2D – Information, données & documents*, volume 54, (1), 36-38.

Bornand, E. & Foucher, J. (2017). Entre déviance et normalisation, dynamique del'innovation publique et implication du designer : retour réflexif sur un cas d'étude. *Sciences du Design*, 5, (1), 85-102.

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

Cadière, J. (2017). « Praxéologie et connaissances », *Forum*, vol. numéro hors-série, no. 4, pp. 77-84.

Cherba, M. & Vásquez, C. (2014). Étudier la communication organisationnelle et santé des organisations de santé au health organizing. *Communication & Organisation*, 45, (1), 223- 242.

Côté, V., Bélanger, L. & Gagnon, C. (2017). Le design au service de l'expérience patient. *Sciences du Design*, 6, (2), 54-64.

De Benedittis, J. & Benhayoun-Sadafiyine, L. (2018). VI. Viswanath Venkatesh – Différentesperspectives sur l'implémentation des technologies. Dans : Isabelle Walsh éd., Les Grands Auteurs en Systèmes d'information (pp. 127-147). Caen, France : EMS Editions.

Devers, A. (2005). L'usager du système de santé. *Gérontologie et société*, vol. 28/115, (4), 39-48.

Domenget, J. (2013). La fragilité des usages numériques : Une approche temporaliste de la formation des usages. *Les Cahiers du numérique*, vol. 9, (2), 47-75.

Errecart, A. (2011). À la rencontre des SIC et de la sémiotique : Le partenariat entre une organisation économique et une organisation associative comme espace d'interaction langagière et de médiation sociale. *Communication & Organisation*, 1 (1), 167-181.

Fourmentraux, J. (2017). Disnovation : Archéologie de quelques dispositifs médiactivistes *low tech*. *Techniques & Culture*, 67, (1), 280-285.

Granjon, F. (2004). Andrew FEENBERG, *(Re) penser la technique. Vers une technologie démocratique* : Paris, Éd. La Découverte/MAUSS, coll. Recherches, 2004, 234 p. *Questions de communication*, 6, (2), 364-365.

Guilloux, G. & Le Bœuf, J. (2017). Design et territoires de pratiques en santé : enjeux pour la recherche et la formation. *Sciences du Design*, 6, (2), 26-39.

Iswanath Venkatesh, Fred D. Davis, (2000) A Theoretical Extension of the TechnologyAcceptance Model: Four LongitudinalField Studies. Management Science 46 (2) : 186-204

Le Moënne, C. (2015). Pour une approche «propensionniste» des phénomènes d'information — communication organisationnelle : Émergence et différenciation des formes sociales. *Communication & Organisation*, 47 (1), 141-158.

Martuccelli, D. (2016). l'innovation, le nouvel imaginaire du changement. *Quaderni*, 91, (3), 33-45.

Mayère, A. (2018). Patients projetés et patients en pratique dans un dispositif de suivi à distance : Le «travail du patient» recomposé. *Réseaux*, 207, (1), 197-225

Michaud, Y. (2015). L'idée d'une science du design : trois concepts et leurs implications.

Sciences du Design, 1, (1)

Mougeot, F., Robelet, M., Rambaud, C., Occelli, P., Buchet-Poyau, K., Touzet, S. & Michel,

P. (2018). L'émergence du patient acteur dans la sécurité des soins en France : une revue narrative de la littérature entre sciences sociales et santé publique. *Santé Publique*, vol. 30 (1),73-81.

Parinni, S. (2014). Risques organisationnels et anticipation : Une communication complexifiée autour du near-miss. *Communication & Organisation*, 45, (1), 59-72.

Quéré, L. (1991). D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique. *Réseaux*, 46-47, (1), 69-90.

Siavash Atarodi, Anna Maria Berardi, Anne-Marie Toniolo. Le modèle d'acceptation des technologies depuis 1986 : 30 ans de développement. Psychologie du travail et des organisations, Elsevier Masson, 2018,

Stratégie nationale e santé 2020, 2016, Ministère des Affaires sociales et de la Santé

Vial, S. (2014). Le design, un acte de communication? *Hermès, La Revue*, 3 (3), 174-180.

Vial, S. (2015). Qu'est-ce que la recherche en design? Introduction aux sciences du design. *Sciences du Design*, 1 (1), 22-36.

Concevoir des interfaces numériques : médiations d'un savoirprofessionnel autour de la notion de « design d'expérience utilisateur »

Manufacturing digital interfaces: mediations of a professionalknowledge around the notion of «user experience design».

Jeremy Lucas-BoursierDoctorant au GRIPIC (Celsa – Sorbonne Université)
Lucas.mail@gmail.com

Mots-clefs : design, médiations marchandes, interfaces, savoirs professionnels

Résumé

Cette communication vise à rendre compte des modalités singulières de circulation de la notion de design d'expérience utilisateur. La complexité des processus de production des interfaces numériques et la multiplication des acteurs impliqués, s'accompagnent d'une intense circulation de savoirs professionnels. Notre analyse se fonde sur des extraits d'un corpus, étudié dans le cadre d'unerecherche doctorale et constitué de textes publiés sur la plateforme en ligne Medium. L'enjeu central de la production de ces discours est la légitimation d'acteurs dont la position délicate d'intermédiaire, dans le champ professionnel du marketing et de la communication, oblige à définir une expertise tangible en matière de production de dispositifs. L'appropriation de la méthode design manifeste une volonté de transformer les pratiques dans le champ du marketing. Mais, loin d'être stabilisée, la notionde design d'expérience utilisateur laisse entrevoir des visions normatives et paradoxales de la relation entre la machine et le consommateur-utilisateur.

Abstract

This paper aims to account for the singular ways in which the notion of user experience design circulates. The complexity of digital interface production processes, the different types of actors involved, are pave the way for an intense circulation of professional knowledge. Our analysis is based on excerpts from a larger corpus, studied in the context of an ongoing PHD research and made of texts published on the online platform Medium. The central issue in the production of these discourses is the legitimization of actors whose delicate position as intermediaries in the professional field of marketing and communication requires the definition of tangible expertise in the production of devices. Far from being stabilized, the notion of user experience design suggests normative and conflicting visions of the relationship between the machine and the consumer-user.

Concevoir des interfaces numériques : médiations d'un savoirprofessionnel autour de la notion de « design d'expérience utilisateur »

Jeremy Lucas-Boursier

L'intégration du numérique aux processus marchands oblige les professionnels de la communication et du marketing à repenser leurs discours et leurs pratiques. Tout au long de larelation entre consommateurs et producteurs de biens et services une tension émerge entre la logique marchande et celle de l'usage (Perriault, 2008), qui lui est parfois opposée. C'est particulièrement vrai des interfaces numériques dites de « e-commerce » où les « actes d'achat » -pour reprendre la terminologie du marketing- doivent se concrétiser. Face à des utilisateurs-consommateurs qui ne font pas toujours ce que l'on attend d'eux, de nouvelles manières de faire se sont développées. Ainsi ces dernières années la fabrication d'interfaces marchandes -sites web ou application-, de supports de communication ou de campagnes de publicité sont accompagnés d'une intense circulation de discours sur le design d'expérience utilisateur (que l'on trouve parfois sous le terme UX design) comme méthode. L'enjeu, à travers la définition d'un savoir sur l'interface, est celui de la « formation d'une expertise » (Gaertner, 2008) par une « rhétorique de la vérité » (Paradeise, 1985).

Nous pouvons donc nous interroger : dans quelle mesure la circulation de discours sur le design d'expérience utilisateur révèle la difficulté pour les producteurs d'interfaces de se légitimer, entre définition d'un cadre d'action normatif et prise en compte de l'incertitude liée aux comportements de l'utilisateur-consommateur ?

Dans une perspective sémio-discursive, nous proposons d'interroger ces discours à partir d'éléments de recherche produits dans le cadre d'une thèse de doctorat. Nous nous appuieronspour cela sur des extraits d'un corpus d'environ 300 textes, publiés par des professionnels sur la plateforme en ligne Medium, autour de la notion de design d'expérience utilisateur, entre 2012 et 2020. L'intérêt de Medium est triple. Il est d'abord quantitatif : la plateforme est le lieu d'une intense production discursive[1] qui alimente d'autres espaces de médiation comme les réseaux sociaux numériques. Par ailleurs ce site médiatique est investi par les professionnels de la communication et plus précisément par les praticiens du design numérique. Le nombre important de textes en français que nous avons recueilli, sur le seul thème du design d'expérience utilisateur, en témoigne. Enfin, comme nous le verrons, Medium est un lieu de médiation singulier. L'intention de départ -affichée par son fondateur- de se démarquer des autres réseaux sociaux numérique oriente des formes, des formats,un architexte (Jeanneret, Souchier, 1998) et des pratiques, porteurs, en eux-mêmes d'un certain discours sur le numérique et la circulation des savoirs.

Les textes mentionnés, extraits de ce corpus, sont listés en annexe.

1 En 2018 on comptait 90 millions de visiteurs uniques tous les mois et 20 000 articles par jour selon le site d'information Business Insider (https://www.businessinsider.fr/us/ev-williams-raising-more-money-for-medium- 2018-11)

Medium : une scène d'énonciation singulière

L'analyse de la trivialité (Jeanneret, 2008) des discours sur le design d'expérience utilisateur ne peut faire l'économie d'une analyse des espaces de circulation dans lesquels ils sont pris. Les professionnels du marketing et de la communication, impliqués dans la conception des interfaces numériques, investissent des lieux de discours variés. On les retrouve dans la presse spécialisée, sur des sites professionnels, sur les réseaux sociaux numériques. Nous avons choisi pour notre part de nous concentrer ici sur la plateforme Medium où se joue une certaine

« textualisation des pratiques sociales » (Souchier et al., 2019). Le site américain, fondé en 2012, offre la possibilité de publier des billets, des articles, dans un format qui rappelle celui de la presse en ligne. Si chacun est libre d'y prendre la parole sur le sujet de son choix, on constate que la plateforme est beaucoup utilisée, en particulier aux États-Unis, par des professionnels du design, du marketing, de la création graphique et du numérique.

Ce qui nous intéresse en premier lieu ici c'est d'analyser la « médiativité » du site Medium, pour reprendre la perspective de Philippe Marion (1997). C'est-à-dire les « paramètres » qui influencent la circulation des discours produits et fond le pouvoir éditorial du site (Gomez- Mejia, et al. 2016). Nous retenons ici deux éléments principaux :

- Une idéologie du media comme un espace qui accélère la circulation des idées : pour Evan Williams, le créateur de Medium, le site a été pensé comme une « page blanche, que n'importe qui dans le monde peut utiliser pour s'exprimer »[2]. Le projet est ambitieux, il s'agit de « rendre le monde plus intelligent »[3] et en permettant au plus grand nombre de partager ses idées et de profiter de celles des autres dans les meilleures conditions de lecture et d'écriture. Pour cela le site met en place des mécanismes techniques et sémiotiques qui font de la circulation un enjeu externe et interne. Externe grâce aux outils de partage sur les réseaux sociaux, interne avec la mise en avant d'une médiation par la conversation -dans un espace dédié aux commentaires à la fin de chaque publication- et le « social bookmarking » (Candel, 2008) qui permet de sauvegarder et d'annoter les textes.
- La construction d'un objet textuel : l'ambition du créateur de la plateforme se traduit dans l'architexte (Jeanneret, Souchier, 1998) du site. Là où certains réseaux sociaux numériques, en particulier Twitter, dont Evan Williams cherche à se différencier, se structurent autour d'une abondance de signes, Medium fabrique une sémiologie de l'épure. Ainsi l'espace qui permet aux contributeurs de mettre en page leur texte se singularise par une sobriété manifeste : c'est la page blanche qui s'impose visuellement, accompagnée de seulement quelques icônes. Le faible nombre d'options proposées insère les publications Medium dans une forme d'homogénéité contrôlée. Il est possible de personnaliser le nom du contributeur, d'ajouter un bandeau avec le logo d'une entreprise, de choisir les illustrations et bien sûr de moduler la longueur du texte. Mais tous les textes publiés sur la plateforme sont suffisamment uniformes pour être reconnus comme des textes Medium. Afin de faire circuler les idées, Medium devient le co-producteur, de documents qui sont tous, malgré leur

2 Battelle, J. (2016). Understanding Medium : Evan Williams On His Past, Future, and Current Obsessions. Medium. https://medium.com/newco/understanding-medium-3b3c995aa4a5 (traduction de l'auteur)

3 ibid.

singularité, et la diversité des sujets traités, des « textes Medium », reconnaissables comme tel.

La construction du site Medium qui s'appuie donc sur une vision singulière de la circulation des idées fait des textes qui y circulent des objets médiatiques orientés. Le choix de l'épure et du minimalisme graphique favorise un public averti qui saura s'y retrouver dans un espace où les fonctionnalités ont tendance à être masquées et peu implicites. Dès le départ, les textes sur le design d'expérience utilisateur, loin d'être des purs discours, et même s'ils sont en théorie accessibles à tous, trouvent leur légitimité première dans le fait d'être produits sur uneplateforme d'initiés. Enfin, en tant qu'objets textuels numériques, ils sont en eux-mêmes, porteurs d'une certaine vision du design d'expérience utilisateur.

Design d'expérience utilisateur : appropriation conflictuelle d'une pratique

Le travail sur notre corpus d'articles fait ressortir la dimension conflictuelle de la trivialité du design. Si tous les actes de langage comportent à des degrés divers cette dimension, il apparaitqu'en raison de l'instabilité sémantique du terme design d'expérience utilisateur et de la nature des rapports de pouvoir dans le champ de la communication et du design, les discours ici explorés sont fortement marqués par la conflictualité. L'appropriation du design et sa nécessaire « polychrésie » (Jeanneret, 2008) -le terme design ne recouvre pas les mêmes pratiques, les mêmes ambitions pour tous les acteurs- ouvre un espace discursif de conflit. Le paysage discursif qui se dessine ici est un paysage conflictuel parce que concurrentiel. Dans chacun des textes on retrouve la volonté de manifester un positionnement singulier sur une méthodologie : mise en avant de son caractère novateur, positionnement sur un marché, rejet, proposition d'alternatives, énonciation de « commandement » [1], etc. L'enjeu est la détermination de la capacité des acteurs professionnels à adopter une position de surplomb parrapport à un marché, à partir de laquelle ils pourront légitimement être reconnus par leurs potentiels clients (annonceurs, pouvoirs publics, consommateurs) comme détenteurs de la bonne vision, de la bonne méthode.

Ainsi, le design est le révélateur discursif d'une légitimité par la distinction qui est paradoxalement un moyen de se mettre en conformité avec les attentes des acteurs visés. La circulation de ces discours indique une pression spécifique, exercée sur les professionnels lorsqu'ils se soumettent à un « verdict de légitimité » (Curchod et al. 2015). La légitimité des professionnels de la communication se construit sur leur capacité à produire un discours conforme aux attentes de leurs interlocuteurs et aux objectifs économiques de ces derniers tout en innovant. Le champ de la communication et du marketing se structure par cet effet de flux et de reflux. Les acteurs se rattachent à une tendance tant que celle-ci leur permet de se distinguer.

Une vision normative de l'utilisateur face à la machine numérique : en quête de l'utilisateur « authentique »

Le premier enjeu, dans la définition de la méthode UX design, est celui de l'utilisateur. On peut noter le glissement sémantique du consommateur, usager ou client devenu utilisateur. Marième Bouchard, designer, le dit par exemple dans notre corpus : « le terme utilisateur [est] à privilégier » [2]. Ce glissement a deux effets. Il

élargit le champ d'action du design et il confère une position dominante qui permet d'englober autant des clients que des « candidat(e)s, partenaires, salarié(e)s… » [3] comme on le voit dans un texte de l'agence de communication Haigo publié sur Medium. D'autre part il replace l'enjeu des médiations marchandes vers la notion de besoin. Plutôt que d'envoyer un message publicitaire pour induire un comportement, il s'agit d'analyser, de comprendre les besoins de l'utilisateur afin d'assurer la conformité de l'offre à ces besoins. Il n'est pas surprenant de retrouver dans notrecorpus la pyramide de Maslow adaptée à la méthode design [4]. Elle participe à la naturalisation de la notion de besoin comme processus d'accompagnement et de justification de la production et de la consommation, pour reprendre la perspective critique de Baudrillard (1972). Les discours sur le design d'expérience utilisateur produisent une vision de la consommation et des consommateurs, qui intègre une partie de la critique de laconsommation. Face à la surconsommation et à la perte de sens on construit des dispositifs circonscrits autour du besoin et de l'utilité du produit, que l'on aurait dépouillé de ses couchessymboliques superflues. En réalité la valeur d'usage est elle-même une construction sociale et idéologique qui produit de la valeur symbolique et de la différenciation sur lesquels l'organisation marchande peut capitaliser.

C'est là l'un des enjeux de ces discours : définir les modalités de compréhension des véritables besoins de l'utilisateur pour le remettre au centre des dispositifs techniques. Cela passe par l'observation, l'étude et l'analyse des usages. Dans l'un des textes étudiés, Bruno Lesieur, indique que l'on ne peut « pas créer une grande expérience utilisateur si vous ne connaissez pas vos utilisateurs et leurs besoins. » [5]. Le designer est celui qui va la rencontre des « vrais gens » il sort « le plus souvent possible de son bureau pour poser quelques questions ou tester une idée, une hypothèse ou un prototype, auprès d'un utilisateur réel. » [5].

Construction d'un idéal organisationnel par le design

Cette quête de l'utilisateur « vrai » laisse entrevoir, en miroir, une vision tout aussi utopique de l'organisation elle-même, comme l'indique Etienne Candel (2019) dans un article pour Interfaces Numériques au sujet de ce qu'il appelle les « routines courantes de l'entreprise » oùil indique que « le design et sa valorisation laissent percevoir un idéal actuel des organisations, celui de retrouver une fluidité, une homogénéité et une continuité perdues. ».Ce n'est pas un hasard à ce titre si le post-it est devenu l'outil autant que l'emblème du designd'expérience utilisateur et des ateliers de design. Ses propriétés -couleur, taille, forme, modularité, jetabilité- agissent sur deux niveaux. D'abord en tant qu'objet, manipulé par des acteurs, dans le contexte ritualisé d'ateliers qui suspendent ou renversent temporairement les normes hiérarchies de l'entreprise. Chacun est invité à apporter à niveau égal sa pierre à l'édifice : le post-it. Puis à un niveau sémiotique qui nous intéresse ici, lorsqu'il sert de support à des discours sur le design. Les photographies de mur de post-it, souvent utilisées pour illustrer le design d'expérience utilisateur, manifestent la participation de chacun, bloc par bloc, la remise à plat, le bricolage, qui aboutissent au projet ou à l'organisation optimale. Elles participent enfin à la mise en visibilité tout autant qu'à la naturalisation d'une certaine vision de l'organisation et des dispositifs numériques. Le Post-it délimite et encapsule des espaces, des fonctions, des rôles et des relations. Le mur de Post-it quant à lui -pris en photo, montré sur le site web - participe à la médiation d'un savoir.

Le design d'expérience utilisateur se constitue donc comme pratique sociale dont la valeur se mesure autant sinon plus par le cheminement que par l'objet réalisé. C'est, comme le dit Etienne Candel (2019), une « fi-

gure tierce » dans l'entreprise. Le design est une médiation et le designer est un médiateur. Il tire sa légitimité de sa position centrale dans le jeu des acteurs professionnels. Pour Amélie (designer sur Médium) « l'expérience utilisateur [est] au cœur dela conception de services et produits digitaux » [6]. L'abondant recours à l'image et en particulier aux diagrammes dans les discours sur le design consacre la centralité de l'expérience utilisateur. Portée par un imaginaire du numérique comme transformation radicale et euphorique du monde, le designer est non seulement au centre du processus de fabrication du web, mais sa prétention dépasse la sphère de l'interface numérique. « L'expérience utilisateur [va] aussi au-delà des interfaces » nous dit un professionnel [7] sur Médium. Il s'applique dans la « vraie vie », aux parcours de l'utilisateur dans une gare, un aéroport, un magasin.

Rendre visible l'interface numérique, sa fabrication et son usage par l'étudede cas

Enfin si les discours sur le design d'expérience utilisateur définissent une méthode, ils s'appuient aussi sur des exemples de produits, de services et de dispositifs de communication. Nous convoquerons sur ce point les travaux d'Aude Seurrat (2016). Dans une recherche sur laformation professionnelle elle étudie la circulation d'un savoir professionnel par un processus de « sélection d'exemples typiques » une « volonté d'élaborer des solutions concrètes d'application des principes dans la pratique, de proposer de résoudre des cas présentés » sur lemodèle de la casuistique morale et religieuse de la fin du XVIe siècle. L'exemplarité -du site internet, du dispositif numérique de communication- n'est pas une donnée en soi, c'est une construction, qui passe par la réécriture et plus globalement comme nous allons le voir par la mise en scène du cas pour en renforcer la portée générale. La casuistique fonctionne aussi par opposition entre bonnes et mauvaises pratiques comme on le voit par exemple dans un billet Medium consacré à la réussite de l'expérience utilisateur du site « Captain Train » [8]. Les réalisations, exemples, cas, construisent ce que Suchman (1995) appelle la légitimité procédurale de l'entreprise : sa capacité à être reconnue pour ce qu'elle fait et pour sa manière de faire. La casuistique du design d'expérience se matérialise ici par plusieurs points de passage dans les discours et leur matérialité :

- **Rationaliser et linéariser :** la construction des cas manifeste la rationalisation de la réponse à un problème. On cherche à démontrer étape par étape la démarche qui mène au résultat généralement chiffré. La juxtaposition des différents stades du projet -par exemple dans l'article sur le « redesign » de la page météo de la chaine France 3 [9]- lisse le processus pourtant complexe de fabrication d'une interface numérique.
- **Recontextualiser l'interface web :** les cas doivent répondre à une problématique : comment montrer par le biais d'une page web la construction d'une autre page web ? On procède à un jeu de découpage, de remise à plat, à une mise en visibilité singulière qui n'est pas sans rappeler le mur de post-it. C'est un jeu de changements d'échelle successifs qui tous transforment fondamentalement l'interface, la réécrive par rapportà la réalité de son usage et met en scène sa matérialité. Ce sont parfois des élémentsqui sont isolés, comme des icônes, des boutons, des images, des outils de navigation [10]. À d'autres moments c'est le site en entier qui est montré selon deux principes : laremise à plat au même plan d'un ensemble de pages qui constitue la structure hypertextuelle du site, ou la mise en contexte, stylisé, de l'interface avec son utilisateur [8].

- **Médiatiser les coulisses :** il est intéressant de noter enfin que certains professionnels construisent leur cas, sur Medium, en mettant à disposition des éléments qui sont normalement inaccessibles, comme des documents de travail, des prises de notes ou des images du projet en cours de réalisation. Cela renvoie à ce que nous avonsmentionné précédemment. La valeur du design réside dans le cheminement qui est en soi un résultat. Il y a là aussi ce qu'Eleni Mouratidou (2018) appelle une image- coulisse. Celle-ci relève d'une stratégie de médiatisation de certains éléments plutôt que d'autres et relève autant du dévoilement que de l'invisibilisation. On montre les Post-its, certains documents de travail, des collaborateurs au travail, certaines étapesdu projet. On ne montre pas les maquettes rejetées, les bugs ou les désaccords. C'est une stratégie discursive qui permet d'assoir la légitimité procédurale déjà évoquée etde neutraliser la conflictualité inhérente aux projets.

Conclusion

L'émergence de la notion de design d'expérience utilisateur et la circulation de savoirsassociés à sa mise en œuvre indiquent un changement de perspective chez certains professionnels du marketing et de la communication. La performance marchande des interfaces numériques passerait désormais par une meilleure prise en compte de la complexité du comportement des utilisateurs et de leurs résistances. Ce serait le rôle du design et du designer. Mais notre recherche doctorale, toujours en cours, révèle la complexité, l'ambiguïté et parfois les paradoxes de ce changement d'approche et des médiations qui y sont associées. Le designer est celui qui conçoit, dans une approche normative de la communication numérique, des dispositifs qui amènent les utilisateurs-consommateurs à opérer certainesactions marchandes. Toutefois le design d'expérience utilisateur en tant que méthode, introduit aussi de l'incertitude dans la relation entre les organisations, les machines numériques et les individus qu'elles cherchent à convaincre.

Ainsi la rhétorique du design d'expérience utilisateur est paradoxale. Dans un même mouvement elle interroge l'idée de performance immédiate des dispositifs numériques marchands, tout en naturalisant la capacité du design à produire une adéquation parfaite -et donc performante- entre le dispositif et le besoin du consommateur. C'est dans cet espace discursif incertain que communicants, designers, publicitaires, professionnels de la vente et du marketing tentent, à travers une intense production discursive, de s'approprier des pratiquespour se construire une identité et renforcer leur légitimité au sein d'un champ concurrentiel.

Annexe 1 : extraits du corpus mentionnés

N°	Titre de la publication	Auteur identifié	Date de publication
1	Heuristiques de Nielsen : les 10 commandements de l'utilisabilité	Julien Laureau	28/03/2019
2	L'expérience utilisateur… et pourquoi pas l'expérience usager?	Mariève Bouchard	25/11/2018
3	À ceux qui parlent d'expérience utilisateur sans en avoir rencontré récemment…	Guewen	27/03/2018
4	De la fonction à l'expérience utilisateur	Benjamin Ach	11/07/2018
5	UX : Comment communiquer sur l'importance de l'étude utilisateurs	Bruno J. S. Lesieur	15/08/2017
6	L'expérience utilisateur au cœur de la conception de services et produits digitaux	Amélie	05/01/2019
7	L'UX dans la vraie vie : aéroports et gares	Sophie	30/06/2017
8	Tout parier sur l'expérience utilisateurs : l'exemple de Captain Train	Katia Bradtke	28/10/2015
9	La météo sur France 3 Régions	Rudy Zourane	11/12/2018
10	Créer une super interface à l'aide des micro-interactions	Guillaume Berthonneau	28/11/2018

Bibliographie

Baudrillard, J. (1972). Pour une critique de l'économie politique du signe. Gallimard. Candel, É. (2008). Pratiques des sites, usages des réseaux. Document numérique, Vol. 11(1),145-170.

Candel, É. (2019). La glande pinéale, ou le design comme promesse : Des imaginaires et despratiques en circulation. Interfaces numériques, 8(1), 196− 196.

Curchod, C., Morales, J., & Talbot, D. (2015). Des organisations sous pression. Revue française de gestion, 248, 11-21.

Gaertner, L. (2008). Que produisent les publicitaires ? Retour socio-historique sur laformation d'une expertise. Management Avenir, n° 15(1), 140− 155.

Gomez-Mejia, G., Nicey, J., & Vaezi, S. (2016). Questionner les pouvoirs éditoriaux deGoogle. Communication langages, N° 188(2), 23-43.

Jeanneret, Y. (2008). Penser la trivialité. Hermès science publications ; Lavoisier. Jeanneret Y., Souchier E. (1998), Pour une poétique de l'écrit d'écran. Xoana, 6, 97-107Marion, P. (1997). Narratologie médiatique et médiagénie des récits. Recherches en communication, 7, 61-88.

Mouratidou, E. (2018). Mettre en scène l'invisible : Des coulisses aux images-coulisses del'industrie de la mode. Communication langages, N° 198(4), 85− 100.

Paradeise, C. (1985). Rhétorique professionnelle et expertise. Sociologie du travail, 27(1), 17− 31. https://doi.org/10.3406/sotra.1985.1990

Perriault, J., & Schaeffer, P. (2008). La logique de l'usage : Essai sur les machines àcommuniquer. L'Harmattan.

Seurrat, A. (2016). Casuistique et médiation des savoirs dans la formation professionnelle.Communication Organisation, n° 49(1), 21-31.

Souchier, E., Candel, É., Gomez-Mejia, G., & Jeanne-Perrier, V. (2019). Le numérique comme écriture : Théories et méthodes d'analyse.

Suchman. (s. d.). Managing Legitimacy : Strategic and Institutional Approaches. Academy ofManagement Review, 20, 571-611.

Serious Game Design à visée thérapeutique : favoriser l'appréhension de l'espace et la construction de sens

Serious Game Design with a therapeutic aim: to encourage the apprehension of space and the construction of meaning.

Julie Golliot, Docteure en Sciences de l'Information et de la CommunicationIMSIC, Université de Toulon et Aix-Marseille Université, Toulon - Smart Macadam, Nantes
Julie.golliot@ensc.fr

Mots-clés : Serious Game Design ; Recherche-Intervention ; Rééducation cognitive ; Sens

Keywords : Serious Game Design ; Research Intervention ; Cognitive Rehabilitation ; Meaning

Résumé

Après un traumatisme crânien ou un AVC, la faculté à appréhender correctement espaces sociaux et physiques peut être altérée. Nous soulevons ici les enjeux communicationnels d'une démarche de Serious Game Design au sein d'un organisme de santé. La spécification d'un dispositif numérique médiant les interactions entre patients et soignants pourrait ainsi permettre, à travers une expérience porteuse de sens dans un espace virtuel, de réacquérir ces facultés pour espérer un retour à l'autonomie.

Abstract

After a head injury or a stroke, the ability to correctly comprehend social and physical spaces may be impaired. We raise here the communicational issues of a Serious Game Designapproach within a health organization. The specification of a digital device which mediates the interactions between patients and caregivers could allow, through a meaningful experiencein a virtual space, to reacquire these faculties and to hope for a return to autonomy.

Serious Game Design à visée thérapeutique : Favoriser l'appréhension de l'espace et la construction de sens

Julie Golliot

« Les gens oublieront ce que tu as dit, ils oublieront ce que tu as fait,
mais ils n'oublieront jamais ce que tu leur as fait ressentir. »
Maya Angelou

Les espaces sont pluriels : physiques ou sociaux, du virtuel au réel, de la stabilité aux mouvements imprévus. Nous exposons ici un travail effectué dans le cadre d'une thèseCIFRE au sein d'une clinique de rééducation. Les patients, principalement à la suite d'un accident vasculaire cérébral (AVC) ou d'un traumatisme crânien, suivent une démarche thérapeutique globale, principalement en ergothérapie et en neuropsychologie en ce qui concerne le volet cognitif. Nous nous sommes intéressés aux fonctions exécutives, impliquées dans le contrôle cognitif intervenant dans les situations nécessitant une articulation des actions ou pensées dirigées vers un but finalisé (Godefroy et GREFEX 2004). Ces processus sont sollicités pour se concentrer sur une tâche (Attention), mémoriser et manipuler des informations (Mémoire de travail), s'adapter à de nouveaux environnements ou règles (Flexibilité mentale, Inhibition) et plus généralement lorsque les habitudes et automatismes ne suffisent pas à atteindre ces buts (Planification, Stratégie). Il s'agit d'appréhender le temps, les espaces physiques pour se repérer et appréhender l'environnement, et enfin les espaces sociaux en termes de comportement. Les patients étant anosognosiques donc ne reconnaissant pas leurs troubles, leurs thérapeutes éprouvent des difficultés à les impliquer dans leur rééducation pour qu'ils retrouvent une autonomie suffisante pour regagner leur domicile.

Notre recherche-intervention nous a amenée à nous intéresser au Serious Game (SG), se rapportant à une activité ou à un artefact (Alvarez 2019) et comportant deux dimensions. La *Paida*, le « Play », est l'activité amusante avec des règles évolutives. Le *Ludus, «* Game », est le cadre de l'activité ludique, l'instrument permettant l'activité. Le SG peut permettre un apprentissage de manière plaisante, une standardisation des situations, la récolte des données et enfin la stimulation de la motivation et de la persévérance. De plus, il peut favoriser les changements socio-affectifs et socio-cognitifs (Courbet et Fourquet-Courbet 2015).

Dans notre contexte et avec un cadre numérique, le SG combine *Ludus* et *Paida* avec une finalité d'apprentissage, d'entrainement et de communication. Au-delà de ces dimensions, le Game Design vise à encapsuler du sens pour que les apprentissages en soient porteurs et que les patients vivent une expérience renouvelée et construisent du sens à chacune de leur utilisation du SG. Un enjeu fort est de favoriser le transfert des acquis effectués dans l'espace virtuel vers l'espace réel afin de permettre ce retour à l'autonomie.

Pour cela le Gameplay, ou les mécaniques de jeu, comprend un scénario pédagogique thérapeutique habillé de sons, d'images fixes et en mouvement, d'une histoire et de règles.

Nous avons ainsi posé la problématique suivante : Dans quelle mesure la conception etl'usage d'un dispositif numérique basé sur un Serious Game thérapeutique innovant peuvent permettre de médier la rééducation fonctionnelle pour faire évoluer les représentations despatients afin de les aider à appréhender les espaces et à construire du sens ?

Nous entendons ici le dispositif comme un construit sociotechnique utilisé par des acteurs au sein d'une organisation et évoluant en permanence en fonction d'eux.

Une démarche de Serious Game Design au sein d'une Recherche- Intervention

Nous avons mené une co-conception entre chercheurs et thérapeutes basée sur les spécificités du contexte de rééducation dans lequel exercent les thérapeutes ainsi que sur les autres utilisateurs à besoins particuliers, à savoir les patients dysexécutifs, pour spécifier un SG en tant que dispositif de médiation à des fins de rééducation cognitive.

Les choix effectués visent à opérer une transformation. Pour les patients, il s'agit de comprendre les fonctions exécutives ainsi que leur intérêt (littératie de santé), d'élaborer leurs propres stratégies cognitives pour appréhender espaces sociaux et espaces physiques, des'entrainer à les utiliser et enfin à les transférer dans leur vie quotidienne afin de pouvoir regagner en autonomie. Pour les thérapeutes, l'enjeu est de pouvoir obtenir l'adhésion des patients afin qu'ils s'investissent et progressent, d'avoir accès à des données complémentairesafin d'améliorer leur compréhension des difficultés rencontrées, de visualiser objectivement leur progression, et enfin de permettre une action réellement didactique en contextualisant les stratégies acquises pour que leur transfert en vie réelle soit facilité (Golliot 2018). Le niveau de littératie numérique, à savoir l'aptitude des acteurs à comprendre le dispositif numérique, devait également être pris en compte.

Notre démarche de Serious Game Design, avec une conception *ex nihilo* numérique, nous a amené à créer le gameplay et à y associer les trois fonctions utilitaires : la diffusion de messages thérapeutiques et la dispense d'entrainement pour les patients, ainsi que la collecte de données pour les thérapeutes. Les enjeux communicationnels sous-jacents étaient multiples. Pour les professionnels de santé, le dispositif devait être, autant que faire se peut, adapté à leurs pratiques et permettre une correcte utilisation. Pour cela, leur expertise, le regard objectif qu'ils portent sur leurs pratiques et leurs souhaits ont consisté notre terreau de réflexions. Concernant les patients, il était souhaitable que le dispositif à concevoir leur permette d'être acteurs de leur rééducation et de (ré)-acquérir les savoirs, savoir-faire et savoir-être requis pour un retour à domicile en toute sécurité. Un troisième enjeu communicationnel concerne les organisations de santé pour qui un tel dispositif constitue un enjeu de démarcation dans l'écosystème de la santé et un enjeu économique. Elles peuvent ainsi constituer un moteur, un soutien mais parfois aussi un frein (Golliot 2020). Ce point ne sera toutefois pas traité ici.

Le ludique constitue une « aire intermédiaire d'expérience », mettant en relation le dispositif et le joueur lui-même. Le sens étant conçu contextuellement et culturellement en fonction des acquis antérieurs, qui contribuent à moduler le point de vue personnel, chacun perçoit cette expérience selon son propre référentiel. La même situation est donc interprétée de différentes façons selon le patient. Il était donc indispensable de nous appuyer sur les représentations de chacun des acteurs à savoir patients et professionnels de santé

à travers de longs temps d'observation et des entretiens afin de bien comprendre leurs besoins respectifs. Des ajustements permanents en fonction de la réalité du terrain étaient ainsi nécessaires pour s'assurer que le dispositif envisagé correspondait aux attentes, au contexte d'utilisation, n'occasionnait pas une surcharge de travail, s'insérait dans les pratiques, plaisait et était utile.

Pour toutes ces raisons, une démarche de recherche intervention a été menée afin de viser une évolution de l'organisation et un travail sur un dispositif tout en menant une démarche de connaissances (Gonzalez-Laporte 2014). Lors de la co-conception, la période d'appropriation et l'utilisation, les différents acteurs ont ainsi pu jouir d'une grande autonomie au sein d'un processus participatif, entrainant une libération tant individuelle que collective et un changement dans les relations entrainant à son tour des transformations concrètes.

Nous avons ainsi mêlé approche technocentrée et approche anthropocentrée afin de nous efforcer à ce que l'utilisation du SG permette un gain aux utilisateurs, au-delà du simple divertissement. Nous avons misé sur la motivation et l'engagement du patient, ainsi que sur l'accompagnement à la fois dans le jeu et hors du jeu grâce aux thérapeutes (Golliot 2019).Un message thérapeutique compréhensible et faisant écho aux représentations mentales des patients a été élaboré pour qu'ils puissent ensuite se l'approprier et faire évoluer leurs représentations. Une expérience positive procurée par le plaisir, le flow ou encore la compétence permet de plus l'émergence du sens et pousse à effectuer des actescommunicationnels concrets facilitant la transformation des patients.

Ergonomie, UX design, Design Thinking et Conception Universelle ont ainsi étémêlés. L'ergonomie nous a permis d'appréhender le raisonnement humain face à une interface, abordant la notion d'espace, le cognitif, l'affectif et le conatif pour permettre la conception d'un dispositif utile et utilisable. En outre, parvenir à comprendre le besoin des utilisateurs par une approche centrée utilisateurs nous a conduit à faire des choix éclairés pourconcevoir l'architecture de notre information et ainsi designer les interfaces et les interactions. De plus, nous avons souhaité mener une co-conception pluridisciplinaire en incluant des thérapeutes et des patients, notamment lors de séances de créativité via des brainstormings. Encela, le design thinking a favorisé un process itératif permettant l'empathie de chaque membrede l'équipe. Enfin, par la conception universelle, nous avons conçu le SG non pas en pensantà 80% de la population mais bien aux 20% restants, pour intégrer entre autres différents types de handicap afin d'améliorer les exigences du dispositif et qu'il puisse être utilisé par un maximum de patients quelles que soient leurs difficultés.

Serious Game Design pour l'engagement, l'émergence de sens et l'appréhension des espaces

Suivant la théorie de l'autodétermination (Deci et Ryan 1985), l'équilibre du jeu favorise la motivation intrinsèque en adaptant et en mettant en situation les obstacles rencontrés afin de générer un conflit cognitif générateur de motivation et de sens. Nous devions de plus transformer les informations constituant le message thérapeutique en connaissances pour qu'elles soient utiles, utilisables et que les patients puissent s'en saisir pour améliorer leurs capacités cognitives, avoir la capacité d'agir et fassent évoluer leurs représentations mentales. Pour permettre aux patients d'être acteurs et proactifs, nous avons ainsi voulu faire

émerger du sens à travers l'utilisation des dimensions persuasives touchant aux signes, aux systèmes ainsi qu'aux contextes (Golliot 2018). L'apprentissage est égalementrenforcé par la répétition des actions et par leur couplage à des sons spécifiques.

Nous avons pour cela mobilisé différents concepts et notions théoriques (Golliot 2020) (Fig.1) afin de prendre en compte l'immersion du patient au sein du SG, les interactions entre le patient et le SG ainsi que la médiation par le dispositif des interactions entre le patient et le soignant. De plus, nous avons essayé de favoriser la motivation intrinsèque des patients pour faciliter l'apprentissage et l'engagement. Nous avons de plus pris en compte la littéracie numérique Mais également la littéracie de santé, à savoir les connaissances que les patients ont de leurs propres troubles. Dans notre contexte, les patients étant anosognosiques, elle était relativement faible. Nous avons également traité de cognition et de métacognition, à savoir laconnaissance que nous avons de nos propres processus cognitifs. Cette étape était essentielle au transfert de compétences dans les situations de la vie quotidienne. Tout ceci a permis de définir la narration qui allait être utilisée au sein du SG. L'étude des mécanismes d'apprentissage a été une étape importante, souvent délaissée par les concepteurs et montrée du doigt dans les études comme essentielle pour l'efficacité réelle du SG. Nous avons également souhaité travailler autour de la théorie de l'esprit, une notion forte en neuropsychologie désignant la capacité à attribuer des états mentaux non observables à soi- même ou aux autres. Elle permet de prendre en compte l'autre dans toutes les interactions sociales, de faire preuve d'empathie et d'avoir un comportement adapté. Nous avons considéré l'engagement dans la lignée des travaux de Françoise Bernard (Bernard et Joule 2004), prise ici au sens de l'enrôlement. Permettant de dépasser la démarche de persuasion afin de permettre véritablement des actes concrets, il transparait dans la narration, dans la complexité du dispositif, dans le statut d'acteur du patient, dans l'implication du soignant ou encore dans le sentiment de présence. Nous avons ainsi inclus une communication engageantepour permettre les changements effectifs de comportements (Courbet et al. 2013). Enfin, nous avons travaillé sur la mesure de l'appropriation du dispositif par les acteurs, et de leuracceptabilité vis-à-vis de lui.

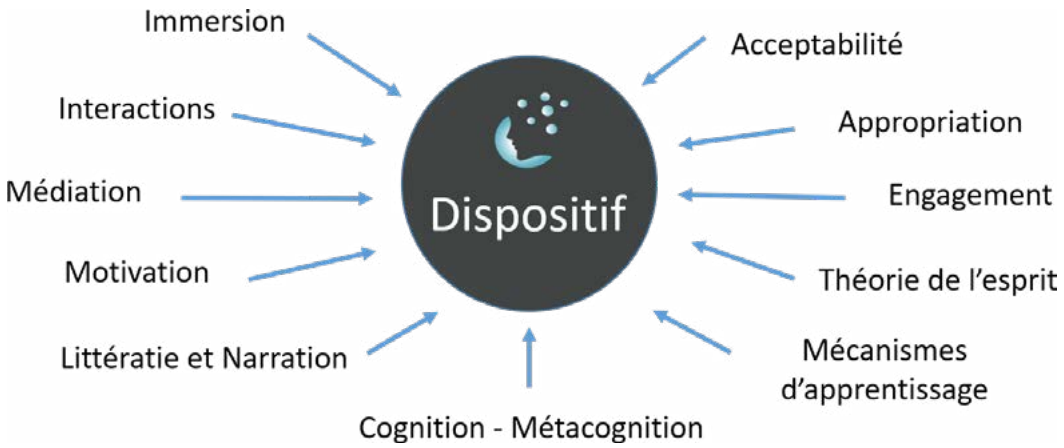


Fig 1 : Ancrage théorique

Dans notre conception du dispositif nommé S'TIM, nous avons ainsi défini un objectifpour orienter les actions et leur donner un sens tout en les délimitant par des règles. Cet objectif est soutenu par une narration développée basée sur une quête épique et utilisant des discours interactifs avec des personnages non joueurs (PNJ), facteurs d'engagement. Lepatient a été « choisi » pour mener cette mission à travers laquelle

il va venir en aide aux PNJ.Pour cela, il a un contrôle de ses actions et ce défi personnel constitue un levier motivationnel.

Selon le concept de *situated meaning-making practices*, le contexte physique influe la recherche de sens dans le SG. Accompagné par son thérapeute, le patient se perçoit ainsi à travers son avatar mais également comme entité dans un espace réel où il côtoie d'autres personnes et se déplace dans des environnements où il doit contourner des objets tels quetable et canapé pour pouvoir atteindre son objectif. Très concrètement, le patient se voit confier une quête : quitter une ville fantôme pour rejoindre ses amis sur une île paradisiaque. Nous faisons ainsi une analogie avec leur quotidien en institution, avant un retour à domicile. Au cours de son aventure, le patient est invité à aider des personnages en relevant des défis. Ce n'est donc pas lui qui est jugé, au contraire il est celui qui aide ce qui procure une position valorisante. Il va ainsi prendre connaissance de l'histoire puis se réveiller dans sa maison et sefamiliariser avec le SG dans un milieu restreint et rassurant en faisant preuve d'attention et de stratégie pour retrouver les objets indiqués. Progressivement, la complexité augmentera sous contrôle du soignant qui ajuste la difficulté. Il s'orientera dans la ville, reconstituera un plan dans un cabinet d'architecture, puis se repérera dans le sous-terrain pour sortir de la ville et découvrir la ferme de Léon qu'il aidera dans la planification de ses semences et récoltes. Il soignera une bûcheronne blessée et participera à la confection du repas en explorant de manière ordonnée un large espace. Il négociera ensuite avec un marchand, aidera deux amantsà se retrouver puis gagnera une plage où après avoir secouru des animaux en devant faire preuve de plus en plus d'attention tout en améliorant sa mémoire de travail il rejoindra enfin l'île et ses amis.

Le patient appréhende ainsi des espaces virtuels de plus en plus grands, en commençant par réaliser des tâches très simples (paradigme du « pied dans la porte ») avant de devoir se repérer dans de plus vastes espaces. Il apprend à se déplacer en conservant son objectif en tête tout en ayant conscience de objets à contourner et en étant cohérent dans ses actions, bien souvent rappelé à l'ordre les premiers temps lorsqu'il tente d'attraper un item de l'autre bout de la pièce, sans cohérence avec sa longueur de bras. Un feedback sonore et visuel lui permet cette prise de conscience des distances : « *Je suis trop loin, je devrais me rapprocher* ».

Grâce à une compréhension rétrospective du récit, les patients pourraient selon le processus du *sensemaking* donner du sens au moment présent et faire expérience en s'extrayant de la situation vécue afin d'y porter attention. Ce processus individuel de construction de sens dépendant de facteurs individuels mais également relatifs au contexte et aux collectifs, est initié par chaque patient grâce à une reconstruction rétrospective sociale toujours en cours et non exhaustive.

Vers un modèle expérientiel dans un contexte d'apprentissage avec une médiation par un dispositif numérique

Nous avons travaillé sur la notion de bien-être en proposant une expérience crédible et plaisante utilisant une table tactile robotisée de 48'. Les interfaces utilisateurs sont le fruit d'une réflexion sur le sens donné à l'objet ainsi qu'aux interactions intuitives à travers le lien entre utilisateur et technologie respectant les possibilités motrices des patients. Grâce à la narration, nous avons pu construire un sens qui, dans un registre

imaginaire, définit des normes et guide l'action des utilisateurs ayant adopté une « attitude ludique ». Les figures de manipulations utilisées nous ont ainsi permis d'essayer de donner un sens au geste dans les interactions (Fig.2).

Fig 2 : Multiples possibilités d'interaction en fonction de la distance à l'écran : en position debout (gauche) etassise (droite)

L'idéal pour le patient serait que d'un apprenant impliqué il accède à un niveau de métacognition suffisant pour devenir un apprenant stratège (Durampart 2018) et ainsi soit en capacité de choisir le comportement à adopter en fonction de chaque situation dans sa vie quotidienne. Nous avons tâché de faciliter cette élaboration des comportements spécifiques recherchés par les soignants de manière intrinsèquement acquise pour qu'elle engendre plusde plaisir que de ressentiments. Son Journal de Bord (JDB) lui permet constamment de se remémorer de son objectif en cours (Fig.3). Ayant le sentiment de contrôler le cours du jeu,les patients peuvent plus facilement s'investir. Enfin, l'expérience qui leur est proposée est personnalisée et équilibrée sous le contrôle des thérapeutes.

Fig 3 : JDB du patient (gauche) et réalisme de l'environnement (droite)

Dans le même temps, le soignant va pouvoir agir dans une thérapie médiée par le dispositif en contextualisant les connaissances transmises à travers le SG afin d'en faciliter le transfert dans la vie quotidienne. Cette action didactique vise un retour à l'autonomie. Il peut ajuster le niveau pour ne pas mettre en échec le patient tout en le poussant vers le haut. Enfin, les Heat Map ainsi que les statistiques lui permettent d'objectiver les séances et de revenir surle comportement de chaque patient (Fig.4).

Les debriefings consécutifs à la séance constituent ainsi une forme de médiationfacilitant la compréhension et l'interprétation des stratégies mises en place dans l'espace virtuel. Debriefings et interactions avec les PNJ aident de plus à appréhender les espaces sociaux et la relation patient-thérapeute s'en trouve transformée.

Fig 4 : Heat Map (gauche), Définition de la difficulté (centre) et statistiques de la séance (droite)

Tout ceci nous amène à proposer un modèle expérientiel dans un contexte d'apprentissage avec une médiation par un dispositif numérique (Golliot 2020).

Les multiples défis permettent la mise en œuvre de différentes stratégies d'apprentissage. D'une part, l'apprentissage constructiviste cognitif permet au patient faisant face à une situation de déséquilibre de s'y accommoder, d'assimiler les éléments se présentantà lui et de parvenir à retrouver une situation d'équilibre. D'autre part, l'apprentissage cognitiviste réflexif permet au patient de percevoir la situation, de se la représenter mentalement puis d'envisager des solutions avant de procéder à la résolution. L'intérêt de cet apprentissage est qu'il permet une forme de métacognition où ses représentations mentales évolueront, améliorant ainsi la flexibilité mentale. Complémentaire, l'apprentissage constructiviste socioculturel permet au patient de faire avec autrui une tâche qu'il n'est pas capable de mener seul. Après un étayage et un désétayage permis par le thérapeute ainsi que par le JDB, le patient peut être autonome sur la tâche. Enfin l'apprentissage constructiviste expérientiel se base sur une expérience concrète vécue au cours du SG, précédent une observation réfléchie qui va être assimilée encore une fois grâce au thérapeute et au JDB thérapeutique afin de permettre une forme de métacognition en menant une conceptualisation abstraite pour enfin réinvestir les savoirs dans l'expérience concrète suivante, dans le SG ou comme cela est à espérer dans sa vie quotidienne.

Pour rendre cela possible, les SIC ont fourni des clés permettant d'enrichir considérablement l'expérience proposée. Le cœur du dispositif, sa scénarisation, contient de multiples éléments. Nous avons défini un thème parlant, une narration interactive, inséré des éléments de jeu cohérents, permis un apprentissage opérant, utilisé des métaphores d'interaction appropriées, spécifié des PNJ appuyant la théorie de l'esprit, choisi un medium inclusif, défini des feedbacks appropriés et enfin inclus des facteurs d'immersion,d'engagement et de curiosité. Ces différents éléments nous permettent de proposer une expérience porteuse de sens, de favoriser l'empathie et la confiance en soi, de dédramatiser l'échec et ainsi d'espérer une autodétermination relative avec une immersion et un engagement du patient, permettant une réelle appréhension de l'espace et un réinvestissement de ces savoirs, savoir-être et savoir-faire au quotidien. Ce modèle expérientiel que nousproposons est exposé Fig.5.

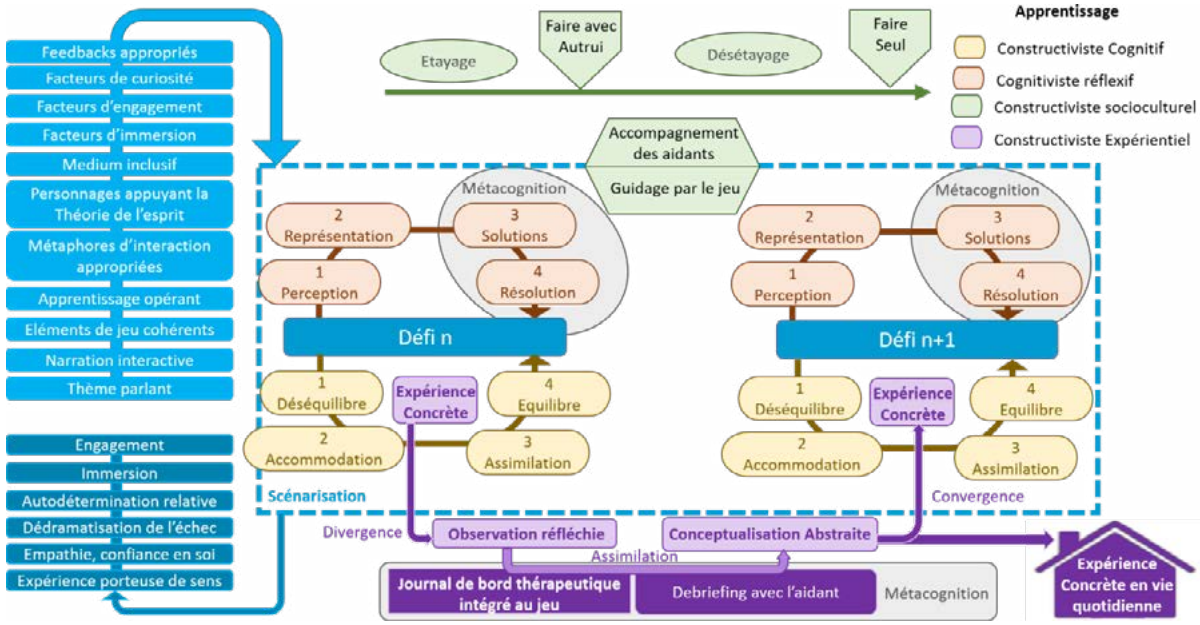


Fig 5 : Modèle expérientiel en contexte d'apprentissage avec une médiation par un dispositif numérique(Golliot 2020)

En attendant les tests cliniques multicentriques qui impliqueront 80 patients hospitalisés dans trois cliniques de rééducation en France et nous permettront de collecter davantage de données sur une période de 18 mois, nous avons mené de premières observations sur 4 soignants et 6 patients afin de visualiser le comportement des acteurs en situation d'interaction avec un angle relatif à la réception du dispositif, à son appropriation, à l'expérience vécue et enfin à son acceptabilité par les différents acteurs. Cette dernière mesures'est faite à partir du modèle TAM3, dédié à l'acceptabilité technologique (Venkatesh et Bala 2008; Golliot 2020).

Nous avons ainsi filmé les sujets à l'aide de deux caméras pendant leur utilisation du dispositif. Cela nous a permis d'observer les expressions du visage (caméra de face) et les interactions tactiles (caméra de dos). A la suite des séances, ils étaient invités à remplir un questionnaire. Malgré la grande limite de ces données en raison du faible nombre de participants, nous avons pu observer que l'expérience vécue semblait positive. Quel que soit l'âge (16-87 ans) et l'intérêt pour la technologie, tous ont montré un intérêt, fait des efforts et ont pu s'approprier les codes. Les patients semblent ainsi travailler sur le dispositif avec plaisir et paraissent s'y engager. Ils disent y éprouver de l'intérêt et enfin reconnaissent son ergonomie et son intuitivité. Il reste bien sûr à analyser véritablement l'intégration du dispositif dans la thérapeutique ainsi que la construction cognitive, émotionnelle et décisionnelle de l'expérience individuelle.

Conclusion

D'abord immergés dans un espace virtuel, les patients appréhendent espaces physiqueset espaces sociaux pour ensuite, avec l'aide de leurs thérapeutes, revenir sur leurs acquis, transformer les espaces, prendre de la distance et effectuer un transfert dans la vie quotidienneréelle. Pour ce faire, notre Serious Game Design soutient la motivation intrinsèque, le statut de Patient-Acteur, l'adhésion, l'attention, l'empathie, l'immersion et enfin le bien-être afin d'engager les patients.

Le sens, condition *sine qua non* à l'expérience, constitue un intellect suscitant des émotions et est relié à la pratique. Sur un plan phénoménologique, nous pouvons de ce fait observer une interdépendance entre le lien,

le sens et l'action (Bernard et Joule 2004). Selon le paradigme de la communication engageante, l'action dans l'interaction permet l'émergence de ce sens, favorisant une prise de conscience, l'élaboration de stratégies cognitives spécifiques par les patients, ainsi que l'encouragement à les transférer du monde virtuel à la vie réelle pour permettre un retour à l'autonomie.

Le dispositif semble facile à utiliser pour les thérapeutes, utile dans leur pratique et contient un message thérapeutique qu'ils ont eux-mêmes validés. Ils peuvent de plus d'accéder à des données objectives collectées automatiquement, rendant possible une certaine distanciation. Les patients paraissent reconnaitre son intérêt pour leur rééducation et s'y engager. Dans ce contexte thérapeutique, le dispositif numérique se placerait ainsi en tant que pièce maitresse de l'expertise et favoriserait l'autonomie des patients à travers une nouvelle forme de médiation entre soignants et patients, ce qui pourrait aboutir à une certaine hybridation de la rééducation.

Bibliographie

Alvarez, Julian. 2019. « Design of serious gaming devices and experiences ». Habilitation à diriger des recherches, Université Polytechnique des Hauts-de-France. https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-02415027.

Bernard, Françoise, et Robert Vincent Joule. 2004. « Lien, sens et action : vers une communication engageante ». *Communication et organisation*, nº 24. https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.2918.

Courbet, Didier, et Marie-Pierre Fourquet-Courbet. 2015. « Les serious games, dispositifs de communication persuasive: quels processus socio-cognitifs et socio-affectifs dans les usages? Quels effets sur les joueurs? Etat des recherches et nouvelles perspectives ». *Réseaux* 33 (194): 199–228.

Courbet, Didier, Marie-Pierre Fourquet-Courbet, Françoise Bernard, et Robert-Vincent Joule.

2013. *Communication persuasive et communication engageante pour la santé Favoriser des comportements sains avec les médias, Internet et les serious games*. Inpress. https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01076750/.

Deci, Edward L., et Richard M. Ryan. 1985. *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum Press.

Durampart, Michel. 2018. « Les technologies peuvent-elles aider à accentuer une forme universitaire qui gagne en légitimité tout en restant singulière ? » *Distances et médiations des savoirs. Distance and Mediation of Knowledge*, nº 24 (décembre).http://journals.openedition.org/dms/3205.

Godefroy, O., et GREFEX. 2004. « Syndromes frontaux et dysexécutifs ». *Rev Neurol*, 2004,sect. 160 : 10.

Golliot, Julie. 2018. « A new rehabilitation device: S'TIM, the persuasive and therapeutic serious-game for patients with dysexecutive syndrome ». *Modelling, measurement and control C* 79 (4): 206− 11. https://doi.org/10.18280/mmc_c.790410.

Golliot, Julie. 2019. « Engagement Levers for Therapists and Patients in a Context of Cognitive Rehabilitation of Executive Functions With the Serious Game S'TIM ». In *2019 IEEE 7th International Conference on Serious Games and Applications for Health (SeGAH)*, 1− 8. https://doi.org/10.1109/SeGAH.2019.8882458.

Golliot, Julie. 2020. « Vers une rupture cognitive et conceptuelle dans l'orientation de la dimension soignante en rééducation fonctionnelle cognitive : introduction d'un Serious Game thérapeutique agissant en tant que dispositif de médiation ». Toulon:Toulon.

Gonzalez-Laporte, Christian. 2014. « Recherche-action participative, collaborative, intervention... Quelles explicitations? », 28.

Venkatesh, Viswanath, et Hillol Bala. 2008. « Technology Acceptance Model 3 and aResearch Agenda on Interventions ». *Decision Sciences* 39 (2): 273− 315. https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x.

La rencontre d'espaces professionnels, matériels et scientifiques au coeur de la co-construction d'un serious game d'éducation aux médias et à l'information

The meeting of professional, material and scientific spaces at the heart of the co-construction of a serious game of media and information literacy

Amandine KERVELLA[1], maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de laCommunication / chercheuse à l'Ecole Nationale de Protection Judiciaire de la Jeunesse(ENPJJ), Laboratoire GERiiCO/ENPJJ amandine.kervella@justice.fr

Aurélia LAMY, maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de laCommunication, Laboratoire GERiiCO/Université de Lille aurelia.lamy@univ-lille.fr

Céline MATUSZAK, maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de laCommunication, Laboratoire GERiiCO/Université de Lille celine.matuszak@univ-lille.fr

Mots-clés: éducation aux médias, serious game, recherche-actionKeywords: media education, serious game, action research

Résumé

Dans le cadre d'un projet européen de prévention et de lutte contre la radicalisation, nous avons été sollicitées pour aborder la problématique générale du projet au prisme de l'éducation aux médias et à l'information. C'est dans ce cadre qu'a été conçu le serious game Newscraft. Cette démarche de recherche-action s'est nourrie des expériences et des représentations d'acteurs. Des contraintes de production aux enjeux éducatifs de déploiement et d'usage, la création du jeu a également révélé des enjeux scientifiques importants liés à la posture de recherche.

Abstract

We were asked to approach the general problem of a European project on preventing and combating radicalisation through the prism of media and information literacy. It is within thisframework that the serious game Newscraft was conceived. This action-research approach was based on the experiences and representations of the actors. From production constraintsto the educational stakes of deployment and use, the creation of the game also revealed important scientific issues related to the research posture.

1 Ordre alphabétique

La rencontre d'espaces professionnels, matériels et scientifiques au coeur de la co-construction d'un serious game d'éducation auxmédias et à l'information

Amandine Kervella, Aurélia Lamy, Céline Matuszak

Dans le cadre d'un projet européen de prévention et de lutte contre la radicalisation menant à la violence, nous avons été sollicitées pour aborder la problématique générale du projet au prisme de l'éducation aux médias et à l'information. C'est dans ce cadre qu'a été conçu et développé le serious game Newscraft, en collaboration avec un studio de création vidéo- ludique. Initialement envisagé comme un outil de prévention contre la circulation et l'adhésion aux « fake news » et aux « théories du complot », le jeu s'est orienté au fil de sa construction vers un autre objectif pédagogique : l'accompagnement du joueur dans la compréhension des mécanismes de construction des discours médiatiques « d'actualité ». Trois années (2016-2019) ont été nécessaires à la conception et la réalisation de ce support pédagogique aujourd'hui en libre accès sur le site web consacré au jeu (https://newscraftseriousgame.com/) et sur les plateformes de téléchargement (ios, android).

Cette communication vise à interroger la manière dont la création d'un dispositif technique d'éducation aux médias peut favoriser la circulation des représentations, des savoirs et des savoir-faire entre une variété d'espaces symboliques et matériels qui le nourrissent, et parfois entrent en conflit. Nous interrogerons donc ici la confrontation de ces différents espaces au cœur du processus de recherche-action engagé dans le cadre de ce projet.

La co-construction de ce dispositif nous a conduites à interroger trois types d'espaces :

- 1 - un espace matériel - celui du design du jeu - révélateur de questionnements portant sur les représentations professionnelles (des journalistes notamment) et leurs conditions de travail.
- 2 - des espaces pédagogiques qui s'inscrivent dans des temps et des lieux circonscrits porteurs de contraintes influençant fortement les conditions d'usage du jeu.
- 3 - des espaces symboliques enfin - via les échanges entre espaces professionnels différenciés (acteurs éducatifs, concepteurs de jeux-vidéos et chercheurs) notamment.

Méthodologie

Notre recherche s'ancre théoriquement dans le champ des sciences de l'information et de la communication et a été construite en tant que recherche-action. Nous l'avons menée en mobilisant un appareillage métho-

dologique hybride destiné à faire naître Newscraft d'un échange, voire d'une confrontation entre savoirs scientifiques et savoirs expérientiels de professionnel.l.es de l'éducation (Dewey, 1968), pensé.es comme les premiers bénéficiaires de cet outil. Plus couramment utilisé dans le domaine de la santé, la notion de « savoir expérientiel » ne doit pas être simplement associée à l'expérience unique de l'individu. Ce savoir est construit dans la durée, en interaction avec un environnement, des contextes de travail et des situations de formation par exemple, permettant une dimension réflexive (Borkman, 1976).

La mobilisation de ce type de savoirs nous est apparue nécessaire au regard de la nature même de notre projet de recherche. Il s'agissait en effet d'un thème – l'éducation aux médias et à l'information mobilisée comme démarche de lutte contre les fausses informations et de prévention primaire de la radicalisation menant à la violence – à propos duquel les savoirs scientifiques étaient particulièrement limités, spécialement lorsque nous avons débuté leprojet en 2016. Pouvaient cependant être mobilisés des savoirs expérientiels, des savoirs que John Dewey qualifie de « première main », sur lesquels fonder nos travaux et mener à bien notre projet dans le temps que nous avions pour le faire. Notre projet avait en outre pour principal objectif la création d'un outil éducatif. Or, la possibilité que les utilisateurs finaux que sont les professionnel.l.es de l'éducation se l'approprient nous apparaissait favorisée par la prise en compte de leurs savoirs expérientiels dans son élaboration même (Dewey, 1968). C'est dans cette perspective que nous avons souhaité placer une démarche de co-construction du serious game Newscraft au cœur de la recherche action menée.

D'un côté, nous avons réalisé différents états de l'art académiques principalement à propos des pratiques informationnelles juvéniles, des « théories du complot », des serious game. D'un autre côté, nous avons mené des entretiens individuels[2] et organisé huit temps d'échanges collectifs auprès de professionnels de l'éducation (professeurs.es, animateurs.trices, professionnel.l.es de la protection judiciaire de la jeunesse, du secteur sanitaire et social, journalistes impliqués dans des ateliers d'éducation aux médias, responsables de services municipaux). A travers cette démarche il s'agissait d'accompagner les professionnel.l.es impliqués dans une sémantisation de leurs expériences (Gardien, 2017). Au final 75 personnes ont participé à ces temps d'échange, répartis sur 18 mois.

Nous avons par ailleurs rapidement appuyé les temps d'échanges collectifs sur les éléments matériels du serious game qui prenaient forme petit à petit à travers un processus d'allers- retours cycliques : scénario, *game play*, graphisme et différentes versions du jeu. A la fin du processus nous avons également réalisé des séances de tests du jeu en situation avec l'ensemble des utilisateurs.trices finaux.ales (enseignants.tes, éducateurs.trices, mais aussi les « jeunes » à partir de 14 ans[3]).

Jouer dans un espace circonscrit : la création du game design au coeur des contraintes professionnelles de conception

Comme nous l'avons précisé en introduction, Newcraft a été conçu en collaboration avec un studio de création vidéo-ludique, choisi par les responsables du projet. La compréhension mutuelle des contraintes a été

2 10 entretiens individuels

3 2 ateliers avec des collégiens et des lycéens (temps scolaire et hors temps scolaire, 45 personnes), 6 ateliers avec des étudiants (1eres années et 2eme années, 120 personnes).

un élément clé dans la réalisation concrète du jeu. Un despoints importants de discussion a concerné le gameplay. Comme l'ont expérimenté A. Seurratet S. Labelle : « le dispositif vidéoludique ne résout pas les tensions inhérentes entre objectifs d'apprentissage et logiques ludiques, au contraire il les exacerbe. La conception d'un serious game suppose une réflexion sur la situation proposée et sur la part du pédagogique et la part du ludique" (Seurrat, Labelle, 2012 : 34). En outre, dans notre projet, la nature des espaces professionnels (la recherche/l'enseignement supérieur et la création vidéo-ludique) dans lesquels s'inscrivent les partenaires engagés dans la construction du serious game a eu tendance à renforcer la séparation entre le ludique et le pédagogique. En effet, « le travail de catégorisation de l'innovation en « serious game » dépend d'obstacles et de grandes inerties (cultures professionnelles, dissensions politiques territoriales, etc.). Les capacités conjointes de la technique à capter des dispositions sociales et des acteurs à agencer spécifiquement certaines entités techniques permettent – ou non – aux médiations sociotechniques d'aboutir, et à l'objet de poursuivre sa trajectoire » (Potier, 2020 : 207). La formalisation du gameplay adonc nécessité une acculturation mutuelle pour réaffirmer de part et d'autre l'intention de préserver les logiques ludiques au service d'un apprentissage spécifique.

Newscraft a vocation à aider le joueur à comprendre les mécanismes de construction de l'information d'actualité en le mettant en situation de production d'informations pour une rédaction de presse. Le joueur se retrouve dans la peau d'un journaliste stagiaire qui travaille dans la rédaction d'un média d'actualité en ligne. Chaque jour, le joueur doit publier des informations pour alimenter la page d'accueil de ce média. Suivant la rédaction dans laquelle évolue le joueur, il devra publier les informations les plus rigoureuses et honnêtes possibles (ou non), choisir des sujets adaptés à la ligne éditoriale de son média et les traiter en accord avec cette ligne. Si le joueur remplit les objectifs quantitatifs et qualitatifs quotidiens imposéspar sa rédaction il sera embauché à la fin de sa période d'essai, suivant un salaire proportionnel à la réputation qu'il aura pu acquérir dans son travail.

L'objectif général pour nous était donc à ce niveau de penser un game design permettant au joueur d'expérimenter, par le jeu, le poids d'un certain nombre de conditions matérielles de production de l'information sur les discours médiatiques. Il s'agissait de s'inscrire dans la tradition des pédagogies actives, « par le faire », très mobilisées en France dans la mise en œuvre de l'éducation aux médias et à l'information (Corroy, Froissard, 2018). Il était aussi question de proposer une approche de la production de l'information tenant ensemble les questions d'idéologie, à travers une place centrale accordée à la problématique des « lignes éditoriales » et de la matérialité. Les travaux préparatoires que nous avons menés pour construire Newscraft avaient d'ailleurs mis en lumière l'importance de représentations n'envisageant les médias qu'au prisme de l'idéologie dans des discours pouvant être qualifiésde « complotistes », ou plus ordinairement dans des discours critique des médias entendus à l'occasion d'activités relevant de l'EMI.

Un des premiers enjeux dans la conception du jeu a été la représentation de l'espace d'une rédaction de presse afin qu'elle réponde aux étapes de production de l'information journalistique. Un compromis s'est opéré entre une volonté de la part des chercheurs de montrer le réel du travail dans sa complexité et les contraintes techniques, graphiques et de game design. Sont ainsi mis à disposition du joueur différents types d'écrans lui permettantde récolter de l'information (mots, titres, image), de commander des reportages, de rédiger son article. Cet espace présente des signes pensés comme des stigmates des contraintes journalistiques « réelles » : un chrono rappelant la contrainte de temps inhérente à tout travail journalis-

tique, un dossier spécifique permettant au joueur d'envoyer un collègue sur le terrain(uniquement s'il en a le temps), les fils de dépêches à la manière d'agences de presse rappelant leur importance dans la fabrique de l'actualité.

Un second enjeu a été celui de la fabrication des articles eux-mêmes. Il s'agissait en effet de proposer un mode de production de ces articles adapté aux objectifs ludo-pédagogiques du serious game, aux contraintes précédemment évoquées (techniques, graphique, game design) et au cadre du projet européen dans lequel il était créé (budget, plurilinguisme). Au final, le joueur doit produire des articles sur un thème proposé parmi une liste préétablie. Ces articles comportent un titre et une illustration à choisir de la même manière. Les thématiques des articles rendent compte des controverses qui alimentent aujourd'hui la critique des discours médiatiques et visent à les mettre en lumière autant qu'à les questionner. Ils font en outre écho aux préoccupations des professionnels de l'éducation impliqués dans le projet et aux travaux préparatoires menés. Dans Newscraft est ainsi abordé le traitement journalistique de l'islam, des conflits internationaux, des questions de genre, des mouvements sociaux, etc. Les titres et les illustrations ont été créés afin de correspondre aux lignes éditoriales des médias dans lesquels le joueur peut effectuer son stage. Le joueur doit également proposer un texte pour que son article soit complet. Or ici les mots ont été remplacés par la représentation de ceque nous avons envisagé comme leurs différentes valeurs ou leurs différents rôles en matière d'information. Il existe 5 catégories de mots, tous représentés par des signes ressemblant à untexte indéchiffrable écrit manuellement, mais changeant de couleur ou étant barré. A titre d'exemple les signes multicolores représentent des mots « sensationnels ». Ils servent à attirer le lecteur en lien avec le principe de visée de captation décrit par Charaudeau (Charaudeau, 2005). Les signes barrés[4] font écho au manque de « crédibilité » de l'information donnée et symbolisent les « fausses informations ». Suivant la ligne éditoriale de chaque média, certainsmots sont à privilégier pour marquer le plus de points possible. Ce choix de la symbolisationa été principalement guidé par des contraintes techniques et budgétaires dont celles liées à l'obligation de produire un jeu en plusieurs langues. Il est d'ailleurs celui qui suscite le plusde questionnement de la part des professionnels de l'éducation qui utilisent le jeu. Poussé par le studio de création, il a permis d'éviter l'écueil d'une quantité de texte à lire trop importantepour maintenir la dimension ludique de Newscraft. Il nous permet aussi d'envisager le texte d'un article sous un angle conceptuel facilitant l'explicitation des enjeux de la construction des textes médiatiques d'information, dans une perspective d'EMI.

Enfin, les personnages évoluant dans l'espace de la rédaction sont eux-mêmes porteurs de représentations concernant la sociologie du journalisme. Les choix opérés ont vocation à mettre en lumière des évolutions de recrutement dans ce secteur mais visent également à déconstruire certains stéréotypes relatifs aux équipes journalistiques dans les rédactions et à susciter le débat. Le métier se féminise progressivement (47,5 % de femmes pour 52,5% d'hommes[5]), ce qui nous a conduit à accorder une place importante aux personnages féminins. La question de l'homogénéité des journalistes en terme de classe et de race étant également un sujet de préoccupation au sein de la profession et dans le champ de l'analysedes médias (Lafarge, Marchetti, 2011), il nous a semblé pertinent de mettre en scène des personnages incarnant la problématique de la "diversité" dans les rédactions.

4 Les signes barrés n'apparaissent pas ainsi à première lecture. Ils figurent dans les textes comme de simples signes écrits en noir. La barre rouge qui les recouvre n'apparaît que si le joueur utilise une loupe, un outil dédié pour les identifier. Cette opération de vérification prend cependant un temps que le joueur n'a pas toujours.

5 Chiffres 2019, observatoire des métiers de la presse : https://data.metierspresse.org/overview.php#gender/alljournalists/2019/none

L'ensemble de ces choix constitue une orientation spécifique du gameplay, résultat de négociations parfois complexes entre l'espace de la recherche (temps long) et l'espace professionnel soumis à des logiques économiques de production.

Un jeu qui s'inscrit dans un espace pédagogique réel

Si Newscraft a des objectifs pédagogiques intrinsèques, que nous venons d'expliciter, il n'a pas vocation à être utilisé seul mais a été avant tout pensé pour s'inscrire dans des espaces pédagogiques existants. Comme le rappellent Potier et Berry : « L'usage du jeu repose traditionnellement sur le fait qu'il n'est pas conçu pour apprendre, mais qu'il peut générer des situations d'apprentissage (Potier, 2020 : 202 ; Berry, 2011). Newscraft a dans cette perspective été envisagé comme un support d'apprentissage. Il fallait donc chercher à s'assurer qu'il soit utilisable dans différents espaces pédagogiques réels. La prise en compte des contraintes inhérentes à ces derniers a été rendue possible grâce à la démarche de co- construction entreprise avec les professionnels de l'éducation mobilisés. A ce titre, les différentes phases de test de Newscraft ont joué un rôle particulièrement important en nous invitant à prendre en considération les conditions d'usage réel de Newscraft à trois niveaux.

A un premier niveau, les contraintes techniques des espaces pédagogiques dans lesquels lejeu pouvait être utilisé ont orienté certaines de ses caractéristiques techniques. Il fallait par exemple pouvoir jouer à partir de modèles anciens d'ordinateurs, avec des versions téléchargeables localement ou en ligne afin de s'adapter aux différentes configurations possibles, spécialement aux limitations de connexion dans les établissements scolaires. C'est dans cette perspective que le jeu a été rendu disponible sous forme d'application pourtéléphones portables et tablettes.

A un second niveau, les travaux préparatoires à l'élaboration du jeu, en écho à différentes recherches menées dans le champ de l'éducation aux médias et à l'information nous ont ainsi conduites à accompagner le jeu d'un livret pédagogique conséquent. Il s'agissait alors de proposer des ressources à des acteurs éducatifs en charge d'activités relevant de l'éducation aux médias et à l'information mais ne disposant d'aucune formation dédiée à cette thématique. En effet, si les professeurs documentalistes disposent d'une formation initiale en SIC, force est de constater que les curriculum de formation de certains professionnels de l'éducation (éducateurs, animateurs, etc.) n'intègrent que très peu d'éléments pouvant alimenter des pratiques d'EMI. De plus, les politiques publiques d'EMI se focalisent avant tout sur la question des équipements (Frau-Meigs D., Velez I., Michel J, 2017) et moins sur les logiques formatives. L'empressement à « éduquer aux médias », à travailler l'esprit critique subi par l'ensemble des professionnels de l'éducation suite aux attentats de *Charlie Hebdo* a d'ailleurs révélé l'absence et/ou l'inadéquation des formations sur ces questions.

Enfin, les tests réalisés ont renforcé la nécessité de permettre et d'encourager un usage différencié de Newscraft en fonction des publics accompagnés. Au sein même du jeu ont ainsi été introduites des aides contextuelles activables ou non. Un tutoriel optionnel a également été créé suite aux premiers tests. Nous avons en effet observé que tous les joueurs, spécialement ceux faisant le moins usage du numérique au quotidien, ne reconnaissaient pas l'ensemble des « signes passeurs » (Bonaccorsi, 2013), qui avaient été imaginés pour guider l'usage du jeu. Un « signe passeur » peut être défini comme un hypertexte iconique

permettant de saisir le caractère opératoire de l'élément graphique. Une partie des joueurs, majoritairement les plus jeunes, jouaient en outre sans réellement comprendre pourquoi ils gagnaient ou non des points, ce qui limitait la portée pédagogique de l'usage du jeu. Letravail de co-conception mené avec les professionnel.les de l'éducation nous a par ailleurs conduit à inclure dans le kit pédagogique des propositions de parcours pédagogiques adaptésà différents publics et différents espaces pédagogiques afin de souligner la possibilité que Newscraft soit utilisé aussi bien en temps scolaire (du collège à l'université) qu'en hors tempsscolaire, en fonction du projet d'EMI dans lequel il vient prendre place.

La conception du jeu a donc constamment oscillé entre contraintes matérielles de production, exigences de prise en compte des contextes d'usage, attentes des utilisateurs finaux et perspectives de recherche. Les nombreux échanges entre les acteurs du projet situés dans des espaces professionnels différenciés nous sont apparus comme un facteur déterminant garantissant un usage efficient du jeu dans un contexte d'EMI.

Un échange entre espaces professionnels et espaces de la recherche

Concevoir, créer et diffuser un serious game d'éducation aux médias en collaboration avec le monde socio-économique suppose de créer les conditions d'un échange entre espaces professionnels (ceux des acteurs éducatifs) et espace de la recherche. Or, cet échange questionne la posture du chercheur immergé dans un processus de recherche action. En ce quiconcerne Newscraft, notre posture a été de trois ordres:

- le chercheur « expert ». A l'origine de la conception avec le studio de création vidéo- ludique, nous avons initié les échanges sur la base des travaux scientifiques existants concernant notamment les pratiques médiatiques des jeunes.
- le chercheur accompagnant. En prise avec le terrain à travers les nombreux échanges avec les acteurs éducatifs, nous avons accompagné la réflexion autour de l'intérêt du dispositif à mettre en place mais surtout son contenu et sa mise en œuvre. Cet accompagnement résulte d'un travail en interaction avec les acteurs où le croisement des données recueillies lors des échanges, les états de l'art scientifiques produits et les contraintes techniques et matérielles ont conduit à alimenter la conception du jeu en remettant parfois en cause nos hypothèses de départ.
- le chercheur évaluateur. C'est certainement la posture qui pose le plus question tant il est compliqué d'être concepteur et évaluateur d'un même produit. La légitimité de cette posture tient donc à deux modalités de contrôle qui contribuent à l'évaluation du dispositif également
- : l'appropriation effective du dispositif par les acteurs de terrain - qui nous permet de valider l'intérêt et la pertinence de l'outil au regard des objectifs préalablement fixés, le retour scientifique des pairs lors de moments d'échanges permettant de valider - ou non - laproduction de connaissances scientifiques nouvelles.

Finalement, plus qu'une posture de « chercheur-acteur » (Lallé, 2004) - qui impliquerait une présence continue dans un espace donné et sur un temps long - c'est la posture de « chercheur-ingénieur » (Chanal et al., 1997 in Lallé, 2004) qui semble globalement caractériser nos modalités d'intervention. En effet, le

« chercheur-ingénieur » […] conçoit l'outil support de sa recherche, le construit, et agit à la fois comme animateur et évaluateur desa mise en œuvre dans les organisations, contribuant ce faisant à l'émergence de représentations et de connaissances scientifiques nouvelles ».

Au-delà d'une catégorisation des actions du chercheur définissant des postures dans l'action, c'est le terme d'engagement qui nous paraît le mieux spécifier la posture que nous avons expérimentée au fil du projet. Nous avons en effet constamment été :

- Engagé.es dans l'action, spécifiquement dans la production d'outils éducatifs,supports et soutiens aux pratiques professionnelles. Dans ce contexte il s'agit pourle chercheur/la chercheuse d'assumer une participation continue au processusd'élaboration d'un outil ;
- Engagé.es aux côtés des professionnel.l.es afin de produire avec eux.elles un outil venant répondre à une demande professionnelle concrète et à une demande sociale. La coopération s'est mise en place grâce à un contexte de confiance, de réciprocité des échanges, de reconnaissance des savoirs de chacun qui permet un partage des expériences vécues et l'émergence de savoirs partagés « en devenir » (Paturel, 2015).
- Engagé.es dans la recherche et pour la recherche enfin. Au-delà de la production de l'outil pédagogique, nous avons dû maintenir l'exigence de réalisation derecherches et donc négocier des espaces et des conditions pour le faire : « Il faut réfléchir en termes de compromis (ce qui ne relève pas d'une compromission) entre le rapport à l'action et le rapport à la science, ce qui suppose une tension entre une visée pragmatique ou utilitaire et le caractère nécessairement non utilitaire de la science » (Foucart, 2015, 190).

L'engagement pour la recherche passe aussi par des modes de visibilisation des recherches produites qui dépassent le cadre strictement académique, dans la perspective de changement social lié au choix de la recherche action. Notre projet repose ainsi sur l'intégration de résultats de recherche dans un serious game (et un kit pédagogique), ce qui peut être lu comme une forme contemporaine de vulgarisation scientifique. Notre projet s'est en outre déployé via différents modes de partage des connaissances scientifiques (formations, conférences, workshop, etc.) qui nous ont permis de visibiliser des résultats de recherche avecun public large, avec pour objectif de mettre en valeur les apports de certaines connaissances scientifiques.

Conclusion

La réalisation de Newscraft a conduit notre équipe de chercheuses à collaborer avec des acteurs de l'univers des jeux vidéos (les concepteurs de l'approche vidéo-ludique de Vertical)et des professionnels de l'éducation (enseignants, éducateurs, responsables de services en collectivité) porteurs d'attentes, de contraintes et d'objectifs différenciés. "Pour réaliser ensemble un projet d'innovation pédagogique par le jeu vidéo, ces acteurs doivent inventer la coordination du cours de leurs actions collectives : comment se comprendre, se financer, arbitrer sur ce que devrait être un outil ludico-numérico-pédagogique, l'inscrire dans une activité de recherche, le porter du laboratoire à la classe, accompagner l'invention de ses usages, le valoriser

scientifiquement et commercialement, etc." (Potier, 2020 : 201). Au-delà des incompréhensions latentes, des nécessités d'éclaircissement et d'acculturation professionnelles inhérentes à ce travail collaboratif, ces échanges ont contribué à faire évoluer le jeu tant dans sa matérialité que dans la perception de ses futurs usages et à permettre la circulation de représentations, de savoirs et savoir-faire au sein d'espaces professionnels différenciés. Ils ont surtout conduit à repositionner le statut des chercheurs/chercheuses engagé.es dans une démarche de recherche-action.

Bibliographie

Corroy L. &, Froissart P. (2018). L'éducation aux médias dans les discours des ministres del'Éducation (2005-2017), *Questions de communication*, 34(2), pp. 173-188.

Charaudeau P. (2005). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*,De Boeck – Ina coll. « Médias Recherches », Bruxelles.

Bonaccorci J. (2013). Approches sémiologiques du web in C. Barats (dir.), *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, Paris, Armand Colin.

Foucart, J. (2015), La recherche collaborative, une perspective épistémologique. Chapitre 21. Dans : Les chercheurs ignorants éd., *Les recherches-actions collaboratives: Une révolution de la connaissance* (pp. 189-196). Rennes, France: Presses de l'EHESP. https://doi.org/10.3917/ehesp.lesch.2015.01.0189»

Paturel, D. (2015). La recherche participative en travail social : l'option d'une épistémologie et d'une méthodologie constructiviste. Chapitre 22. Dans : Les chercheurs ignorants éd., *Les recherches-actions collaboratives: Une révolution de la connaissance* (pp. 197-205). Rennes,France: Presses de l'EHESP. https://doi.org/10.3917/ehesp.lesch.2015.01.0197»

Frau-Meigs D. & Velez I. & Michel J. (2017). Public Plocies in Media and Information Literacy in Europe, Cross-Country Comparisons, R*outledge Studies in European Communication Research and Education* (ECREA).

Labelle S. & Seurrat A. (2012). Médiations ludiques et activités d'apprentissage : réflexions àpartir d'une expérience de conception d'un serious game, *Revue des interactions humaines médiatisées*, Vol 1, http://europia.org/RIHM/V13N1/RIHM13(1)3-Labelle.pdf

Lafarge G., Marchetti D. (2011). Les portes fermées du journalisme. L'espace social des étudiants des formations « reconnues » », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 189(4), pp. 72-99.

Lallé B. (2014). Production de la connaissance et de l'action en sciences de gestion. Le statut expérimenté de « chercheur-acteur », *Revue française de gestion*, 2004/1 (n° 158), p. 45-65.

Pérény, E. (2010). L'image interactive, paradigme du jeu vidéo. In Craipeau S., Genvo S., Simonnot B. (sous la direction de.), Les jeux vidéos au croisement du social, de l'art et de la culture: Nancy, Presses universitaires de Nancy, p.147-162.

Potier V. (2020). Des concepteurs de jeu vidéo à l'université. Objets et catégories de l'innovation pédagogique , *Réseaux*, 2020/6 (N° 224), p. 197-223. DOI10.3917/res.224.0197. URL : https://www-cairn-info.ressources-electroniques.univ- lille.fr/revue-reseaux-2020-6-page-197.htm

La Réalité Virtuelle Cinématique : le langage de l'expérience vécue. Les cas de « Notes on Blindness » et « Allumette »

Cinematic Virtual Reality : the language of lived experience. The cases of «Notes on Blindness» and «Allumette»

Savo Zunjic, doctorantSIC.
Lab Méditerranée,
UCAsavozunjic@gmail.com

Mots clés : réalité virtuelle cinématique, langage, narration, expérience

Keywords: cinematic virtual reality, language, narration, experience

Résumé :

Notre article vise à interroger l'idée que la réalité virtuelle cinématique est une nouvelle étape plus immersive dans le développement des médias représentatifs, un média indépendant qui possède son propre langage, domaine d'utilisation, ses forces et ses faiblesses, par rapport auxmédias existants. Nous avons appliqué l'analyse des moyens narratifs utilisés sur deux expériences dans la réalité virtuelle cinématique afin de repérer comment l'information est transmise par cette nouvelle forme d'écriture et quel sont ses spécificités par rapport aux médias audiovisuels traditionnels.

Summary:

Our article aims to question the idea that the cinematic virtual reality is a next, more immersive, step in the development of representative media, an independent medium that has its own language, field of use, strengths and weaknesses compared to existing media. We applied the analysis of narrative means used in two cinematic virtual reality experiences in order to identify how the information is transmitted by this new writing form and what are its specifics in comparing to traditional audiovisual media.

La Réalité Virtuelle Cinématique : le langage de l'expérience vécue
Les cas de *Notes on Blindness et Allumette*

Savo Zunjic

Notre article vise à interroger l'idée que la réalité virtuelle cinématique est une nouvelle étape plus immersive dans le développement des médias représentatifs, qu'elle représente un média indépendant qui possède son propre langage, domaine d'utilisation, ses forces et ses faiblessespar rapport aux médias existants, susceptible de changer de manière importante la communication audio-visuelle.

Ce qui nous intéresse c'est comment l'information est transmise par ce nouveau média, surtout l'aspect narratif de la réalité virtuelle. Est-ce que les auteurs peuvent utiliser les mêmes moyens du langage traditionnel cinématographique (montage, cadre, son, éclairage etc.), pour communiquer avec le spectateur ? Nous souhaitons repérer et analyser les procédésspécifiques utilisés dans la création du contenu en réalité virtuelle et leur effet sur l'expérience vécue.

Mes recherches dans le domaine de la réalité virtuelle s'inscrivent dans l'axe 4 (Machines, Intelligences, Designs(s)) du XXIIe Congrès de la SFSIC, de manière que nous pouvons considérer le dispositif technique de réalité virtuelle (l'équipement de tournage et de diffusion, ainsi que les moyens digitaux de montage et de post-production) comme unemachine numérique qui rend possible la création des nouvelles espaces et des nouvelles temporalités et, par conséquent, d'une nouvelle réalité.

Nous passons de notre monde naturel à un monde artificiel, entièrement créé par l'homme. Cenouvel environnement immersif nous permet de traverser l'espace et le temps pour nous retrouver instantanément à un autre endroit selon notre volonté, justement comme Paul Valéryl'a prévu en introduisant sa notion d'ubiquité. Outre la possibilité nous permettant de nous déplacer dans l'espace désiré, cette technologie a créé ses propres espaces, qui invitent les utilisateurs à les découvrir, les occuper et les partager, comme les réseaux sociaux virtuels, de type Facebook Spaces ou des plateformes pour regarder des événements sportifs ou musicaux en live avec Oculus Venus ou Next VR. Il existe aussi des espaces mélangés de type réalité augmentée (Microsoft Lens) ou des espaces réels, aménagés pour l'utilisation de la RV(Void).

Depuis les arts primitifs jusqu'aux médias immersifs les plus développés d'aujourd'hui, nous pouvons observer la progression des médias de représentation, sans pourtant constater qu'ils ont atteint leur forme définitive, comme formulé par Bazin, « le cinéma n'est pas encore inventé ! ». En faisant ses recherches sur les pionniers du cinéma, il a reconnu cette volonté decloner le réel : « Leur imagination identifie l'idée cinématographique à une représentation totale et intégrale de la réalité, elle envisage d'emblée la restitution d'une illusion parfaite du monde extérieur avec le son, la couleur et le relief. »[1] Ce principe de réalisme intégral est incarné dans ce que Bazin nomme le « cinéma total ». Le but est la constitution d'un média qui va réussir à recréer la réalité dans sa totalité, qui va stimuler tous les sens d'un spectateur mobile qui ne pourrait

1 Bazin, André, Qu'est-ce que le cinéma ? Paris, les Éditions du Cerf, 1985.

plus faire la différence entre ce média et la réalité elle-même et qui se laisse immerger dans un monde où « […] the image appears as the source of the real. »[2] Nous souhaitons examiner la réalité virtuelle cinématique comme un média qui se présente actuellement comme le plus immersif et qui semble être le plus susceptible de se rapprocher du média décrit ci-dessus.

Le dispositif cinématographique actuel a déjà atteint la phase de développement où il inciteles mêmes processus perceptifs et cognitifs auprès du spectateur que la vie réelle, ce qui a été prouvé par le chercheur canadien en sciences cognitives Bernard Perron, mais les spectateurs sont encore fixés et immobiles tout en gardant un seul point de vue. Ce dispositif reste donc plutôt une simulation de sommeil, comme l'a montré Jean Louis Baudry. Dans le cas de laRV le spectateur est encore plus immergé. « Les stimulus virtuels passent au premier plan de la conscience, devant ceux de la connaissance de l'environnement réel. »[3], selon Bahman Ajang, psychologue cognitiviste. « Nous existons dans le monde virtuel par les mêmes sens etsensations que dans le monde réel…Dans un système virtuel parfait, l'opérateur devrait être incapable de faire la différence entre une expérience réellement vécue et celle vécue virtuellement. » (Jolivalt, 1995 : 18).

Avec la digitalisation du média vidéographique, en rajoutant la possibilité d'interaction, nous nous éloignons du cinéma traditionnel et nous nous approchons de la réalité virtuelle. Effectivement, le réalisateur et le pionnier de la réalité virtuelle Morton Heilig, a introduit justement ce concept, cherchant à créer le cinéma du futur. Dans notre recherche nousutilisons la terme « réalité virtuelle cinématique » pour désigner toutes les approches qui visent à reproduire le récit cinématographique dans la réalité virtuelle. On peut aussi utiliser leterme de la réalité virtuelle narrative ou simplement « le film RV », comme proposé par Philippe Fuchs. Puisque le terme de « la RV cinématique » est aussi souvent utilisé pour décrire les expériences en RV basées sur la vidéo 360°, pour faire la distinction, nous utilisonsdans notre recherche le terme de « la RV cinématographique » pour les expériences où le contenu principal provient de la vidéo 360°.

« L'expression « réalité virtuelle » (ou multimédia immersif ou réalité simulée par ordinateur) renvoie typiquement à une technologie informatique qui simule la présence physique d'un utilisateur dans un environnement artificiellement généré par des logiciels ».

Comme dans cette définition de Wikipédia, la réalité virtuelle est typiquement traitée comme une technologie et non pas comme un média, un support technique multimédia ou unemanière de visualiser les médias existants. Dans l'exemple des jeux vidéo nous sommes certainement plus immergés, mais les principes basiques et le langage du média ne changent pas. L'utilisateur suit toujours la même logique de cause et de conséquence pour atteindre le prochain niveau, avec la seule différence d'être désormais immergé dans un environnement en360°. Nous pouvons constater que le même principe est appliqué dans d'autres domaines d'utilisation de la réalité virtuelle, comme c'est le cas des différents types de simulation (par ex. de vol ou de formation) ou des visites virtuelles (architecture, immobilier, tourisme).

2 Grau, O., Virtual Art. From Illusion to Immersion, MIT Press, 2003.

3 arpentier, « La réalité virtuelle soulève plusieurs questions d'ordre éthique » [en ligne]. Mis à jour le 07/04/2018, *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/04/07/la-realite-virtuelle-souleve-plusieurs- questions-d-ordre-ethique_5282228_3232.html [Consulté le 10/02/2018]

En revanche, dans le cas de la réalité virtuelle cinématique, il n'est pas du tout possible d'appliquer simplement le langage du media audiovisuel utilisé par le cinéma traditionnel. La base même de la syntaxe a changé. Le cadre n'existe plus, ce qui entraine la disparition de tous les éléments de la sémantique visuelle, comme le plan, l'angle, le mouvement de la caméra etc. Il n'y a pas de hors champ, tout est dans le même espace et dans le même temps. Les règles de montage sont suspendues aussi. Par conséquent, nous ne pouvons pas éviter les questions suivantes : est-ce que le langage utilisé par la réalité virtuelle cinématique est aussi différent, est ce qu'il s'agit d'un nouveau media ? Comment faire le montage, raconter une histoire ou créer un sentiment dans la réalité virtuelle cinématique ?

Le réalisateur Alejandro González Iñárritu a bien synthétisé notre problématique :

« C'est être. Avec la VR, vous êtes. … Là, il n'y a pas de cadre, et il n'y a pas de montage, toute la grammaire change. C'est comme si, vous qui écrivez, vous n'aviez plus ni verbes ni adjectifs. Il vous faudrait tout reprendre à zéro. Je ne sais pas très bien ce qu'est cet art, maisil est terriblement libérant. »[4]

Les pionniers de la réalité virtuelle cinématique, se trouvant sur cette terre inconnue où les règles traditionnelles ne fonctionnent plus et sans aucun support théorétique, ont été obligés de trouver eux-mêmes certaines solutions afin de pouvoir créer le contenu souhaité. L'exemple emblématique est Jessica Brillhart qui a essayé, en tant que cinéaste principale de la réalité virtuelle chez Google, de trouver des réponses. Entre autres, elle a mis au point des techniques de montage pour la réalité virtuelle, en proposant notamment le montage expérientiel probabiliste.

Grace à l'immersion complète de l'utilisateur, la réalité virtuelle cinématique provoque des sensations beaucoup plus fortes et très différentes des médias traditionnels, dans le sens où nous ne regardons pas simplement un contenu dans la réalité virtuelle, mais nous vivons des expériences. L'utilisateur n'est plus un spectateur passif, il se trouve sur la scène, même au milieu du spectacle. Lors du montage, ce phénomène s'avère encore plus intéressant, puisqu'àchaque changement de cadre, le spectateur est déplacé dans un autre monde. Cette éclipse spatio-temporelle immédiate pose aussi la question de la durée du cadre. Étant donné que dansla RV le spectateur se trouve à l'intérieur de l'expérience, cela nous invite à questionner le rôle du spectateur, comme proposé par Jessica Brillhart, ainsi que l'importance de l'identité de l'utilisateur dans un environnement 360°.

L'expérience RV est toujours interactive, même dans le cas d'une simple vidéo en 360°, dans laquelle l'utilisateur reste toujours libre de choisir son point de vue et de produire de cette manière les différentes expériences et sens. Le spectateur devient réalisateur. Par conséquence, le rôle du créateur a aussi changé. Nous ne parlons plus de réalisateurs, mais desauteurs de l'expérience RV. Jessica Brillhart a défini son rôle comme celui d'un créateur des nouveaux mondes, proposés à la curiosité des spectateurs. Dans ce nouvel espace créé,l'auteur vise à utiliser des moyens spécifiques, afin de stimuler l'attention de l'utilisateur pour transmettre le message et provoquer les réactions et les expériences souhaitées. Il est devenu designer des futures expériences vécues et son rôle s'est rapproché de celui d'un designer UX.

4 Carpentier, « Iñarritu : « Je ne sais pas très bien ce qu'est la réalité virtuelle, mais c'est terriblement libérant » » [en ligne]. Mis à jour le 12/04/2018, Le Monde. https://www.lemonde.fr/festival-de- cannes/article/2017/05/17/inarritu-je-ne-sais-pas-tres-bien-ce-qu-est-la-realite-virtuelle-mais-c-est-terriblement- liberant_5128904_766360.html [Consulté le 10/02/2018].

Pour créer du contenu dans la réalité virtuelle cinématique, il peut s'appuyer sur le langage classique des jeux vidéo ou du cinéma, mais il est obligé de trouver ses propres moyens, comme le rendu final est une expérience différente de ces deux autres médias. En opposition avec la tradition audio-visuelle, le média de réalité virtuelle cinématique est interactif et dépourvu du cadre, alors que la différence avec le domaine des jeux vidéo réside dans le fait que le mandat n'est pas simplement ludique, mais consiste à raconter des histoires et des expériences plus complexes et plus proches de la réalité elle-même.

Afin de repérer les principes de la narration et la façon dont ils sont appliqués, transformés et transcendés dans la réalité virtuelle, nous allons nous appuyer sur le travail de John Bucher et de Jessica Brillehart. Pour constituer le cadre théorique et conceptuel du développement de la réalité virtuelle cinématique, nous avons utilisé principalement les textes de Grau, Fuchs et Rheingold. Ayant une expérience dans le domaine de la création du contenu audiovisuel et de la réalité virtuelle cinématique, nous avons également croisé nos savoir-faire pratiques avec lecadre théorétique obtenu par la recherche documentaire afin de repérer les procédés utilisés pour transmettre l'information (raconter l'histoire, transmettre un sentiment, un message…).

Dans ce cadre, nous allons appliquer l'analyse des moyens narratifs utilisés sur deux expériences de réalité virtuelle cinématique. *Notes of blindness et Allumette* sont surtout des projets précurseurs de ce media, qui ont été reconnus par la communauté et primés aux festivals dédiés à cette thématique. L'analyse de ces expériences narratives abouties et des moyens utilisés dans leur création, nous aidera à repérer comment l'information est transmise par cette nouvelle forme d'écriture et quel sont ses spécificités par rapport aux médiasaudiovisuels traditionnels.

L'analyse *Notes on Blindness*

Nous avons intégré *Notes on Blindness* dans notre corpus, parce qu'il s'agit d'une des premières expériences narratives en RV qui ont réussi à obtenir simultanément des avis positifs de la part des critiques, des professionnels et du grand public. Il s'agit d'une animation en RV à la première personne qui essaie de transmettre l'expérience de la perte de vision. C'est une expérience qui est en même temps documentaire, narrative et interactive.Elle a un format intéressant pour la RV, divisé en six épisodes pouvant être consulté et visionné séparément ou ensemble, comme une seule expérience. Il est souhaitable de vivre cette expérience dans l'intégralité afin d'avoir une perspective complète du phénomène,obtenue en suivant la structure narrative qui fait le lien entre les différentes parties.

Les transitons visuelles entre les segments sont faites par la fermeture et puis par l'ouverture au noir et la narration sonore commence/finit toujours par le son de la mise/sortie de lacassette du magnétophone. Dans le contexte narratif nous pouvons lire cette expériencecomme une histoire sur le protagoniste qui affronte la perte de la vue, part en voyageintérieur, où en passant par différentes étapes, il apprend à percevoir le monde d'une nouvelle façon, et finalement arrive à accepter son handicap et à profiter de sa vie dans ces nouvelles conditions.

La première étape est l'introduction, dans laquelle la manière dont une personne aveugle perçoit le monde est introduite aux utilisateurs, ainsi que la façon dont cette complexité sonore est représentée dans l'environnement virtuel. Dans le deuxième segment, le narrateur nous fait découvrir la spécificité de cette perspective

en la comparant et puis en l'opposant à celle d'une personne sans handicap. En relativisant la perspective d'utilisateur, l'expérience lerend plus susceptible à accepter celle proposée dans la RV. Dans la troisième partie, avec de la neige, le protagoniste-narrateur affronte son problème principal, où dans des conditions spécifiques, il est incapable de percevoir le monde qui l'entoure et, par conséquence, il panique et se retire. Dans le quatrième segment, il maîtrise la perception de son environnement en n'utilisant que l'audition et il y prend plaisir. « La cognition est belle ». Dans le chapitre final, il s'est complétement adapté au fait d'être aveugle. Il n'essaie plus de compenser la vue avec le son. En revanche, il a appris à profiter de certains aspects de la vie qui lui étaient inaccessibles auparavant. Dans l'épilogue la leçon de morale de Hull est que ce n'est pas la capacité de voir, mais d'aimer qui fait l'être humain. Dans cette scène le monde est visuellement différent. C'est une aquarelle riche en couleurs. Est-ce le monde des souvenirs visuels ou la manière dont il « voit » le monde actuellement ?

Au début de l'expérience, l'utilisateur est placé au milieu de la scène, visuellement très simple. Le décor est réduit à quelques silhouettes d'arbres bleus sur fond noir, souligné par l'ambiance sonore ambiophonique. Lors de l'immersion, certaines choses sont colorées différemment pour se faire distinguer. L'oiseau à suivre et sa canne sont simplement des éléments de guidage pour l'utilisateur. En revanche, les voix de ses enfants, des artistes de la chorale finale, ainsi que l'environnement menaçant dans le segment avec de la neige, sont des éléments émotionnellement importants pour le narrateur. Ce sont des moments où le son obtient la couleur.

L'accent est mis sur le son du départ. Le thème principal de l'expérience n'est pas uniquement la perte de la vue, mais surtout la libération de l'ouïe. De cette manière, le son devient le protagoniste principal de l'expérience, ce qui est paradoxal pour un media principalement visuel. L'animation en 360° est juste un support visuel pour faciliter la découverte de l'espace sonore, qui nous entoure toujours, souvent sans qu'on en soit conscient. En nous immergent dans le monde d'un aveugle, elle nous fait voir ce qui est normalement invisible. Dans cette expérience le son ambiophonique n'est pas utilisé comme habituellement dans la RV, tel un simple moyen pour attirer l'attention du spectateur vers un contenu, car ici c'est lui le contenu principal et le visuel est sa représentation symbolique. Les sons et les images ne sont pas seulement positionnés dans les différents angles de 360° autour du spectateur, mais aussi à différentes distances de lui, créant de cette manière un espace acoustique et visuel qui n'est pas seulement en 360°, mais qui a aussi une profondeur importante et réaliste.

L'intro textuel nous donne le contexte. Le matériel audio utilisé est documentaire. Il s'agit destémoignages du narrateur, écrivain et philosophe John Hull, qui est en train de deveniraveugle. Le fait que le son utilisé provient des enregistrements originaux, rajoute certainementà l'authenticité de l'expérience. Guidé par sa voix, l'utilisateur est placé dans la perspective du narrateur pour essayer de comprendre sa manière de percevoir le monde. L'expérience tente de nous transmettre : « que ressent-on quand on devient aveugle ? ».

L'un des principaux atouts de la RV, par rapport aux médias traditionnels, est justement cette possibilité de nous transposer dans une autre perspective qui nous permet de devenir quelqu'un d'autre. L'utilisation de la première personne dans la RV produit un effet diffèrent de l'utilisation de la perspective subjective dans les films traditionnels. Dans la RV, il ne s'agit pas simplement d'un point de vue spécifique. En acceptant la perspective, le spectateur devient le protagoniste et est automatiquement plus susceptible à s'identifier

complétement avec son rôle dans ce monde-là. Autrement dit, il ne devient pas seulement immergé cognitivement, mais aussi émotionnellement. Il devient quelqu'un d'autre et vit une autre réalité. C'est justement ce niveau d'engagement spécifique qui a inspiré Chris Milk de baptiser la RV « the ultimate emphaty machine ». En créant cette expérience à la première personne, les auteurs ont permis à l'utilisateur de vivre une expérience normalement inaccessible et de mieux comprendre un phénomène de perception du monde spécifique, de façon impossible dans les autres médias. Ici, on apprend en vivant l'expérience.

Comme il s'agit d'une expérience précurseur dans ce nouveau media, les auteurs des *Notes onBlindeness* ont proposé beaucoup de supports pour guider l'utilisateur vers l'expérience souhaitée. Le narrateur est notre hôte qui nous fait découvrir sa réalité. Sa voix off et les instructions textuelles ne sont pas le seul moyen utilisé pour encadrer l'utilisateur durant l'expérience. Les éléments visuels interactifs sont aussi utilisés pour inviter l'utilisateur à les suivre. Habituellement, l'interaction ouvre différents choix aux utilisateurs, mais dans le cas de cette expérience, elle est introduite pour obtenir l'effet opposé. L'interaction n'est pas utilisée pour agrandir la liberté des spectateurs, mais juste pour canaliser leur attention vers le fil principal de la narration. De cette manière, elle est devenue un moyen de narration linéaire qui facilite la direction de l'attention du spectateur en augmentant en même temps sonaccrochement à l'histoire principale. Dans *Notes on Blindeness*, on devient le vent pour suivrel'oiseau, puis on regarde des pas dans la neige et des objets sous la pluie afin de déclencher la prochaine étape de la narration. En participant à l'expérience l'utilisateur devient plus immergé. Ces éléments interactifs n'ont pas seulement un aspect narratif, ils donnent àl'utilisateur un contrôle partiel sur l'environnement sonore, qui lui permet de jouer avec, afin de mieux comprendre les phénomènes auditifs en question. Pour déclencher les sons on devient le vent ou la pluie, on peut marcher sur la neige ou la frapper avec la canne blanche. Avec ces actions on n'influence pas le déroulement de la narration, mais on influence son tempo. En obtenant le pouvoir de provoquer des sons en performant ses actions dans une zonespécifique, nous avons la possibilité de créer notre propre cadre sonore de la réalité, de même façon que lorsque nous choisissons notre cadre visuel en tournant la tête dans l'environnementvirtuel.

Ce qui est spécifique dans cette expérience, c'est justement cette relation inséparable entre le monde du son et du visuel. Comme le narrateur nous explique : il n'y a pas de son sans action.Dans le monde des personnes aveugles tout est mort, s'il n'y a pas d'action. Dans le registre visuel cette mort sonore (absence du son) est symboliquement représentée par le fond noir (absence de lumière) qui entoure tout, et dans lequel les silhouettes des objets apparaissent et disparaissent avec le son d'action. Avec cet effet de symbiose dynamique entre le son et l'image, les auteurs ont trouvé la manière de nous faire « voir » le monde sonore de John Hull, de nous plonger dans son expérience.

L'apparition des sons dans l'environnement ambiophonique et de son analogue visuel, l'apparition des objets dans l'espace vide (noir), constituent les moyens principaux utilisés dans cette expérience pour attirer l'attention du spectateur, qui sont devenus la base du langage de la RV cinématique. Avec la disparation du cadre traditionnel et le passage dans l'environnement en 360°, le rôle principal du réalisateur est devenu la direction de l'attention du spectateur, comme cela a été indiqué par J. Brillhart.

L'analyse *Allumette*

Il s'agit d'une animation en 360° sans interaction, inspirée de *La Petite Fille aux allumettes*de Hans Christian Andersen, de manière qu'on puisse parler d'une libre adaptation de ce conte dans un nouveau media. Nous avons choisi cette expérience comme c'est probablement la première à avoir trouvé la façon de créer avec succès un récit dans la RV, en utilisant l'approche que J. Bucher a nommé « spectateur comme camera », et connu comme la perspective subjective dans le cinéma traditionnel. Ce statut de l'utilisateur dans lequel il resteà l'extérieur de la sphère narrative, mais en immersion proprioceptive au cœur de la scène, ce que P. Fuchs appelle « le statut extradiégétique ». Dans ce statut le spectateur n'est ni vu, ni senti par les personnages et il ne peut pas intervenir sur le monde virtuel. La spécificité du casd'*Allumette* réside dans le fait que ce spectateur invisible est mis dans la perspective d'un géant par rapport aux minuscules personnages animés. Ce rapport de taille donne un point de vue similaire à celui que nous avons lorsque nous regardons les caractères animés sur unécran traditionnel.

Dès le générique sont introduites au spectateur les règles de l'expérience concernant l'espace en 360°, avec une réelle profondeur et le son ambiophonique. Un jeu de fenêtres allumées qui apparaissent sur le fond noir de la nuit, à différentes distances et tout autour du spectateur, accentuées par des effets sonores. Dans la première scène, le spectateur garde cette position flottante et centrale, au milieu de cette ville dans les nuages. Comme dans la tradition de la narration cinématographique, la première personne qu'on voit devient le protagoniste principal. D'abord, c'est le son des pas qui est utilisé pour attirer notre attention, devenu une des techniques fondamentales dans le langage de la RV cinématique, puis la fille arrive sur la petite place juste devant nous, qui devient une scène de théâtre sur laquelle elle nous est introduite. L'atmosphère sombre est soulignée par la musique utilisée tout au long de l'expérience pour créer une ambiance adéquate de même manière que dans les médias traditionnels, mais avec un effet plus fort sur le spectateur, puisqu'il ne s'agit plus du son d'unfilm que l'on regarde de l'extérieur, mais de l'ambiance sonore de notre propre expérience dans laquelle nous sommes immergés. La fille est fragile, comme indiqué sur la boîte au milieu de la place. Elle est seule, il fait froid et son seul bagage sont ses précieuses allumettes.Comme dans le conte original, elles ne produisent pas seulement la chaleur physique, mais la font voyager vers les moments chaleureux du passé. La RV, en tant que media, a ce même pouvoir de nous déplacer instantanément dans un autre temps ou vers une autre place. Le titre *Allumette* nous indique que l'expérience elle-même possède une puissance analogue à celle del'allumette de la fille. Avec la lumière de l'allumette le cadre se fond au blanc et on part vers la prochaine scène, où le récit est rétrogradé vers le point de départ.

Toutes les transitions entre les scènes sont effectuées par le fondu et puis par l'ouverture au blanc/noir, ce qui représente l'une des rares pratiques de montage possibles à intégrer directement dans le langage de la RV. Comme dans le montage en RV on ne change pas simplement de cadre, il s'agit plutôt d'une ellipse temporelle et spatiale, où le spectateur est déplacé vers une autre scène et un autre temps. Les transitons mentionnées donnent unmoment précieux au spectateur pour s'adapter, comme par une espèce de clin d'œil.

Les mêmes moyens servant à attirer l'attention sont utilisés à l'ouverture de la deuxième scène. On entend le bruit et puis on voit le bateau avec le protagoniste, qui arrive et qui sepose devant nous au premier plan, de façon qu'on ne peut pas l'ignorer. L'atmosphère est en contraste avec la scène précédente, la fille navigue avec son bateau dans un ciel clair, mais le bateau tombe en panne. Quand elle rentre pour le réparer, à la

place d'un changement du cadre, utilisé dans la cinématographie traditionnelle, le côté du bateau devient transparent, etsi on veut voir la scène de plus près, il suffit d'incliner la tête vers l'intérieur.

Dans cette expérience le spectateur a tous les six degrés de la liberté (6DOF). Autrement dit, l'environnement virtuel s'adapte au mouvement de la tête ou au déplacement. « Cette interaction donne une certaine liberté à l'usager, lui procurant un attrait captivant et émotionnel, qui selon Fuchs spécifie la différence entre un film RV et une vidéo en 360°. » De cette manière, en se déplaçant, le spectateur peut changer de perspective. Il peut produire facilement l'effet zoom en se rapprochant vers un gros plan gros ou en reculant pour avoir un plan général. En obtenant le pouvoir de choisir son propre cadre, l'utilisateur prend pratiquement le rôle du directeur de photographie : il peut poser et déplacer sa caméra où bon lui semble. Par conséquent, en théorie, partant d'une seule expérience, on peut avoir un nombre infini de films différents, mais l'expérience vécue par différents utilisateurs devrait rester similaire. Comme ils ne peuvent pas agir sur l'histoire et la modifier, leur attention est toujours guidée par l'énergie et le déroulement de la narration principale.

Le deuxième caractère est introduit à l'intérieur du bateau. C'est la mère de la fille aux allumettes qui lui vient en soutien pour réparer le bateau et résoudre le problème afin qu'elles puissent poursuivre le voyage. Il est intéressant de noter comment le bateau est utilisé pour régler l'intensité de cette scène. Elle commence par le bateau amené au milieu de l'action et elle se finit de manière symétrique, lorsqu'il part dans le sens opposé de son arrivée. C'est unescène mobile utilisée comme le véhicule d'intensité de l'action.

Après un nouveau fondu au blanc, on se retrouve au milieu du village où le bateau avec nos protagonistes arrive. La mère prend le rôle narratif du tuteur. Elle apprend à sa fille comment vendre les allumettes et dans la scène avec l'aveugle elle lui donne la leçon de morale, qu'il est plus important d'aider les autres que de se faire de l'argent. La manière dont les caractères communiquent entre eux est aussi intéressante. Fait de gestes, de signes et d'intonation, comme dans les dessins animés dans le style de *Linéa*, c'est un langage sans mots, qui n'a pas besoin de traduction et qui permet, par conséquence, d'ouvrir cette expérience au plus grand nombre.

Le public, principalement ciblé par ce conte en RV, est certainement constitué d'enfants, maispas uniquement. La narration est simple, mais dans la RV nous sommes enchantés de la mêmemanière que les premiers spectateurs du cinéma. Ce n'est pas seulement la conséquence de la nouveauté du media, mais cet effet est surtout obtenu grâce à l'immersion proprioceptive, où l'attention du spectateur, immergé par le casque, est accrochée et guidée par le récit, qui devient sa seule réalité.

Le premier voyage produit par l'allumette est coupé, sans donner une réponse sur la question comment la fille est arrivée dans cet état. Avec la deuxième allumette magique on poursuit l'histoire. C'est la matinée dans le village et tout le monde est sur la place centrale pour écouter le concert. Nos protagonistes voudraient y aller aussi, mais l'obstacle sous forme banale de la rencontre avec un client, devient le déclencheur des événements perturbants avec des résultats fatals. La fille qui s'ennuie provoque un incendie dans le bateau qui finit par brûler, mais ce qui est important c'est que la mère a réussi à sauver sa fille. Et quand on penseque c'est fini, l'inversion narrative se produit lorsque la mère saute soudainement dans le bateau qui coule et donne sa vie pour sauver celle des autres. Sa dernière leçon a un prix très cher.

On retourne au moment du départ. Maintenant on comprend pourquoi la fille est seule dans la nuit froide avec sa dernière allumette. Elle hésite à l'utiliser, c'est le moment de suspens, quand elle entend la toux de quelqu'un. Dans la résolution, la fille suit le modèle de sa mère etelle donne sa dernière allumette à quelqu'un d'autre. Comme le protagoniste principal de l'expérience, elle nous montre qu'elle a appris la leçon, et grâce à cette victoire éthique, elle peut rejoindre sa mère. Moralement, c'est un *happy end*.

Nous pouvons constater que dans la création de cette expérience, la structure et les éléments du storytelling conventionnel ont été utilisés puis croisés avec des moyens importés des médias traditionnels (cinéma, théâtre) et des moyens innovants typiques pour la RV, afin d'obtenir des résultats authentiques.

Conclusion

Pour conclure notre exposé, nous allons comparer ces procédés avec ceux qui sont traditionnellement utilisés dans les médias cinématographiques, pour déterminer les différences dans les moyens et les effets obtenus. Les deux expériences analysées ont réussi à nous transmettre un récit narratif dans la RV cinématique, tout en partant d'un contenu déjà existant dans d'autres médias. *Notes on blindness* utilise le matériel documentaire pour nous amener dans le voyage intérieur de John Hull, de manière impossible à proposer pour l'adaptation sous forme d'un film traditionnel, alors qu'*Allumette* repose sur un conte classique, avec beaucoup de versions précédentes dans différents médias de représentation, adapté en RV cinématique. Les deux exemples nous montrent que les éléments du storytellingtraditionnel sont toujours présents. Avec la RV cinématique, ce ne sont pas les règles narratives qui sont suspendues, mais ce sont les moyens utilisés et leur effet sur le spectateur qui ont évolué.

Dans ces deux expériences le montage est effectué par transition en fondu, un procédé qui s'est montré très efficace dans la RV. Dans le premier cas, il est utilisé entre les épisodes du récit, et dans le deuxième entre les scènes, créant toujours une ellipse spatio-temporelle entre les parties. L'utilisation du son ambiophonique est vital dans la RV cinématique. Dans *Notes on blindness*, il joue le même le rôle principal de l'expérience, et dans *Allumette* il est utilisé de façon plus traditionnelle pour créer l'atmosphère de la scène. Une fois que le spectateur estimmergé au milieu d'un environnement 360°, la direction de son attention devient aussi primordiale que dans les spectacles vivants. Le son, les personnages ou les objets mobiles sont utilisés pour attirer l'attention du spectateur, ce qui ne sont pas les moyens originaux dela RV. En revanche, la disparation du cadre et d'une vraie profondeur de l'espace visuel et sonore, sont des atouts de la RV qui changent complètement le statut du spectateur et sa manière de percevoir le contenu. Une fois immergé dans l'expérience, son engagement cognitif et émotionnel est amplifié par rapport aux médias audiovisuelles traditionnels et il devient plus susceptible d'être influencé et guidé par les stimulants proposés dans le contenu, surtout lorsqu'il se trouve immergé dans la perspective du protagoniste principal, comme c'estle cas dans *Notes on blindness.* Une autre différence réside dans le degré de liberté donnée au spectateur qui a désormais la possibilité de choisir ses propres cadres, ce qui est encore plus important dans le cas des expériences, proposant, comme *Allumette*, tous les 6dof (degrees of freedom). Dans *Notes on Blindness* l'interactivité est proposée au spectateur, qui devient l'utilisateur avec la possibilité d'explorer les phénomènes sonores proposés, mais qui ne peut pas intervenir sur le déroulement de la narration. Au contraire, l'interaction est utilisée commemoyen de guidage, engageant le spectateur plus intensivement dans le fil narratif principal.

Dans cette expérience beaucoup d'éléments du guidage direct de l'utilisateur sont proposés, contrairement à l'exemple d'*Allumette* qui nous montre que la direction de l'attention du spectateur dans la RV cinématique pourrait être gérée de manière plus subtile, en ne s'appuyant que sur les éléments narratifs traditionnels.

Finalement, à part certains moyens spécifiques de la RV cinématique, la plupart de moyens sont empruntés aux médias plus anciens, de façon similaire à ce que le cinéma avait fait cent ans auparavant. Pour conclure, on peut constater que c'est justement dans ce croisement entre les éléments provenant des autres médias (cinéma, théâtre, jeux, musique…) et les éléments innovateurs spécifiques pour la RV, que le langage de la RV cinématique est né, permettant à ce nouveau media d'arriver à son format final et de proposer des expériences abouties encore plus riches et surtout plus accessibles et attirantes pour le grand public.

Bibliographie :

Brillhart, Jessica, *Medium* : les textes disponibles sur cette plateforme [en ligne]. Mis àjour en août 2017, < https://medium.com/@brillhart > [Consulté le 22/01/2020]

Bucher, John, *Storytelling for Virtual Reality: Methods and Principles for CraftingImmersive Narratives,* New York, Routlege, 2017.

Grau, O., *Virtual Art. From Illusion to Immersion*, MIT Press, 2003.

Fuchs, Philippe, Théorie de la réalité virtuelle, Les véritables usages, Les Presses desMINES, 2018.

Rheingold, Howard, *La réalité virtuelle*, Paris, DUNOD, 1993.

Traveling While Black : documentaire immersif et expériences des spectateurs

Travelling While Black : immersive documentary and spectators' experiences

Rueda, Amanda, maîtresse de conférences en sciences de l'information et de lacommunication, LERASS, Université Toulouse Jean Jaurès, amanda.rueda@univ-tlse2.frLefebvre, Muriel, professeure en sciences de l'information et de la communication, LERASS, Université Toulouse Jean Jaurès, muriel.lefebvre@univ-tlse2.fr

Moretti, Isabelle, PAST en sciences de l'information et de la communication,
LERASS,Université Toulouse Jean Jaurès,
isabelle.moretti@univ-tlse2.fr

Molinier, Pierre, professeur émérite en sciences de l'information et de la communication,
LERASS, Université Toulouse Jean Jaurès,
pierre.molinier@univ-tlse2.fr

Mots clés : réalité virtuelle – expérience spectatorielle - immersion - engagement

Key words : virtual reality - spectator's experience - immersion - commitment

Résumé :

La réalité virtuelle est un dispositif médiatique traversé par de multiples enjeux et mobilisant de nombreux d'acteurs. En investissant les codes du cinéma et de l'audiovisuel dans un processus de métissage des formes et des genres, elle permet d'enrichir les *expériences spectatorielles immersives*.

Mais comment les utilisateurs se saisissent-ils de ce dispositif sur les plans émotionnel, sensoriel et symbolique, lorsqu'il est présenté à travers un casque de réalité virtuelle ?

Summary :

Virtual reality is a media device crossed by multiple issues and mobilizing many players. By investing the codes of cinema and audiovisual media in a process of mixing forms andgenres, it enriches immersive spectator experiences.

But how do users grasp this device on emotional, sensory and symbolic levels, when it is presented through a virtual reality headset ?

Traveling While Black : documentaire immersif et expériences des spectateurs

Rueda, Amanda, Lefebvre, Muriel, Moretti, Isabelle, Molinier, Pierre,

En plein essor depuis dix ans, la réalité virtuelle (VR) est un dispositif médiatique traversé par de multiples enjeux et qui mobilise de nombreux acteurs : créateurs, producteurs, plateformes de diffusion, médias et institutions culturelles. L'éducation, la formation professionnelle, la santé, l'architecture, le divertissement, le journalisme ont progressivementdéveloppé des modes de production adaptés aux technologies immersives pour simuler des mondes (Sagnier & al., 2019). En investissant les codes du cinéma et de l'audiovisuel dansun processus de métissage des formes et des genres, la réalité virtuelle enrichit les *expériences spectatorielles immersives*.

Développé essentiellement par des sociétés multinationales comme Oculus, Samsung ou Acer, le casque de réalité virtuelle constitue un véritable enjeu économique avec un marché qui vise le grand public.

Dans cette recherche, nous nous intéressons spécifiquement à l'utilisation du casque de réalité virtuelle dans le cas du film documentaire : *Traveling While Black*. Ce documentaire aété réalisé par Roger Ross Williams, Ayesha Nadarajah, Felix Lajeunesse, Paul Raphael et produit par Félix et Paul Studios, Oculus et le New York Times, en 2018 au Canada. Il explore l'héritage complexe du *Green Book*, guide de voyage des Afro-Américains pendant l'époque de la ségrégation. Pensé comme une immersion dans un *diner* américain, le Ben's Chili Bowl, à Washington - lieu symbolique des violences imposées aux Noirs depuis les années 1950 - ce documentaire propose la rencontre de témoins de la ségrégation raciale aux Etats-Unis. Il rend hommage aux constituants du dispositif cinématographique (salle, écran, projections en 2D, image en noir et blanc, montage linéaire, fondus enchaînés ou au noir…), tout en les explorant différemment.

Se pose alors la question des spectateurs : comment se saisissent-ils de ce dispositif sur les plans émotionnel, sensoriel et symbolique ? Nous avons choisi l'occasion du festival *Tomorrow's Stories*[1] en septembre 2019 pour mener une étude de réception auprès des spectateurs. Quinze personnes ont ainsi été observées et interrogées à la suite de leur expérience d'immersion.

L'expérience des spectateurs

Réflexions sur la notion d'expérience

Suite aux multiples travaux développés en sociologie de l'action, le public est ici considérécomme acteur de son expérience, dans une approche essentiellement microsociologique.Nous envisagerons l'expérience commeune interaction entre l'individu et son environnement (Dewey, 1934), la considérant comme une

1 Le festival Tomorrow's Stories se dédie à la promotion de films en VR, il est organisé à Toulouse par l'association Les Storygraphes.

articulation entre ce que l'onperçoit et ce que l'on projette de notre histoire, de notre vécu (Merleau-Ponty, 1964). Il s'agit d'une vision cumulative de l'expérience – "vivre une expérience" – orientée versl'engagement de l'acteur, sa capacité à en éprouver les multiples dimensions (Jullien, 2017). Notre méthodologie d'enquête sur le vécu expérientiel des spectateurs s'attache aux travauxdu domaine des SIC sur les dispositifs immersifs et leur appréhension par des publics variés,dans une approche de l'expérience comme le lieu d'une production de sens.

Méthodologie d'enquête

Notre étude de réception du documentaire en VR *Traveling While Black* s'est appuyée sur une méthodologie d'enquête de terrain en trois temps, rendue possible par la taille de notre collectif de 6 chercheur.es[2]. Chaque séance était organisée pour trois spectateurs dans un espace dédié, avec des casques de VR Oculus Go. Le premier temps de notre étude était consacré à un entretien individuel succinct avant la séance avec chaque groupe de spectateurs, par un binôme de chercheur.es. Le second temps consistait en une observation pendant la séance. Enfin, dans un troisième temps, un focus group a été organisé immédiatement après chaque séance, portant sur le récit de leur expérience (appréhension du dispositif, émotions, construction de sens, identification, etc.). Au total, cinq groupes de trois personnes ont été observés et interrogés.

Puis, préalablement à l'écoute et l'analyse des entretiens enregistrés, nous avons réalisé une étude de type sémio-pragmatique du documentaire, non comme une finalité en soi, mais de façon à accroître notre connaissance d'un objet médiatique particulièrement complexe du faitde ses modalités de production, de son contenu, de sa mise en scène et de son parti pris documentarisant. Par analyse sémio-pragmatique nous entendons l'étude corrélée des constituants du documentaire en prenant en compte les éléments référant aux trois lieux de pertinence de la machine médiatique comme les distingue P. Charaudeau (Charaudeau,1997) : le lieu des conditions de production, le lieu de la construction du discours et le lieu del'interprétation. Cette analyse a constitué un moment clé de la recherche, permettant demieux contextualiser et comprendre les références faites par les personnes interviewéeslorsqu'elles relatent leurs expériences de réception, mais aussi de mesurer les parts d'ombre passées sous silence. Ceci a guidé notre cadre interprétatif et élargi le champ des éléments à prendre en compte dans notre étude de réception.

Dans cet article nous développons deux des pistes de recherche que nous avons suivi autour de l'expérience vécue et décrite par les personnes interviewées : les formes d'engagement mises en jeu par les spectateurs et le double processus de capture et de distanciation qu'ils sont amenés à vivre.

L'analyse de la réception

L'organisation du festival *Tomorrow's Stories* dans un multiplexe du centre-ville de Toulouse participait au dispositif de médiation proposé aux spectateurs : les séances de VRse tenaient dans les zones de circulation du cinéma, en petits espaces aménagés avec des panneaux. Une fois rejoint le site du festival, les spectateurs étaient pris en charge par un.e médiateur.trice bénévole qui les installait sur un siège tournant et restait

2 Nous remercions Natalya Kolesnik et Gloria Pineda pour leur participation active aux entretiens lors de notre enquête.

présent durant l'intégralité de la séance (20 minutes environ), pour intervenir en cas de dysfonctionnement (mauvais lancement du film, batterie déchargée, dysfonctionnement du casque, etc.). Le spectateur était "pris par la main" et guidé dès son entrée dans le multiplexe, préparé ainsi à son immersion dans le dispositif. Il se retrouvait contraint de se laisser mener, première étapede son *engagement* dans l'expérience d'immersion à venir. S'y soustraire aurait demandé unevolonté et surtout une posture critique particulière vis-à-vis du festival, allant à l'encontre de l'immersion attendue.

Un dispositif d'engagement

Par engagement, nous entendons la forme d'investissement et d'appropriation du dispositif que le spectateur mobilise, faisant de lui-même un acteur de cette expérience. Il s'agit de la part de soi que chacun met sciemment à *disposition* sur le plan physique, émotionnel,intellectuel, symbolique, politique, avec la volonté de vivre de la manière la plus impliquée possible l'expérience qui est proposée. Dans le prolongement des travaux de Laurent Thévenot (Thévenot, 2006) cette expérience est considérée en lien étroit avec son environnement : "dans le rapport d'une personne au monde sur lequel porte son activité." (Thévenot, 2006 : 14)

L'immersion-émersion

Cet engagement semble être la condition de l'expérience immersive. L'immersion en elle- même est identifiée aux travers des témoignages recueillis comme la sensation d'évoluer dans un univers qui n'est pas le sien et implique de pénétrer dans ce qui est vécu comme une autre "réalité", alternative à celle dans laquelle les spectateurs évoluent quotidiennement. Il est donc essentiel de s'intéresser au déroulement de ce processus d'immersion, qui s'opère par des éléments techniques (mise en place du casque, siège tournant, etc.) et symboliques (venir dans un festival de VR pour visionner un film en VR).

Mais dans le contexte d'une analyse de l'expérience spectatorielle qui se construit sur des témoignages "à chaud", en sortie de séance, on ne peut laisser de côté une réflexion sur l'émersion, processus de sortie de l'immersion. Elle intervient à des moments variables et selon différentes circonstances : elle peut être accidentelle et imprévue (le jour qui passe sousle casque, le volume sonore trop faible pour masquer les bruits extérieurs, un dysfonctionnement du dispositif, etc.) ou prévisible lorsqu'elle s'opère nécessairement à la fin du visionnage. "*J'écoutais la mère en penchant par réflexe la tête et le casque a glissé, j'ai alors vu que je n'étais pas avec elle"*, nous raconte Lola (Lola, 15'23'').

Plusieurs spectateurs ont évoqué leur difficulté à revenir dans leur univers habituel, engagés qu'ils étaient dans le film. Pour certains, le visionnage du générique a permis une émersion progressive. La brutalité de l'émersion pour d'autres (lorsqu'elle est accidentelle notamment)a souvent été mentionnée, tant sa soudaineté a marqué l'expérience vécue. Alors que plusieurs espaces et temporalités sont simultanément investis, acter une émersion, c'estaccepter ou décider de clôturer les espaces et le temps du documentaire.

Les témoignages des émersions nous semblent précieux, car ils donnent en creux la mesurede l'engagement des spectateurs et la puissance de l'immersion ou sa fragilité.

Un engagement du corps

L'observation des spectateurs pendant la séance de VR et l'écoute de leurs témoignages ne laisse pas de doute sur l'engagement physique qui se joue pendant leur expérience : leurcorps est en mouvement, leur tête tourne pour explorer du regard et ils nous font part de leur envie de toucher, s'accouder, se déplacer dans l'espace du film.

Cet engagement fondamental du corps est tel qu'il amène les spectateurs à décrire systématiquement leur expérience par la différenciation entre l'investissement corporel de la réalité virtuelle, et celui qu'ils font du réel, laissant entendre que du point de vue corporel, c'est bien une *expérience de réalité* qu'ils ont vécue, physiquement présents *dans* l'espace du film. Un champ lexical lié à la spatialité est d'ailleurs systématiquement mobilisé : être dans le film, dans le bar, à l'intérieur, dedans… "*Il n'est pas anodin de quitter une réalité physique dans laquelle nous avons nos habitudes pour* être projetés *dans cet univers*", explique Carole (Carole, 25'30'').

Cette différenciation s'appuie en premier lieu sur le bouleversement de la perception de son propre corps *"à la fois voyant et visible",* le corps qui voit et se voit en train de voir (Merleau-Ponty, 1964 : 18). L'effective réalité du virtuel est questionnée voire mise àl'épreuve par le corps : chercher le reflet de soi dans le miroir, vérifier la distance jusqu'au sol ou que le son est spatialisé autour de soi, etc., faisant même, si elle ne résiste pas, vaciller pour certains l'immersion elle-même, signe que l'engagement du corps est au fondement de la dimension immersive.

La corporalité de l'expérience va encore au-delà : elle met en jeu la relation au *corps des autres*, celui des personnages du film, installant une forme d'intimité : envie de toucher le bras d'un personnage ou de regarder un visage ou des mains, avec le sentiment d'être voyeur ou impudique.

Il ressort aussi que l'expérience est une épreuve pour le corps : vertiges et inconfort, perte d'orientation, violence de l'émersion, et parfois le constat qu'une séance plus longue ne serait pas envisageable.

Un engagement intellectuel et cognitif

Sorti.es de l'immersion, les personnes interviewées laissent transparaître, dans les entretiensqui suivent immédiatement l'expérience de visionnage, les premiers modes d'intellection, qui prennent forme à partir des éléments prélevés et mémorisés dans le documentaire. Par intellection nous entendons l'ensemble des processus cognitifs qui permettent decomprendre à l'aide de processus abstraits et logiques. Pour Edgar Morin, "comprendre inclut nécessairement un processus d'empathie, d'identification. Toujours intersubjective la compréhension nécessite ouverture, sympathie, générosité." (Morin, 2000 : 105)

La caractéristique des opérations d'intellection est de se déployer, dans un temps plus ou moins long, des premières impressions pendant et au sortir d'une visualisation jusqu'à la mise en lien récursive avec les multiples connaissances du spectateur à partir de ses expériences vécues ou à venir, en fonction du degré d'implication et d'importance accordéà l'expérience. En cela, notre dispositif de recherche suppose la plus grande prudence et modestie car d'une part il se focalise sur ce temps premier de la parole partagée dans un petit groupe juste après la visualisation et d'autre part il amplifie l'engagement des spectateurs interviewés dans le processus d'intellection.

Un vecteur de l'intellection : l'empathie

Les formes d'engagement précédemment évoquées, du fait de leur forte analogie avec des situations réelles, sont considérées fréquemment par les personnes interviewées comme relevant de l'empathie. Ils entendent principalement ce terme comme l'aptitude qu'ils ontde ressentir et de partager les émotions des personnes représentées. Pour Christian Bobin, "l'empathie, c'est à la vitesse de l'éclair, sentir ce que l'autre sent et savoir qu'on ne se trompe pas, comme si le coeur bondissait de la poitrine pour se loger dans la poitrine de l'autre." (Bobin, 2001 : 16) Si le dispositif de la VR amplifie les émotions ressenties toutau long de *Traveling While Black*, la frustration est aussi souvent exprimée, du fait du manque de réciprocité dans la réaction, comme l'exprime Charlotte : "*on a envie de mettre une main sur l'épaule, d'hocher la tête ... on ressent toutes les émotions et on ne peut pas partager les nôtres, du coup c'est un peu perturbant.*" (Charlotte, 2'20'')

Mélée à cette empathie émotionnelle très présente, se manifeste aussi une forme d'empathiecognitive qui permet de comprendre les états mentaux d'autrui. C'est ce processus qu'explicite Denis, "*... le mot qui me revient chaque fois c'est ignoble [...] le racisme on en parle souvent, c'est d'autant plus prenant ... je m'imagine* à *sa place et c'est horrible ceque je ressens ...*" (Denis, 7'30'') Il éprouve physiquement et mentalement le concept de racisme au travers du témoignage de la mère, cristallisant ainsi sa connaissance théorique du phénomène.

Si le dispositif de la VR vient offrir des conditions plus implicantes pour comprendre l'autre au travers de ses ressentis, il est nécessaire de pointer la contribution des effets de la mise en scène comme le signifie Arnault "*... on se sent totalement en immersion [...] parmi les clients de ce diner, c'est ce qui renforce le sentiment d'empathie, c'est pas que ça, il y a* évidemment *la qualité des témoignages, il y a quelque chose sur l'empathie qui est trèsposé par la mise en scène… moi c'est la première fois que je pleure pendant un film en VR, en fait.*" (Arnault, 3'50''). Il semble que le dispositif de la VR et plus particulièrement celui de ce documentaire provoque un déplacement émotionnel fort chez la plupart des personnes interviewées à laquelle ils ne s'attendaient pas tous.

De l'interaction frustrée à une interactivité relative

C'est à ce stade que peut se poser la question de l'interactivité d'un tel dispositif. En effet, enrupture avec l'horizon d'attente associé à ce type de technologie, *Traveling While Black* ne propose aucune *interactivité* au sens de ce que Bianchini et Fourmentraux nomment les "médias praticables", c'est-à-dire un environnement permettant une interaction grâce au"click" ou au "bouton" (Bianchini et Fourmentraux, 2007). La question de l'*interaction* se pose pourtant à plusieurs titres, tant elle est présente dans les témoignages que nous avons recueillis.

D'une part, la puissance de l'engagement corporel, intellectuel et empathique induit par ce documentaire se heurte à l'impossibilité d'interagir dans l'univers diégétique du film, provoquant avec la même force cette frustration déjà évoquée précédemment, et que plusieurs spectateurs ont exprimée : aucun "échange" n'est possible (Niels, 14'40"). "*J'avaisenvie d'interagir, de discuter avec eux, et c'est pas facile parce qu'on est à moitié projetés dans le monde, en fait c'est comme si on y était totalement, sauf qu'on peut rien dire, on peut juste observer.*" (Camille, 2'00").

D'autre part, ces mêmes témoins frustrés de ne pouvoir agir, soulignent une modification de leur statut de spectateur : "*j'ai trouvé que [...] [dans la salle de cinéma] on retournait à la position de spectateur qui est au cinéma alors que tu as des moment où même si tu regardes des scènes sur le mur, tu es quand même dans le monde [de la VR].*" (Charlotte, 7'14") D'une écoute spectatorielle ordinairement passive, on passe à une position notablementactive des spectateurs, parfaite illustration de leur engagement, dont ils témoignent en toute conscience : "*On écoute vraiment, on est dans l'action d'écouter en fait. On n'est pas juste spectateur, on* écoute *ce qu'ils nous racontent*", nous explique Niels (Niels, 6'52").

En tant que spectateurs actifs, ils évoquent cette liberté de choix qui s'apparente tout à fait à une interactivité : Arnault raconte, parlant d'une scène qui se déroule dans le reflet d'un miroir pendant que l'action principale se déroule ailleurs, "*c'est la magie de la VR, des fois on y va, des fois on y va pas, moi j'y suis allé*" (Arnault, 5'24"). Une narration qui semble linéaire rend possible une bifurcation, grâce au choix de regard du spectateur. C'est la miseen scène qui tient lieu d'*interface* au récit, permettant une interactivité relative dans le choix de lecture que le spectateur est libre d'en faire.

La capture du spectateur

Mise en phase

Quel mode de production de sens les spectateurs mobilisent-ils lorsqu'ils entreprennent de visionner un film dont ils ne savent pas à l'avance dans quel genre ou forme il s'inscrit ? De fait, nos spectateurs ne sont pas tant venus découvrir le film que la promesse spectacularisante du dispositif – il s'agissait d'une première expérience de VR pour la plupartd'entre eux. Or, *Travelling While Black* les entraîne vers une expérience empathique àlaquelle, disent-ils, ils ne s'attendaient pas.

Le dispositif et la réponse qu'il suscite chez le spectateur, s'appuient sur l'inflation d'un processus qualifié par Roger Odin de *mise en phase* : ce « processus qui me conduit à vibrer au rythme de ce que le film me donne à voir et à entendre. La mise en phase est une modalité de la participation affective du spectateur au film. » (Odin, 2000 : 38) Si la lecture documentarisante des récits énoncés par les témoins d'une histoire brutale de ségrégation et de répression dans l'Amérique du *Green Book* ne déclenche pas d'opération d'identification, elle engage en revanche un processus affectif fort grâce à l'effet de présence dans les lieux. « L'important, pour qu'il y ait mise en phase, nous dit Odin, est que « le film [produise] un positionnement du spectateur homologue aux relations qui se manifestent dans la diégèse » (Odin, 2000: 44). À cet égard, la mise en phase produite dans *Traveling While Black* fait adhérer aux pensées et aux émotions exprimées par les témoins, notamment dans la séquence,évoquée systématiquement par nos interviewés, où une mère raconte avec précision l'assassinat de son enfant. Toutes les conditions sont réunies pour que le spectateur soit placé dans une situation d'écoute : nous sommes attablé.es à côté de l'intervieweuse, autorisé.es à recueillir son histoire. Son témoignage-discours « en direct » est mis en tension avec la théâtralisation de la scène : des figurants et des personnages du film – les témoins des premières séquences – sont répartis en arrière-plan à la manière d'un chœur grec. Le regard dont ils gratifient la femme fait écho à notre situation de spectateur. trice assigné.es. La puissance du récit, appuyée par des images d'archives enregistrées par une caméra de vidéosurveillance au moment de l'arrestation du fils, entraîne précisément cette inflation de mise en phase dont témoignent les spectateurs interviewés.

D'un point de vue plus global, l'expérience de présence physique spatio-temporelle semble être en adéquation avec le besoin contemporain des individus d›annihiler la distance qui les sépare des choses (Rueda, 2016). Au niveau du dispositif et de ses créateurs, il s'agit bien de *capturer le spectateur*, comme l'a confirmé l'un des spectateurs interviewés, lui-même réalisateur de films en VR : "*Avec le 360°, j'ai retrouvé un moyen, moi, de capturer l'utilisateur et de lui montrer exactement ce que je voulais en étant sûr qu'il ne serait pas perturbé par la réalité*" (Arnault, 18'12").

Le dispositif VR semble correspondre à l'aspiration de "capture" analysée par Yves Citton (Citton, 2014) comme une stratégie des régimes de l'attention propres au capitalisme. Assujettie par l'univers diégétique du film, l'attention du spectateur est en effet "capturée". Face à un omnispectateur (Popelard, 2016 : 207) absorbé par des expériences spectatorielles multiples, la VR représente une nouvelle sollicitation attentionnelle qui relève de l'« immersion », « qui nous plonge dans l'expérience déstabilisante d'univers inédits hors de notre contrôle et loin de nos repères habituels » (Citton, 2014 : 12). Est-ce au risque d'annulertoute distance critique ?

Traveling While Black ne nous fait pas vivre l'événement restitué par le témoignage, comme cherchent à le faire d'autres œuvres immersives traitant d'événements traumatiques[3]. Absorbépar le monde du film, le spectateur agit en acteur-témoin, une posture qui rapproche l'œuvre des postulats du cinéma-vérité, notamment s'agissant de ce qu'il est supposé provoquer chez le spectateur : « une rencontre, un dialogue avec son prochain » (Graff, 2016 : 180). En le rendant témoin du récit d'un événement et non de l'événement lui-même, le dispositif tire le spectateur de son état hypnotique. Dans le même temps, il le capture dans la scène en l'effaçant : aucun signe ne lui renvoie l'image de sa propre présence. « *J'ai remarqué qu'à chaque fois que je tournais la tête je pensais que j'allais me voir* », déclare Charlotte (Charlotte, 6'20"). Cette capture rend possible une participation active – par le biais de l'écoute directe, notamment – et de ce fait, une intervention symbolique dans le film.

Conclusion

Il convient de remarquer que questionner les spectateurs immédiatement après la séance de VR induit que leur explicitation de leur expérience est à la fois riche de sa fraîcheur et encorepeu structurée par tous les processus d'intellection qui se mettent en œuvre à la suite de touteexpérience. La résonance avec l'actualité américaine dans laquelle entre aujourd'hui ledocumentaire *Traveling While Black* pourrait par exemple constituer une étape supplémentaire dans ces processus pour les spectateurs que nous avons rencontrés.

D'autre part, nous constatons l'apport de l'analyse sémio-pragmatique du film à notre étude. En fournissant les outils pour contextualiser une réception, elle enrichit et ajuste les écouteset décryptages que nous avons menés, en leur conférant une plus grande dimension scientifique. Là encore, la mise en perspective de ce travail avec l'actualité nous permet de mesurer la nécessité d'une telle contextualisation.

3 Voir My freedom or Death (2011) du reporter de guerre Patrick Chauvel qui dénonce la guerre en Libye ou Carne y arena. Virtualmente presentes y fisicamente invisibles (2017) d'Alejandro González Iñárritu sur la migration des Mexicains aux USA.

L'expérience VR de *Travelling while black*, nous l'avons vu, est traversée par une double logique. Alors que la technologie du casque considérée isolément présuppose la capture du spectateur – on entend ici son triple engagement physique, intellectuel et empathique –, sa rencontre avec le récit et les choix de mise en scène de Félix et Paul Studios configure un dispositif décidément émancipateur. L'effet de présence et le statut d'acteur-témoin qu'il concède au spectateur, non pas de la violence raciale mais de sa mise en récit par de victimesavérées, amènent toute leur puissance politique et émancipatrice au film. Cette affirmation interroge sur l'injonction de prise de pouvoir et de domination que l'on pourrait associer au dispositif technologique de VR. Il incite à examiner de près les créations qui l'investissent mais il soulève aussi l'importance de l'analyse des expériences de leur réception.

Bibliographie

Bianchini S., Fourmentraux J-P. (2007). Médias praticables : l'interactivité à l'œuvre,

Sociétés, vol.2 , n° 96, p. 91-104.

Bobin, C. (2001). *La lumière du monde*, Paris, Gallimard.

Citton, Y. (2014). *L'économie de l'attention*, Paris, La Découverte.

Comerais, F., Gibert, J.A. (2017). Introduction, Études digitales, n° 4, 2, Immersion, p. 9-17. Dewey, J. (1938). *Experience & education*, New York, Kappa Delta Pi.

Jullien, F. (2016). De l'expérience, *BnF Conférence en ligne*, 7 décembre, 91 minutes. [Enligne]. http://www.dailymotion.com/video/x5aa292

Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*, Paris, Gallimard.

Merleau-Ponty, M. (1964). *L'oeil et l'esprit*, Paris, Gallimard.

Morin, E. (2000). L*es sept savoirs nécessaires* à *l'éducation du futur*, Paris, Seuil.

Odin, R. (2000). Sémio-pragmatique et intermédialité, *Sociétés & Représentations*, vol.2, n°9, p. 115-127.

Odin, R. (2000). *De la fiction*, Bruxelles, De Boeck Université.

Graff, S. (2016), Tutoyer le spectateur. Le renouvellement de la posture spectatorielle par Edgar Morin, in Châteauvert.J. et Delavaud, G. *D'un écran à l'autre, les mutations du spectateur*, p. 171 – 182.

Popelard, M-D. (2016). D'un spectateur captif (absorbé) à un spectateur attentif (dans les conditions appropriées), in Châteauvert.J. et Delavaud, G. *D'un* écran à *l'autre, les mutations du spectateur*, p. 207 - 213.

Rueda, A. (2016). Document et fiction. L'expérience spectatorielle des écritures documentaire du web, in Châteauvert.J. et Delavaud, G. *D'un écran à l'autre, les mutations du spectateur*, p. 157 - 169.

Sagnier, C., Loup-Escande, E. Vallery, G. (2019). Acceptabilité de la réalité virtuelle : une revue de la littérature, *Le Travail Humain*, vol.82, p.183-2012.

Thévenot, L. (2006). *L'action au pluriel, sociologie des régimes d'engagement*, La Découverte.

CHAPITRE 2

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ?

Manuel Zacklad
Dicen-IdF, CNAM
Manuel.zacklad@lecnam.net

Antoinette Rouvroy
FRS-FNRS, CRIDS, Université de Naumur
antoinette.rouvroy@fundp.ac.be

Mots-clefs : Ethique, Ethique située, Intelligence Artificielle,Controverse

Keywords: Ethic, Situated ethic, Artificial Intelligence, Controversy

Résumé

Pour aborder la manière dont l'IA affecte le quotidien, nous nous positionnerons dans une approche pragmatique de l'éthique, que nous appellerons éthique située, qui nous semble une alternative à des approches incantatoires courant de « l'IA éthique » qui suscite un certain nombre de critiques pointant un risque « d'éthique-washing ». Après une présentation des principes de l'éthique située qui ne sépare pas « royaume des valeurs » du « monde des faits »nous rappellerons les enjeux particuliers de l'IA connexionniste et la diversité de ses applications dans des situations quotidiennes.

Abstract

To address the way in which AI affects everyday life, we will position ourselves in a pragmaticapproach to ethics, which we will call situated ethics, which seems to us an alternative to the incantatory approaches common to "ethical AI" which arouses a a number of critics pointing to a risk of "ethics-washing". After a presentation of the principles of situated ethics which does not separate the «realm of values» from the «world of facts», we will recall the particular issues of connectionist AI and the diversity of its applications in everyday situations.

Enjeux éthiques situés de l'IA

Manuel Zacklad, Antoinette Rouvroy

Introduction

Dans cette communication[1], nous aborderons les enjeux éthiques liés à l'automatisation des dispositifs d'information et de communication qui affectent les comportements des personnes dans leur vie quotidienne : sélection-hiérarchisation automatique de contenus, accès aux services bancaires, aux assurances, à l'emploi, à la justice, à l'orientation scolaire, recommandation d'information, ou de produits de loisir, etc… En particulier nous nous intéresserons à la conception et à l'exploitation des algorithmes de l'Intelligence Artificielle connexionniste qui relèvent notamment de l'apprentissage profond (deep learning) et qui ont permis de très nombreuses innovations pratiques ces dernières années : traduction automatique, reconnaissance d'image, recommandation, « décision » automatique, etc.

Nous nous positionnerons dans une approche pragmatique de l'éthique, que nous appellerons éthique située, qui nous semble une alternative pertinente à des approches parfois un peu incantatoires de la relation entre éthique et IA (cf. le rapport Villani 2017) et en particulier au courant de « l'IA éthique » qui suscite un certain nombre de critiques pointant un risque

« d'éthique-washing » (Ochigame 2019) mais aussi au courant de recherche de l'éthique de la technologie (Wright 2011). Après une présentation de l'éthique située nous rappellerons les enjeux particuliers de l'IA connexionniste et la diversité de ses applications dans des situations quotidiennes[2][3].

L'éthique située

Comme le rappellent Lobet-Maris et ses co-auteurs (Lobet-Maris et al. 2019) « une nouvelle contrainte a été inscrite dans les politiques scientifiques internationales et s'est retrouvée in extenso dans les projets de recherche & développement (r&d) européens [notamment dans le domaine de la sécurité]. Il s'agit de la nécessaire prise en compte des enjeux éthiques, juridiques et sociaux au cœur de l'innovation technologique » désignée par l'acronyme RRI (Responsable Research Innovation). Ces efforts pour introduire l'éthique dans les projets technologiques et notamment biotechnologiques s'inscrivent dans la suite de travaux initiés depuis de début des années 2000 qui sont bien représentés par la proposition de « cadrage éthique » de Wright (2011).

1 Cette présentation prolonge une présentation orale donnée à Séoul par le premier auteur dans la conférence institutionnelle

2 Les dimensions éthiques ne sont pas abordées ici du point de vue de l'activité des chercheurs comme le font certains travaux en SIC (Domenget et Wilhelm 2017)

3 Dans la version longue nous introduisons les six espaces de controverses de l'éthique située de l'IA connexionniste qui pour certains concernent les applications numériques dans leur globalité.

Pour Wright, qui s'inscrit lui-même dans la continuité des travaux de l'éthique biomédicale deBeauchamp et Childress (2011), l'évaluation éthique des technologies de l'information vise essentiellement à étudier leur impact sur les utilisateurs ou la société. Il reprend à ces auteurs les dimensions du respect de l'autonomie (consentement éclairé), de l'abstention de nuire (non-maléficience, sureté, isolement et privation du contact humain, discrimination…), bénéficience(orientation de l'action vers le bien, proportionalité des moyens et des fins) et de la justice (accessibilité, solidarité sociale, inclusion et exclusion, non-discrimination, égalité d'opportunités, solidarité sociale, inclusion). Il rajoute, pour prendre en compte les spécificitésdu numérique, les dimensions de la vie privé et de la protection des données qui inclut les questions de qualité des données, de limitation de l'utilisation des données, de transparence ausens de l'ouverture des données, de l'accès des individus à leurs données et de leur participationà leur mise à jour, d'anonymat, de respect des communications privées (traçabilité) et enfin derespect du caractère privé du comportement personnel. Dans un contexte européen ces dimensions sont déjà inscrites dans la Convention européenne des droits de l'Homme, dans la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne et dans le RGPD.

Les outils éthiques déployés relèvent des études d'impacts classiques à base de consultation etde sondage, d'atelier d'expert, de liste de questions, d'une matrice éthique, d'un Delphi éthiqueauquel il rajoute l'idée de conférence de consensus et de panel citoyen. Cette approche essentiellement « externe » consiste à considérer le projet technologique comme une donnée dont il faut analyser les impacts sur la population en s'appuyant sur un certain nombre de valeurs a priori.

Par contraste, l'éthique située telle que nous la définissons, s'appuie à la fois sur le pragmatismede J. Dewey et sur la philosophie des sciences. Dans la théorie de la valuation (Dewey 2008/1939, Prairat 2014) Dewey s'oppose à deux approches de la valeur, celle qui en ferait l'expression de préférences émotionnelles et passagères des acteurs et celles qui, à l'inverse, en ferait des fins en soi s'imposant aux acteurs de l'extérieur de manière quasi transcendante. Les valeurs sont pour Dewey « un produit de l'activité intelligente ouvert à l'éducation du regard et du jugement » qui résultent de l'expérience.

Pour lui, les valeurs sont en fait la cristallisation de processus de valuation qui comportent deuxtemps. Une première appréciation subjective, la valorisation, basée sur le désir et la prise en compte de sa satisfaction, suivie par un deuxième temps d'évaluation qui met en perspective les moyens consentis et les avantages procurés. Avec le temps, les règles issues du processus de valuation deviennent des normes qui guident l'action et qui peuvent avoir tendance à s'autonomiser, à devenir abstraites, si les sujets oublient les expériences qui avaient conduit àleur installation. Mais dans le fond, ces normes sont justifiées par sur une assertablité garantiepar des expériences répétées. Chez Dewey « on ne saurait donc séparer de manière étanche le

« royaume des valeurs » du « monde des faits », une position que l'on retrouve chez les philosophes des sciences, comme chez E. Hache (2011) qui, dans ses réflexions pour une éthique environnementale, en appelle également à une éthique qui ne sépare pas la question des faits et celle des valeurs ou la science de la morale et à considérer qu'il y a une objectivitédes valeurs comme il y a une objectivité des faits.

C'est la principale différence entre l'éthique de la technologie de Wright, dont se revendique également Loblet-Maris et ses collaborateurs (2019) et l'éthique située. Les technologies ne sont pas des faits inéluctables dont il faut étudier les impacts en faisant appel à des principes moraux qui s'imposent de l'extérieur. Au contraire, l'émergence d'un problème éthique suscitépar une nouvelle technologie invite à remettre en

cause ses présupposés scientifiques, techniques, économiques, etc. considérés comme acquis, pour les examiner sous un angle pluridisciplinaire et orienter les développements technologiques de manière différente. La réorientation ne vient pas d'une contrainte morale externe, elle est issue d'éclairages scientifiques et politiques nouveaux qui remettent en cause certaines croyances et suggèrent d'autres pistes de recherche et de développement.

Par exemple, les biais des algorithmes connexionnistes qui discriminent les populations minoritaires, sont considérés comme des problèmes éthiques parce qu'il y a une contradiction entre la croyance quant à la supériorité des données « objectives » et de l'IA qui les exploite pour fournir des décisions automatiques, d'un côté, et les erreurs constatées, de l'autre[4]. L'approche éthique externe qui vise à atténuer les impacts consiste, d'une part, à chercher à encadrer d'un point de vue juridique la décision automatique et d'autre part, à chercher à améliorer l'explicabilité des algorithmes pour les rendre plus compréhensibles (Besse et al. 2019).

L'éthique située va consister à remettre en cause les présupposés scientifiques des promoteurs de la décision automatique en contestant la possibilité qu'il existe des données objectives et en montrant le caractère intrinsèquement opaque de l'apprentissage profond, ce qui interdit radicalement des explications « logiques », comme nous allons le développer plus bas. Cette remise en cause n'est pas le fait d'éthiciens professionnels qui seraient les garants de valeurs transcendantes mais résulte de la capacité à poser autrement les problèmes de nature, scientifique, sociale, politique en ouvrant des espaces de controverses pluridisciplinaires. Cette approche est bien sûr plus difficile à mettre en œuvre dans les projets financés par les gouvernements qui s'inscrive souvent une logique « taylorienne » (cf. Lobet-Maris et al. 2019).

Mais l'approche éthique externe souffre aussi d'une autre difficulté. Nous avons vu qu'elle sépare la question des valeurs de celle des faits en tentant de réduire les impacts des changements technologiques sans remettre en cause leurs présupposés ou en cherchant à atténuer à la marge leurs nuisances par des correctifs techniques mineurs. Mais elle souffre aussi du fait d'envisager la valeur sans prendre en compte les questions de participation dans la définition même des problèmes à traiter. En effet, l'émergence du problème éthique et des conflits de valeur associés ne saurait être simplement circonscrits par des experts ou des sondages.

Dans la perspective de l'éthique située, il faut également objectiver les intérêts des acteurs quisont des parties prenantes identifiées des « solutions » envisagées mais aussi parfois des partiesprenantes indirectes qui n'ont pas été prises en compte par les promoteurs du projet. Si l'objectivation des contre-arguments factuels passe par la mise en place de controverses scientifiques pluridisciplinaires, elle doit s'accompagner par l'objectivation du conflit de valeur qui est de nature politique et qui doit s'incarner par la constitution d'un public au sens de J. Dewey dans son ouvrage « Le public et ses problèmes » (1927/2010). Comme le rappelle Joelle Zask (2008) :

> « *Un public est l'ensemble des gens ayant un plein accès aux données concernant les affairesqui les concernent, formant des jugements communs quant* à *la conduite* à *tenir sur la base deces données et jouissant de la possibilité de manifester ouvertement ses jugements. On doit luireconnaître une autorité*

4 Dans le domaine de l'IA connexionniste, la notion d'erreur pourrait elle-même être discutée dans la mesure ou les « décisions » erronées reflètent l'état des pratiques sociales, comme la surreprésentation des noirs dans le système carcéral américain (logiciel de prévention sécuritaire) ou la place avantageuse des hommes dans la hiérarchie des entreprises (logiciel de recrutement), cf. infra, controverse liée aux enjeux de culture numérique.

en la matière, un droit d'exercer son jugement et une grande liberté dans le choix des moyens nécessaires à le faire entendre : opinion publique, presse, Internet, associations, débats publics et ainsi de suite. L'autorité du public suppose donc une liberté d'enquête, une pleine information, une éducation appropriée pour acquérir la compétence d'évaluer les corpus documentaires, voire de les constituer, et des droits politiques garantis. L'ensemble de ces conditions est décliné dans Le public et ses problèmes. »

Pour Dewey c'est le fait de se sentir concerné par un problème commun et de souhaiter se mobiliser pour en trouver la solution qui constitue le public comme une communauté agissante. Or, dans la plupart des projets technologiques, le public est réduit à la notion de consommateur,d'utilisateur ou d'usager lorsqu'il n'est pas purement et simplement disqualifié en tant que potentiel fraudeur, délinquant, ou terroriste (notamment dans les projets, nombreux, d'évaluation automatique des risques de fraude, de récidive, de radicalisation, de passage à l'acte…). Le « public » est une représentation projetée par les concepteurs, souvent sur la basede leurs propres « scripts » (Akrich 1992).

Or la construction éthique de valeurs communes ne relève pas une démarche marketing. En effet, une démarche éthique doit s'assurer de contribuer à la puissance d'agir des communautés concernées, c'est à dire garantir les modalités de leur participation aux décisions techniques qui les concernent (Zask 2008). Le marketing se contente le plus souvent de « sonder » des acteurs individuels pour tenter de les agréger comme une « masse » de consommateurs sans leur donner les moyens de s'organiser. A l'inverse, le rôle de la démarche éthique située est non seulement d'identifier des parties prenantes non prises en compte au départ, comme peuvent le suggérer les partisans de l'éthique externe (Lobet-Maris et al., 2019), mais aussi lesconstituer en public et de construire les modalités de leur participation effective à la sélection des projets, aux processus de conception comme à la gouvernance de l'usage des « solutions »qu'ils auront contribué choisir et à élaborer.

Cette approche se différentie sensiblement de l'éthique de la technologie à la Wright et de la plupart des initiative actuelles comme celle développée dans le rapport COMEST (Unesco, 2017). Elle est encore plus éloignée des raisonnements éthiques totalement abstraits et dé- corrélés des problèmes réels, comme peuvent l'être, par exemple, les nombreuses références au dilemme du tramway appliquées à la conduite autonome (par exemple, Tessier et al., 2018).

L'IA connexionniste et ses enjeux éthiques spécifiques

C'est l'IA connexionniste qui cristallise aujourd'hui l'essentiel des réflexions, des fantasmes solutionnistes, mais aussi des critiques (Morozov 2014). Les deux courants de l'IA, symboliqueet connexionniste, ont aussi correspondus à deux grandes vagues de son développement, respectivement la deuxième vague des années 1980 à 2000 et la troisième, à partir des années 2010. D'un point de vue informatique, ces deux courants ont en commun, de recourir à des algorithmes utilisant des procédés dit heuristiques, c'est à dire efficaces dans un grand nombrede situations, mais toujours sujets à l'erreur parce qu'utilisant des « raccourcis ».

L'IA symbolique cherche à représenter de manière explicite les connaissances déclaratives detype « statiques » par des réseaux sémantiques ou des modèles objets et les connaissances procédurales par des règles d'inférence en utilisant des formalismes de type logique, même s'ilne s'agit pas forcément de logique formelle

mathématique basée sur une sémantique vériconditionnelle, où le sens est ramené à la valeur de vérité des propositions. L'IA symbolique est utilisée dans presque tous les domaines de l'IA : système experts, planification,certains champs du traitement de la langue naturelle et certains domaines de l'apprentissage etsurtout, plus récemment, en lien avec les sciences de l'information, dans le web sémantique etses variantes (p.e le web socio-sémantique). L'IA symbolique implique une représentation explicite des objets et des activités qui permet de générer des « justifications » de la démarchesuivie dans la résolution du problème.

L'IA connexionniste peut être assimilée à une forme de variante, assez profondément différentedans ses principes, de la statistique prédictive (Rouvroy 2013). Les algorithmes les plus connussont ceux de l'apprentissage profond. Elle vise, en partant d'un ensemble de données, à les regrouper et à les classifier de manière ascendante sur la base d'un certain nombre deressemblances. Mais à la différence de l'IA symbolique, les propriétés des éléments à comparervont être progressivement enrichies, par essai-erreur, par des variables « cachées » qui ne correspondent pas à des attributs explicites d'entrée des « objets » comme pourraient l'être la taille, la couleur, la forme, l'âge, le genre, etc. Dans le cas des chaines de caractères, des images, des sons numérisés traités par les algorithmes d'apprentissage profond, les attributs des « objets » sont représentés par des vecteurs de nombres. Au fur et à mesure de

« l'apprentissage », la valeur de ces nombres est pondérée par d'autres vecteurs dans les couches cachées du réseau de neurone, sans qu'il soit possible ensuite de bien comprendre le poids des attributs initiaux des objets dans la décision. Paradoxalement, cette opacité peut rendre compte de l'aura de neutralité axiologique des modélisations algorithmiques (Rouvroy2018).

Si les principes algorithmiques de l'IA connexionniste sont très anciens, elle a connu un renouveau considérable ces dernières années grâce à la mise à disposition de données massives(les big data) issues de la traçabilité de très nombreuses activités via les applications du web, des smartphones ou par l'exploitation des grandes bases de données de gestion des entrepriseset des administrations. De fait, les applications de l'IA connexionniste ont effectivement des effets dans la vie quotidienne de nombreux consommateurs et citoyens du fait de la tendance àl'automatisation de très nombreuses interactions de service. Citons, par exemple, des applications qui recourent à ces divers procédés de la statistique prédictive, très souvent baséesaujourd'hui sur l'IA connexionniste :

- la notation et les scores de risque, par exemple, attribution de scores de risques de récidive à des candidats à la libération conditionnelle ou à des prévenus en attente de procès (algorithme COMPAS) ; scores de risques de non remboursementde prêts bancaires ; scores de risques de fraude ; social credit scoring chinois ; systèmede notation des travailleurs des plateformes par les utilisateurs ; systèmes d'attributionde scores de risque d'être impliqué à titre d'auteur ou de victime d'actes de violence (algorithme PREDPOL)… ;
- les appariements (exemples : bob emploi ; parcoursup ; sites de rencontre ;…) ;
- La hiérarchisation (PageRank de Google, EdgeRank de Facebook…) ;
- La personnalisation des offres commerciales (Amazon ; Target…) ou de contenus médiatiques (Netflix…) ; le ciblage du marketing politique (campagnes électorales, propagande) fondé sur le profilage psychographique (Cambridge Analytica) ;

- La géolocalisation et la fluidification des déplacements dans les espaces publics (Waze, Google Maps,…)
- La traduction automatique (Google translate n'est plus fondé sur un raisonnement « réductionniste » formel combinant règles syntaxiques abstraites et dictionnaires, maissur la détection statistique et contextuelle « évolutionniste » de corrélations dans les corpus numérisés)
- La domotique (internet des objets).

Quand bien même chaque type d'algorithme ou d'application présente des enjeux spécifiques,ils ont tous en commun le fait d'être « conduits par des données » (data-drivenness), c'est à dire d'être fondées sur le traitement automatisé de données numériques plutôt que sur des règlesconventionnelles explicites, ou des normes ou consensus politiquement ou collégialement débattus et contestables dans une forme d'opérationnalité sans « épreuve ». Le recours à des algorithmes de prédiction opaques et exploitant des sources de données difficilement interprétables d'un point de vue social mais pouvant néanmoins contribuer à la décision automatique, contribue à renforcer l'impression que ces données « brutes », à l'inverse des données signifiantes, correspondent à de purs signaux, à un « langage des choses » émanant « spontanément » du monde, qu'elles ne sont pas « produites » et reflètent donc objectivementle monde en soi. C'est sur ces prétentions d'objectivité et d'impartialité algorithmique que se focalisent les « critical data studies » (Iliadis & Russo 2016) :

> « *les Critical Data Studies (CDS) explorent les défis culturels, éthiques et critiques uniques que posent les Big Data. Plutôt que de traiter les Big Data comme des phénomènes uniquement empiriques sur le plan scientifique et donc largement neutres, les CDS défendent l'idée que les Big Data doivent* être *considérés comme des ensembles de données toujours constitués au seind'ensembles de données plus larges. Le concept d'assemblages permet de saisir la multitude de façons dont les structures de données déjà constituées infléchissent et interagissent avec la société, son organisation et son fonctionnement, et l'impact qui en résulte sur la vie quotidienne des individus. Le CDS remet en question les nombreuses hypothèses sur les Big Data qui imprègnent la littérature contemporaine sur l'information et la société en repérant les cas où les Big Data peuvent* être *naïvement considérées comme des entités informationnelles objectives et transparentes* ».

En effet, de nombreuses discriminations algorithmiques bien recensées dans la littérature sontcommises : algorithme de recrutement reproduisant les biais favorables aux hommes, mauvaisereconnaissance des femmes de couleur par les algorithmes de reconnaissance faciale, facteur de risque dans l'étude de maladies moins précis pour les patients d'origine africaine ou asiatique, algorithme de détection des risques d'implication, à titre de victime ou d'acteur, dansdes faits de violence, ou algorithme d'évaluation et de notation des risques de récidive générantdes résultats faussement positifs plus souvent pour les noirs américains que pour les Blancs, etc. Ceci est d'autant plus problématique que le fonctionnement des algorithmes que nous avons évoqué plus haut, qui tend à créer des variables intermédiaires cachées (« proxies ») difficilement repérables et interprétables, rend à la fois la décision difficile à justifier et son caractère éventuellement discriminatoire difficile à prouver.

Mais au-delà – ou en deçà - des prétentions d'objectivité et d'impartialité propres à l'idéologietechnique de la « data-drivenness », la signification politique de la « fonction objective » - c'est-à-dire de la logique

sectorielle que les concepteurs ont choisi de maximiser en laformalisant sous la forme de « contraintes » devant borner les opérations d'optimisation – est assez systématiquement oblitérée sous des arguments de « rationalisation », d'accélération et de facilitation d'accès. Ainsi, le Rapporteur spécial des Nations Unies sur l'extrême pauvreté et les droits humains (Alston 2019), documentait-il la manière suivant laquelle - aux Etats-Uniset en Angleterre notamment - l'introduction de la décision algorithmique dans la gestion de l'aide sociale (automatisation du traitement des demandes, de la détection des fraudes ou risques de fraudes…) a eu pour conséquence d'accentuer la précarité des couches les plus vulnérables de la population.

C'est que l'État providence algorithmique est « gouverné » par des fonctions objectives aisément modélisables de rationnement et d'austérité plutôt que de mise en œuvre des principes beaucoup moins aisément « calculables » d'indivisibilité, d'interdépendance et d'indissociabilité des droits économiques et sociaux et des droits civils et politiques (principes constamment réaffirmés par les Nations Unies et le Conseil de l'Europe). Dans le cas de l'État providence algorithmique dénoncé par le Rapporteur spécial des Nations Unies, la conjonctiondes algorithmes et d'une bureaucratie rendue amnésique des fondements de son action[5] transforme *de facto* les droits économiques et sociaux en variables d'ajustement conditionnées à l'atteinte d'objectifs toujours plus éloignés de croissance économique.

Ce ne sont pas que les « données » qui ne sont pas « données » : la détermination des « finalités » et des « contraintes » de l'optimisation ne peuvent pas non plus être sous-traitées aux seuls concepteurs techniques des algorithmes : en tant qu'ils concernent les critères de mérite, de besoin, de désirabilité, de dangerosité présidant à la répartition des opportunités et des ressources, ils relèvent fondamentalement d'une théorisation de la justice qui ne peut être déterminée que collectivement, suivant les formes prescrites en démocratie délibérative.

Les approches externalistes de l'éthique, correspondent assez bien aux propositions formuléesdans l'article de Besse et collaborateurs (Besse et al. 2019), qui considèrent que ce défaut des algorithmes connexionnistes doit être traité, d'une part sur le plan des valeurs et d'autre part d'un point de vue technique, en apportant divers correctifs. Sur le plan des valeurs, il s'agit derenforcer l'arsenal juridique ou de s'assurer de sa bonne mise en œuvre. Sur le plan technique,il s'agit d'améliorer la qualité des données ou de travailler à améliorer l'explicabilité. Or, comme nous le verrons en adoptant une approche d'éthique située qui déploie d'autres perspectives disciplinaire[6], les problèmes de qualité des données comme d'explicabilité sont inhérents au fonctionnement de l'IA connexionniste et ne peuvent pas faire l'objet de correctifsqui remettraient fondamentalement en cause ces principes. Sur le plan des valeurs, qui renvoieà la subjectivité du public et aux normes qu'il soutient ou qu'il remet en cause en lien avec la construction des faits nouveaux mis en lumière par la pluridisciplinarité, cela signifie qu'il esttout simplement impossible de sous-traiter des décisions à fort impact humain et social à des dispositifs automatiques utilisant des heuristiques, aussi apprenants ou autonomes soient-ils, quel que soit par ailleurs l'arsenal juridique déployé pour les « encadrer ».

5 Notons toutefois que, dans son rapport, Philippe Alston fait également état de la situation en Ontario, où, en raison d'erreurs massives du système algorithmique d'évaluation de l'éligibilité des personnes demandeuses d'aide sociale, des fonctionnaires en charge usèrent d'une série de subterfuges afin de garantir un traitement équitable des demandes.

6 Cf. notamment notre texte en préparation pour la RFSIC.

Conclusion

Le recours à l'éthique dans les applications de l'IA est souvent justifié par les tenant d'une IA forte pour atténuer les effets de son « intelligence » considérée comme un acquis scientifique entrainant le caractère inéluctable de son développement. Les approches classiques de l'éthiquede la technologie acceptent ce rôle en tentant d'atténuer l'impact de la « technologie inéluctable » sur les bénéficiaires supposés.

Notre vision d'une éthique située, basée sur le pragmatisme et la philosophie des sciences, assigne à l'éthique un rôle très différent. Celui-ci consiste à remettre en cause les présupposésde scientificité et de neutralité axiologique qui justifient le recours à la technologie en ouvrantdes espaces de controverses scientifiques et politiques masquées, telles des boites noires, par les promoteurs de la technologie inéluctable. L'intervention de l'éthique a alors toujours pour conséquence de redéfinir les contours du projet, de ses finalités comme de ses avantages attendus, dans une veine de design critique qui peut notamment contribuer à des éléments de prospectives[7] ou d'ouverture vers d'autres possibles.

Car nous ne pensons pas que le parti pris de l'éthique située soit celui d'un refus radical et systématique de la technologie. Nous pensons, conformément à une certaine épistémologie des SIC, qu'il s'agit toujours de montrer comment les technologies de l'information et de la communication, dans la prolongation de l'écriture, sont des télé-technologies pour reprendre l'expression de Derrida (Delain 2006), ou encore des pharmakons, à la fois remède et poison, toujours selon Derrida à suite de Platon, dans une veine actualisée par Stiegler (2007), dont il faut concevoir les usages avec prudence. Cette prudence invite à suivre la voie d'une forme dedémocratie technique (Callon et al. 2014) ou pour le dire dans les termes de Stengers de réactiver le « sens commun » (Stengers 2020) dans les projets d'innovation, en renvoyant dosà dos les assertions solutionnistes des promoteurs de la « technologie inéluctable » et celles despartisans du refus obstiné du changement technique considéré comme nécessairement déshumanisant.

Remerciement

Nous remercions Etienne-Armand Amato pour sa relecture attentive du manuscrit.

Bibliographie

Alston, P. (2019). Report of the Special Rapporteur on extreme poverty and human rights, submitted in accordance with Human Rights Council resolution 35/19, Seventy-fourth session, A/74/48037, 11 octobre 2019.

Akrich, M. (1992). The De-scription of Technical Objects. Dans W. E. Bijker et j. Law (dir.), *Shapingtechnology/Building Society. Studies in Sociotechnical Changes* (p. 205-224). Cambridge: MIT Press.

7 Au sens de Gaston Berger (Berger et al. 2007), la prospective, au lieu de consister – comme pour les « prédicateurs » de la Silicon Valley – sur l'extrapolation au départ de tendances du passé, comme la soi-disant loi de Moore qui n'a rien d'une loi, consiste à imaginer, au contraire, des ruptures relativement à l'état de fait, en fonction d'un horizon de perfectibilité du social qui ressemble fort à l'idée de la justice.

Baron, X. et Cugier, N. (2016). Des « Services généraux » aux « aménités » des environnements du travail. *L'expansion Management Review*. http://www.bmvr.nice.fr/EXPLOITATION/Default/doc/ALOES/4875556/services-generaux-aux- amenites-des-environnements-du-travail-des

Beauchamp, T. L. et Childress, J. F. (2019). *Principles of biomedical ethics* (Eighth edition). Oxford University Press.

Berger, G., Bourbon Busset, J. de et Massé, P. (2007). *De la prospective textes fondamentaux de la prospective française 1955-1966* (Deuxième édition; édité par P. Durance). L'Harmattan.

Besse, P., Castets-Renard, C., Garivier, A. et Loubes, J.-M. (2018, octobre). *L'IA du quotidien peut- elle* être éthique ? https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01886699

Bonnemains, V., Tessier, C. et Saurel, C. (2018). Machines autonomes « éthiques » : questions techniques et éthiques. *Revue francaise d'ethique appliquee*, *N° 5*(1), 34-46. http://www.cairn.info/revue-francaise-d-ethique-appliquee-2018-1-page-34.htm

Bordage, F. (s. d.). *Empreinte environnementale du numérique mondial*.https://www.greenit.fr/empreinte-environnementale-du-numerique-mondial/

Callon, M., Lascoumes, P. et Barthe, Y. (2014). *Agir dans un monde incertain essai sur la démocratietechnique* (Édition révisée). #0, Éditions Points.

Calude, C.S., Longo, G. (2017). "The Deluge of Spurious Correlations in Big Data." Found Sci 22, 595–612. https://doi.org/10.1007/s10699-016-9489-4

Clot, Y. et Stimec, A. (2013). « Le dialogue a une vertu mutative », les apports de la clinique de l'activité. *Negociations*, *n° 19*(1), 113-125. http://www.cairn.info/revue-negociations-2013-1-page- 113.htm

Conseil d'Orientation pour l'Emploi. (2017). *Automatisation, numérisation et emploi - Tome 1*. https://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/coe-rapport-tome-1- automatisation-numerisation-emploi-janvier-2017.pdf

Conseil d'État, L. C. (s. d.). *Transparence, valeurs de l'action publique et intérêt général*. Conseil d'État. https://www.conseil-etat.fr/actualites/discours-et-interventions/transparence-valeurs-de-l- action-publique-et-interet-general

Delain, P. (2006). *Derrida, technosciences, télé-techniques, médias*. https://www.idixa.net/Pixa/pagixa-0611051647.html

Dewey, J. (1927). *Le public et ses problèmes* (traduit par J. Zask). Gallimard.

Dewey, J. (2008). La théorie de la valuation. *Tracés. Revue de Sciences humaines*, (15), 217-228. 10.4000/traces.833

Domenget, J.-C. et Wilhelm, C. (2017). Un nécessaire questionnement éthique sur la recherche à l'ère des Digital Studies. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (10). 10.4000/rfsic.2668

Eubanks, V., *Automating Inequality: How High-tech Tools Profile, Police, and Punish the Poor,* St- Martin's Press, 2018.

Flipot, F., Dobré, M. et Michot, M. (2013). *Livre : la face cachée du numérique - Green IT*. L'échappée.https://www.greenit.fr/2019/05/22/livre-la-face-cachee-du-numerique/

Frey, C. B. et Osborne, M. A. (2013). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, *114*, 254-280. 10.1016/j.techfore.2016.08.019

Ganascia, J.-G. (2019). Le mythe de la Singularité faut-il craindre l'intelligence artificielle ? #0, Éditions Points.

Guattari, F. (1989).*Les trois écologies*, Galilée. https://static1.squarespace.com/static/5657eb54e4b022a250fc2de4/t/566fa0cddf40f39ea7f3d8bb/1450 156237851/1989_F%C3%A9lix+Guattari_Les+Trois+Ecologies.pdf

Hache, É. (2011). *Ce* à *quoi nous tenons*. La Découverte. 10.3917/dec.hache.2011.01

Hopkins, R., Ponticelli, A. et Vermeersch, L. (2017). Everything gardens : les villes en transition. *Vacarme*, *N° 81*(4), 28-38. https://www-cairn-info.proxybib-pp.cnam.fr/revue-vacarme-2017-4-page- 28.htm

Iliadis, A. et Russo, F. (2016). Critical data studies: An introduction. *Big Data & Society*, *3*(2), 2053951716674238. 10.1177/2053951716674238

Lobet-Maris, C., Grandjean, N., Vos, N. D., Thiry, F., Pagacz, P. et Pieczynski, S. (2019). Au cœur de la contrainte : quand l'éthique se fait bricolage. *Revue francaise d'ethique appliquee*, *N° 7*(1), 72-88. https://www-cairn-info.proxybib-pp.cnam.fr/revue-francaise-d-ethique-appliquee-2019-1-page- 72.htm

Morozov, E. (2014). *Pour tout résoudre, cliquez ici : l'aberration du solutionnisme technologique*. Fyp éditions. https://bibliotheques.paris.fr/Default/doc/SYRACUSE/980590/pour-tout-resoudre-cliquez-ici-l-aberration-du-solutionnisme-technologique

Muniesa, F. et Callon, M. (2013). 8. La performativité des sciences économiques. Dans P. Steiner et F.Vatin (dir.), *Traité de sociologie* économique (p. 281-316). Presses Universitaires de France. http://www.cairn.info/traite-de-sociologie-economique--9782130608318-page-281.htm

Ochigame, R. (2019). The Invention of "Ethical AI": How Big Tech Manipulates Academia to Avoid Regulation. *The Intercept*. https://theintercept.com/2019/12/20/mit-ethical-ai-artificial-intelligence/

Parisi, L. (2017). « Reprogramming Decisionism », e-flux journal, n.85.

Parisi, L. (2019). The alien subject of AI. *Subjectivity*, *12*(1), 27-48. 10.1057/s41286-018-00064-3

Rouvroy, A. (2013). "The End(s) of Critique: Data-behaviourism vs. Due Process", in. M. Hildebrandt and K. De Vries (eds.), Privacy, Due Process and the Computational Turn, London: Routledge, 143- 168.

Rouvroy, A. (2016), Des données et des Hommes. Droits et libertés fondamentaux dans un monde de données masssives. Conseil de l'Europe, T-PD-BUR (2015) 09REV.

Rouvroy, A. (2017), “Contestability in the Big Data Era”, Archival Ucertainty. Workshop on #Error, Department of Arts and Cultural Studies, University of Copenhagen, Københavns Stadsarkiv, Copenhagen City Hall, 14 November, 2016.

https://ku.23video.com/search/perform?search=uncertain+archives

Rouvroy, A. (2018a), “homo juridicus est-il soluble dans les données ?”, Droit, Normes et Libertés dans le Cybermonde, Larcier, 417-444.

Rouvroy, A. (2018b), «Mapping as governance in an Age of Autonomic Computing: Technology, Virtuality and Utopia» in P.Barguès-Pedreny, D. Chandler, E. Simon (dir.), Mapping and Politics in the Digital Age, London: Routledge, p.118-134.

Rouvroy, A. (2020), “L’usage des “Big Data” pour gouverner”, Politique (numéro special Covid19:toutrepenser. La pandémie, miroir des inégalités’), no.112, 115-119.

Serikoff, G., Foliot, C. et Zacklad, M. (2019). *Le Lab des Labs*. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal- 02437318

Stengers, I. (2020). Réactiver le sens commun lecture de Whitehead en temps de débâcle. #0, Éditions La Découverte.

Stiegler, B. (2007). Questions de pharmacologie générale. Il n’y a pas de simple pharmakon.

Psychotropes, *Vol. 13*(3), 27-54. http://www.cairn.info/revue-psychotropes-2007-3-page-27.htm

Unesco, Commission d’éthique des cns. scientifique et technos. (2017). *Report of COMEST on roboticsethics - UNESCO Bibliothèque Numérique*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000253952

Villani, C. (2017). *Donner un sens* à *l’Intelligence Artificielle*. https://www.aiforhumanity.fr/pdfs/Mission-Villani_Presse_FR-VF.pdf

Wright, D. (2011). A framework for the ethical impact assessment of information technology. *Ethics and Information Technology*, *13*(3), 199-226. 10.1007/s10676-010-9242-6

Zacklad, M. (2012). Vers une informatique au service de l’homme. *Personnel. La revue de l’ANDRH*,63-64. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02937484

Zacklad, M. (2018). *Intelligence Artificielle : représentations et impacts sociétaux* ([Raport technique]). CNAM. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02937255

Zacklad, M. (2019). Entretien (Design, conception, création, Vers une théorie interdisciplinaire du design). *MEI : Information et Médiation*, (41), 9-31. https://mei-info.com/revue/41/6/entretien/

Zacklad, M. (2020). Les enjeux de la transition numérique et de l’innovation collaborative dans les mutations du travail et du management dans le secteur public. Dans *A. Gillet (Éd.), Les transformations du travail dans les services publics (Presses de l’EHESP)*. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal- 02934479

Zask, J. (2008). Le public chez Dewey : une union sociale plurielle. *Tracés. Revue de Sciences humaines*, (15), 169-189. 10.4000/traces.753

Modèles et simulation numériques en sciences humaines et sociales. Focus sur les sciences de l'information et de la communication

Digital Modeling and simulation in social sciences and humanities. Focus on information and communication sciences

Nathalie Pinède
MICA, Université Bordeaux Montaigne
nathalie.pinede@u-bordeaux-montaigne.fr

Bruno Vallespir
Univ. Bordeaux, CNRS, IMS, UMR 5218
bruno.vallespir@ims-bordeaux.fr

Mots-clefs : sciences humaines et sociales, sciences de l'information et de la communication,modélisation et simulation numérique, étude exploratoire

Keywords : social sciences and humanities, information and communication science,modelling and simulation, exploratory study

Résumé : Notre texte propose une approche exploratoire pour identifier la place des approchesde modélisation et simulation numériques dans le champ des recherches françaises en scienceshumaines et sociales (SHS), et dans les sciences de l'information et de la communication (SIC)en particulier. Nous avons choisi de nous appuyer sur l'outil de recherche Google Scholar pourmener nos investigations. Nous présentons le contexte général, notre approche méthodologiqueainsi que les principaux résultats pouvant être proposés à ce stade.

Abstract : Our text proposes an exploratory approach to identify the place of digital modelling and simulation approaches in the field of French research in the social sciences and humanities(SSH), and in information and communication sciences (ICS) in particular. We chose to use theGoogle Scholar search tool to conduct our investigations. We present the general context, our methodological approach as well as the main results that can be proposed at this stage.

Modèles et simulation numériques en sciences humaines et sociales. Focus sur les sciences de l'information et de la communication

Nathalie Pinède, Bruno Vallespir

INTRODUCTION

Le domaine des sciences humaines et sociales (SHS) peut être caractérisé par une grande diversité de regards disciplinaires, et donc, d'objets d'études et de pratiques scientifiques. Dansce paysage hétérogène, on peut questionner la place de la modélisation et de la simulation numérique (M&S), dans les SHS en général et dans les sciences de l'information et de la communication (SIC) en particulier. En effet, le recours à des modèles et à des approches de simulation numérique ne se limite plus à la conception et à l'évaluation d'objets techniques, mais est désormais disponible dans tous les domaines de la recherche, de l'ingénierie et de la gestion. La modélisation et l'analyse du comportement social ou des circulations informationnelles peuvent tirer parti de ces nouvelles possibilités.

Quels sont les apports de ces méthodes, par rapport aux autres méthodes traditionnellement utilisées en SHS (méthodes qualitatives - entretiens, observation... ou quantitatives - questionnaires, etc.) Quels sont les défis à relever alors que la numérisation de la société et desactivités humaines est en constante augmentation ? Quelles sont les principales disciplines desSHS impliquées dans ces approches ? Comment les sciences de l'information se positionnent-elles par rapport à ces possibilités d'analyse et d'exploration ?

Nous proposons de présenter ici les résultats d'une étude exploratoire sur le recours à la M&S dans les SHS en général (Pinède et al., 2020) et dans les SIC en particulier. Pour ce faire, nouscommencerons par circonscrire le périmètre des SHS en France, puis nous préciserons ce que nous entendons par M&S, en lien avec le numérique. Nous proposerons ensuite une analyse del'utilisation des approches de M&S en SHS basée sur une analyse de la production scientifiquedes dix dernières années. Nous compléterons ce point de vue macroscopique par un focus sur les SIC, où nous détaillerons les différents types d'utilisation des outils de M&S, ainsi que les objets d'études associés. Enfin, nous conclurons sur les opportunités ouvertes par ces méthodesde recherche.

DES SHS AUX SIC : CHAMPS D'APPLICATION ET METHODES

Le champ d'application des SHS en France

Le domaine des sciences humaines et sociales (SHS) peut être caractérisé par une grande diversité de regards disciplinaires, et donc, d'objets d'études et de pratiques scientifiques. D'ailleurs, définir son périmètre au niveau national et/ou international n'est pas chose simple. En France, cela est rendu particulièrement difficile par une situation institutionnelle complexemarquée par un enchevêtrement de structures et d'organismes

(Maurel, 2016). Jusqu'en 2010,on repère trois nomenclatures différentes pour identifier et proposer une typologie des SHS, enprovenance de plusieurs organismes nationaux impliqués d'une manière ou d'une autre dans lastructuration ou l'évaluation de la recherche académique française. Ainsi, le CNRS identifie-t-il 10 sections relatives aux problématiques de recherche en SHS depuis 1970 ; le CNU recense31 sections pour les SHS ; enfin, l'AERES avait jusqu'en 2010 identifié 7 panels en SHS. Parfois anciennes, souvent hétérogènes et éventuellement marquées par un cloisonnement disciplinaire conduisant à des formes de fragmentation, ces nomenclatures multiples ne favorisent pas nécessairement la lisibilité de la recherche en sciences humaines. En 2010, la Stratégie nationale pour la recherche et l'innovation (SNRI), sous l'égide du ministère françaisde l'enseignement supérieur et de la recherche, a proposé un nouveau référentiel, basé sur les quatre nomenclatures mentionnées ci-dessus, sur une approche actualisée du domaine des sciences humaines et sur la taxonomie proposée par le Conseil européen de la recherche (CER)autour de 6 panels[1] (SNRI, 2010). La nouvelle nomenclature est divisée en 6 groupes principaux, que reprend le tableau 1.

On voit donc émerger un paysage complexe des SHS, dans lequel s'inscrivent de façon différenciée les sciences de l'information et de la communication (SIC). Dans la nouvelle nomenclature proposée, les SIC sont identifiées dans le groupe SHS2 (Normes, institutions et comportements sociaux), aux côtés du droit, de la sciences politique, de la sociologie, de l'anthropologie, de l'ethnologie et de la démographie. Au sein du CNU, les SIC représentent la71ème section ; dans la nomenclature AERES, les SIC apparaissent dans le panel « Sciences sociales », avec la sociologie, la démographie, les sciences politiques, l'anthropologie et l'ethnologie. A noter que les SIC n'apparaissent pas en tant que telles dans la nomenclature duCNRS…

Dans les analyses que nous proposerons par la suite, nous tâcherons de prendre en compte à lafois ce regroupement par domaine et les approches disciplinaires qui la composent.

Tableau 1: La nouvelle nomenclature de la SNRI (SNRI 2010)

Groupes	Mots-clés
SHS1-Marchés et organisations	Économie, finance, management
SHS2-Normes, institutions et comportements sociaux	Droit, science politique, sociologie, anthropologie, ethnologie, démographie, information et communication
SHS3-Espace, environnement et sociétés	Etudes environnementales, géographie physique, géographie sociale, géographie urbaine et régionale, aménagement du territoire
SHS4-Esprit humain, langage, éducation	Sciences cognitives, sciences du langage, psychologie, sciences de l'éducation, sciences et techniques des activités physiques et sportives
SHS5-Langues, textes, arts et cultures	Langues, littérature, arts, philosophie, religion, histoire des idées
SHS6-Mondes anciens et contemporains	Préhistoire, archéologie, histoire, histoire de l'art

1 Individuals, institutions and markets (1), Institutions, values and beliefs and behavior (2), Environment and society (3), The Human Mind and its complexity (4), Cultures and cultural production (5), The study of human past (6).

Méthodes en SHS et en SIC

Le champ des SHS reste donc marqué par une grande diversité de points de vue disciplinaires, et donc d'objets d'étude et de pratiques scientifiques. On retrouve des indices de cette complexité dans la grande variété des méthodologies d'accès au réel, des techniques de recueilet des démarches d'analyse de données au sein des SHS (Morillon, 2008). Classiquement, on opère une distinction entre les approches qualitatives (privilégiant les investigations micro et larichesse et variété des données) et quantitatives (description par la mesure d'une situation à uneéchelle). A ces deux grandes familles de collecte de données, il faut ajouter les méthodes expérimentales, très prisées en psychologie par exemple, soit la création d'une situation d'expérience contrôlée à l'aide d'un protocole incluant différentes techniques. Ces distinctions, qui présentent un côté indéniablement opératoire, ne sont évidemment pas aussi strictes que cela. Les méthodes mixtes (*mixed methods research)* permettent justement de dépasser cette opposition pour bénéficier des avantages des unes et des autres, constituant ainsi un troisième paradigme de recherche (Johnson et Onwuegbuzie, 2004). « Mixed methods research […] uses quantitative and qualitative research methods, either concurrently (i.e., independent of each other) or sequentially (e.g., findings from one approach inform the other), to understand a phenomenon of interest » (Venkatesh et al., 2013: 23).

Au sein des groupes identifiés dans la nomenclature du SNRI, les positions (positivistes, constructivistes, compréhensives ou fonctionnalistes) ainsi que les approches scientifiques associées varient fortement d'une discipline à l'autre. En effet, si certaines disciplines peuvent être proches des sciences dites exactes dans leurs approches (i.e. archéologie, STAPS, sciencescognitives, économie...), la plupart restent très attachées aux approches d'investigation qualitative (observation, entretiens, analyse critique de corpus textuels, etc.).

En ce qui concerne les SIC, deux éléments notables peuvent être mentionnés ici, l'un concernant la « nature » même des SIC, l'autre concernant la place du numérique dans nos pratiques de recherche. L'origine des sciences de l'information et de la communication s'inscrit dans un creuset composite (cf. par exemple Boure, 2002). A partir de cette genèse foncièrement *pluridisciplinaire* (littérature, sémiologie, documentation, etc.), on peut dire, à la suite de B. Miège (2004) que « ce que les SIC ont en propre c'est donc de pouvoir appliquer des méthodologies inter-sciences à des problématiques transversales, permettant d'appréhender l'information et la communication non de façon globale (comme prétendent le faire un certain nombre de théories générales), mais dans ses manifestations marquantes » (p. 227). Ainsi l'unedes caractéristiques des SIC peut être de faire « inter-agir » des méthodologies issues de différentes disciplines. Ce que l'on retrouve dans les propos de D. Courbet (2011) lorsqu'il affirme que « pour pratiquer de manière heuristique la pluridisciplinarité, les chercheurs ont besoin d'une « caisse à outils » la plus complète et la plus diversifiée possible, assurant aux SICune réelle pluralité méthodologique » (p. 33). Et il est vrai que certaines démarches méthodologiques sont plus marginalement utilisées en SIC, telles les méthodes expérimentales,dont D. Courbet défend la légitimité dans notre domaine.

Par ailleurs, l'omniprésence du numérique dans les pratiques info-communicationnelles et, de façon plus large, la mise en données numériques du monde observable (présent et passé) favorise une mixité dans les méthodes d'analyse des données, une porosité entre différentes approches de collecte et traitement. Le transfert de méthodes interdisciplinaires stimule l'émergence de démarches innovantes et le recours conjoint, en

synergie, de méthodologies multiples génère de nouveaux instruments méthodologiques, participant *de facto* à la construction de nouvelles modalités de sens. A ce titre, cela relève pleinement des enjeux en lien avec les humanités numériques (Bénel, 2014). J-C. Plantin et L. Monnoyer-Smith (2013) distinguent quant à eux trois types de redistribution de méthodes dans ce qu'ils appellent

« recherche numérique », soit « les recherches en sciences humaines et sociales qui portent surdes objets numériques ou numérisés, tout en ayant recours à des méthodes elles-mêmes numériques » (p. 42) : les *Digital Humanities* (en tant que croisement épistémologique et méthodologique entre éditorialisation de corpus en sciences humaines et sociales et méthodes informatisées d'analyses textuelles) *;* les *Cultural Analytics* (soit l'analyse visuelle de productions culturelles en ligne) et les *Digital Methods* (qui interrogent la façon dont les « objets nativement numériques » tels les liens hypertextes, les sites web, les réseaux sociaux, etc. structurent, en tant que « medium », les pratiques de communication – cf. aussi Rogers, 2009).

Modèles, simulation numérique et SHS/SIC

En août 2011, des émeutes violentes ont eu lieu à Londres, amenant les responsables politiques,dont David Cameron, à opter pour une réponse de censure des médias sociaux et des systèmesde messagerie instantanée, en permettant à la police de couper les communications et échangessur une zone géographique donnée. Or, s'appuyant sur un modèle théorique de la violence civile(modèle d'Epstein) et sur une démarche de simulation numérique à base d'agents, A.Casilli et

P. Tubaro (2012) ont montré que le fait de couper les communications risquaient de prolongeret d'entretenir les situations de violence alors que le fait de les laisser libres limitaient dans le temps l'expression de ces manifestations. Cette approche de « simulation sociale » montre bienl'intérêt que peut présenter le recours à des modèles et à des approches de simulation. Ainsi, unséminaire intitulé « Modélisation et simulation pour les sociétés et les territoires »[2] a été organisé en avril 2018 par la MSHA (Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine) et le laboratoire IMS (UMR CNRS 5218), autour d'une thématique considérée comme un lieu de rencontre privilégié entre les sciences exactes et les sciences humaines.

Qu'entend-on par « modèle » et par « simulation » ? Parler de « modèle » n'est pas dénué d'ambiguïté puisqu'un modèle est à la fois ce que l'on imite et ce qui imite, même si prédomineactuellement en sciences cette deuxième vision du modèle. Si le modèle a pu avoir vocation dereproduction simplifiée à une certaine échelle (maquette, « modèle réduit »), il est appréhendéaujourd'hui de façon bien plus complexe et ambivalente, sur la base d'un double mouvement :l'extension vers un sens figuré et vers une formalisation accrue. Dès lors, il n'est pas simplement représentation ou analogie. Pour F. Varenne (2014), un modèle est un « système symbolique médiateur ayant une fonction de facilitation et prenant sens pour un observateur avec son point de vue, ses problématiques et ses questionnements spécifiques ». Sur la base decette acception, l'auteur identifie une typologie des modèles à partir de la nature de la médiation facilitante qui est la leur : faciliter une expérience, une formulation intelligible, une théorisation,la communication et la construction de savoirs et enfin, la décision et l'action. On peut donc appréhender un modèle en tant qu'outil de médiation

2 Exemples d'interventions dans ce séminaire : Human simulation (Diallo et al. 2019) ; Modélisation et simulation de la propagation d'information dans les réseaux sociaux (Bouanan et al., 2016) ; Modélisation et simulation appliquées au domaine de la santé: Etude d'un territoire de santé rural (Zeigler et al. 2019, p. 215-250) ; MUST-B : un modèle de simulation basé agent pour l'aménagement des territoires urbains (Zerguini et al., 2017).

finalisé inscrit dans un contexte, facilitantune observation, une restitution intelligible, une théorisation, une compréhension partagée entredes acteurs de disciplines différentes. A ce titre, il possède une valeur heuristique tout à fait intéressante.

De façon connexe, le recours à des méthodes de simulation permet d'approcher d'une certainefaçon le réel par des formes de scénarisations, en lien avec des processus ou des projections dans le temps. Outre les simulations physiques (toujours en vigueur, par exemple en médecine),trois grands types de simulation sur ordinateur peuvent être identifiées (Varenne, *ibid.*) : les simulations numériques (calculs approchés de modèles) ; les simulations algorithmiques (fondées sur des systèmes de règles) et les simulations informatiques pluriformalisées (simulation du comportement recevable de sous-modèles). Dans le cadre de la M&S, une compilation de définitions historiques a été donnée par Pritsker (1979). Il faut retenir que les approches principales mises en œuvre sont par *processus* (pour décrire des flux à événements discrets), par équations (flux continus), par *automates* (diagramme états / transitions) et par *agents* (entités autonomes).

Malgré l'exemple donné en introduction de cette partie, les approches basées sur des modèles et l'utilisation de la simulation semblent être minoritaires dans le domaine des scienceshumaines en général. Ainsi, dans l'ouvrage de Berthelot (2012) consacré à l'épistémologie dessciences sociales, le terme « simulation » ne renvoie dans l'index des concepts qu'au chapitre consacré à l'économie. Néanmoins, on peut se demander si les projections numériques du monde observable (présent et passé) ne constituent pas des opportunités intéressantes pour le recours à des méthodes de M&S dans les SHS en général, et les SIC en particulier. La modélisation et l'analyse du comportement communicationnel ou des circulations informationnelles, notamment en contextes numériques, peuvent tirer parti de ces nouvelles possibilités.

Avant de se poser la question des opportunités, nous proposons ici les résultats d'une étude exploratoire sur l'utilisation de la M&S, tout d'abord dans une perspective macroscopique au niveau des SHS puis dans un focus sur les SIC.

SHS ET M&S : ETUDE EXPLORATOIRE

Méthode

Nous avons opté pour une approche exploratoire basée sur l'outil de recherche Google Scholar,explorant le domaine académique francophone (« pages en français »).

En ce qui concerne les résultats, nous avons choisi de ne retenir que les résultats correspondantaux dix dernières années, en sélectionnant la recherche par date à partir de 2010. En outre, nousavons limité notre sélection aux 50 premiers résultats, en excluant les résultats relatifs aux brevets mais en conservant les citations. Enfin, pour le traitement de nos résultats, nous n'avonsconservé que le titre, l'auteur et la date, en nous réservant la possibilité de consulter la source sides vérifications supplémentaires étaient nécessaires.

Bien entendu, cette approche présente de nombreuses limites, que nous verrons notamment dans les analyses effectuées. Le choix d'un outil tel que Google Scholar, relativement généraliste et opaque sur les méthodes de classement des résultats proposés (classement variable selon l'époque, d'ailleurs), ne permet pas une

grande précision d'analyse. Néanmoins, comme nous essayons ici de donner un aperçu global, l'outil Google Scholar présente de réels avantages.

Les principaux mots-clés sélectionnés pour notre recherche sont les suivants, écrits dans cet ordre : « modèle » « simulation » « numérique ». À ces mots-clés principaux, nous avons ajouté différents mots-clés du domaine SHS afin de cibler nos recherches sur ce domaine. Nous avonsprocédé en deux temps. Tout d'abord, nous avons suivi une première démarche macroscopique à partir des mots clés « humanités », « sciences sociales » et « sciences sociales et humanités ».Ensuite, nous avons systématiquement ajouté les mots clés présentés dans le tableau 1 pour caractériser les différents groupes de sciences humaines. Il en résulte des requêtes telles que

« droit modèle simulation numérique » ou « science politique modèle simulation numérique »,etc. Soit 30 requêtes au total.

Approche générique du domaine SHS

Dans un premier temps, nous nous sommes concentrés sur l'intersection avec les mots clés « humanités », « sciences sociales » et « sciences humaines et sociales ». Sur les 150 résultatsobtenus avec ces requêtes, 82 ont été retenus, après élimination des résultats jugés hors sujet (11) et des résultats apparaissant deux voire trois fois (soit 57 résultats). Sur ces 82 résultats, quelques observations peuvent être faites, comme la présence d'un auteur récurrent, F. Varenne, avec 9 occurrences distinctes sur ces 82 résultats (11% des résultats). Une exploration du côté de l'affiliation des auteurs (SHS/non SHS) révèle également quelques éléments intéressants (tableau 2).

Tableau 2 : Distribution des auteurs par affiliation SHS

Auteurs SHS	Auteurs non SHS	Auteurs SHS et non SHS
60 (73,2%)	11 (13,4%)	11 (13,4%)

Bien que la grande majorité des auteurs provient d'un domaine des sciences humaines, il est intéressant de voir également que des auteurs non spécialisés en sciences humaines apparaissent dans ces résultats parce qu'ils s'intéressent aux questions de M&S pour les sciences humaines. Enfin, on note la présence d'une collaboration SHS/non-SHS, ce qui est conforme à l'interdisciplinarité souvent prônée par rapport à ces approches.

D'autre part, une distinction a été faite entre les travaux qui utilisent des outils de M&S (« Application ») et les travaux qui proposent une perspective critique (« Epistémologie ») parrapport à ces objets (numérique, modèles, simulation). A partir de cette distinction, on obtient la répartition suivante : une majorité des résultats (50, soit 61% de l'ensemble) correspond plutôtà une vision épistémologique liée aux enjeux de la M&S ; 32 résultats (soit 39%) sont plutôt orientés vers l'application, avec un recours plus ou moins fort aux outils de M&S.

Si l'on affine légèrement les résultats au sein de ces deux catégories principales, on constate également des différences significatives de positionnement en fonction du thème dominant ou du domaine principal (fi-

gures 1 et 2). Les thèmes qui apparaissent dans ces figures sont ceux qui ressortent le plus souvent dans nos recherches.

Dans les résultats axés sur **l'épistémologie**, ce sont les travaux généralistes (appelés « SHS ») qui ressortent clairement (36%). Puis apparaissent un sujet d'intérêt lié aux Humanités numériques (8%) et un domaine, la sociologie (également 8%). Outre la présence d'approches disciplinaires (au nombre de 12), on trouve également des questions transversales liées aux objets d'étude autour de la simulation, des modèles et des technologies numériques : méthodes, interdisciplinarité ou jeux vidéo. Dans les résultats orientés **Application**, c'est un domaine, la géographie, qui domine largement (31%), suivi par les travaux liés à l'architecture (12,5%). Entoute logique, les résultats généralistes liés aux sciences humaines sont beaucoup moins présents dans cette section (12,5%). La présence d'approches liées aux disciplines (au nombre de 13) est très marquée dans cette section Application.

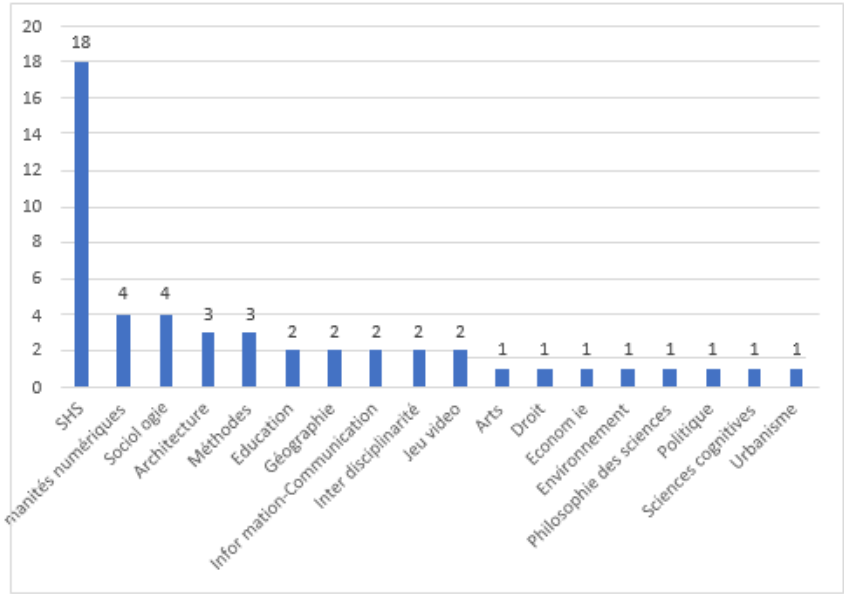


Figure 1 : Épistémologie – Domaines et champs principaux

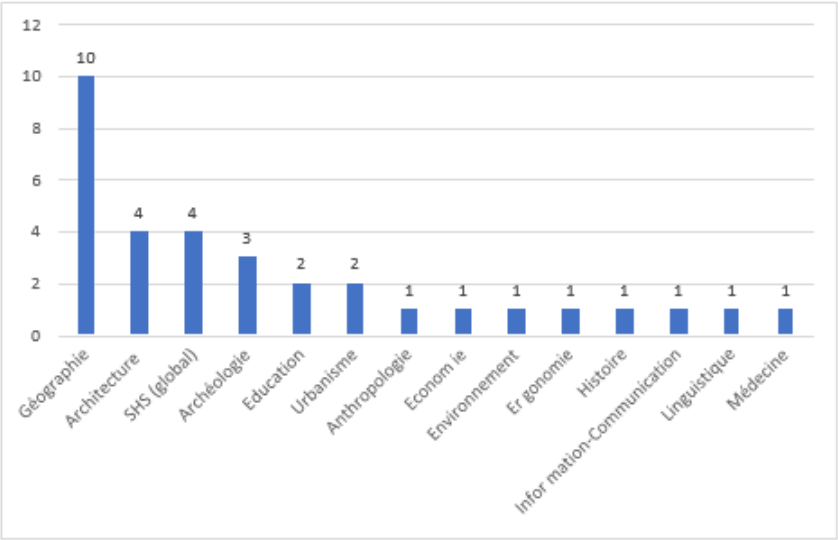


Figure 2 : Application - Domaines et champs principaux

Enfin, il convient de noter que certaines approches disciplinaires sont communes aux deux typesde travaux, tandis que d'autres sont spécifiques à l'un ou l'autre (tableau 3).

Bien entendu, étant donné le petit nombre de résultats, ceux-ci ne sont pas représentatifs mais purement illustratifs. Néanmoins, ils peuvent révéler des tendances, que nous allons détailler avec la deuxième investigation effectuée.

Tableau 3 : Distribution des domaines

Domaines communs (« Épistémologie » et « Application »)	Sociologie, architecture, éducation, géographie, information etcommunication, économie, environnement, urbanisme
Domaines spécifiques « Épistémologie »	Arts, droit, philosophie des sciences, science politique, sciences cognitives
Domaines spécifiques « Application »	Archéologie, anthropologie, ergonomie, histoire, linguistique, médecine

Approche détaillée par mot-clé du domaine des sciences humaines

Une analyse plus détaillée en termes de domaines a été réalisée sur la base des 30 mots-clés présentés dans le tableau 1. Pour chaque domaine/mot-clé, une recherche dans Google Scholara été effectuée avec les mêmes paramètres qu'auparavant.

L'analyse est restée sommaire (en fonction du titre) et a consisté à classer les résultats en trois classes :

- Oui : lorsque la référence est liée à la M&S et au domaine,
- Peut-être : lorsque le titre suggère que le développement de la référence pourraitévoquer notre sujet d'étude,
- Non : lorsque la référence est hors sujet.

Plusieurs biais sont évidents. Tout d'abord, une analyse basée sur le titre est nécessairement sommaire. Deuxièmement, les domaines proposés peuvent conduire à des recherches extrêmement polluées. C'est notamment le cas des termes très utilisés dans le langage courant comme philosophie, art ou même économie. Néanmoins, le fait que la recherche soit basée surun critère de pertinence permet de considérer que ces résultats sont intéressants : si des résultatsnon pertinents apparaissent dans la majorité, c'est parce que la requête elle-même n'est pas pertinente.

La figure 3 montre le nombre de « Oui » et de « Peut-être » pour chaque domaine (sur 50). Ceux-ci sont classés en fonction de ceux qui ont le plus de « Oui » et le plus de « Peut-être » comme deuxième critère. Les premiers domaines ont un nombre non négligeable de référencesqui reflètent une certaine maturité en termes de M&S. A l'inverse, les derniers semblent totalement insensibles à ce type d'approche. Enfin, certains domaines présentent un grand nombre de « Peut-être », ce qui reflète un fort intérêt pour une analyse plus approfondie du domaine concerné.

Un dernier point à considérer est la nature de la relation entre le domaine et la M&S. Les deuxtypes de relations (application ou épistémologie) définis précédemment se retrouvent égalementici. Pour le premier type, la M&S représentent un outil d'investigation. Un domaine typique dans ce cas est l'aménagement du territoire. Pour le deuxième type de relation, la M&S est considéré comme un sujet de recherche. Par exemple, la philosophie s'intéressera à l'épistémologie des modèles numériques. Il serait intéressant de voir si certains domaines se positionnent simultanément dans les deux cas, ce qui conduirait à deux classes de domaines bien distinctes dans le cas contraire.

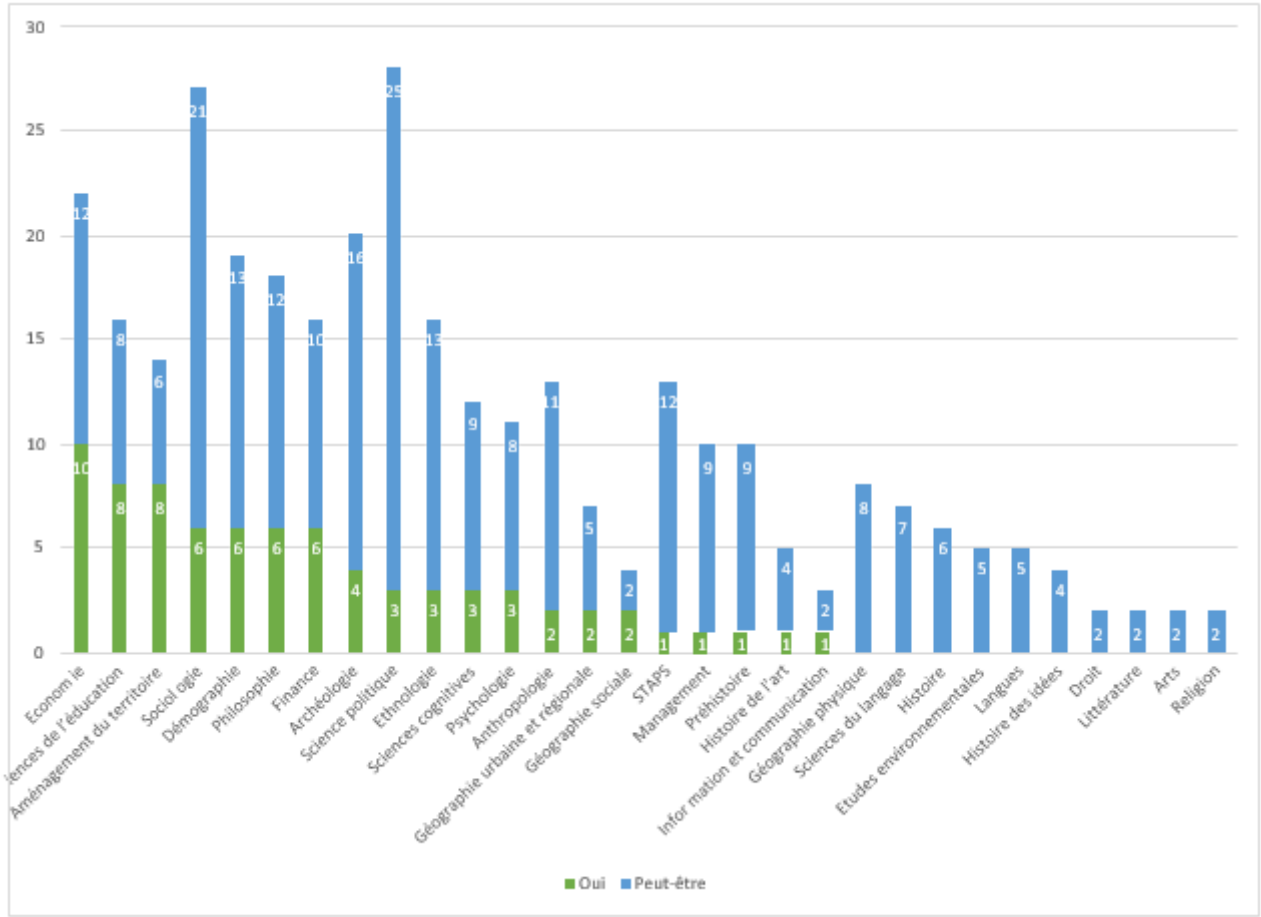


Figure 3: Résultat de la recherche Google Scholar des références associant les 30 domaines (tableau 1)

Nous avons également procédé à un regroupement des disciplines (fig. 4) en fonction des groupes proposés dans le tableau 1.

On voit ici émerger les groupes disciplinaires ayant la plus forte sensibilité à la M&S, avec au tout premier rang, le groupe « Marchés et organisations », ce qui n'est guère surprenant, l'économie étant le domaine

principal de recours à ces approches, suivi du groupe « Normes, institutions et comportements sociaux », dans lequel se trouvent notamment les SIC…

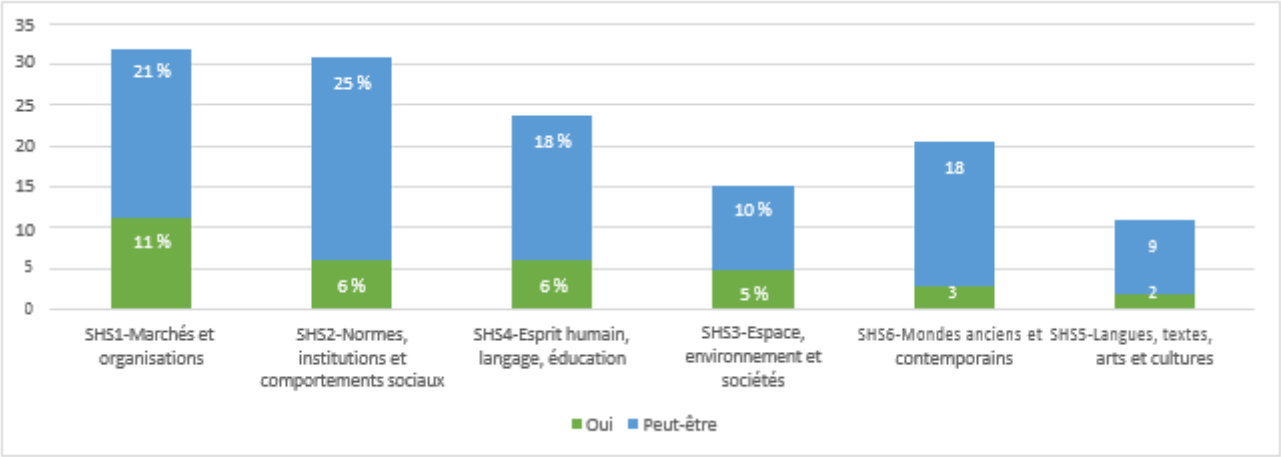


Figure 4: Résultat de la recherche Google Scholar des références associant les 6 groupes (tableau 1)

Focus sur les sciences de l'information et de la communication

Lors de nos investigations précédentes, les SIC sont apparues comment pouvant mobiliser la M&S à la fois dans une perspective épistémologique et applicative. Elles apparaissent également avec le groupe 2 comme faisant partie des disciplines ayant une sensibilité pour cesapproches.

Si l'on observe de façon plus détaillée les résultats obtenus via Google Scholar sur la base de l'équation de recherche « information communication modèle simulation numérique » (exploration des 100 premières résultats), les réponses ne sont pas si probantes que cela… Ainsiles termes de simulation et de « modèle » / « modélisation » n'apparaissent ni dans les titres nidans les mots-clefs… Dans le domaine des SIC, un certain nombre de revues apparaissent : *Etudes de Communication* (5 occurrences), la *RFSIC* (3), *Communication & Organisations* (3),*Les Cahiers du numérique* (2), *Les Enjeux de l'information et de la communication* (2), *Quaderni* (1), *Questions de communication* (1), *RIHM* (1), *tic&société* (1), *Communication management* (1) et enfin, *Documentation et bibliothèque* (1). A noter également la présence demémoires de master et de thèses en SIC (6 occurrences) ainsi que des interventions dans des colloques et congrès (11, dont H2PTM).

Parmi les thèmes que l'on peut relever dans les résultats identifiés SIC, dominent les questionsen lien avec les jeux vidéo (et notamment les *serious games)*, les modalités d'apprentissage et de collaboration (notamment dans le contexte de l'enseignement supérieur), les données massives et leurs usages, ou encore le champ de la communication organisationnelle. D'autre part, une approche plus détaillée de l'ensemble des éléments obtenus permet d'identifier non pas deux, mais trois catégories d'articulation entre le domaine et la M&S. A la distinction entrerelations de types épistémologique et applicatif, l'investigation plus fine menée ici permet d'ajouter un troisième type de relation, à savoir la simulation en tant que partie prenante du dispositif étudié par le domaine. En l'occurrence, un certain nombre de dispositifs info- communicationnels numériques intègrent des aspects de simulation en lien avec les finalités et/ou les modalités du dispositif et la perspective info-communicationnelle prendra alors en compte dans son analyse ces caractéristiques. Dans

le cadre restreint de cette exploration pource qui concerne les SIC, c'est bien ce type de relation à la simulation numérique qui domine (14 occurrences). Dans notre échantillon, c'est par exemple le cas de l'article de C. Bouko (2015), tout premier résultat de la requête Google Scholar , qui propose un modèle d'analyse de *serious games* au service de la médiation culturelle. C'est également le cas de J. Pierre et C.Alloing (2017) qui s'intéressent aux stratégies affectives de certaines plateformes du web, pouvant simuler des réponses émotionnelles.

Les autres types de relation apparaissent dès lors de façon beaucoup plus marginale. La dimension « épistémologique » (2 occurrences), comprise ici en tant que mise à distance et miseen discussion de ce que la simulation numérique fait à la recherche et à ses méthodes, peut êtreillustrée par (Morillon et al., 2018). Dans le cadre de la communication organisationnelle et à partir de l'exemple de recherches-action interdisciplinaires, cet article discute la tensionépistémologique résultant de la confrontation entre praticiens « en quête de modèles prédictifset fonctionnalistes » et chercheurs mobilisant des « épistémologies interactionnistes et constructivistes ». La présence d'un laboratoire de simulation dans l'un des projets de rechercheévoqués est notamment discutée au regard de cette tension. Quant à la dimension « applicative »de la M&S pour les SIC, elle n'est finalement véritablement présente que dans un seul texte (Szoniecky et al., 2012), fruit d'un travail de recherche interdisciplinaire visant à développer un outil d'intelligence collective pour le diagnostic de l'accessibilité des bâtiments et des voiries, incluant le recours à la simulation.

CONCLUSION

L'étude présentée ici est de nature exploratoire ; elle donne certains éléments de lecture et de compréhension générique et ouvre la voie à de nouvelles investigations. Le choix de recourir àl'outil Google Scholar fait partie des limites à mentionner, notamment en ce qui concerne l'opérationnalité de certains mots-clés et la précision des résultats. Un des points intéressants àdévelopper serait également de prendre en compte les dynamiques d'évolution temporelles, enidentifiant les tendances sur la base d'une échantillon beaucoup plus large.

Malgré ces limites, cette recherche exploratoire a le mérite de proposer des bases de réflexion innovantes sur la présence de la M&S dans les multiples disciplines et cultures scientifiques quicomposent les SHS. Parmi les résultats obtenus, on voit bien que certaines disciplines semblentpeu concernées par les approches orientées vers la M&S (c'est-à-dire le droit, les arts, la littérature). En outre, il existe différents degrés de maturité selon les disciplines concernées. Certaines (comme la géographie, l'économie, l'urbanisme ou l'architecture) ont une expérienceavérée des outils de M&S. Dans d'autres disciplines, il s'agit plutôt d'un objet de réflexion, dansune perspective épistémologique souvent incluse dans des questions plus larges, comme cellesliées aux sciences humaines numériques ou à l'interdisciplinarité.

Par ailleurs, la différence qui apparaît entre les points de vue applicatif et épistémologique mérite d'être explorée plus en profondeur, en y rajoutant la troisième dimension décelée avec l'étude plus approfondie menée en lien avec les SIC, à savoir la simulation comme composantedu dispositif info-communicationnel étudié. Cette présence de modèles et de simulation dans des dispositifs numérique considérés comme objets d'études par les SIC est certainement amenée à se renforcer, par exemple en lien avec le développement

de l'intelligence artificielle ou de la massification et diversification des données. Ces tendances doivent être confirmées parde nouvelles recherches, ciblant plus précisément certains sujets (propagation d'information dans un réseau social, agents « artificiels » conversationnels, etc.) et en utilisant d'autres outils(plateforme CAIRN comme support de l'investigation, analyse textuelle de corpus).

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Bénel A. (2014). Quelle interdisciplinarité pour les « humanités numériques » ? *Les Cahiers dunumérique*, n°10(4), p.103-132.

Berthelot J. (2012). Épistémologie des sciences *sociales.* Paris, Presses Universitaires de France.

Bouanan Y., Zacharewicz G. & Vallespir, B. (2016). DEVS modelling and simulation of humansocial interaction and influence. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, Elsevier, n°50, p.83-92.

Boure R. (dir.) (2002). *Les Origines des sciences de l'information et de la communication : regards croisés*. Lille : Presses Universitaires du Septentrion.

Bouko C. (2015). Quand le numérique s'invite au château : les serious games comme outil de médiation du patrimoine. Études de communication [En ligne], n°45.

Casilli A. & Tubaro P. (2012). Social Media Censorship in Times of Political Unrest - A Social Simulation Experiment with the UK Riots. Bulletin de Méthodologie Sociologique / Bulletin of Sociological Methodology, SAGE Publications, n°115(1), p.5-20.

Courbet, D. (2011). L'expérimentation en sciences de l'information et de la communication. *Objectiver l'humain ? Volume 2 : Communication et expérimentation,* edited by S. Leleu- Merviel, Paris, Hermès-Lavoisier. p.31-69.

Diallo S.Y., Wildman W.J. & Shults F.L. (2019). Human Simulation: A Transdisciplinary Approach to Studying Societal Problems. *Human Simulation: Perspectives, Insights, and Applications*, edited by S. Y. Diallo, W. J. Wildman, F. L. Shults & A. Tolk. Springer.

Johnson R.B. & Onwuegbuzie A.J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, n°33, p.14-26.

Maurel M.-C. (2016). Les sciences humaines et sociales : un paysage en recomposition.*1970- 2010 Les sciences de l'Homme en débat*, edited by Y. Brailowsky and H. Inglebert. Presses universitaires de Paris Nanterre.

Miège B. (2004). *L'information–communication, objet de connaissance*. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur.

Morillon L. (2008). Recueil et analyse des données en sciences humaines et sociales : un panorama. *Objectiver l'humain. Volume 1 : qualification, quantification*, edited by S. Leleu- Merviel, Paris, Hermès-Lavoisier, p.31-65.

Morillon L., Grosjean S. & Lambotte, F. (2018). Tension épistémologique en sciences de l'information et de la communication: Regards croisés sur la communication organisationnelle.*Les Cahiers du numérique*, n°14(2), p.155-178.

Pierre J. & Alloing C. (2017). Le design du web affectif : entre empathie et universalité. Retoursur les phases de conception de l'affectivité numérique. *H2PTM 2017*, 18-20 octobre, Valenciennes, France.

Pinède N., Vallespir B., Traore M.K., Diallo S. & Zacharewicz G. (2020). Digital Modelling And Simulation In French Social Sciences And Humanities Research: An Exploratory Study. *Spring Simulation Multi-Conference*, 18-21 Mai, Washington, USA.

Plantin J-C. & Monnoyer-Smith L. (2013). Ouvrir la boîte à outils de la recherche numérique.

tic&société [En ligne], n°7(2), p.38-66.

Pritsker A. (1979). A compilation of definitions of simulation. *Simulation*, n°33, p.61-63. Rogers R. (2009). *The end of the virtual: Digital methods* (Vol. 339). Amsterdam, UniversityPress.

SNRI (2010). *Nouvelle nomenclature des Sciences de l'Homme et de la Société*. Stratégie Nationale de Recherche et d'Innovation, Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Stiegler B. (2010). Pharmacologie de *l'épistémè* numérique. Dans B. Stiegler (dir.), *Digital Studies. Organologie des savoirs et technologies de la connaissance*, Limoges, FYP éditions, p.13-26.

Szoniecky S., Folcher V., Bodin F. & Zreik K. (2012). GEVU: Un outil pour territorialiser lesusages de la ville. *Huitième colloque multidisciplinaire sur la conception et le design*, 9-11 mai,Bruxelles, Belgique.

Varenne F. (2014). Chapitre 1. Épistémologie des modèles et des simulations : tour d'horizon et tendances. *Les modèles, possibilités et limites : Jusqu'où va le réel ?* Paris: Éditions Matériologiques, p.13-46.

Venkatesh, V., Brown, S. & Bala, H. (2013). Bridging the qualitative-quantitative divide: Guidelines for conducting mixed methods research in information systems. *MIS Quarterly*, n°37(1), p.21-54.

Zeigler B.P., Traore M.K., Zacharewicz G. & Duboz R. (2019). *Value-based learning healthcare systems*. Londres, The Institution of Engineering and Technology.

Zerguini S., Bouanan Y. & Gaussier N. (2017). Agent-based modeling of urban land-use development: Simulating Housholds and firms location choice in Bordeaux. *The XIV International Multidisciplinary & Simulation Multi-Conference*, 18-20 Septembre, Barcelone,Espagne.

De la fiche à la Cité Mondiale, machines et machinisme dans l'œuvre de Paul Otlet

From the card to the CitéMondiale, machines and mechanisation in Paul Otlet's work

Rime Fetnan,
post-doctorante au Centre Maurice Halbwachs,
rimefetnan@gmail.com

Olivier Le Deuff,
maître de conférences en sciences de l'information et de la communication ;
laboratoire MICA, Université Bordeaux Montaigne,
oledeuff@gmail.com

Mots-clés : Imaginaire technique, muséographie, espace des savoirs, histoire de la documentation.

Keywords : imagination of the technology, museography, knowledge space, history of documentation and information science

Résumé :

Les travaux et les écrits de Paul Otlet sont marqués par un imaginaire lié aux machines. Celui-ci sous-tend sa conception des espaces des savoirs, constitués d'organes destinés à faire fonctionner des machines, mais également sa façon de penser les dispositifs d'organisations des connaissances qui nécessitent l'utilisation d'outils sophistiqués. Chez Paul Otlet, la conception « machiniste » du savoir doit ainsi se comprendre depuis la plus petite unité comme la fiche, jusqu'à des organismes ou organisations plus grandes comme la cité mondiale.

Abstract :

The works and writings of Paul Otlet are marked by an imaginary linked to machines. Both byconceiving knowledge spaces as consisting of organs intended to operate machines, and as a designer of knowledge organization devices requiring the use of sophisticated tools. Otlet's machine design must therefore be understood from the smallest unit such as the index card, for example, to larger organizations such as the world city.

De la fiche à la Cité Mondiale, machines et machinisme dansl'œuvre de Paul Otlet

Rime Fetnan, Olivier Le Deuff

Considéré comme le « père de la documentation » (Rayward, 1975), voire comme le précurseur de l'internet (Wright, 2014), l'avocat et documentaliste belge Paul Otlet (1868- 1944) est à l'origine de nombreux projets et réalisations qui s'inscrivent dans des réflexions très actuelles sur la culture de l'information et dans le champ des humanités digitales. Il est notamment l'auteur du *Traité de documentation : le livre sur le livre, théorie et pratique* (Otlet, 1934) dans lequel il imagine des dispositifs permettant de faciliter l'accès et la transmission des connaissances, démarche assimilée comme initiatrice d'un « nouveau régimedocumentaire » (Müller, 2012 : 4). L'objectif pour Paul Otlet est de permettre l'accès à tousles savoirs du monde en s'affranchissant du format du livre. Dans *le Traité de documentation (TD°[1])*, il expose entre autres les moyens matériels, le mobilier et les installations qu'il décrit comme une « immense machinerie » dédiée au travail intellectuel (Otlet, 1934 : 387, 413.1). En même temps, l'auteur se consacre à un travail important de veille et de recensement de toutes les innovations techniques de son temps, en particulier des machines de télécommunication[2]. On assiste ainsi dans l'œuvre de Paul Otlet à deux types distincts d'appropriation de la machine[3] : le premier s'inscrit dans une démarche de compilation et de documentation[4]; et le second est mis au service de la visualisation du travail scientifique et encyclopédique, qui fait lui-même l'objet d'un traitement spécifique.

Aussi, l'objectif de notre analyse est double :

- D'abord, étudier le processus de transposition des savoirs à différentes échelles : celles du Traité de documentation, du Mundaneum, mais également des fiches et des posters. L'accent sera mis en particulier sur la démarche de visualisation qui permet de s'affranchir du caractère « discursif, lent et compact » du livre pour se tourner vers des explications « intuitives directeset rapides » (Van Acker, 2011 :52).
- Ensuite, interroger la façon dont la notion de machine est mise à contribution dans la construction de la documentation en tant que discipline nouvelle. Plus particulièrement, il s'agit de savoir comment Paul Otlet s'est approprié un « environnement informationnel » (Cordier, Liquète, 2014)

1 D'un point de vue pratique, nous ferons référence au Traité de Documentation dans le texte par les initiales TD. Les citations longues issues de l'ouvrage renverront après la mention de la pagination originale de 1934 également à la numérotation réalisée par Otlet qui respecte mieux l'esprit initial du document et qui permettra au lecteur de consulter les versions en ligne de l'œuvre.

2 Les archives du Mundaneum recensent notamment deux dossiers consacrés aux sujets « machines intellectuelles » :

3 Paul Otlet utilise également le terme d'« outillage » mais la notion de machine est plus pertinente dans la mesure où elle désigne un ensemble d'outils au service du travail intellectuel.

4 Citons notamment le principe de « télétaugraphie » décrit comme tel par Paul Otlet : « Ici la Table de Travail n'est plus chargée d'aucun livre. À leur place se dresse un écran et à portée un téléphone. Là-bas au loin, dans un édifice immense, sont tous les livres et tous les renseignements, avec tout l'espace que requiert leur enregistrement et leur manutention, avec tout l'appareil de ses catalogues, bibliographies et index, avec toute la redistribution des données sur fiches, feuilles et en dossiers, avec le choix et la combinaison opérés par un personnel permanent bien qualifié. », Paul Otlet, 1934 : 429, 52.2. C.

auquel il a pu contribuer en développant à la fois des concepts techniques et des pratiques spécifiques.

Dans ce cadre, notre analyse s'appuie en premier lieu sur deux ouvrages majeurs de Paul Otlet : le *Traité de documentation*, et *Monde* (Otlet, 1935) considéré comme objet hybride au service d'une nouvelle technologie intellectuelle et comme nouvelle architecture de la connaissance. Dans ces deux œuvres, nous avons porté une attention particulière aux principes normatifs qui régissent l'ordonnancement des divers éléments (principe de fiche ou encyclopédique, tableaux, listes). Enfin, dans le but de circonscrire le rôle des « machines » dans le projet documentaire d'Otlet, nous avons procédé à une analyse du discours que Paul Otlet développe dans le *TD*. Dans la lignée de l'étude menée par Anne Cordier et Vincent Liquète sur les imaginaires liés aux dispositifs de recherche d'information dans deux revues professionnelles de documentation (Cordier, Liquète, 2014), nous souhaitons faire émerger l'« imaginaire technique » qui sous-tend la notion de machine chez Paul Otlet, et qui puisse être mis en parallèle avec des enjeux plus contemporains dans le champ des SIC. Ce concept « d'imaginaire technique » (Flichy, 2001) permet de prendre en compte les intentions, les utopies et l'idéologie qui président à la réalisation des projets techniques de Paul Otlet.

La transposition des savoirs : un jeu d'échelles

Entre fiche et répertoire

Paul Otlet va développer sa logique autour du principe monographique, c'est-à-dire qu'il cherche à travailler à partir de la plus petite unité informationnelle, qu'il nomme le *biblion*[5] pour la mettre en relation avec d'autres afin de former de nouvelles unités plus grandes et ainsi de suite. Ce principe est issu à la fois de la longue tradition des preneurs de notes et autres « fichistes » comme Conrad Gesner (Blair, 2011) mais également des travaux menés par l'équipe autour du chimiste germano-balte Wilhelm Ostwald avec *Die Brücke*[6] et notamment le travail de Karl Wilhelm Bührer qui créa l'*Internationale Monogesellschaft*, dont le but était la publication d'encarts publicitaires au format standardisé, les « monos ». (Hapke, 1999). Les coopérations vont donc s'opérer de fait avec l'Institut International de Bibliographie de Paul Otlet et d'Henri Lafontaine, qui vont en systématiser le principe :

> « Le Répertoire a pour principe de dissocier ce que le livre a amalgamé, de ramener tout complexe à ses éléments et de consacrer une page à chacun de ceux-ci. Les pages sont ici, suivant le format, des feuilles ou des fiches. C'est le principe de la monographie poussé jusqu'à ses dernières limites. Plus de reliure (…) on peut y intercaler des fiches nouvelles, déplacer les anciennes et procéder à un reclassement. » (Otlet, 1934 *:* 386, 412.8)

5 « Livre (Biblion ou Document ou Gramme) est le terme conventionnel employé ici pour exprimer toute espèce de documents. » (TD, 111.1, p.9)

6 Die Brücke signifie « le pont » en allemand. Le groupe dont Paul Otlet était président honoraire cherchait à développer un travail sur fiche standardisée de l'information scientifique et technique. Le projet a duré de 1911 à 1914 et cesse faute de financements du fait de la faillite qui sévit en Allemagne. Sur ce projet, voir Hapke, 1999.

Le passage de l'unité informationnelle à un système qui permet le classement, le rangement, la retrouvabilité des informations fait du RBU une machine de recherche. Paul Otlet qualifie la relation entre les notes et le répertoire : « Dans l'élaboration de la pensée et de l'écrit, les notes sont à la fois des jalons et des représentants de réalités existantes. (…) Aussi le répertoire est comparable à une «machine à penser» ». (Otlet, 1934 :263, 256.2.C) Otlet cherche justement à accroître les processus d'indexation et de production de fiches ainsi que les outils de manipulation et de retrouvabilité. La documentation dépasse dès lors la vieille bibliothéconomie par une logique organisationnelle et systémique qui fait d'Otlet un pionnier des sciences de l'information, mais aussi de l'organisation.

L'enjeu pour lui est alors d'opérer des réductions. Il s'agit pour cela de réduire l'élément informationnel à la fiche pour faciliter sa consultation et sa mise en relation, notamment par la CDU (Classification Décimale Universelle) qui est alors un système hypertextuel (Rayward, 1994). Les dispositifs de Paul Otlet reposent justement sur ces logiques de changement d'échelle qui consistent à réduire l'information, à la classer et à la projeter sur de plus grandes surfaces. La microfiche permet alors le stockage de plusieurs pages d'un ouvrage[7]. Avec l'ingénieur et spécialiste de la TSF belge Robert Goldschmidt (1877-1935), il crée ainsi le bibliophoto, objet mobile qui permet de transporter avec soi sa bibliothèque et de la consulter par « vidéo-projection ». On a alors une proximité forte entre le document et l'instrument. La logique étant d'ailleurs d'aller vers une fusion entre le document et l'instrument qui correspond au cinquième stade de la documentation (*TD*, p.429, 53.1) selon Otlet. Le cosmographe-cosmoscope (Le Deuff, Perret, 2019) incarne pleinement cette logique du centre de calcul qui enregistre et réduit tout ce qu'il est possible de faire, et qui permet à l'usager au centre du système de pouvoir consulter l'univers des savoirs voire l'univers tout entier. Le jeu d'échelle se trouve alors dans les possibilités d'augmentation et d'amplification qui sont rendues possibles par les logiques hyperdocumentaires qui permettent de relier les plus petites unités entre elles pour en faire des projections plus grandes. Il y a comme un jeu de lentilles et de profondeur qui peut être alors ajusté selon les strates que l'on veut observer. Le dispositif imaginé par Otlet s'inspire des travaux scientifiques des lois de l'amplification (acoustique), mais aussi des travaux en matière d'optique et bien sûr des avancées en ce qui concerne l'observation des atomes.

De la fiche, à l'encyclopédie et à l'exposition

Si elle est principalement déployée dans le *TD*, la fiche est également intégrée au dispositif muséographique du Palais Mondial, encyclopédie visuelle et spatiale créée en 1920 par Paul Otlet et son collaborateur Henri Lafontaine. Outre les treize millions de fiches que ce lieu renferme, Paul Otlet y développe la vision d'une encyclopédie documentaire qui puisse correspondre à une idéologie universaliste à travers la mise en place d'un espace réunissant une bibliothèque, un musée de soixante salles et un atlas universel réunissant six mille tableaux, mais aussi des événements (conférences). Dans ces espaces, les objets et artefacts exposés le sont moins au service de la contemplation esthétique que d'un enseignement, fonction pour laquelle le processus de visualisation est essentiel[8]. La fin de la carrière de Paul Otlet s'achève d'ailleurs sur un projet

7 Plusieurs références évoquent le projet : Institut International de bibliographie, Livre microphotographique, le bibliophote ou le livre à projection, IIB, Bruxelles, 1911 ; Otlet, Paul, Goldschmidt Robert Benedict. La Conservation et la diffusion internationale de la pensée, le livre microphotique. Impr. de l'Office de publicité, 1925.

8 « Jusqu'ici les expositions et les musées ont surtout été des expositions et des musées d'objets (…). Actuellement il y a lieu de les compléter par des expositions et des musées d'idées et de faits » Boite 4 PP PO 398, Dossier 3, archives du Mundaneum.

architectural de grande ampleur qui restera inachevé et qui était envisagé par son concepteur comme le paradigme du musée documentaire : « La cité Mondiale sera un Livre colossal, dont les édifices et leurs dispositions – et non seulement leur contenu – se liront, à la manière dont les pierres des cathédrales se « lisaient » par le peuple au moyen-âge. » (Otlet, 1934 :420, 425.22).

Qu'il s'agisse donc de la Cité Mondiale, du Palais Mondial (1920) ou du Musée international (1910), les projets muséographiques (et plus largement, documentaires) de Paul Otlet sont pensés comme des sortes d'hétérotopies (entendues comme un idéal de représentation des connaissances du monde), des dispositifs dans lesquels tous les éléments concourent au même objectif : la transmission des savoirs du monde. Ils fonctionnent donc sur un plan similaire en réduisant la connaissance à des données de type statistiques et en les donnant à voir sous forme de planches facilement lisibles qui vont privilégier des représentations « infographiques » pour faciliter la compréhension du grand public. Parmi les divers objets exposés (publications, maquette, photographies, tableaux), on retrouve le principe de fiche dans les « tableaux démonstratifs » qui sont déployés dans les espaces d'expositions. Ces derniers visent à remplacer la lecture de « grosses publications »[9] en ramenant les idées qui y sont développées aux « éléments essentiels », ces derniers étant présentés « sous une forme visuelle et synoptique »[10] et normée (il existe deux principaux formats : 21,5 x 27,5 et 64 x 67 cm). Cette opération de « transformation » comme l'appelle Paul Otlet, peut s'effectuer selon lui grâce à cinq principaux moyens : la photographie qui offre une vue des objets, le diagramme, la carte, le schéma, le dessin photographique et les textes « réduits à leur expression la plus concise »[11]. En résulte un dispositif qui pourrait s'apparenter à un simple élément du mobilier expographique, mais qui participe en réalité à l'élaboration d'un nouveautype de musée, le musée documentaire, lui-même empreint d'un imaginaire machiniste.

L'Imaginaire technique chez Paul Otlet

Afin de circonscrire les valeurs et principes qui composent l'imaginaire de la machine chez Paul Otlet, nous avons mené une analyse de discours au sein du *TD*, qui s'est déroulée en deux étapes, et qui s'appuie sur une analyse des structures narratives d'un document (Jacobi, 1988). D'abord, nous avons effectué le recensement des occurrences du terme de « machine » au sein du *TD* (sur le modèle des « termes pivots » dans l'étude de Daniel Jacobi) auquel nous avons intégré les termes de « machinisme » et « machiniste », dans la mesure où leur usage dans le texte pouvait témoigner d'une idéologie spécifique. De cette manière, nous avons pu constater que l'usage du terme de machine dans le *TD* était caractéristique : nous trouvons 204 occurrences à travers le texte, ce qui est assez important au regard d'autres termes telsque « mécanique » (46 occurrences) et « machinisme » (2 occurrences). La deuxième étape consistait à analyser l'environnement du terme pivot, c'est-à-dire les notions et adjectifsassociés qui nous permettaient de mettre en lumière les imaginaires et représentations liés à la machine. Pour la restitution des résultats, nous avons choisi de respecter la progression du *TD*,car il existe une évolution dans les imaginaires et dans l'utilisation du terme de machine, que nous avons restituée dans deux parties.

9 *Idem.*

10 *Idem.*

11 *Idem.*

La machine comme outil au service de la production du livre

Dès les premières mentions du terme « machine », nous remarquons que celui-ci est d'emblée évoqué en rapport avec le livre. Le terme, utilisé dans la section « outillage » de la statistique du livre et de bibliologie (TD, p. 18,124.3), est pris dans son sens le plus strict, c'est-à-dire comme un outil au service du développement du document, en particulier du livre, pour lequelil contribue à la croissance de production. Paul Otlet met ainsi en lumière les apports quantitatifs de la machine vis-à-vis de la production livresque (« La puissance de l'outillage technique du livre peut être mesurée par les chiffres suivants : machine à fondre les caractères, 60.000 caractères à l'heure ; machine à composer (…) » p.18, 124.3).

Cet usage du terme renvoie au fait que le rôle et la représentation de la mécanique subissent des changements fondamentaux après la révolution industrielle, dans la mesure où si les machines existaient avant, elles sont désormais à l'origine d'un rendement bien plus important. Elles sont ainsi associées, dans le discours de Paul Otlet, aux valeurs de force et de vitesse, mais également de progrès, voire de révolution (« La fabrication du papier a fait des progrès considérables en ce dernières décades. Le progrès a porté sur les machines. » p.48).

Ce n'est pas seulement la quantité de production qui est mise en valeur, mais aussi lastandardisation qui résulte de l'usage répété de la machine dans le domaine de la documentation, et qui caractérise l'apparition de certaines pratiques comme la dactylographie,pratique également abordée à travers cette idée de rendement, qui est rendu possible grâce à lastandardisation : « L'invention de la machine à écrire a donné naissance à une technique et un art nouveau, la Dactylographie. (…) La machine a standardisé, unifié le type d'écriture ; elle a permis d'écrire plus vite et d'obtenir plusieurs copies à la fois. » (Otlet, 1934 : 66, 222.152.1).

La normalisation des formats, comme nous l'avons vu dans la première partie, se retrouve également dans l'exemple de la fiche : « On a adopté des catalogues sur fiches mobiles, se prêtant à l'écriture à la machine. On a arrêté des règles catalographiques, on s'est entendu pour standardiser et à la fois généraliser etunifier les règles et formats » (Otlet, 1934 : 297, 255.47 b).

Dans le discours de Paul Otlet, il existe le souhait d'appliquer les innovations d'un domaine strictement technique à un autre, celui de la documentation et de ses multiples organes, notamment le livre. En effet, il ne s'agit pas simplement, dans le discours d'Otlet, de considérer la machine comme un *outil* au service de la production du livre, mais bien de considérer le livre *comme* une machine, en développant une analogie livre/machine. Cette analogie s'opère à travers l'emploi d'un vocabulaire machiniste pour décrire les fonctions et l'organisation du livre. En effet, le livre est décrit comme « un moyen de produire des *utilités* intellectuelles » (TD, p.21, 44.1) et la machine comme un « moyen de production de choses *utiles* et consommables » (TD, p.43, 211.3).

De ce fait, la machine est mise sur le même plan que le livre et distinguée des « appareils qui produisent des phénomènes naturels » et des « instruments qui mesurent les phénomènes » pour lesquels il est fait abstraction de la notion d'utilité. C'est à ce moment-là que nous constatons que l'imaginaire documentaire chez Paul Otlet est imprégné d'une idéologie machiniste, qui recouvre en fait une réalité économique liée à la Révolution industrielle, dans laquelle le machinisme constitue la base de la grande industrie, et donc de l'idée même de production et d'utilité.

La Documentation au prisme d'une idéologie machiniste

Si la notion de « machinisme » n'est employée qu'à deux reprises dans le Traité de Documentation, la première occurrence est directement associée à la documentation : « Notre temps, parmi tous les autres, se caractérise par ces tendances générales : organisation et rationalisation des méthodes et procédés, machinisme, coopération, internationalisation, développement considérable des sciences et techniques (…) C'est dans un tel milieu qu'ont denos jours à évoluer les Livres et les Documents. » (Otlet, 1934 : 3, présentation)

Les valeurs et l'ordre machiniste imprègnent la construction de la documentation en tant que discipline scientifique. En effet, c'est l'analyse rationnelle des éléments qui composent le livre-machine qui permet d'ordonner et de donner un fondement scientifique aux activités propres au domaine de la documentation, à l'instar des opérations de « collationnement, de bibliographie, de catalogue et de classement » (*TD*, p.45) :

« Il en est du livre comme des machines. Dans les premiers temps, chaque machine était considérée comme un tout, composé de parties qui lui étaient propres. A de rares exceptions près, les yeux de l'esprit ne distinguaient pas encore, dans les machines, le groupe de précision que nous désignons aujourd'hui sous le nom de mécanisme. » (Otlet, 1934 :45, 212).Mais l'analogie machine/livre ne s'arrête pas là, puisqu'elle est déplacée à toutes les activités de l'esprit. Paul Otlet prend l'exemple de la pédagogie, pratique qui bénéficie beaucoup des innovations techniques : non seulement la machine faciliterait l'apprentissage de l'écriture,car celle-ci susciterait davantage l'intérêt des enfants (TD, p.70), mais elle permettrait également à la pédagogie d'accéder au statut de « science positive ». Cette préoccupation de la « scientificité » d'un domaine fait écho à l'émergence des sciences de l'éducation à la fin du XIXe siècle, période durant laquelle le développement de la psychologie et de la sociologie vont avoir une influence sur la construction de la pédagogie comme science[12].

Dans la suite du texte, on observe une évolution importante dans l'imaginaire de la machine, puisque celle-ci constitue désormais un prisme à travers lequel Paul Otlet envisage tous les aspects de la vie intellectuelle et artistique. Il développe ainsi la notion de « machine intellectuelle » qui consiste à appliquer une conception machiniste à un certain nombre de dispositifs médiatiques d'abord rattachés aux domaines du loisir, de l'art et de l'activité intellectuelle en général. Ainsi, le journal, la photographie, la radio, le théâtre et même l'art sont considérés à travers des valeurs telle que la rationalisation ou encore l'utilitarisme (« Le journal, cette admirable machine intellectuelle » p.151 ; « La photographie est la plus importante des machines intellectuelles inventées par l'homme. (…) » p.199 ; « L'art, machine à émouvoir. » p.244).

Dans le discours de Paul Otlet, la machine vient même remplacer les fonctions qui caractérisent l'être humain, qu'il s'agisse de ses sens, de son esprit ou de son corps : « La machine est un prolongement a) des organes de perception de l'homme (sens) ; b) des organes qui conservent et combinent les données perçues (mémoire et raisonnement) ; c) des organes d'action et d'expression (mains, pieds, corps, tête, voix.). » (Otlet, 1934 : 387, 413.0.1).

Cette conception fait écho à la philosophie mécanique de René Descartes, par ailleurs cité par Paul Otlet comme l'un des plus grands scientifiques (Otlet, 1934 : 429-430), ou de Thomas Hobbes, qui décrivaient

12 1883 est l'année de la création d'une chaire de Science de l'éducation à la Sorbonne, qui sera occupée d'abord par le philosophe Henri Marion. Voir Ottavi Dominique, « La pédagogie comme science », Les Sciences de l'éducation - Pour l'Ère nouvelle, 2006/4 (Vol. 39), p. 99-110. URL : https://www.cairn.info/revue-les-sciences-de-l-education-pour-l-ere-nouvelle- 2006-4-page-99.htm, consulté le 8 mai 2020.

le corps humain et la vie organique à travers ce modèle de lamachine. Plus généralement, cette idéologie véhiculée à travers le discours de Paul Otlet – et qui en fait un homme en parfaite cohérence avec son temps – témoigne d'un bouleversement important dans la narration produite autour de l'idée de nature, désormais dominée et manipulée par les machines. Comme le souligne Carolyn Merchant, ces changements survenus avec la Révolution industrielle vont avoir des conséquences importantes sur le rapport entretenu entre l'homme et la nature, et plus généralement, sur la conscience qu'il détient de sa place dans le monde : « (…) [En résulte] une lente mais inexorable aliénation par rapport à la relation directe, immédiate et organique qui avait jusque-là constitué les fondements de l'expérience humaine. »[13] (Merchant, 1980). Si d'après Carolyn Merchant, cette vision mécaniste a permis « de grandes avancées scientifiques et technologiques à la fin du XIXe siècle » (Merchant, 1980, p.XVI), elle se traduit également pour Mona Chollet, par une mise en ordre du « désordre de la vie organique » auquel est substitué la « stabilité des lois mathématiques et des identités » (Chollet, 2018: 189).

Cette vision se retrouve tout à fait dans la description que fait Paul Otlet de la documentation, pour laquelle il opère à nouveau une comparaison entre le travail de la machine et celui de bibliographie et de catalogage : « L'art de dresser les catalogues (…) est un art tout de précision. Il s'agit de ramener à l'unité des éléments aussi multiples et dissemblables que les livres d'une collection (…) La possibilité de fonctionnement, la solidité, l'élégance de la machine, dépendent de l'exacte conformité de chaque pièce au plan qui en a été préétabli. » (Otlet, 1934 :301)

À nouveau, l'analogie avec la machine permet de penser la documentation à travers les principes de rationalisation, de méthodologie et de rigueur. Même la valeur esthétique (« *l'élégance* de la machine ») est tributaire de cette organisation machiniste. Outre la dimension pratique de la documentation, ce sont également les institutions dans lesquelles elleest mise en œuvre qui sont appréhendées à travers le prisme machiniste : l'administration, quirégit la vie de la cité, doit être normée et maîtrisée, à l'instar de la machine (« L'administration alors apparaît comme un énorme appareil, une machinerie dont il importe de savoir se rendre maître » p.351) ; et dans le musée, elle régit l'organisation des objets etleur présentation au visiteur, devenant ainsi un « musée documentaire ».

Conclusion

Le contexte technique et économique de Paul Otlet est celui du développement industriel et des nouveaux modèles fordistes qui vont influencer la manière dont les processus bureaucratiques et organisationnels sont pensés. Otlet imagine alors de nouveaux modesopératoires pour traiter l'information et la connaissance au travers de machines intellectuelles. L'objectif de cette entreprise est de passer de la plus petite unité informationnelle aux formes les plus sophistiquées en matière organisationnelle. Le projet de fiche normalisé participe du même mouvement que celui qui consiste à imaginer une cité mondiale, tout comme leprincipe d'associations internationales bibliographiques et documentaires se couple avec l'idée d'un organisme supranational ou ligue des nations. Avec son ami et collaborateur Henri Lafontaine, (prix Nobel de la paix en 1913) cette démarche de formalisation aura eu une importance majeure dans la conception de ce qui va

13 La traduction est issue du livre de Mona Chollet (Chollet, 2019 :189)

devenir la Société des Nations puis l'ONU. D'ailleurs, si ces organismes ont reçu certaines critiques, c'est peut-être qu'à défaut d'être des machines intellectuelles, organisationnelles ou pacifiques efficaces, elles ont parfois été réduites selon le mot du général de Gaulle à l'état de « machin ».

Sources

Otlet, P. (1934).*Traité de documentation : le livre sur le livre, théorie et pratique*. Bruxelles,Editions Mundaneum.

Otlet, P. (1935). *Monde*. *Essai d'universalisme. Connaissance du monde. Sentiment dumonde. Action organisé et plan du monde,* Bruxelles, Van Keerberghen.

Bibliographie

Blair, A. (2011). *Too Much to Know - Managing Scholarly Information before the ModernAge*.Yale University Press.

Chollet, M. (2019). *Sorcières - La puissance invaincue des femmes.* Zones.

Cordier, A, Liquète, V. (2014).Circulation sociale des discours utopistes technologiques de la performance : le cas des systèmes de recherche d'information », *Revue internationale d'intelligence* économique, vol. 6, p.75-81.

Flichy, P. (2001). La place de l'imaginaire dans l'action technique. Le cas de l'internet.

Réseaux. n°109, vol. 5, p.51-73.

Hapke, T. (1999). *Wilhelm Ostwald, the « Brücke » (Bridge), and Connections to OtherBibliographic Activities at the Beginning of the Twentieth Century*. Information Today.

Jacobi, D (1988). Notes sur les structures narratives dans un document destiné à populariser une découverte scientifique. *Protée*, vol. 16, n° 3, automne 1988, p.107-118.

Latour, B. (1996). Ces réseaux que la raison ignore - laboratoires, bibliothèques, collections » In *Le pouvoir des bibliothèques. La mémoire des livres dans la culture occidentale* », sous la direction de Christian Jacob et Marc Baratin, Albin Michel, pp.23-46.

Merchant, C. (1980). *The Death of Nature. Women, Ecology and the Scientific Revolution*. Paperback.

Merchant, C (2003). *Reinventing Eden : The Fate of Nature in Western Culture*. Routledge.

Müller, B. (2012).Documentation et sciences sociales : des musées laboratoires aux humanitésdigitales ? *Ina Expert, les e-dossiers de l'audiovisuel*. http://www.ina-sup.com/node/2835

Le Deuff, O & Perret, A. (2019). Hyperdocumentation: origin and evolution of a concept. *Journal of Documentation*, Vol. 75 No. 6, pp. 1463-1474.

Ottavi, D., « La pédagogie comme science », *Les Sciences de l'éducation - Pour l'Ère nouvelle*, 2006/4 (Vol. 39), p. 99-110.

Rayward, W. B. (1975). *The Universe of Information : the Work of Paul otlet for Documentation and International Organization*, Moscou, International Federation forDocumentation.

Rayward, W. B (1994). Visions of Xanadu: Paul Otlet (1868-1944) and Hypertext. *Journal of the American Society for Information Science*, vol. 45, nº 4, p. 235-50.

Van Acker, W. (2011).*Universalism as Utopia. A Historical Study of the Schemes and Schemas of Paul Otlet (1868-1944.*Zelzate, University Press.

Wright, A. (2014).*Cataloging the World : Paul Otlet and the Birth of the Information Age*. 1reéd., Oxford University Press.

Cette étude a bénéficié d'un soutien dans le cadre du projet ANR HyperOtlet (ANR-17- CE38-0011)

Digital music design : Nouvelles modalites d'editorialisation des œuvres. Espaces de documentarisation, territoire editorial d'une œuvre et description des activites de la filiere musicale

Digital music design : New modalities of works editorialization. Documentary areas, editorial territory of a work and description of activities in the music industry

Romain BIGAY
doctorant, Université Paris Nanterre, laboratoire Dicen IDF
rrom1.b@gmail.com

Mots-clés : Document, Musique, Œuvre, Editorialisation

Keywords : Design, Music, Radio, Streaming

Résumé :

Dans un contexte de convergence entre logique de stock (plateformes de streaming) et logique de flux (radios musicales), ce travail analyse les matérialités d'un fichier musical et interroge sa doublenature, esthétique et technique. En retraçant la chaîne de documentarisation, l'ensemble de l'écosystème musical est décrit comme cadre transactionnel. La documentarisation devient un enjeu central des nouvelles modalités de circulation et de consommation de la musique, sur laquelle s'appuie les différentes approches de visualisation des données et de design des interfaces.

Abstract :

In a context of convergence between stock logic (streaming platforms) and flow logic (music radios), this work analyzes the materialities of a musical file and questions its dual nature, aesthetic and technical. By retracing the chain of documentarization, the entire musical ecosystem is described as a transactional framework. Documentarization is becoming a central issue in the new ways of circulating and consuming music, on which the different approaches to visualizing data anddesigning interfaces are based.

Digital music design : Nouvelles modalités d'éditorialisation des œuvres. Espaces de documentarisation, territoire editorial d'une œuvre et description des activites de la filiere musicale

Romain Bigay

Plateformes de streaming, radios musicales et projets éditoriaux numériques sont autant d'espaces médiatiques dans lesquels circulent les contenus musicaux. Ces contenus sont soumis a des mouvementset des dynamiques d'éditorialisation qui définissent ces espaces, nouveaux et anciens, de consultation et de mise a disposition des publics. Ces espaces convergent dans leurs évolutions. Les premiers opèrent un mouvement de relinéarisation a partir de stocks de documents délinéarisés. Les seconds, par leurs prolongements numériques, s'émancipent de la logique fermée d'antenne pour construire des écosystèmes ou l'auditeur/internaute évolue plus librement. Les troisièmes mobilisent des opérations d'agrégation de données ou de valorisation de fonds documentaires spécifiques. Tous ont pour finalité d'offrir une éditorialisation augmentée, contextualisant les contenus musicaux pour favoriser leur inscription, leur identification et leur circulation dans des environnementsdépassant la seule visée de consommation immédiate. Cette éditorialisation augmentée repose sur deux aspects : une connaissance poussée des publics, et une description fine des contenus. C'est ce dernier aspect qui nous intéresse ici.

Le cadre philosophique de cette réflexion est basé sur la pensée de l'objet technique (Simondon, 1958). Pour mener ce travail d'explicitation et de réflexion sur la description fine des contenus, nous nous appuyons sur les travaux en SIC relatifs aux théories du document et de la documentarisation (Zacklad, 2007), de l'indexation du contenu (Bachimont, 2007), ainsi qu'aux travaux de formalisation de la théorie du support (Stiegler, 1994a et 1994b et Bachimont, 1996,2004), dans la filiation du concept de raison graphique (Goody, 1979).Pour l'analyse des relations entre acteurs, activités et documents, la Sémiotique des transactions coopératives (STC) (Zacklad, 2020), permettant d'articuler les dimensions de coopération et de conversation dans un cadre transactionnel, nous fournit une structure qui embrasse le niveau sémiotique, le niveau documentaire et le niveau organisationnel. Ce sont ces agencements qui définissent les différents espaces au sein desquels circulent les documents musicaux.

Oeuvre : objet esthetique et objet technique

L'objet d'analyse considéré ici, dont l'appellation la plus « neutre » pourrait être celle de contenu musical, est d'une nature double. Il est tout d'abord une création, une œuvre de l'esprit, donc un objet esthétique. Mais dès son apparition, cet objet esthétique se déposedans des formes de matérialité (matérialités qui sont produites par les relations entre des matières, des outils et des gestes). Ainsi, pour saisirl'entièreté de cet

objet, il apparaît nécessaire de considérer dans le même mouvement sa dimension matérielle et technique. L'objet esthétique est également un ou des objets techniques. Par objet technique, nous entendons tous les éléments du monde extérieur fabriqués par l'homme et que celui-ci peut prendre et manipuler (Simondon, 1958). Cet objet technique est donc tangible, perceptible par le toucher.

Cette tangibilité peut paraître complexifiée, voire remise en cause, par le numérique, dont la dématérialisation supposée reste largement a interroger. L'histoire de la musique enregistrée est indissociable de l'histoire des innovations techniques et des formats d'écoute (Tournès, 2008). Le fichier musical apparaît donc comme la manifestation d'un objet esthétique en un ou plusieurs objets techniques, comme le postule le modèle FRBR (Functional Requirements for Bibliographic Records / Fonctionnalités requises des notices bibliographiques), que nous discuterons par la suite.

Le lien entre objet technique et objet esthétique pour une œuvre musicale, c'est l'inscription du second sur le premier. C'est une connaissance inscrite, au sens de la théorie du support, qui postule quetoute connaissance ne peut procéder que d'une inscription sur un support matériel. Toute connaissance repose sur une inscription, dont elle est l'interprétation (Stiegler, 1994 et Bachimont, 1996, 2004).

Le fichier musical : un document comme les autres ?

Dans le prolongement de cette réflexion sur le caractère nécessairement inscrit d'une connaissance, les théories du document offrent un cadre d'analyse permettant d'appréhender cette dualité entre objet esthétique et objet technique. Nous prenons la définition suivante du document : « une production sémiotique transcrite ou enregistrée sur un support *pérenne équipé d'attributs permettant sa ré-exploitation »* (Zacklad, 2007).

Dans son approche fonctionnelle, le document est envisagé comme unsupport de mémoire et de coordination. Autrement dit, il porte en lui les inscriptions qui témoignent de son processus de constitution. Cet ensemble d'inscriptions constitue le processus de documentarisation. Une œuvre musicale peut être documentarisée de différentes façons, selon différents supports : partition, texte, actes administratifs, enregistrements, captation de concert, articles de presse, commentaires, intégration a des playlists, taggage... Chaque acteur qui se saisit du document participe, même involontairement, a sa documentarisation. En effet, la simple écoute d'une chanson sur une plateforme de streaming suffit a générer des *metrics* ou statistiques d'écoute qui viennent qualifier le contenu en termes de popularité et d'agencement dans les habitudes d'écoute. Ce que rend possible le numérique, c'est de rassembler toutes ces informations au sein même du fichier musical, au fur et a mesure de sa circulation. Il devient potentiellement porteur des traces de son parcours, qu'il s'agisse d'ailleurs du fichier de référence, celui initialement mis en circulation par ses créateurs, ou d'un fichier alternatif créé par un utilisateur.

Pour appréhender une œuvre musicale et sa manifestation en divers documents, il convient donc de retracer la chaîne de documentarisation d'un fichier musical, en identifiant chacune desétapes entre la composition et la circulation auprès des publics, et partant, en identifiant chacun des intervenants, on retrace la chaîne de production de ce contenu musical. On en retrace la genèse, au sens de Simondon :

« *L'unité de l'objet technique, son individualité, sa spécificité, sont lescaracteres de consistance et de convergence de sa genese. La genese de l'objet technique fait partie de son etre. L'objet technique est cequi n'est pas antérieur a son devenir, mais présent a chaque étape de ce devenir; l'objet technique un est unité de devenir »* (Simondon, 1958).

Le processus de documentarisation d'un fichier musical

Les entretiens réalisés avec les différents acteurs de la filière musicalepermettent de retracer le processus de documentarisation d'un fichier musical, qui se superpose avec son processus de production, qui va des créateurs jusqu 'aux publics. Ce processus se décompose en huit étapes :

- Création
- Dépôt de l'oeuvre
- Fixation de l'oeuvre sur un support
- Pressage et encodage sur différents supports
- Dépôt légal du phonogramme
- Distribution
- Diffusion
- Circulation

Chacune de ces phases met en jeu différents acteurs et différentsrégimes de coopération et de conversation, qui aboutissent, par l'ajout de données spécifiques, a la formalisation de différents états du document musical. Cet ensemble coordonné autour de cette chaîne de documentarisation dans le but de produire et de faire circuler une œuvre musicale a travers ses matérialisations constitue le contenu du cadre général de la transaction.

Typologie des metadonnees de la musique

Analyser le devenir du document musical, c'est caractériser les différentes étapes de sa documentarisation. Et ainsi parcourir la chaînede production d'un contenu musical, depuis sa création jusqu'a sadiffusion auprès des publics. A chacune de ces étapes interviennent lesdifférents acteurs de l'industrie musicale. Et a chaque étape correspondun état de l'oeuvre, ainsi qu'un ensemble de métadonnées qui lui sont ajoutées, dont il s'agit d'analyser la nature et les fonctions, dans une perspective documentaire, afin d'en proposer une typologie. Ces métadonnées se divisent en quatre grandes catégories :

1) Métadonnées juridiques / d'identification :

Il s'agit des identifiants standardisés internationaux :

- ISWC (*International standard work code*) : code unique identifiant une œuvre.
- ISRC (*International standard recording code*) : code uniqueidentifiant la fixation d'une œuvre sur un support et identifiant le producteur phonographique.
- ISNI (*International standard name identifier*) : code unique identifiant les entités ayant contribué a des médias (Disques, livres, programmes de télévision, articles de presse, etc.).
- EAN (*European article numbering*) : code barres figurant sur un disque ou un billet de spectacle.

A ceux-ci s'ajoutent les codes spécifiques a certains services ou certaines plateformes comme le code ASIN (Code produit Amazon),le ContentID de Google (identifiant YouTube), les codes générés par les agrégateurs et distributeurs digitaux (Code Believe, Code Idol…).

2) Métadonnées descriptives / de contenu :

Elles recouvrent a la fois les données renseignant le contenu sémiotique que les données techniques relatives au matériel et a la technologie de fixation et de reproduction :

- données de catalogage : le nom de l'album, de l'artiste, du titre, sa durée, son numéro de plage, le nom du producteur, de l'éditeur, des auteurs compositeurs et interprètes…
- données descriptives : genre musical, courant, époque…
- données techniques : nombre de canaux audio, fréquence d'échantillonage…

3) Métadonnées d'enrichissement / de contexte :

Centrales pour l'éditorialisation et la recommandation, elles correspondent a ce que l'on pourrait également nommer métadonnées « sociales » ou d'usage :

- données conjoncturelles : nombre de ventes (disques, téléchargements), d'écoutes ou de vues et durées associées (*streaming*), notations par les consommateurs, similarités (artistes, albums, morceaux) etc.
- données comportementales : les préférences et habitudes des consommateurs.

4) Métadonnées d'analyse / traitement du signal :

Générées automatiquement par algorithmes, elles permettent d'améliorer les recherches par similarités et ouvrent des perspectives a la recommandation (par t empo, t onalité, type de voix, instrumentarium…). A chaque catégorie de métadonnées correspondent des catégories d'acteurs différentes qui font office de producteurs et de diffuseurs de ces métadonnées permettant d'identifier et de classer les contenusmusicaux.

La filiere musicale comme cadre transactionnel de la documentation

L'ensemble du secteur musical, depuis la création jusqu'a la circulation auprès des publics, peut ainsi être analysé par le prisme de ce processus de documentarisation. Une approche possible de cette industrie consiste a l'envisager comme l'ensemble des acteurs,professionnels et amateurs, qui participent de la documentarisation d'une œuvre/fichier musical, que nous considérons comme unDocument pour l'action (DoPA, Zacklad, 2005). Cette approche s'inscrit dans la perspective de la réinterprétation du schéma narratif canonique (Courtes et Greimas, 1993) en un schéma actanciel transactionnel (Zacklad, 2020).

Il faut donc un cadre qui permette d'englober tout ce processus, quimet en jeu une diversité d'acteurs, aux intérêts divers, intervenant a des moments différents du processus, mais concourant a un objectif commun, et qui n'est pourtant pas explicitement partagé, a savoir la valorisation d'un contenu musical en régime numérique. Le processus de documentarisation, tel que nous l'avons explicité, peut être analysé comme une transaction coopérative :

> « Dans la STC, une transaction coopérative est une mise en commun *de ressources personnelles et le cas échéant collectives qui engagent des participants, réalisateurs et bénéficiaires, dans la réalisation d'une performance commune associée a la production et ou a l'acquisition d'un artefact porteur de valeur, une* œuvre, *et au développement de leur expérience personnelle, leur self. La transaction se réalise par une succession de transformations permettant de passer des ressources a l'œuvre. La performance est* évaluée *en tenant compte a la fois du résultat, l'œuvre, del'expérience acquise par les sujets, les selfs individuel et collectif etde l'investissement qu'ils ont consenti* » (Zacklad, 2020).

Le cadre transactionnel comme analyse des activités induit la notion de coordination (Billaudot, 2004). Et c'est la transaction qui coordonne les activités et les différents acteurs qui interviennent tout au long de la chaîne de documentarisation, qui se superpose a lachaîne de production. Cette coordination, bien que visant un même objectif (la circulation dans des conditions optimales d'un document musical dans les espaces de publication) n'implique pas nécessairement une concertation explicite (Bien que cette concertationait en partie lieu dans et entre les instances de représentation de la filière musicale). Le concept de transaction de circulation commecoordination de l'activité de production avec celle, en aval, de circulation, établit une continuité entre documentarisation et politiquesd'éditorialisation : « le *produit de l'activité amont est transféré a l'activité aval ou il sert de ressource* » (Billaudot, 2004).

Documentariser la musique : enjeu central des nouvelles modalites de circulation et de consommation

Si chaque étape du processus de documentarisation répond a des problématiques et des enjeux propres aux acteurs qu'elle mobilise,c'est bien la circulation des contenus, en aval de la chaîne, qui détermine en partie la nature de ce qui se passe en amont. En d'autres termes, l'œuvre musicale est, *in fine*, un document qui circule, portant en lui l'ensemble des inscriptions liées aux opérations de documentarisation réalisées. Et pour que cette circulation s'opère de la façon la plus fluide possible, cette chaîne de documentarisation

doit être la plus unifiée possible. Cette nécessité a conféré une place centrale a un type d'acteur spécifique : le distributeur numérique.

Pour la musique numérique, si l'on considère les canaux principaux dediffusion, a savoir les plateformes de streaming ainsi que les radios musicales et leurs prolongements numériques, la logique d'indexation fine du contenu (Bachimont, 2007), a savoir la mobilisation d'un ou plusieurs segments d'un document, pour le(s) réagencer en vue decréer de nouveaux documents, prend tout son sens.

Si les premières années du streaming musical ont vu les offres commerciales des acteurs de ce marché s'articuler principalement surla taille de leurs catalogues respectifs et le nombre de titres disponibles, les stratégies de communication et les positionnements commerciaux ont évolué. Les promesses d'un accès a plusieurs dizaines de millions de titres de musique, encore utilisées dans la publicité de certains acteurs ces dernières années sont une application au domaine de la musique du mythe de la bibliothèque universelle, de la bibliothèque de Babel de Borges, et son corollaire de l'accès a tous les savoirs disponibles (Cabanis, 1797). Mythes qui ont été renforcés par l'installation du numérique et de l'Internet grand public (Chante et Vaisman, 2014).

Après presque deux décennies de recul, les acteurs du streaming musical ont investi les questionnements relatifs a l'accessibilité et a la valorisation des documents. Structurer, classer, recommander et valoriser sont les opérations courantes des fournisseurs de contenus. On retombe ici sur un trait spécifique de la musique par rapport a d'autres formats de contenus culturels. La musique a été la première industrie de contenus touchée par le virage numérique. Elle occupe une place particulière dans la consommation culturelle, en physique eten numérique. Elle est le bien culturel dématérialisé le plus consommépar les Français (Donnat, 2008). La relative facilité, et donc le moindre coût, de production d'un enregistrement sonore (par rapport a un contenu audiovisuel, même si cette plus grande démocratisation esten cours aussi, notamment via les plateformes de streaming vidéo et les UGC) font que la quantité de contenus disponibles est très importante, beaucoup plus que pour les plateformes de streaming vidéo. L'éditorialisation est donc devenue centrale, a mesure que les interfaces des plateformes de streaming évoluaient d'une logique de bibliothèque personnelle vers une logique de smart radio personnalisée.

La playlist comme archetype documentaire

La logique de stock favorise un accès direct délinéarisé aux contenus (Saint Martin et Crozat, 2007), ouvrant la voie a un champ conséquentpour l'éditorialisation. Pour sortir de la logique classique de classement par « Artiste » ou par « Genre », les plateformes de streaming ont investi une pratique largement préexistante au numérique : la sélection de titres pour élaborer des playlists, comme les disc-jockeys des bals, surprises parties et soirées d'avant Internet, et comme les programmateurs radio. A la fois en proposant des playlists, et en offrant a l'auditeur la possibilité d'élaborer et de partager les siennes.

Aujourd'hui, les plateformes de streaming en proposent selondifférents critères pour accompagner tout au long de la journée l'utilisateur : par style, par *mood* (humeur), par activité (musique pour faire le ménage, pour faire du sport, pour travailler…), par saison, moment de la journée… Spotify, qui comptabilise, en

janvier 2018, 70 millions d'abonnés (pour 140 millions d'utilisateurs au total) a qui l'entreprise suédoise propose un catalogue d'environ 30 millions de titres, revendique plus de 2 milliards de playlists[1]. Ces dernières sont réalisées par Spotify, mais surtout par les utilisateurs. La constitution d'une playlist, par un éditeur salarié d'une plateforme ou par un utilisateur, est une forme d'éditorialisation des contenus provenant de diverses sources, au sens de Bruno Bachimont (2007), a savoir : « le *processus consistant a enrôler des ressources pour les intégrer dans une nouvelle publication* »[2]. La playlist, a savoir le réagencement de fragments et/ou de documents épars dans le but de constituer unnouveau document, est aujourd'hui la forme documentaire première sur les plateformes de streaming.

Prolongements numériques des radios

Si les plateformes de streaming opèrent des mouvements de relinéarisation, les radios musicales, et leurs prolongements numériques, se délinéarisent pour proposer des environnements éditorialisés autour de l'antenne (Equoy Hutin, 2017). L'exemple de l'évolution de l'interface du site Internet de la radio FIP est éclairante a ce sujet, et matérialise ce rapprochement dans l'esthétique et les fonctionnalités avec la forme usuelle des plateformes de streaming.On y retrouve des playlists éditorialisées, et mise en avant dans une interface ou le « flow » continu de musique de la plateforme de streaming est remplacé par l'écoute du direct antenne, mis au même niveau que les playlists éditorialisées par esthétique.

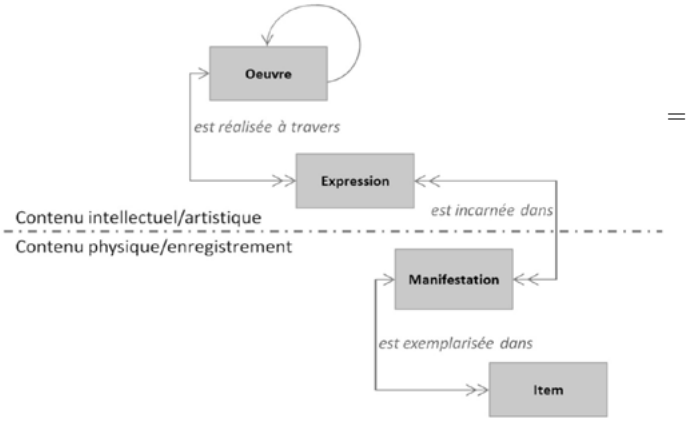
Le rapprochement opéré dans les modalités de mise en circulation et d'éditorialisation des fichiers musicaux entre plateformes de streaminget radios musicales aboutit a une hybridation incomplète et imparfaite qui reste largement à étudier.

Reconsidérer le rapport entre œuvre et document

La spécification de la chaîne de production d'un fichier musical permet de montrer que les pratiques documentaires sont présentes dès la création de l'oeuvre. Elles sont au cœur du processus de création, et précèdent la forme finalisée de l'œuvre. Tout en prenant la mesure de son caractère processuel, a savoir qu'elle recouvre une série d'actions en mouvement, toujours en cours et jamais totalement terminée (VitaliRosati, 2016), l'approche par la documentarisation permet également de discuter le modèle FRBRoo (Functional Requirements for Bibliographic Records / Fonctionnalités requises des notices bibliographiques), modèle conceptuel de données bibliographiques élaboré par un groupe d'experts de l'IFLA de 1992 a 1997 des relations entre une œuvre et ses manifestations.

1 Source : Spotify (https://press.spotify.com/us/about/)

2 in « Nouvelles tendances applicatives : de l›indexation a l›éditorialisation », Bruno Bachimont, 2007, in Gros, Patrick (eds.)



Ill. Schéma FRBRoo in Després-Lonnet et Micheau, 2019

Si le schéma conceptuel proposé permet de distinguer les différents états, ou différents modes d'existence d'une œuvre, et donc de lier a celle-ci artefacts et dispositifs technologiques et documentaires(Després-Lonnet et Micheau, 2019), celui-ci induit une chronologie,un déterminisme successif qui pose question. Il y aurait d'abord l'oeuvre et ensuite son expression, puis ses manifestations, puis son incarnation en items. Cela laisse a penser qu'une œuvre pourrait exister sans expression, ni manifestation ni incarnation. Le schéma FRBRoo opère ainsi une démarcation claire entre expression et manifestation, sorte de point de bascule entre un contenu intellectuel/artistique et un contenu physique/enregistrement. Les autrices précisent :

> « *il n'est pas ici question de nier qu'il est possible de repérer un certain nombre de caractéristiques des matérialités numériques, mais de relever l'absurdité qu'il y a a considérer que la matérialité d'un objet suffirait soit a le définir dans ses modes d'existence, soit* à *en faire un objet remarquablement différent de ceux connaissantd'autres régimes de matérialité* » (p.68).

Si nous partageons l'idée d'une non-différence de nature des régimesde matérialité liés au numérique, il apparaît surprenant de détacher cesmatérialités de l'oeuvre dont elles seraient l'incarnation de l'expression. Si ces matérialités ne sont pas suffisantes pour définir les modes d'existence d'une œuvre, en revanche, l'oeuvre n'existe pas sansmatérialité. Cette matérialité est évolutive, d'ou la nécessité d'unephylogénèse de l'oeuvre/artefacts, de l'objet esthétique/objet technique, comme le préconise Gilbert Simondon. Comme nous l'avons vu en retraçant le processus de production/documentarisation d'une œuvre musicale, on peut passer du brouillon, de l'esquisse, des notes, d'un bout d'enregistrement de quelques accords, d'une ligne mélodique, jusqu'au texte fini, ou a la partition plus ou moins stabilisée, ou a l'enregistrement qui servira de référence. Et si chaque étape prise individuellement ne formalise qu'une ou des matérialités possibles et n'épuise nullement les modes d'existence d'une œuvre, celle-ci est constituée de l'ensemble de ces matérialités. Si la manifestation d'une œuvre peut être multiple et s'incarner dans différents items, il y a bien nécessairement synchronicité entre une œuvre et son expression, basée sur l'indissociabilité entre objet technique et objet esthétique. Autrement dit, une œuvre est nécessairement le point de rencontre entre ces deux dimensions. Le processus de création est indissociable de sa dimension info-communicationnelle. Poser l'indissociabilité entre une œuvre et ses matérialités, entre une œuvre et son processus de documenta-

risation, c'est y inclure également les dynamiques d'éditorialisation, qui occupent une place centrale pour la circulation et la consommation descontenus musicaux.

Esquisse pour la conceptualisation du territoire editorial

Pour circuler dans les espaces médiatiques, l'œuvre-document doit donc être structurée. Ces espaces médiatiques sont autant de territoiresdéterminés, délimités par les orientations induites par les outils et interfaces d'écoute, selon des mécanismes d'affordance (Norman, 1988). Ils agissent comme des dispositifs qui orientent et contrôlentles gestes et les pratiques des utilisateurs (Agamben, 2006). En réalisant des analyses sémio-pragmatiques de ces interfaces, on peut cartographier ces espaces de circulation.

En regard de ces cartographies des espaces de circulation des documents/oeuvres musicaux, qui sont leur « externalité », dans laquelle se déploient les dynamiques d'éditorialisation, le processus dedocumentarisation que nous avons détaillé correspond a une cartographie « interne » du document. C'est sur ce territoire éditorial que repose l'articulation entre une œuvre/document et les espaces danslesquelles elle circule.

Design de l'information et visualisation des donnees

Poser la nécessaire synchronicité entre objet esthétique et objet technique en ce qui concerne une oeuvre musicale, c'est aussi, comme nous l'avons vu, poser la dimension documentaire de cette œuvre. Donc l'expression et la manifestation de la dimension esthétique (jouer une œuvre, en direct, ou jouer un enregistrement de cette œuvre) ne sauraient épuiser a elles seules l'entièreté des expressions etmanifestations possibles. Il est également possible d'exécuter et de manifester une œuvre par une exécution et une manifestation de sa dimension technique, par exemple a partir de sa dimension documentaire et des données qui la constituent.

Cela ouvrirait la possibilité de créer de nouvelles expressions et manifestations, et partant de nouveaux items, a partir d'une œuvre. A égale distance entre le design d'information et la visualisation de données, cette direction ouvre des perspectives intéressantes en termes de représentations, de design d'interface et d'accès aux documents et a leurs informations ajoutées. Permettre a la dimension technique d'une œuvre de devenir en plus une nouvelle œuvre, est peut être un moyen de montrer les potentialités esthétiques de la dimension techniqued'une œuvre musicale. C'est peut-être participer a réduire l'injustice subie par les objets techniques, a l'origine de la réflexion de Gilbert Simondon.

Bibliographie

Agamben, G. (2006), Qu'est-ce qu'un dispositif ? Payot rivages.

Bachimont, B. (2007). Nouvelles tendances applicatives : de l'indexation a l'éditorialisation. In P. Gros (Ed.), L'indexation multimédia (pp. 313-326). Paris : Hermès.

Bachimont B. (2004), Arts et sciences du numérique : ingénierie des connaissances et critique de la raison computationnelle, Mémoire de HDR, Université de Technologie de Compiègne.

Bachimont B. (2000), « Engagement sémantique et engagement ontologique : conception et réalisation d'ontologies en Ingénierie des connaissances », in Charlet J. et al., Ingénierie des connaissances, évolutions récentes et nouveaux défis, Paris, Eyrolles.

Bachimont B. (1996), Herméneutique matérielle et artéfacture, Thèse en épistémologie, .1996

Chante, A. et Vaisman, C. (2014). Information, documentation : nouvelles utopies ou fin des utopies? Actes de la 6eme édition du COSSI «L'utopie de la communication», 17-19 juin 2014 - IAE de Poitiers, France.

Courtés, J., & Greimas, A. J. (1993). Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Paris, Hachette.

Després-Lonnet M., Micheau B. (2019), « Ontologie(s) et matérialité(s) de la musique : de quoi l'œuvre est-elle le nom ? », Communication & langages, 2019/1 (N° 199), p. 65-89. DOI : 10.3917/comla1.199.0065. URL https://www.cairn.info/revue- communication-et-langages-2019-1-page-65.htm

Donnat, O. (2009). Les pratiques culturelles des Français a l'ère numérique : Éléments de synthèse 1997-2008. Culture études, 5(5), 1-12. doi:10.3917/cule.095.0001.

Equoy Hutin, S. (2017), « Radio musicale, prolongements numériqueset régimes d'interactivité. Le cas de Nostalgie », tic&société [Enligne], Vol. 10, N° 2-3 | 2ème semestre 2016 - 1er semestre 2017, mis en ligne le 30 avril 2017, consulté le 14 décembre 2017. URL :http://journals.openedition.org/ticetsociete/2125

Goody J. (1979), La raison graphique : La domestication de la penséesauvage, Les éditions de minuit, . 1979

Micheau B., Després-Lonnet M., Cotte D. (2018), La recommandationmusicale entre inscriptions documentaires, pratiques sociales, et dispositifs d'écoute, Etudes de communication, 49, 2018, p. 33-56.

Norman, D. (1988), The Design of everyday things. New York : Basic books.

Pédauque, R.T. (2003), « Document : forme, signe et médium, les reformulations du numérique ». [En ligne], https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000511/document

Saint Martin D., Crozat, S. (2007), Ecouter, approfondir... Perspectives d'usages d'une radio interactive, Publication GRM/INA 2007

Simondon G. (1958), Du Mode d'existence des objets techniques, nouvelle édition revue et corrigée, Aubier Philosophie, 2012.

Stiegler B. (1994 A), La technique et le temps, Tome I : La faute d'Epiméthée, Galilée, .

Stiegler B. (1994 B), La technique et le temps, Tome II : La désorientation, Galilée, .

Tournès L. (2008). « Du phonographe au MP3 : Une histoire de la musique enregistrée XIXe-XXIe siècles ». Autrement, Mémoires/culture. [En ligne], https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00651573

Vitali-Rosati, M. (2015), « Culture numérique – Éditorialisation : état de la recherche ».

Vitali Rosati, M. (2016), « Qu'est-ce que l'éditorialisation ? » Sens Public, 18 mars 2016.

Zacklad, M. (2020). Changements de régimes de conversation dans la transition numérique. *Approches Théoriques en Information-Communication (ATIC),* N° 1, 7-40.

Zacklad M. (2019), « Le design de l'information : textualisation,documentarisation, auctorialisation », Communication & langages,2019/1 (N° 199), p. 37-64. DOI : 10.3917/comla1.199.0037. URL :

https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages-2019-1- page-37.htm

Zacklad, M. (2013), « Organisation et architecture des connaissances dans un contexte de transmédia documentaire : les enjeux de la pervasivité » . Etudes de communication n° 39, nº 2 (5 novembre 2013): 41-63.

Zacklad, M. (2007), « Espace documentaire participatif et gouvernance ». Congress of the European Regional Science Association (47th Congress) and ASRDLF (Association de Science Régionale de Langue Française, 44th Congress) PARIS - August 29th. September 2nd, 2007., Aug 2007, France. 2007.

Zacklad, M., (2004) « Processus de documentation dans les Documents pour l'Action (DopA) : statut des annotations et technologies de la coopération associées », actes du colloque « Le numérique : Impact sur le cycle de vie du document pour une analyse interdisciplinaire », 13-15 Octobre 2004, Montréal, Lyon. ENSSIB

Françoise Chambefort, docteur en Sciences de l'Information et de la Communication
ELLIADD, Université de Franche-Comté
francoise.chambefort@univ-fcomte.fr

Mots-clés en français : ville intelligente, open data, champs de données, narration

Mots-clés en anglais : smart city, open data, data field, narration

Résumé en français :

Notre étude porte sur trois ensembles de champs de données relatifs à la lutte contre les rongeursà NYC. La ville intelligente apparait comme un espace narratif complexe dans lequel la place du citoyen est ambiguë. Intégrer l'approche narrative dans la conception des portails métropolitains de l'*opendata* afin de créer un récit englobant dans lequel les micro-récits individuels viendraient s'enchâsser serait une piste intéressante pour rendre la ville plusintelligente et participative.

Résumé en anglais :

This study revolves around three sets of data fields, related to the NYC rodent control program.The smart city can be perceived as a complex narrative space, in which participatory democracyyields ambiguous results. Could the city be smarter and its governance more horizontal, if a narrative approach was embedded in the municipal open-data portal, with an aim to generate an inclusive narrative in which all the individual micro-narratives produced by New Yorkers would insert themselves ?

Smart Rat City. La ville intelligente, un espace narratif

Françoise Chambefort

La ville intelligente s'appuie sur les données pour améliorer l'efficacité de sa gestion quotidienne. L'étude du monde urbain a ainsi basculé de l'observation de flux globaux à l'analyse de masses d'événements (Picon, 2018). On observe un passage du continu audiscontinu qui évoque la conversion d'un signal analogique en signal numérique. Pour AntoinePicon, « la ville devient littéralement synonyme de tout ce qui arrive en son sein. » (Picon, op.cit.). Mais se limiter à l'événement, à « ce qui arrive », c'est occulter tout agent humain, toute intention. Or cette humanité est présente en creux dans les données. De la suite d'événements à la représentation d'actions et donc au récit, il n'y a qu'un pas que franchit aisément l'artiste numérique qui considère les données comme le matériau de base de ses créations. Cette réflexion est une analyse préparatoire à la création d'une œuvre narrative[1]. Lorsque nous décentrons ainsi le regard, la ville contemporaine ne nous apparaît plus seulementcomme événementielle, elle se présente comme un espace narratif complexe. Nous montreronscomment l'approche narrative éclaire d'un jour nouveau les systèmes d'information urbains.

En vue de la réalisation d'une œuvre numérique dans une démarche de recherche-création, notreintérêt s'est porté sur un problème très spécifique et sur les données qui s'y rattachent : la villede New-York est envahie par les rongeurs. Ils sont si nombreux que, selon un article du New- York Times daté du 23 mai 2019, ce sont les humains qui doivent éviter les rats, et non l'inverse.Cette cohabitation a toujours existé, mais ces dernières années, l'infestation a connu une croissance exponentielle. La gentrification et le boom de construction qui l'accompagnepoussent les rongeurs hors de leurs terriers. Les hivers plus doux dus au réchauffement climatique facilitent leur survie et leur reproduction. L'œuvre que nous réalisons est connectéeen temps réel avec les données ouvertes de lutte contre les rongeurs disponibles sur laplateforme *NYC OpenData*. Ces données constituent le matériau et le moteur de la création narrative.

En effet, le système d'information de la ville de New-York, conjuguant contrôle et pratiques collaboratives, rend compte de cette lutte qui se joue au quotidien. Depuis 2003, il existe un service municipal téléphonique destiné à prendre en compte les plaintes et requêtes non urgentes des habitants : le 311. À l'origine, il avait pour but de désengorger le service d'urgence,le 911. Progressivement, il est devenu le guichet unique de recueil et suivi des demandes qui sont ensuite redirigées vers les administrations compétentes. Le service se décline aujourd'hui sur trois plateformes technologiques (accès par téléphone, application mobile, site web). Cettemasse de données, touchant à de nombreux aspects de la vie quotidienne des new-yorkais, est également accessible par tous depuis 2010, sur le site NYC Open Data, notamment par le biaisd'API et d'outils de visualisation.

1 Nous ne rentrerons pas dans les détails de cette œuvre, nous nous plaçons en amont.

Objet et méthode

La lutte contre les rongeurs est présente à plusieurs niveaux sur les plateformes numériques de la ville de New-York. Notre étude porte sur trois ensembles de champs de données relatifs à la lutte contre les rongeurs à NYC :

- les champs du formulaire de saisie d'un signalement auprès du 311 par les habitants (*Rat or Mouse Complaint*),
- les champs du jeu de données relatif à ces signalements, disponible en Open Data (*Rat Sightings*),
- enfin les champs du jeu de données relatif aux interventions du service dedératisation, disponible également en Open Data (*Rodent Inspection*).

Ces ensembles de champs nous livrent trois représentations d'une même réalité sous forme de données numériques. L'approche narrative nous amène naturellement à les mettre en relation selon un enchaînement causal :

- Une personne est témoin d'un événement (elle voit un rat), elle témoigne de cetévénement via une interface dédiée (*Rat or Mouse Complaint*) ;
- Son récit est traité par l'administration puis mis à disposition du plus grand nombre (*Rat Sightings*) ;
- Il donne lieu à une action du service de dératisation, le récit de cette action est ensuite mis à disposition du public (*Rodent Inspection*).

Il s'agit de quelques parcelles de la partie émergée d'un immense iceberg, le système d'information de la ville de New-York. Notre analyse porte uniquement sur ce qui est visible de cet iceberg, c'est-à-dire les interfaces et données publiques. La partie cachée est composée des applications métiers et des bases de données sur lesquelles elles s'adossent. Ces données subissent un processus complexe d'identification, d'extraction et de « brutification » pour alimenter les portails de données ouvertes (Denis, Goëta, 2013 : 3, tension homogène/hétérogène, Flichy, 2013 : 79).

Notre approche consiste à analyser, dans chacun de ces trois ensembles de champs de données,la façon dont le récit initial est contraint, transformé, prolongé, au fil des représentations. Les éléments permettant la compréhension du récit sont-ils présents ? Comment évolue ce récit ? Quels sont les apports d'une telle approche ? Nous avons étudié plus en détail la représentationdu cadre spatial de l'action.

Un espace qui se raconte, *Rat or Mouse Complaint*

Le formulaire du 311 vise à recueillir un signalement (*report*). Le terme *signalement* désigne lefait de porter à la connaissance des autorités compétentes des faits nécessitant des mesures appropriées. Suivant l'endroit

où ont eu lieu ces faits, les autorités différent : une première question permet d'aiguiller le témoin vers l'administration compétente. Ainsi le lien vers le formulaire est différent selon que l'observation a été faite dans un restaurant, une école, un hôpital, un bus ou dans la rue. Nous avons choisi d'étudier le formulaire proposé pour les lieuxnon spécifiques ; il concerne les observations faites dans la rue, sur les trottoirs, dans les bâtiments résidentiels ou commerciaux et dans les égouts. Il s'agit d'un formulaire conditionnel.

Signaler un fait, c'est, pour le témoin, faire le récit de l'événement qu'il a constaté. Le formulaire de recueil de ce récit est structuré autour des questions *what ? when ?*[2] *where ? who ?*[3] Nous retrouvons les 5W utilisés dans les articles de presse pour décrire une action et sescirconstances. Il y manque le *why ?*.

Fig. 1 – Structuration du récit dans le formulaire[4]

Cette structuration renvoie à l'action et au cadre spatio-temporel d'un récit ainsi qu'au personnage. Nous retrouvons les éléments du plan majeur du schème interactif de Bertrand Gervais (1990), schème qui est actualisé dans toute représentation discursive d'une action :

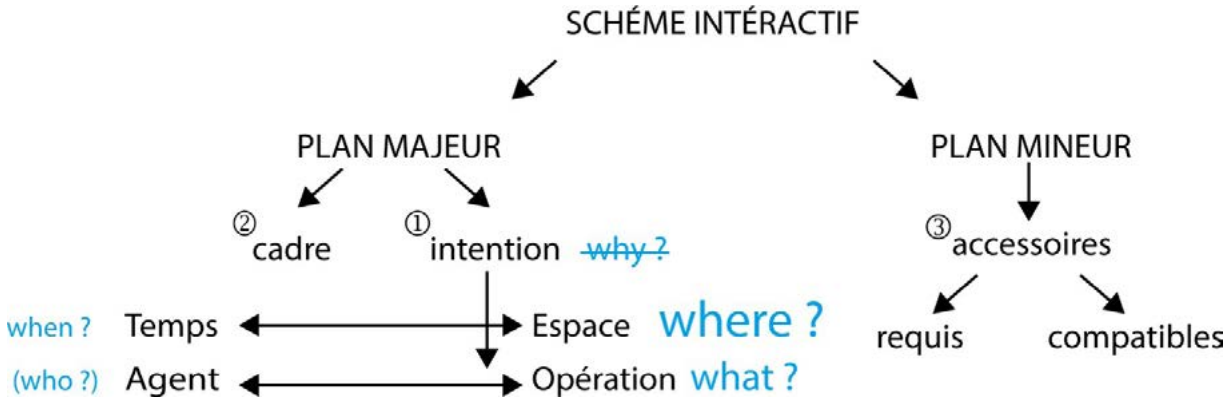


Fig. 2 – Le schème interactif et les 5W dans le formulaire Rodent du 311

2 Le when ? n'est pas explicite mais inséré dans la partie what ? (Date/Time Observed)

3 La partie who ? est facultative.

4 https://portal.311.nyc.gov/article/?kanumber=KA-01107 (consultée le 14/07/2020)

Sous quelle forme ces informations sont-elles recueillies ?

L'agent (*who ?*)

Les informations concernant le témoin sont facultatives dans le formulaire. Il s'agit de donnéespersonnelles et de contact (nom, prénom, courriel, téléphone, adresse). Aucune donnée sociologique ou démographique n'est recueillie (âge, sexe, profession).**L'opération (*what ?*)**

L'action elle-même est toujours un constat visuel, seul varie l'objet du constat.

Le formulaire permet de préciser le signalement sur deux niveaux. Le témoin est invité àpréciser s'il a vu :

- quelque-chose qui favorise l'infestation (des poubelles ou de la nourriture, ou autrechose qu'il peut expliciter) ;
- des souris (combien ? 1, 2 ou 3, 4 ou plus) ;
- des rats (idem) ;
- des indices de la présence de rongeurs (crottes, trous ou terriers, autres signes qu'ilpeut expliciter).

Un champ libre obligatoire de 2 000 caractères maximum permet de décrire précisément l'objetdu constat (*description*).

Le cadre temporel (*when ?*)

Dans la partie *what ?*, le témoin est invité à remplir la date et l'heure de l'observation et peutpréciser s'il s'agit d'un problème récurrent (il précisera alors les occurrences temporelles).

Le cadre spatial (*where ?*)

Pour l'administration, il est primordial de localiser très précisément les observations des personnes qui font les signalements. Dans le formulaire, il faut d'abord choisir dans une liste letype de lieu et préciser l'emplacement exact à un deuxième niveau. Ces listes dessinent les spécificités de l'espace urbain new-yorkais avec ses ruelles (*alleyway*), ses cours et arrière- cours (*backyard, courtyard*), ses hôtels bon marchés (*single room occupancy,* SRO), ses parcsetc. La sélection de l'adresse se fait en cliquant sur une carte. Puis le témoin est invité à préciserla localisation par rapport à ce point fixe : à l'emplacement exact, derrière, devant, à côté, sur le côté, en face. Cette localisation relative dessine en creux le point de vue du témoin, l'espaceque son regard peut embrasser et dans lequel a eu lieu l'événement, l'espace occupé par son corps.

Le *pourquoi ?* n'est pas présent ici. La causalité dans le monde réel et l'intention des agents humains ne sont pas questionnés. Afin de permettre l'action des services municipaux de dératisation, les éléments clés sont ce que la personne a vu (*what ?*) et à quel endroit précisément (*where ?*).

Toute mise en récit est déjà un processus d'homogénéisation, c'est la synthèse de l'hétérogènethéorisée par Ricoeur (1983). Le passage par le formulaire contraint davantage le récit, un premier travail de standardisation étant demandé au témoin. Le champ *description* permet néanmoins une expression libre, dans la limite des 2 000 caractères.

L'homme qui a vu l'homme qui a vu l'ours, *Rat Sightings*

Les données du formulaire sont versées dans une application métier. Certaines sont extraites etstandardisées pour alimenter la plateforme d'*opendata* qui agrège les données issues deproducteurs très différents. L'identification des données est une étape cruciale du processus d'ouverture (Denis, Goëta, 2014 : 5). Toutes les données ne sont pas mises à disposition, nombreuses sont celles qui sont laissées de côté et elles gardent souvent la trace de l'usage pourlequel elles ont été conçues du fait d'une standardisation incomplète (Courmont, 2015 : 91).

Examinons la façon dont les éléments narratifs du récit des faits apparaissent ou pas dans les données ouvertes disponibles.

L'agent (*who ?*)

Ces informations sont totalement absentes des données sur les signalements, protection des données oblige, à l'exception de la mention du canal utilisé pour faire le signalement (mobile, téléphone ou en ligne). Un autre agent apparait, l'administration qui traite le signalement, le Département de la Santé et de l'Hygiène Mentale de la ville de New-York (DOHMH).

L'opération (*what ?*)

Concernant l'objet du constat, seul le premier niveau d'information est précisé. La descriptionlibre a disparu. L'action subséquente (*Resolution description*) est précisée par quatre réponsestypes suivant le résultat de l'inspection (quand elle a pu avoir lieu) : constat d'infractions et programmation d'inspections, constat d'infractions mineures, pas de constat d'infractions, inspection incomplète.

Le cadre temporel (*when ?*)

La date et l'heure de l'observation ont disparu également. Apparaissent les dates d'ouverture etde fermeture du ticket (*Created date*, *Closed date*), traces explicites de l'application métier d'oùles données sont extraites, et la date de résolution du problème (*Resolution action updated date)*.Cette réorientation temporelle met en avant le délai de réponse de l'administration dans une optique de recherche de performance.

Le cadre spatial (*where ?*)

La localisation relative disparait au profit de localisations absolues. La caractérisation du type de bâtiment, détaillée sur deux niveaux dans le formulaire, est ici limitée au premier niveau. Les champs de données rendent compte d'un assemblage hétéroclite de référentiels spatiaux issus :

- des données d'adresse (rue, intersection, ville, arrondissement, quartier),
- du système cadastral de New-York BBL (Borough, Block and Lot),
- du système de coordonnées américain State Plane,
- du système GPS.

De nombreux champs vides sont présents, dont certains concernant les taxis, les ponts, ce qui témoigne d'une centralisation chaotique des sources de données et du manque de standardisation de la plateforme.

La centralisation des données conduit à une perte importante d'information. Le récit se réoriente vers l'action de l'administration (constat d'infractions, mesure de performance) sanspréciser la réponse apportée au problème. Passant par les données, les faits ont perdu leur humanité[5].

L'administration passe à l'action, *Rodent Inspection*

Les données ouvertes sur les inspections précisent l'action du service de dératisation. Balayonsà nouveau les composantes du récit.

L'agent (*who ?*)

Les champs ne comportent pas de référence aux agents qui ont réalisé le travail. Les agents humains disparaissent au profit de l'opérateur institutionnel[6].

L'opération (*what ?*)

Le constat d'origine est absent des données ouvertes sur les inspections. Il n'est pas possible desavoir si l'inspection fait suite à un signalement. Les inspections qualifiées d'initiales peuvent résulter d'un recours au 311 ou avoir été planifiées dans le cadre du contrôle systématique des quartiers[7].

La combinaison des champs *INSPECTION_TYPE* et *RESULT* (qui lui est conditionné) dessine4 scénarios :

- Une inspection initiale a lieu à la suite d'un signalement ou à une visite dans le cadre du programme systématique dont le résultat est variable (rien à signaler, signesd'activité, éléments problématiques), des mesures sont prises si nécessaire,
- Une inspection de conformité (vérification) a lieu dont le résultat est lui aussi variable,des me-

5 La création narrative à partir des flux de données permet de retrouver cette humanité : « Tenter de raconter des histoires à partir de flux de données, c'est travailler sur cette rupture initiale, celle qui s'opère entre les données et la réalité du monde d'où elles sont issues, la factualité, les liens de causalité. La façon dont le contexte disparait lorsque les informations sont stockées sous forme de petites unités manipulables. La fiction a toute sa place ici. Elle vise, lors du traitement, à combler une partie de ces lacunes, à réinjecter l'humanité qui s'était perdue. » (Chambefort, 2019 : 145)

6 Dans le cadre d'une création narrative, ces lacunes laissent le champ libre pour imaginer les habitants et les fonctionnaires en guerre contre les rats. Le récit de fiction peut également faire des rats et souris des agents alors que les données les cantonnent à des objets.

7 L'analyse quantitative des données du 311 et des données d'inspection depuis 2010 indique que les inspections résultant d'un signalement au 311 représentent environ 22 % des inspections initiales.

sures peuvent être prises également à ce moment-là,

- Le dératiseur vient poser ou contrôler des appâts,
- Il réalise un nettoyage (enlèvement des ordures et des encombrants).

Le cadre temporel (*when ?*)

Les données temporelles des rapports d'inspection se limitent à la date d'inspection (*INSPECTION_DATE*) et à la date d'approbation de l'inspection par le superviseur (*APPROVED_DATE*). Cette information fait apparaître le processus de validation pour les ré- utilisateurs potentiels. Une donnée temporelle intéressante fait son apparition, le nombre d'interventions concernant un même problème. Ce champ, nommé *JOB_PROGRESS*, est un numéro séquentiel calculé à partir du champ *JOB_ID*. Il indique la progression du travail dansle temps. Nous avons relevé jusqu'à 175 interventions pour un même problème. Les informations temporelles sont donc très lacunaires et morcelées, sauf pour le suivi des inspections qui permet de relier des événements entre eux et de constituer un embryon de récit.

Le cadre spatial (*where ?*)

Les données ouvertes relatives aux inspections utilisent les mêmes référentiels que le suivi du 311 en détaillant particulièrement le système cadastral (possibilité de rechercher par *Borought*,par *Block* ou par *Lot*).

Représentation spatiale et usages

La granularité des référentiels spatiaux renvoie aux multiples échelons des acteurs enrôlés et des usages projetés (tension local/global, Flichy, 2013 : 82). Les données d'adresse correspondent au système le plus directement compréhensible pour un humain, pour un passant,le nom des rues et le numéro des maisons étant matériellement présents dans l'espace réel. Lessystèmes de coordonnées GPS et State Plane sont facilement utilisables par des machines pourafficher un repère sur une carte. Le système cadastral est adapté à la rationalisation du travail de l'administration : il permet une couverture exhaustive du bâti pour la programmation des tournées d'inspections. Sa granularité sur trois niveaux permet d'intégrer différents échelons d'organisations collectives[8].

La combinaison de ces systèmes permet de couvrir l'ensemble des usages prévus, le choix deschamps de données se fait en effet en fonction des vues/visualisations projetées (tension fonctionnement technique/usage, Flichy, 2013 : 78). Les différents usages sont autant de récitsen devenir :

8 La stratégie de lutte contre les rats repose sur trois niveaux d'implication : le niveau du citoyen (What you can do), celui de la communauté (Working in Your Community) et celui de l'administration (How can we help you ?). Le niveau de la communauté est particulièrement mis en valeur et décliné à différentes échelles spatiales : « Business Improvement Districts (BIDs), Community District Managers, block associations, community groups and residents can work together to take actions to prevent infestation and respond to rats. Here is what you and your neighbors can do : (…) » ; « Les Business Improvement Districts (BID), les gestionnaires de district communautaire, les associations de blocs, les groupes communautaires et les résidents peuvent travailler ensemble pour prendre des mesures pour prévenir l'infestation et apporter une réponse au problème des rats. Voici ce que vous et vos voisins pouvez faire : (…) » (https://www1.nyc.gov/site/doh/health/health-topics/rats-working-in-your-community.page, consulté le 14/07/2020, nous traduisons).

Usage interne :

- Programmer l'action des services municipaux ;
- Mesurer la performance de ces services.

Usage externe :

- Informer les acteurs locaux : médias et associations citoyennes ;
- Permettre le développement de services innovants.

CouPle municipalité/habitants

- Aider les habitants, en transmettant leur signalement à l'administration compétente ;
- Les impliquer dans l'action collective.

La localisation de l'événement permet tout à la fois :

- de router l'information ;
- de représenter/penser les données ;
- d'agir.

Les données peuvent également faire l'objet d'usages détournés qui devront s'accommoder deces champs de données, par exemple :

- prédire l'évolution de la valeur immobilière dans un quartier ;
- utiliser les données à des fins artistiques.

Les indications spatiales disponibles dans les données ouvertes ont perdu tout aspect relatif. Lepoint de vue du témoin est totalement gommé. Les référentiels absolus pourraient tout aussi bien décrire des faits qui ne seraient pas humains. Le témoin oculaire se trouve assimilé à un capteur. Le point de vue du personnel de dératisation est occulté également au profil de l'actioncollective. Le périmètre de son action est globalisé et standardisé par le recours au système cadastral qui permet la rationalisation du travail. La création narrative permettra de réinjecter du sens et des liens dans cet espace urbain morcelé (Chambefort, 2019).

Le fil narratif est-il rompu ?

Entre l'événement initial (le signalement d'un témoin) et l'action du service municipal, le liende causalité existe puisque certaines inspections ont bien lieu à la suite de signalements. Mais la représentation de ces

événements au travers des données publiques permet-elle d'y accéder ?Est-il possible de retisser le fil du récit grâce aux données spatiales et temporelles ? Les réponsesapportées aux personnes qui ont fait un signalement sont peu précises : au mieux, une inspectionsera programmée ou une réponse appropriée sera apportée, sinon il faudra téléphoner au servicedans un mois ou consulter le site internet. Chaque signalement auprès du 311 comporte un identifiant unique (*UNIQUE_KEY*) mais cet identifiant n'est pas repris dans les champs de données des inspections. Il n'est donc pas possible de relier directement une inspection à un signalement. La seule façon d'y parvenir est d'utiliser les données spatiales et temporelles pouropérer des recoupements : rechercher par exemple toutes les données du 311 et toutes celles des inspections relatives à une adresse puis classer les événements par ordre chronologique. Cette opération laborieuse permet de reconstituer le récit de ce qui s'est passé à cette adresse. Ainsi,le 4 février 2013, un rat a été signalé par téléphone au 504 de la 126e rue Ouest. Le 19 février, une inspection a constaté des traces d'activité et a permis de prendre les mesures adéquates. Le6 mars, une nouvelle inspection a permis de constater que tout était rentré dans l'ordre. Voilà toutes les informations narratives disponibles dans les données ouvertes.

Conclusion

Quel type de récit émerge de ce processus ? Nous avons constaté une rupture complète entre les données des signalements et les données des inspections. Chaque réservoir d'information est cloisonné, empêchant d'avoir accès à l'une des propriétés sémantiques essentielle au récit, l'enchaînement causal[9]. Le formulaire du 311 recueille les témoignages individuels des citoyens. Les données ouvertes sur les inspections rendent compte de l'action du service de dératisation. Faisant l'interface entre ces deux mondes, les données ouvertes du 311 nepermettent pas au citoyen de mesurer sa contribution à l'effort collectif. Dans un modèle participatif de citoyenneté, le système d'information urbain pourrait construire progressivement, à travers la refiguration de l'expérience temporelle[10], un récit englobant de type épopée : un récit collectif véhiculant des valeurs, celles de l'*empowerment* (Paquienséguy& Dymytrova , 2018 : 223). Il n'en est rien.

L'approche narrative du système d'information urbain révèle l'ambiguïté de la place du citoyendans la stratégie de lutte contre les rats du Département de la Santé et de l'Hygiène Mentale dela Ville de New York (DOHMH). L'appel au 311 n'est pas valorisé comme contribution[11]. L'hésitation du vocabulaire souligne cette ambiguïté : s'agit-il de signalements (*reports*), de demandes de service (*requests*) ou de plaintes (*complaints*) ? L'administration expose son action sans se référer aux signalements des citoyens. Le modèle présenté dans les pages *Rodent* du *NYC Health* oscille entre le participatif[12] et le coercitif et valorise un niveau intermédiaire, celui de la communauté.

Intégrer l'approche narrative dans la conception des portails métropolitains de l'*opendata* afinde créer un récit englobant dans lequel les micro-récits individuels viendraient s'enchâsser nous semble être une piste

9 Voir Revaz (2009 : 100)

10 La mimèsis III de Ricoeur (1983).

11 Le portail NYC Health relègue la référence au service du 311 dans une liste de ressources additionnelles. Au contraire, les citoyens sont invités sur plusieurs page web à consulter le Rat Information Portal qui permet de visualiser les inspections sur une carte interactive. http://maps.nyc.gov/doitt/nycitymap/template/?applicationName=DOH_RIP (consultée le 13/07/2020).

12 L'administration offre la possibilité au citoyen de passer du statut d'adjuvant, rapporteur de « ce qui arrive », à celui de héros, celui qui agit. Pour cela, des cours sont proposés au sein de la rat academy. Les participants se voient récompensés : ils peuvent gagner, par tirage au sort, une poubelle résistante aux rongeurs («Free rodent- resistant garbage bins will be raffled off to participants who register for the event below »).

intéressante pour rendre la ville plus intelligente. À défaut d'être un commun (Larroche, Peyrelong, Beaune, 2018), les données ouvertes peuvent aussi raconter noshistoires et les intégrer dans une épopée collective à laquelle nous pourrions adhérer.

Bibliographie

Chambefort, F. (2019). Construction du sens dans le Data Art. *Information, Communication etHumanités numérique. Enjeux et défis pour un enrichissement* épistémologique, Edition Accent, 143-155.

Courmont, A. (2016). *Politiques des données urbaines : Ce que l'open data fait au gouvernement urbain* [Ph.D. thesis, Fondation nationale des sciences politiques].

Denis, J., & Goëta, S. (2013). La fabrique des données brutes. Le travail en coulisses de l'opendata. *Penser l'écosystème des données. Les enjeux scientifiques et politiques des données numériques*.

Flichy, P. (2013). Rendre visible l'information. *Reseaux*, *n° 178-179*(2), 55-89. Gervais, B. (1990). *Récits et actions : Pour une théorie de la lecture*. Le Préambule.

Larroche, V., Peyrelong, M.-F., & Beaune, P. (2018). L'ouverture des données publiques : Un bien commun en devenir ? *tic&société*, *12*(1), 255-281.

Paquienséguy, F., & Dymytrova, V. (2018). Open data et métropoles, les enjeux d'unetransformation à l'œuvre. Analyse sémio-pragmatique d'un corpus de portails métropolitains.*Questions de communication*, *34*(2), 209-228. Cairn.info.

Picon, A. (2018). Villes et systèmes d'information : De la naissance de l'urbanisme moderne à l'émergence de la smart city. *Flux*, *1*, 80-93.

Revaz, F. (2009). *Introduction* à *la narratologie action et narration*. De Boeck. Ricœur, P. (1983). *Temps et récit Tome I L'intrigue et le récit historique* (Éd. du Seuil).

CHAPITRE 3

ESPACES NUMÉRISÉS ET ESPACES NUMÉRIQUES

Pharmaphone : vers des espaces sans l'autre

Pharmaphone : to spaces without each other

David Galli, Docteur en SIC, ATER UFR IngémédiaLaboratoire IMSIC,
Université de Toulon et Aix-Marseille Université
david.galli@univ-tln.fr

Mots clés : Espace de la rencontre ; Communication humaine ; Méthode dynamique ; Smartphone ; Adolescents.

Keywords: Meeting space; Human communication; Dynamic method; Smartphone; Teenagers.

Résumé : Cette contribution vise à poser les premiers résultats d'une méthode de recherche dynamique, en mouvement, centrée sur la création d'espaces dédiés aux rencontres physiques. Cette méthode est une réponse à un phénomène contemporain : la communication entre les humains est de plus en plus troquée contre des « espaces sans l'autre » où seul le smartphone nous fait face. Pour revenir aux espaces de la communication des corps et observer ce que ceux-ci transforment chez le chercheur qui s'y risque, nous abordons deux expériences en lien avec nos recherches sur le terrain spécifique des adolescents. D'une part, la mise en place de « récitsde vie » qui laissent surgir l'inattendu et relancent les hypothèses de recherche ; d'autre part, l'organisation d'un « colloque contributif » où les adolescents sont amenés à se confronter aux chercheurs pour créer ensemble de nouvelles idées. À chaque fois, la rencontre physique en face-à-face, dans un même espace, est au cœur des discussions.

Abstract: This contribution aims to lay down the first results of a dynamic research method, inmotion, centered on the creation of spaces dedicated to physical encounters. This method is a response to a contemporary phenomenon: communication between humans is increasingly swapped for «spaces without the other» where only the smartphone faces us. To come back to the spaces of communication of bodies and to observe what these transform in the researcher who risks it, we approach two experiments in connection with our research on the specific fieldof adolescents. On the one hand, the setting up of «life stories», which allow the unexpected toemerge and relaunch research hypotheses; on the other hand, the organization of a contributory symposium where adolescents are brought to confront researchers to create new ideas together.Each time, the physical face-to-face meeting, in the same space, is at the heart of the discussions.

Pharmaphone : vers des espaces sans l'autre

David Galli

Dans cette contribution, nous posons les premiers résultats d'une méthode de recherchedynamique, en mouvement, centrée sur la création d'espaces dédiés aux rencontres physiques. Cette méthode est une réponse à un phénomène contemporain : la communication entre les humains est de plus en plus troquée contre *des espaces sans l'autre*, où seule la machine nous fait face. Il s'agit alors de la chambre dans laquelle l'adolescent s'enferme pour protester contrele monde grâce aux messages de son smartphone, comme le bureau dans lequel nombre de salariés s'isolent pour arpenter l'écran de leur ordinateur. À chaque fois, le corps de l'autre disparaît. Ce n'est pas seulement une image ou un visage qui s'échappe, mais la chair même d'un autre être vivant qui quitte l'espace. La présence physique est marquée par la proximité d'une force biologique, incarnée par un corps, et ressentie aussi bien comme chaleureuse qu'oppressante lorsque l'on communique. Disons-le tout de suite : la communication humaine nous perturbe, et on tente d'y échapper. Aussi, cette communication, en face-à-face, que les machines tentent de la réduire (Besnier, 2012), ne devient-elle pas un point d'appui dont on peut se saisir en Sciences de l'information et de la communication (SIC) pour comprendre ce qu'est la communication entre les corps ?

Par « communication humaine »[1], nous entendons une communication qui ne peut être entièrement réduite par la technique (Renucci & Paquot, 2019). Il y a un reste irréductible qui est de l'ordre de la relation[2] et de la chair. *A contrario*, la traduction automatique de la communication en information provoque une perte. L'efficience du symbolique est diluée en signaux numériques par un « dispositif de réduction », dans la lignée de ce qu'avaient imaginéles premiers penseurs de la cybernétique (Wiener, 1948). Pour notre contribution à ce Congrèsde la SFSIC, nous verrons ici le cas du smartphone : ce n'est pas tant les données que ce dernier met en perspective qui nous stimule, mais plutôt sa technologie qui dirige les êtres humains vers *des espaces sans l'autre*. Au moment où l'on préfère échanger de plus en plus de messages,à distance, loin des espaces où les corps se rencontrent, nous nous proposons d'imaginer de nouveaux espaces qui sont à l'envers de cette vision entropique des rapports humains. Ci-après,nous aborderons deux méthodes, basées sur le même impératif de la « rencontre » dans des espaces physiques : les *récits de vie* d'une part, et l'organisation d'un *colloque contributif*, « *Pharmaphone* »[3] (Galli & Renucci, 2020), d'autre part. À chaque fois, les adolescents sont au centre de notre travail car il s'agit d'une population que nous connaissons (ils ont été au cœur de notre thèse de doctorat en SIC), mais aussi car ils représentent la société de demain, dont l'enjeu est, et restera, la préservation d'un espace pour la communication humaine.

1 Nous avons à ce propos fondé l'Observatoire de la communication humaine en 2019 avec Franck Renucci : un groupement de chercheurs attentifs à l'évolution des relations physiques au moment où les machines, comme le smartphone, proposent de réduire les rencontres humaines.

2 La relation, humaine justement, est une thématique en SIC qui a fait l'objet d'un numéro récent (48) dirigé par Pascal Lardellier et Sylvie Parrini-Alemanno « Communication interpersonnelle et relation » de la revue MEI.

3 Il s'agit d'un néologisme que nous avons proposé dans un article de 2019, concept moteur du colloque européen éponyme que nous avons organisé, ainsi que de l'ouvrage collectif Pharmaphone : la voix des adolescents (2020).

Remèdes pour les espaces de la rencontre

Au moment où l'adolescence est marquée par des bouleversements universels et vitaux importants, le smartphone est présenté comme un remède aux incommunications (Wolton, 2012) des relations humaines à cette période. Quand son corps lui échappe, l'adolescent semble en effet préférer la sûreté de la machine, froide et sans émotions. L'autre humain est, lui, en revanche, cet être inattendu que l'on ne peut contrôler comme une interface numérique. Impossible d'anticiper, alors le smartphone intervient. Il est comme tous les objets techniques et créations artificielles : un pharmakon, à la fois remède et poison (Stiegler, 2018).

Le smartphone est donc d'abord un remède. Il semble l'être en tout cas, pour ces adolescents du XXIème siècle. Le smartphone serait une médication pour ce que l'on appelle l'*homéostasie*[4] de l'adolescent : après une perturbation, le smartphone pourrait rétablir l'équilibre des sentiments. D'ailleurs, cela ne concerne pas que lui : comme autre exemple, pensez à tous ces moments où l'on se sent seul après une rupture amoureuse ! Le smartphone vient répondre à une problématique que l'autre humain ne peut pas toujours solutionner dans l'instant présent : le soutien, la tendresse, les mots. Ces remèdes ne sont-ils pas efficaces dans la proximité d'un espace physique où les corps se rencontrent et se touchent ? Pour les adolescents, le smartphone peut être un remplaçant. L'autre humain peut rester dans un autre espace, à distance, pourvu qu'il réponde aux messages sur son smartphone. Cette conception du remède homéostatique est une vision statique, mathématique, qui fait référence à l'héritagede la première cybernétique et plus tard des systèmes « autorégulés » où l'autre disparaît. Cettemécanique résulte sur un système fermé, comme si l'humain pouvait évoluer seul. Sans un autrecorps, l'adolescent ne pourra se construire. L'humain n'est pas un automate-consommateur où la rencontre avec le corps de l'autre se réduirait à des instants de plaisir. Dans chaque rencontre,il y a une dose d'obstacle qui relance l'envie de se retrouver.

Poisons pour les espaces de la rencontre

Aujourd'hui, comment l'adolescent répond-il à cet enjeu d'équilibre de son*homéostasie* ? Pour avancer sur cette idée, nous avons investi ces dernières années les espacesphysiques où se rencontrent les adolescents. En empruntant certaines propositions d'Yves Winkin[5] (2001), nous observons régulièrement les adolescents dans leur milieu, aux côtés de leurs pairs, mais aussi là où ils sont seuls, dans leur déplacements du quotidien par exemple[6]. On constate très vite ce qui a été vu sur d'autres terrains (Turkle, 2015) : les inconvénients de la communication sont délaissés au profit de dispositifs d'information comme le smartphone. La relation devient simplifiée, les expériences plus compliquées sont gommées. L'adolescent tente d'atteindre une sorte d'*homéostasie artificielle*, sans emprunter la communication humaine des corps qui se scrutent et souvent, s'affrontent. Or là aussi, on observe très vite quele mécanisme de stabilité de la machine n'est

4 Dans Théorie générale de l'information et de la communication (1976) Robert Escarpit montrait déjà que la cybernétique a participé aux fondements des Sciences de l'information et de la communication à travers des notions comme l'homéostasie. Ce concept, d'abord emprunté à la biologie et à la médecine, peut être entendu comme un équilibre « dynamique » et vivant dans notre cas, mais aussi comme un équilibre « statique » et inerte lorsqu'il s'agit du fonctionnement des machines (robots, processeurs, smartphones…).

5 Dans un entretien effectué avec lui le 4 juin 2019 à Paris, il nous encourageait à garder une méthode basée sur l'observation dans des espaces de recherche physiques : autrement dit, à privilégier les espaces du face-à-face plutôt que les ethnographies en ligne qui se développent dans les recherches en SIC.

6 Nombre de ces observations sont présentées dans notre thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, et nous poursuivons ce travail anthropologique encore aujourd'hui.

pas transposable à celui de l'être humain. Il y a des points de butée, éléments irremplaçables, irréductibles à l'information numérique, qui sontautant de points d'appui (Renucci, 2014) pour définir ce que peut être la communication humaine, physique, en Sciences de l'information et de la communication.

Le smartphone est donc aussi un poison. L'adolescent a un corps et des sentiments : sonhoméostasie le pousse à l'exploration, à se tourner vers l'autre, à communiquer en face-à-face,à « s'attacher » à ses pairs. Il s'agit d'une homéostasie en mouvement, dynamique, ouverte à lanouveauté ! Une homéostasie qui doit faire face à une bousculade de doutes chez l'adolescent : l'image que les autres lui renvoient est capitale. L'adolescent vacille entre la crainte d'être dévoilé et le besoin d'être regardé. Mais continuellement, face à son smartphone, l'adolescent ne se dévoile pas, si ce n'est à cette machine qui capte ses données et ne lui renvoie aucune chaleur, aucun regard, pas même un sourire. Le visage de l'autre qui fait discontinuité disparaîtderrière l'écran, loin de l'espace physique de la rencontre. Peu à peu, l'adolescent pénètre dansune pluralité temporelle dont il ne peut saisir tous les tenants. Il va au plus rassurant pour lui etessaie d'éviter ce qu'il ne peut anticiper, à nouveau. L'écran et ses artifices informationnels devancent alors le temps long de la rencontre physique. Et voilà que l'adolescent s'enferme dans un bouclage toxique.

Attardons-nous en deux mots sur un exemple : *la voix*[7]. Depuis la première ligne en 1876, le téléphone s'est proposé comme un moyen technique pour atteindre l'autre dans des espaces à distance : mais il n'est pas « smart » au point de remplacer le corps d'un interlocuteur.Se détournant de son rôle premier, il est même à présent un compagnon qui écarte la voix des conversations entre les adolescents. La voix devient une donnée comme une autre, découpée enmessages vocaux sur les messageries numériques. On consomme de la voix comme onconsomme de la *data*. Les espaces physiques que sont la chambre à coucher ou les toilettes montrent un adolescent seul, dans un échange avec sa machine, croyant être relié à l'autre. Maisles corps ne se voient pas, ne se touchent pas, ne se sentent pas. L'expérience physique qui inscrit l'autre humain dans le corps de l'adolescent ne se fait pas. On voit seulement l'adolescent « connecté » à la machine, selon une étrange attache cybernétique. C'est le quotidien des espaces sans l'autre.

Méthodes pour les espaces de la rencontre

Quand les corps s'écartent de plus en plus et que les espaces de la rencontre sont de moins en moins sollicités, vers quels espaces peut-on se tourner pour continuer à explorer ce que peut être la communication physique entre les humains ? Au moment où nous sommes, chercheurs comme adolescents, davantage sur nos écrans que face aux autres, on peut trouver des méthodes qui s'appuient sur cette nouvelle configuration des relations pour questionner ce que devient la communication. Dans cette contribution, nous accentuerons sur trois points quenous installons au cœur de la création d'espaces propices à la communication humaine :

- La rencontre des corps pour créer de l'incompréhension ;
- La confrontation pour favoriser le surgissement d'idées ;
- La parole pour introduire de l'inattendu ;

7 « Phone » en grec ancien, point de départ du néologisme « Pharmaphone » qui contient à lui seul la problématique de l'évacuation progressive du corps et de la voix (et plus largement de la communication humaine) dans l'utilisation du téléphone.

L'enjeu est de traduire ces fondements théoriques en méthode. Ci-après, nous aborderons deux possibilités éprouvées avec plusieurs autres chercheurs : le *récit de vie*, et le *colloque contributif* ouvert à la société civile. Dans ces deux cas, nous créons un espace physique qui permet de faire avancer la recherche en produisant une série de rencontres.

Dans un premier temps, il y a le « récit de vie » que nous pratiquons depuis plusieurs années. On l'a utilisé pour comprendre en quoi le smartphone impacte l'homéostasie des adolescents, mais surtout dans quelle mesure cette rencontre en face-à-face nous impacte nous-même, chercheur en SIC. Cette direction provient d'un cadre théorique que nous avonsrapidement esquissé plus haut : pour déceler ce que peut être la communication entre les humains, il ne faut pas la chercher là où il n'y a plus qu'une relation avec la machine. Analyserle web ne nous permettra pas de déceler ce qui résiste à ce « tout numérique », il faut descendresur le terrain des corps. Cette première méthode consiste donc à revenir à l'observation d'abord,puis à la parole grâce à des *récits de vie* d'adolescents. Ce dernier exercice s'organise comme une narration des relations d'attachement[8] de l'individu. L'adolescent choisit de nous parler d'un ami, d'un camarade, d'une cousine, en se remémorant la relation.

Mais ce qui nous intéresse dans ce travail anthropologique n'est pas tant les trajectoiresde vie des êtres que ce que leur narration provoque chez nous, en tant que chercheur, au momentoù l'on s'exprime dans le présent d'un entretien. Certains mots s'échappent, d'autres résistent,puis des sentiments sont évacués jusqu'à ce qu'ils impactent notre propre corps. Au cœur de cette rencontre, nos hypothèses changent, puis nos lectures bifurquent. S'il fallait citer un seulexemple issu de notre corpus de travail, retenons celui-ci : Mamel, un adolescent de quinze ansque nous suivons[9], nous a raconté sa rencontre amoureuse avec une camarade de classe au coursd'un récit de vie. Quand cette dernière lui a pris la main, le teint de l'adolescent a viré au rouge accompagné d'une contraction de ses « *boyaux* ». Comme il dit souvent avec ses mots : « *c'estla gênance !* ». Il nous a avoué que c'est l'une des situations embarrassantes en public qu'il évite aujourd'hui grâce à son smartphone. Cette idée – mélangée à d'autres plus inattendues – a trotté dans notre esprit jusqu'à nous rapprocher du sentiment d'*embarras* dans nos lectures, mais aussi sur le terrain, et enfin dernièrement dans plusieurs de nos productions scientifiques (Galli, 2018). D'un récit de vie, les mots et les expressions transforment le devenir des préoccupations du chercheur.

Dans un second temps, et dans le prolongement de cette idée, nous avons organisé un colloque européen, « *Pharmaphone* », dédié à la question de l'impact du smartphone sur les relations humaines. Dans ce cadre, nous avons convié les adolescents avec leurs enseignants àl'événement. L'objectif de cette autre facette de la méthodologie, originale en SIC et plus largement en sciences humaines, est de produire de la connaissance de manière « contributive »,avec les chercheurs, dans un espace d'échange en commun. Des écrits sont produits par les adolescents, les paroles sont enregistrées, les opinions et narrations discutées. Nous choisissonsdes thèmes de tables rondes marqués comme « *Nous avons des émotions !* », « *Je suis un carrefour d'informations* » ou encore « *Tous connectés* ». Des chercheurs-contributeurs commeDominique Wolton (revue Hermès, CNRS), Fabienne Martin-Juchat (PR SIC), Pascal Lardellier (PR SIC), Vincent Liquète (PR SIC), Imad Saleh (PR SIC) ou Anne Cordier (MCF HDR) débattent dans un espace dédié aux côtés des adolescents mais aussi d'entreprises, d'associations et d'autres acteurs de la société civile.

Au cours des deux jours de ce colloque labellisé par la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication, les 15 et 16 janvier 2020[10], les 500 participants de l'événement se sont retrouvés autour de conférences-débats, tables rondes, ateliers de conversation et discussions informelles. Aussi, on peut évidemment se demander en quoi un telexercice, basé sur les prouesses de l'espace physique, en présentiel,

8 En référence aux travaux relevant des théories de l'attachement depuis John Bowlby (1950) jusqu'aux relations contemporaines que nous avons mis en perspective dans un autre texte (2019).

9 Les adolescents interrogés participent à un projet pédagogique, « Danse à l'Opéra », mené par une enseignante du lycée Dumont d'Urville à Toulon. Ce cadre de travail nous permet de négocier le terrain à chaque fois pendant plusieurs mois avant de lancer un récit de vie.

10 Programme complet sur : www.pharmaphone.org.

a transformé les participants ? *A posteriori*, on note au moins certaines bifurcations théoriques du côté des chercheurs avec qui nous avons pu discuter. Il y a eu aussi des centres d'intérêts inattendus de la part des adolescents : plusieurs sujets sont revenus sur la table lors de cours avec leurs enseignants, au lycée, après l'événement. Au-delà des idées relevées lors du colloque qui ont permis de composer les publications et les actes du colloque, *Pharmaphone* a également lancé une dynamique de conversation entre des chercheurs pour qui la rencontre physique et donc, la communication humaine, est au cœur de leurs préoccupations[11].

En conclusion, retenons qu'en produisant des espaces physiques, nous nous décentronsde la logique « auto » qui nous écarte les uns des autres. C'est cette même logique qui nous engage au quotidien avec nos machines. Si ces dernières nous apportent des outils pratiques auquotidien, elles participent à la toxicité de situations récurrentes qui écartent nos corps et réduisent la communication en face-à-face. Pour un chercheur comme pour un adolescent, l'enjeu est pourtant le même : satisfaire l'homéostasie, la *dynamique* de vie. Que dire de cette dynamique quand le mouvement du corps disparaît avec l'espace physique ? Le mouvement produit des décalages. Il suffit parfois de sentir la chair d'un autre se rapprocher pour nous voirbrusquement nous redresser. Nous attendons, prêts à faire surgir une nouvelle orientation pournos idées. Au fond, deux corps qui se rencontrent savent-ils à quoi s'attendre ? L'espace physique de la communication humaine provoque des rencontres et, avec elles, d'autresdirections pour les conversations, les regards, les concepts. C'est parfois l'occasion d'échangerquelques mots, comme en colloque, lorsque les paroles se mélangent pour créer du nouveau (Ansermet & Magistretti, 2010). Espérons pouvoir retrouver cette formule, loin de la réduction cybernétique des visioconférences. Bifurquons dans l'espace d'Echirolles.

Bibliographie

Ansermet, F., & Magistretti P. (2010). *Les Énigmes du plaisir*. Odile Jacob. Besnier, J. M. (2012). *L'Homme simplifié: Le syndrome de la touche* étoile. Fayard.

Escarpit, R. (1976). *Theorie Generale de L'information et de la Communication*. Hachette.Galli, D. (2018). « L'embarras en communication ». *Hermès, La Revue*, 82 (3), 21-29.

Galli, D. (2019). « La question de l'attachement ». *Les Cahiers de la SFSIC*, (16), Carte blancheaux jeunes chercheurs.

Galli, D., & Renucci, F. (2020). *Pharmaphone : la voix des adolescents*. De Boeck Supérieur.Renucci, F., & Paquot, T. (2019). « Introduction générale : incommunications et autres acommunications ». *Hermès, La Revue*, 84(2), 9-12.

Renucci, F. (2014). « L'homme-interfacé, entre continuité et discontinuité ». *Hermes, La Revue*,(1), 203-211, 2014.

Stiegler, B. (2018). *Qu'appelle-t-on panser ? : Tome 1, L'immense régression*. Les Liens quilibèrent.

11 Ces conversations régulières se sont échelonnées jusqu'à aujourd'hui, en prévision de l'organisation de la deuxième édition du colloque européen Pharmaphone.

Turkle, S. (2015). *Seuls ensemble : De plus en plus de technologies, de moins en moins derelations humaines*. Editions L'échappée.

Wiener, N. (2014). *La Cybernétique. Information et régulation dans le vivant et la machine:Information et régulation dans le vivant et la machine*. Seuil.

Winkin, Y. (2001). *Anthropologie de la communication* (Nouv. éd.). Seuil.Wolton, D. (2012). *Indiscipliné: 35 ans de recherches*. Odile Jacob.

La *smartfiction*, quand l'environnement numérique fictionnels'hybride à l'environnement numérique personnel.

Smartfiction*, when fictive digital environment crosses with personal digital space.*

Manon Picard, doctorante en info-com, chargée d'étude sur les fictions interactives à collectif Or Normes
Université de Technologie Compiègne, laboratoire COSTECH, équipe EPIN
manon.picard@utc.fr

Mots-clés : smartfiction, notifiction

Keywords : *environment, smartfiction*

Résumé :

Fiction numérique et interactive à lire sur son smartphone, la smartfiction est un format de récit qui se caractérise par la reproduction des codes esthétiques, sociaux et techniques d'un smartphone. À partir de là, de quelle manière sont construits, reçus et articulés les récits de vie defiction incarnés par le lecteur et les récits de vie personnels co-construits par l'usager avec autrui via le canal communicationnel qu'est le smartphone ?

Abstract :

Digital and interactive fiction designed to be read on a smartphone, smartfiction is a specific story format that is defined by the replication of aesthetics, social and technological codes of smartphone usage. From there on, how are built, received and put together the stories of fictive accounts embodied by the reader, and the personal accounts co-constructed by the user with others, using the smartphone as a communicative channel?

La *smartfiction*, quand l'environnement numérique fictionnel s'hybrideà l'environnement numérique personnel

Manon Picard

Depuis la démocratisation des smartphones, de nouvelles formes de récits apparaissent depuis plusieurs années, et sont actuellement en augmentation sensible : les fictions interactives à liresur smartphone, autrement dit les *smartfictions.* Les premières *smartfictions* qui apparaissentdans le paysage de la culture de l'écrit sont les *cell phone novels*. Elles sont nées au Japon avec Takatsu[1], il y a 20 ans, et sont accessibles en anglais depuis 2008. Dans ces *phone novels*, le lecteur lit une histoire au fil des SMS échangés entre les personnages de l'histoire. Les *cellphone novels* sont donc lues via le téléphone portable, support de diffusion et support de création. C'est également à partir d'un téléphone portable que les premières smartfictions ont été créées. L'outil de création conditionne le format de lecture. Aujourd'hui, les histoires jouées selon le design narratif d'un échange SMS entre différents personnages sont appelées *chatstories.* Les *chatstories* sont des applications offrant un large catalogue d'histoires jouées au format SMS, aujourd'hui disponibles sur *App Store* et *Play Store*. Leur consommation est rapide,elle se corrèle au rythme de vie des personnes d'aujourd'hui : un rythme de vie soutenu, ponctué de trajet en bus, en métro, d'attentes que nous les usagers pallient par diverses occupations. Ces moments d'attentes sont des moments d'écran. Les usagers consultent leur smartphone pour "passer le temps". Ce sont dans ces moments là, par exemple, que la *chatstory* est consommée.

D'autres types de smartfictions sont depuis apparues : *LostPhone, PhoneFiction* et *MediaFiction*.

- *LostPhone* : histoire conçue à partir de la saisie de l'identité d'un personnage selon les contenus hébergés au sein d'un smartphone.
- *PhoneFiction* : histoire basée à partir du design d'un smartphone.
- *MediaFiction* : différents médias convoqués pour construire l'univers de fiction.

Ces smartfictions sont récemment arrivées dans le paysage de la culture de l'écrit, et il est intéressant de se demander si elles présentent des spécificités en matière de narration.

Problématique

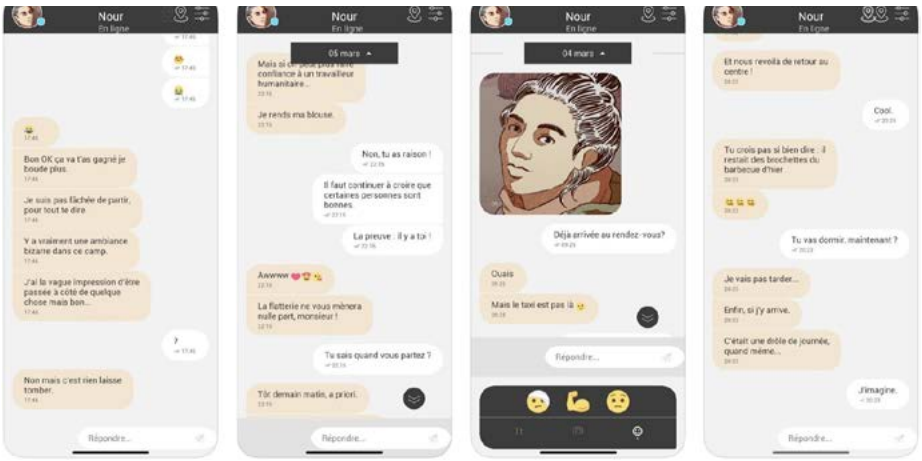
On constate que les ***smartfictions*** s'appuient sur les pratiques ordinaires du smartphone et le design des applications usuelles (comme les applications de discussion instantanée), qu'elles reproduisent et qu'elles

1 Interview de Takatsu, en ligne : http://stakatsu.com/cell-phone-novels/

déjouent. Une question se pose dès lors : le support smartphone permet-il un nouveau genre de jeu entre réel et fiction, ou encore déplace-t-il ce jeu par rapport à d'autres supports plus *traditionnels* de narration ?

Développement

Ci-suit, deux exemples de smartfiction pour déterminer cet objet de lecture relativement récent dans le paysage de la culture du récit interactif. *Enterre-moi mon amour* est l'histoire de "Nour", une jeune syrienne qui quitte son pays pour rejoindre un des pays d'Europe afin de se promettre un avenir meilleur.



Captures d'écran de la smartfiction Enterre moi mon amour.

Le lecteur suit son périple en simili temps réel et en incarnant le personnage "Madj", le compagnon de "Nour". En focalisation interne, le lecteur suit l'évolution de ce périple au sein d'un espace dialogique qui, esthétiquement, est similaire à l'espace de discussion instantanée de type *What's app*. L'environnement fictionnel de cette smartfiction est limité par la structure diégétique du récit apparaissant au sein d'un seul espace, un seul territoire, celui d'un simili de conversation instantanée. "Simili" parce que le lecteur progresse dans cette discussion fictionnelle en sélectionnant telle ou telle réponse pré-rédigée par les auteurs, puis valide l'envoi du message pré-écrit pour répondre à "Nour". Ainsi, le monde fictionnel est régi selon des règles techniques structurant les actes narratologiques pré-déterminant le comportement du lecteur/usager. Ici, contrairement à une pratique ordinaire qui mettrait en jeu un conversation de type *1 to 1* (le discours entretenu entre deux entités se construit au fil des messages échangés sans modalités particulières), la conversation fictionnelle repose sur une dynamique discursive du *1 by 1*. La discussion se construit selon les unités discursives pré-programmées et émises selon une temporalité pré-définie. En tant que compagnon fictionnel de "Nour", la pratique conversationnelle dépend des règles techniques et narratologiques propres à ce monde fictionnel.

Si *Enterre-moi amour* est une fiction à lire au sein d'un seul espace diégétique, la smartfiction *Ana the Game* est spatialisée selon divers espaces fictionnels hébergés au sein d'une seule et même application. À lire et/ou à jouer à la première personne (point de vue interne), le lecteur/joueur visite une pluralité d'espaces diégétiques hébergeant les contenus pour progresser dans cet environnement fictionnel.

Captures d'écran de la smartfiction Ana the Game.

Esthétiquement, l'environnement diégétique représenté ici est similaire à un environnementnumérique personnel. Le lecteur/joueur doit visiter les différents contenus en allant d'applicationfictionnelle en application fictionnelle (SMS, Notes, Album photo/vidéo, Calendrier etc.) pour prendre connaissance de la nature des relations sociales, intimes et professionnelles mises en jeu entre le personnage joueur que le lecteur/joueur incarne et les personnages non joueurs qui participent à la construction de la diégèse. L'histoire du "Je Fictionnel" que le lecteur/joueur incarne se co-construit avec les autres entités fictionnelles au gré des messages échangés via les discussions instantanée jusqu'à ce qu'"Ana", la compagne de "Je fictionnel" soit enlevée. Àpartir de là, le lecteur/usager est en contact avec le kidnappeur et s'ensuit un jeu de recherche et d'énigmes que le lecteur/usager doit engager pour tenter de délivrer sa compagne fictionnelle.

Ces deux exemples smartfictifs exposent le fait que la construction de l'environnement diégétique de ce type de récit interactif repose sur un design d'interface et une expérience utilisateur similaires à ceux dont l'usager d'un smartphone a pour habitus. Ici, vécue à lapremière personne, le mode d'être du lecteur/usager comme sujet percevant est référent à un.e usager propriétaire de smartphone. Le lecteur prend connaissance de l'histoire smartfictive en lisant les contenus hébergés au sein d'un smartphone fictionnel. En citant Serge Bouchardon(2006), *le support de diffusion conditionne la narration*[2]. Autrement dit,

> [l]e percevoir est position de l'objet et, par conséquent, conscience de soi.[3] (Barbaras, 1999, 2006)

2 Citation originale : "Le support de diffusion conditionne la narration" dans Serge Bouchardon, Littérature numérique : le récit interactif, Paris : Hermès Science, 2009.

3 Renaud Barbaras, Le désir et la distance, Introduction à une phénoménologie de la perception, Librairie Philosophique J. Varin, coll. "Problèmes et Controverses", 1999, 2006, p. 164.

“L’objet” est la smartfiction, objet de lecture hébergé au sein du smartphone. Le smartphone est déjà un objet en soi hébergeant un environnement personnel, celui du/de la propriétaire du smartphone. Une mise en abîme de l’environnement numérique relatif au support de diffusion estainsi mis en jeu.

Standardisation de l’objet smartphone, subjectivé par l’acte d’appropriationde l’usager

Le smartphone est un objet technologique standardisé. Il me permet de communiquer, de m’informer et de me divertir. Pour ce faire, je dois donc m’approprier cet objet qui, initialement, est standardisé. En investissant cet objet, je le subjective. Il est support d’inscription et de flux del’histoire que j’écris avec cet objet. L’histoire que je vis, que je construis dans mon environnement réel tangible, je la prolonge et la poursuis dans mon environnement réel virtuel. Seulement, bien qu’il y ait extension de ma réalité, cet objet la déréalise. L’objet smartphone altère la réalité et rend extérieur le monde dans lequel je suis impliquée. Par exemple, si je consulte l’application “météo”, il m’est indiqué qu’il pleut or, dehors, il fait grand soleil. Le smartphone déréalise ma réalité. Cette déréalisation se fait par le moyen des applications hébergées au sein du smartphone. Ainsi, je peux communiquer, m’informer, me divertir. Ces applications cristallisent mon histoire et celles que je suis, que j’alimente, que je co-construis.

Cette déréalisation est rythmée par le motif de l’événement. À chaque notification, la déréalisation est actualisée. La notification fait événement dans l’histoire que j’écris, que je co-écris avec les entités composant mon réseau social, culturel, professionnel et informationnel.

À chaque fois que je reçois une notification, une actualisation de mon statut est opérée. Si je reçois un sms d’un ou d’une amie, ce message actualise l’histoire que l’on co-écrit ensemble. Lesdifférentes histoires participent à la construction de mon histoire personnelle. L’outil smartphonese prête donc déjà à l’écriture et à la lecture d’histoires.

Ces histoires, je les perçois visuellement, (parfois audiblement) et je les manipule tactilement. C’est la perception tactile qui me permet ensuite de voir les contenus représentés à la surface de l’écran de mon smartphone et sont ensuite interprétés cognitivement. Ainsi, la chaîne perceptive repose sur les perceptions tactile, visuelle (/sonore) et cognitive.

> “ce sont précisément les mains - comme trait d’union entre l’esprit et le monde - qui auraient permis le saut intellectuel qui nous caractérise en tant qu’*Homo sapiens sapiens*.”[4] (Bertolotti, 2019)

“Entre l’esprit et le monde”, entre ma cognition et le monde apparaissant à la surface de mon écran de smartphone, c’est par la manipulation tactile de ce monde que je perçois visuellement cequi m’est donné à visiter. Les mains, la tactilité sont les moyens techniques propres à l’usager pour visiter le monde numérique.

Le rythme oculaire dépend du rythme gestualisé. C’est parce que j’explore tactilement et performativement la smartfiction que certaines données apparaissent à l’écran et me sont données à lire. Ainsi, la corporéité de ma lecture dépend de ces deux moyens perceptifs. Ces deux moyens perceptifs participent à la construction de mon cadre de lecture et à sa dynamique. L’exploration d’un environnement fictionnel sur smartphone est une exploration sensorimotrice. Le monde fictionnel étant hébergé au sein de l’environnement numérique

4 Tommaso W. Bertolotti, Legosophie “Petite philosophie du lego”, éd. PUF, 2019, p. 80.

personnel, l'un se superpose à l'autre. Ayant le même support de diffusion, la pratique usuelle de l'objet smartphone s'acclimate au milieu numérique qu'il soit référent à l'environnement fictionnel ou àl'environnement personnel.

Le mouvement génère le temps ; le temps de lecture et l'ordonnancement de la diégèse. Cet ordonnancement fait acte de narration. De la même manière qu'au cinéma, c'est le montage qui

fait acte de narration ; de par la liaison ordonnancée entre les différents rush cinématographiques.Les contenus participant à la construction d'une diégèse smartfictive pourraient être considérés comme des rush et c'est par l'interprétation cognitive et tactile que j'ordonnance les contenus et donc, que je génère la narration. Générer de l'espace c'est également générer de la narration, un fil narratif. Un fil narratif que je tisse au fur et à mesure de ma progression dans l'environnementfictionnel. Cette progression se fait par le moyen perceptif tactile. Ainsi,

> [l]e mouvement et le temps ne sont pas seulement une condition objective du toucher connaissant, mais une composante phénoménale des données tactiles.[5] (Ponty, 1945).

En effet, l'articulation du mouvement et du temps est rendue possible grâce aux "données tactiles". Ces "données" tactiles sont la conscientisation de mon statut lors de l'expérience de lecture. Les "données tactiles" sont la corporéité d'un présent de discours pour appeler un présent diégétique représenté à la surface de l'écran. Un présent diégétique représenté et dont la présence du lecteur/joueur actualise le présent de discours. Pour ce faire,

> [i]l faut qu'il y ait, comme Kant l'admettait, un "mouvement générateur de l'espace" qui est notre mouvement intentionnel, distinct du "mouvement dans l'espace", qui est celui des choses et de notre corps passif. Mais il y a plus : si le mouvement est générateur de l'espace, il est exclu que la motricité du corps ne soit qu'un "instrument" pour la conscience constituante. S'il y a une conscience constituante, le mouvement corporel n'est mouvement qu'en tant qu'elle le pense comme tel ; la puissance constructive ne retrouve en lui que ce qu'elle y a mis, et le corps n'est pas même, à son égard, un instrument : il est un objet parmi les objets.[6] (Ponty, 1945).

Le corps considéré comme objet des objets est la corporéité du lecteur/usager. Lorsqu'il vit une smartfiction à la première personne, il n'est plus seulement instrument performatif générant de l'espace, il est objet de la diégèse. Générer de l'espace, oui, mais de quelle manière ? Quel est le statut du lecteur ? Comment conscientiser cette génération de l'espace ? Narratologiquement, il est interne à la narration. Selon le même procédé narratologique connu du milieu vidéoludique, le lecteur incarne un personnage identifié comme personnage joueur (PJ). En incarnant unpersonnage, le statut du lecteur se vectorise en incarnant le point de vue d'une unité diégétique.

Pour ce faire, il devient propriétaire du smartphone fictionnel, il s'approprie un environnement numérique personnel qui n'est pas le sien. À partir de là, il va vivre une histoire qui n'est pas la sienne mais qu'il in-

5 Merleau Ponty, Phénoménologie de la perception, Gallimard, 1945, p. 364.

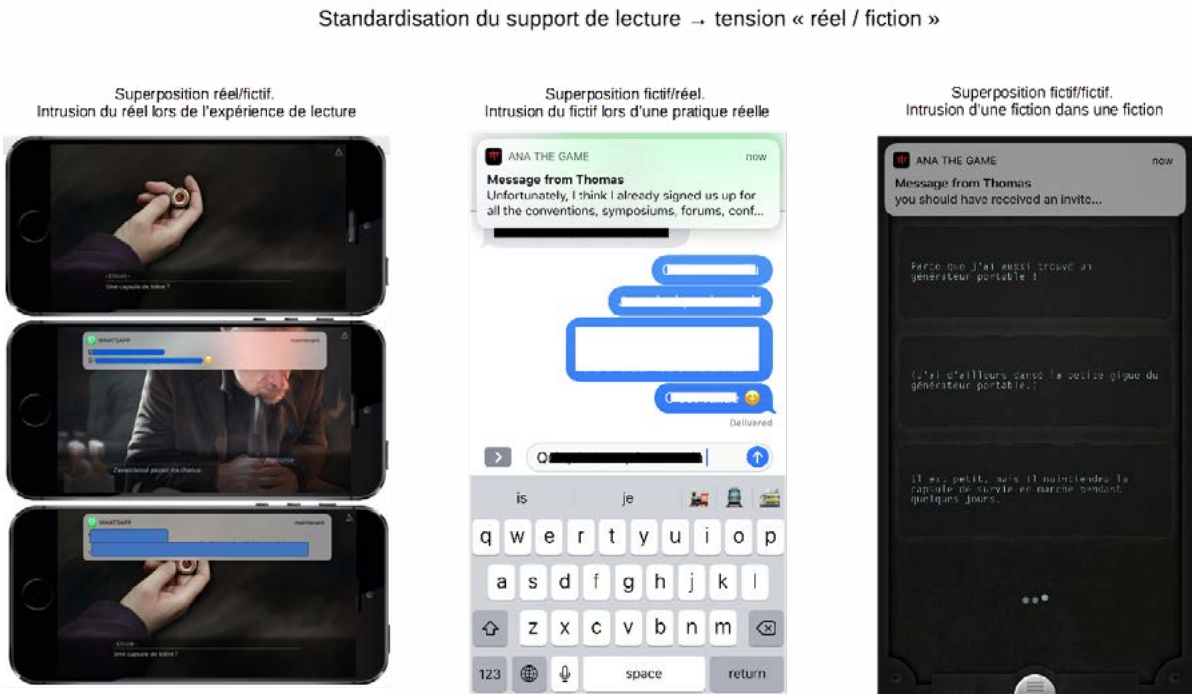
6 Merleau Ponty, Phénoménologie de la perception, Gallimard, 1945, p. 443.

carne. Il investit donc un espace-temps qui n'est pas le sien. Cet espace-temps, il l'investit en multipliant ses manières d'être. En effet,

> "la chose spatiale se réduit à une unité intentionnelle qui par principe ne peut être donnée que comme l'unité qui lie ces multiples manières d'être."
> Autrement dit, la perception comme donation par esquisses est caractérisée par l'ambiguïté ou plutôt la co-appartenance de l'un et du multiple.[7] (Barbaras, 1999, 2006).

Incarner un Personnage Joueur, c'est percevoir un monde selon *autrui fictionnel*. Autrui fictionnel, est construit à partir d'un réseau d'agents relatif aux données personnelles du PJ qui sont inscrites dans les différentes applications fictionnelles (*notes, calendrier, album photo et vidéo*, etc.) et aux personnages non joueurs qui participent à la construction identitaire duPersonnage Joueur, selon les correspondance entretenues avec autrui fictionnel). Au gré des lectures des différents fils de discussions entretenus par SMS ou mail "la chose spatiale" entre autrui fictionnel (personnage non joueur) et le PJ, je prends connaissance des différents récits quiparticipent à la construction du récit de vie fictionnel que j'incarne. Au cours d'une expérience de lecture de smartfiction, le lecteur peut être l'amant.e, l'ami.e, le.a patient.e, le frère, la soeur, le fils, la fille, ou encore la collègue. Ces statuts fictionnels déterminés par la construction identitaire de Je fictionnel et de son réseau sont également incubateurs de présent d'énonciation lorsque le lecteur reçoit une notifiction et qu'il *tap* la notifiction pour prendre connaissance du message préalablement écrit et émis par autrui fictionnel.

Le cadre notifictif apparaît dans le champs visuel et sonore grâce au son émis synchroniquement à l'apparition de la notifiction sur l'écran du smartphone. Le support de diffusion étant le smartphone et la notification faisant également événement dans le smartphone ; lorsque le lecteurreçoit une notification, ce cadre énonciatif appartenant à sa réalité, l'extrait de cet espace-temps fictionnel.



Le cadre notific.a.tif hybride l'environnement personnel réel et l'environnement fictionnel.

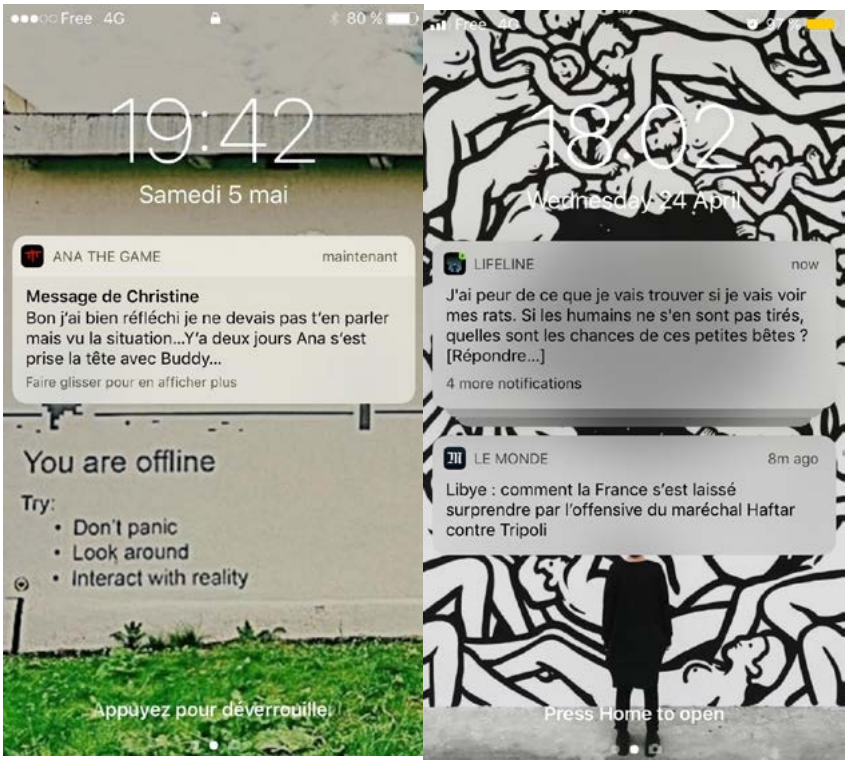
7 Renaud Barbaras, Le désir et la distance, Introduction à une phénoménologie de la perception, Librairie Philosophique J. Varin, coll. "Problèmes et Controverses", 1999, 2006, p. 25.

Lorsqu'il n'y a plus de contenus nouveaux à lire, je quitte alors la smartfiction. Selon le *delay time* programmé, je reçois alors une notifiction externe à *n* temps pour m'inviter à rejoindre le champ de la fiction ; le champ écranique qui est l'espace où est représenté le champs diégétique.

La *notifiction* externe est ce que je reçois lorsque j'ai quitté la *smartfiction.* Parce que j'ai quitté l'environnement de fiction, je reçois alors une notifiction externe à *n* temps pour l'inviter à retourner dans cet environnement de fiction La *notifiction* interne est ce que je reçois pendant mon expérience de lecture de la smartfiction, elle se superpose à mon cadre de lecture de fiction pour s'afficher de façon intrusive et me reconduire à un espace de lecture diégétique référent *hic et nunc.*

Le menu notific.a.tif, un espace articulant l'hybridation de l'environnementnumérique personnel et de l'environnement fictionnel.

L'écran de verrouillage de mon smartphone est l'espace interfacé qui répertorie l'ensemble des notification que je reçois. Ainsi, d'un seul coup d'œil je peux prendre connaissance des dernières actualisations de contenus référents aux applications respectives. Ces actualisations de contenussont mesurées selon l'inscription métadiégétique "maintenant" ou 'il y a *n* temps".



Deux captures d'écran de l'écran verrouillé d'un propriétaire de smartphone représentant la notifiction externe émise et reçue dela smartfiction Ana the game (gauche) et la notifiction externe émise et reçue de la smartfiction Lifeline (droite) côtoyant la notification reçue du journal Le Monde.

Ces intrusions au sein de mon temps personnel tangible côtoyant mon temps personnel virtuel sont des repères temporels au sein de ma vie numérique. Pour la smartfiction, c'est la *notifiction* qui m'informe de l'actualisation d'un contenu que je suis invitée à aller visiter. Le tempsfictionnel propre à la smartfiction

que j'ai téléchargée sur mon smartphone et le temps "réel" côtoient le même espace de représentation. Les événements liées à l'histoire fictionnelle et à mon histoire personnelle sont ainsi représentés. Chacun des événements encapsulés par le système notific.a.tif est une unité topographique relais et fragmentée de l'espace-temps à laquelle, elle est référente. Au sein de l'environnement fictionnel,

> la topographie devient le moteur d'une dynamique narrative faisant s'entrechoquer la pluralité des espaces-temps constituant l'intrigue.[8] (Wit, 2018).

La construction d'une histoire est faite à partir d'unités applicatives avec des espaces-temps référents, qui leur sont propres. Ces différentes applications prennent en charge divers micro-récits pour construire le macro-récit. C'est une multiplicité de récits construits au sein de territoires applicatifs divers qui se rejoignent pour construire le récit de la smartfiction. Commentla *notifiction* participe à la structuration du récit smartfictif et de quelle manière participe-t-elle à l'hybridation des environnements au sein du milieu numérique tout en impactant l'environnement tangible ?

La Notific.a.tion

La notifiction est l'élément technique et narratologique qui ordonne l'espace-temps dans la construction et la réception de cet environnement diégétique. L'usager/lecteur visite les territoires composant l'environnement diégétique par la perception tactile en *tap-readant* ou *swipe-readant*.

> La perception ne peut donc être que mouvement puisqu'il ne s'agit pas pour elle de constituer la chose apparaissante mais bien plutôt de la circonscrire, de la détacher de son horizon, bref de la rejoindre.[9] (Barbaras, 2006).

En percevant gestuellement la *notifiction*, le lecteur/usager rejoint le territoire à laquelle elle est liée. La *notifiction* fait acte de chronologie des événements. De chronologie et de spatialisation. La notifiction actualise également mon être selon le degré d'agentivité qui est mis en jeu. La notifiction renvoie à deux nature, la notifiction interne et la notifiction externe.

Principe de déterritorialisation[10] par la notifiction externe.

La notifiction externe cadre mon expérience de lecture dans le sens où elle borde cognitivement la projection d'un espace-temps fictif joué en parallèle de mon espace-temps réel. La notifiction externe se superpose à mon environnement réel. Le smartphone est l'objet que j'utilise pour co-construire des histoires dans mon environnement de vie personnelle. Le smartphone comme objet communicationnel, devient support de diffusion lorsque je reçois des *notifictions* quim'invitent à réinvestir l'environnement fictionnel. Ce même objet qu'est le smartphone prolongeune réalité qui m'est propre ou prolonge une réalité fictionnelle, la nature de l'histoire que je suisen train de vivre. Par ailleurs, le smartphone est un objet faisant partie de mon environ-

8 Sébastien Wit, « Les jeux qui bifurquent : narration non-linéaire et spatialisation de l›intrigue. Le cas du Tactical RPG », Sciences du jeu [En ligne], 9 | 2018, mis en ligne le 07 juin 2018, URL : http://journals.openedition.org/sdj/1022 ; DOI : 10.4000/sdj.1022, p. 10.

9 Renaud Barbaras, Le désir et la distance, Introduction à une phénoménologie de la perception, Librairie Philosophique J. Varin, coll. "Problèmes et Controverses", 1999, 2006, p.7.

10 Ici "déterritorialisation" ne fait pas référence au concept de Deleuze. "Déterritorialisation" est un terme que l'auteure de cette proposition s'approprie pour préciser les différents territoires, leurs natures et les processus inhérents propres aux smartfictions.

nement. Saprésence ne substitue pas ma présence dans l'environnement tangible, dans cet environnement caractérisé par la matérialité des objets. Ainsi, mon corps est présent à l'environnement tangible bien que mon esprit soit davantage attentif à l'environnement virtuel exposé à la surface écranique de mon smartphone.

Lorsque je reçois une *notifiction* externe, l'illusion reconduite se réalise à la réception dumessage fictionnel. Je suis invitée à rejoindre l'environnement fictionnel que j'étais préalablement en train de visiter. Mon investissement cognitif participe au caractère illusoire de l'espace-temps que j'investis. J'ai l'illusion de vivre cette histoire fictionnelle, de vivre une histoire qui n'est pas mienne. De plus, cette illusion est viable lorsque la *notifiction* est ancrée dans les modalités diégétiques et participe à la construction de l'histoire sans ça, elle n'est que valeur de rappel.

Capture d'écran de la smartfiction Lifeline et de la notifiction externe de la smartfiction Ana the game se superposant au premierenvironnement de fiction investi par le lecteur.

La ***notifiction*** externe se superposant à un autre environnement fictionnel, ici la notifctionréférente à *Ana the Game*, se superpose à l'environnement fictionnel de *Lifeline*, où Je fictionnel/lecteur entretenait une discussion avec "Taylor". Une multiplication de l'être de par la représentation de deux choses spatiales, de deux fictions superposées est alors engagée. Le principe de déterritorialisation peut ainsi être schématisé comme-suit :

- réel → fictionnel
- fictionnel → fictionnel

Principe de reterritorialisation[11] par la notifiction interne.

Si la *notifiction externe cadre* mon expérience de lecture, la *notifiction interne re-conduit* mon expérience de lecture. En effet, elle est l'agent techniques qui se superpose de façon intrusive àce que je suis en train de lire pour me re-conduire au sein du territoire diégétique différent, comme illustré ci-dessous.

Capture d'écran de la smartfiction Ana the Game et de la réception de la notifiction interne.

Ci-dessus, une capture d'écran réalisée lors de mon expérience de lecture d'*Ana the game*. J'étaisen train de lire une conversation entretenue avec "Arcomeds" lorsque "Je fictionnel" a reçu un "message d'Ana". Cette notifiction interne actualise ma jouabilité et m'invite à me rendre dans cet autre espace de lecture pour poursuivre mon expérience de lecture La notifction interne rythme mon expérience de lecture et ordonnance narratologiquement les événements structurant le macro-récit. Elle actualise également mon statut diégétique ("Je fictionnel" collègue, amie, amante, sœur, etc.).

Conclusion

La construction d'un univers de smartfictions, c'est d'abord la construction d'espaces de fictions à visiter selon un système de navigation propre à celui utilisé au sein d'un smartphone. Espace et histoire sont imbriqués. Chaque espace, chaque unité territoriale (une application = un territoire dans l'environnement numérique personnel / l'environnement numérique fictionnel) participant à la construction d'une smartfiction est un espace explorant un potentiel narratif. Ces espaces sont autonomes puisqu'ils sont construits selon la logique de l'unité applicative propre à l'unité d'usages du smartphone, mais c'est ensemble qu'ils construisent

11 Ici "reterritorialisation" ne fait pas référence au concept de Deleuze. "Déterritorialisation" est un terme que l'auteure de cette proposition s'approprie pour préciser les différents territoires, leurs natures et les processus inhérents propres aux smartfictions.

une unité diégétique. L'unité territoriale est l'unité de lieu, de temps et de discours. Au sein des smartfictions, l'unité territoriale est l'unité de mesure. L'unité territoriale est également un gage d'identité. Chaque espace héberge une micro-histoire pour nourrir la macro-histoire, la smartfiction. Par ailleurs, l'unité applicative est représentative de l'espace-temps :

> Le souvenir n'émane pas des mémoires individuelles mais des lieux empreints des présents et des absents par l'intermédiaire des objets. Le démiurge omniprésent multiplie les points d'intersections entre les personnages [...][12] (Terekhov, 2013).

L'interaction entre les différents personnages (PJ et PNJ) dépend de la dynamique des territoires diégétiques constituant l'environnement fictionnel et des "souvenirs" qui y sont représentés au sein des diverses applications fictionnelles structurant le récit. Les applications représentent des données sociale, professionnelle, politique, culturelle, événementielle et intime du propriétaire du smartphone. Ainsi, en visitant les différentes données, le lecteur/joueur établit des points de connexion entre les différentes données à lire pour établir un portrait identitaire du propriétairedu smartphone. Le créateur de ces univers de fictions mis en jeu au sein de smartphone joue des potentiels narratifs et discursifs propres à chacune des applications pour établir des "points d'intersections" entre elles, au lecteur/jouer de les interpréter cognitivement et de faire la liaison entre les différentes données à lire.

Bibliographie

Renaud Barbaras, *Le désir et la distance, Introduction à une phénoménologie de la perception*, Librairie Philosophique J. Varin, coll. "Problèmes et Controverses", 1999,2006.

Tommaso W. Bertolotti, *Legosophie "Petite philosophie du lego"*, éd. PUF, 2019.

Serge Bouchardon, *Littérature numérique : le récit interactif*, Paris : Hermès Science,2009.

Vera Gandelman Terekhov, *Jeu d'échecs : littérature et mondes possibles* (Perec, Nabokov, Zweig, Lewis Caroll…), éd. L'Harmattan, coll. L'ECARLATE, 2013.

Merleau Ponty, *Phénoménologie de la perception*, Gallimard, 1945, p. 364.

Sébastien Wit, « Les jeux qui bifurquent : narration non-linéaire et spatialisation de l'intrigue. Le cas du Tactical RPG », *Sciences du jeu* [En ligne], 9 | 2018, mis en ligne le 07 juin 2018, URL : http://journals.openedition.org/sdj/1022 ; DOI : 10.4000/sdj.1022, p.10.

12 Vera Gandelman Terekhov, Jeu d'échecs : littérature et mondes possibles (Perec, Nabokov, Zweig, Lewis Caroll…), éd. L'Harmattan, coll. L'ECARLATE, 2013, p. 145.

La chronique numérique, objet de fiction hybride

Pauline Escande-Gauquié, maître de conférences
Celsa Sorbonne Université, laboratoire GRIPIC
pauline.escande-gauquie@sorbonne-universite.fr

Mots clés : chronique, transmédia, sémio-technique, création

Résumé :

Cette article consiste à exposer et étudier un projet littéraire, sorte de web feuilleton qui se présente sous la forme de chroniques, de photos, vidéos et autres contenus web interactifs. Le concept de *transmédia* mobilisé implique que des éléments autonomes constitutifs d'une fiction se trouvent dispersés dans plusieurs médias (sur differents réseaux sociaux) afin de créer une expérience romanesque unifiée et coordonnée. L'analyse sémio-technique d'extraitsinterroge, d'une part, comment le récit devient une fiction hybride entre chronique littéraire, photo et webfiction. D'autre part, elle met en avant comment l'avancée du récit trouve une nouvelle forme d'expression participative « in situ » quotidienne et très intimiste pour l'auteure dans son rapport à son écriture et à son lectorat .

Abstract :

This article explores a literary endeavour, in this case a web series involving a photo novelthat essentially intertwines, images, videos and other interactive online content. In the transmedia concept, fiction combines a variety of separate elements scattered across several media (here, the diffrents social networks) and blends them into a unified, orchestrated literary experience. The semio-technical approach to excerpts from this fiction covers two angles: (i) about a hybrid form of fiction hovering between a web fiction, photo novel and literary chronicle; and (ii) how the story unfolds into a new kind of *in situ* participatory experience, and a very intimate connection between the author and her writing and readers.

« La chronique numérique, objet de fiction hybride »

Pauline Escande-Gauquié

Le projet

Le projet littéraire que je diffuse sous le nom de d'auteure *Apoline* sur Instagram et Facebook depuis février 2020 – est un web feuilleton se présentant sous la forme de chroniques littéraires, de photos, vidéos et autres contenus web interactifs. « Le numérique, c'est de l'écriture, c'est juste de écriture, mais c'est profondément de l'écriture » (Souchier Candel, Gustavo-Gomez, Jeanne-Perrier, 2019) qui utilise un média, les réseaux sociaux. Il est un dispositif éditorial qui amène à un formatage de l'écriture et la définition de nouveaux formats(Soulez, Kitsopanidou, 2015). Cette « machine à voir » (Paci, 2012) permet d'édifier une autre forme d'écriture de fiction et reconfigure le lien avec le lecteur. Le projet *Apoline* est *transmédia* (Jenkins, 2012) car implique que des éléments constitutifs d'une fiction soient dispersés à travers plusieurs médias (ici deux réseaux sociaux Facebook et Instagram) afin de créer une expérience romanesque unifiée. Cet est rendu possible par un travail de « scénographie » effectué en amont selon le dispositif du réseau social en procédant à la fois par « coordination » et par « dispersion » (Jenkins, 2012). Les différents chroniques sont « interconnectés » (Jenkins, 2012) à travers deux formats sociaux amenant à des régimes d'écriture et d'expérience de lecture différentes mais unifiée dans le projet. *Apoline* repose surle principe d'une « dissémination coordonnée » (Jenkins, 2012) entre deux réseaux sociaux Instagram et Facebook[1]. L'écriture est soumise à des « heurts », des « ruptures », des « transformations » en fonction du dispositif. Le projet s'inscrit dans la lignée créative *transmédia* de la culture DIY (Do It Yoursefl) : « Les contenus alternatifs ont été favorisés par les pratiques numériques en raison de l'augmentation constante d'outils de création. (…) En France, le développement de projet numérique trouve aussi un lieu dans les laboratoires derecherche universitaires à travers la notion de *Story R&D* » (Di Crosta, 2015). Le DIY désigne la valeur explicite dégagée par des expérimentions de récit entre recherche et création. En France, les modèles ont été adaptés dans la création numérique interactive par plusieurs artistes du collectif du Net Art (Birgé, Chatonsky, Chevalier, Perconte, Schiltt) et par un certain nombre de web-séries telles que *Le visiteur du future* (2009, François Descraques). L'enjeu est de comprendre comment ces pratiques d'écriture en chroniques sur deux réseaux sociaux reconfigurent l'objet qu'est la chronique littéraire à travers une pratique d'auteure.

La méthodologie mobilisée est à l'analyse sémio-technique de chroniques afin d'interroger comment j'ai construit avec l'avatar *Apoline* l'adaptation de la fiction qu'est la chronique au sein des dispositifs numériques d'Instagram et Facebook. *Apoline* se veut hybride entrechronique littéraire, roman-photo et web-fiction. Elle incorpore dans sa narration les possibilités et les contraintes techniques propres aux plateformes (mobilité, architexte, tag, hashtag, commentaire, etc.) et les nouveaux usages liés à l'écran mobile (scroll, swipe, etc.). L'analyse sémio-technique montre comment l'avancée du récit trouve une expression partici-

1 Néologisme qui synthétise l'idée d'une création fictionnelle qui est créée en priorité pour entrer dans le format smartphone et le choix de la signification mercatique du terme « i-phone fiction » et non générique de smartphone provient du choix stratégique d'un hashtag qui n'existait pas.

pative « in situ » quotidienne sur les réseaux sociaux dans le rapport au lectorat. Le statut du texte qu'est la chronique littéraire, véritable mythographie, reste alors improbable, son *conatus* se frottant à une «inquiétante extase » (Escande-Gauquié, 2011) qu'engendre le numérique. L'article fait aussi écho à la citation mis en exergue de Gérard Genette :

« L'inconvénient de la recherche c'est qu'à force de chercher, il arrive qu'on trouve… ce qu'on ne cherchait pas » (Genette, 1982 : 8). Il est en effet réflexif sur comment cette figure d'artiste-chercheure à laquelle je me confronte - via ce projet - pose la question sur la nature d'un savoir incorporé en tant que chercheure, réinvesti dans une recherche artistique.

La relation écriture-dispositif comme un processus transmédiatique

La notion de « chronique numérique» est au carrefour d'un ensemble de représentations du littéraire, de la culture cinématographique et du numérique. Les transferts entre fiction papier propre à la chronique vers le support numérique du réseau social amène des hybridations qui sont à restituer dans une vision large. Celle-ci autorise à penser une « pluralité opérale » (Genette, 1982) dans le sens où un seul récit se dissémine sur plusieurs plateformes. L'auteur parle de « transtextualité » ou de « transcendance textuelle du texte » (Genette, 1982 : 12) pour définir tout qui met en relation un texte de manière manifeste ou secrète avec d'autres textes. La transtextualité (Genette, 1982) que Julia Kristeva a exploré sous le terme d'intertextualité (Kristeva, 1969) est cette relation de « co-présence » entre plusieurs textes qui s'incarne dans la pratique de la citation, de l'allusion. Selon Johanne Villeneuve,l'intermédialité se laisse concevoir comme « l'intersection entre différents médias » (Villeneuve, 2001). Cette vision se rapproche de la notion de *transmédia* que je convoque dans le projet. Ce choix conceptuel s'explique par le fait que si la notion d'intermédialité trouve sa pertinence dans la diversité actuelle des médias et l'extraordinaire connexion entre eux (multimédia, adaptation de texte et images sur Internet, adaptation filmique et télévisuelle, etc.), j'en ai éprouvé à un moment donné les limites. Très vite, je me suis rendueà l'évidence que j'abordais le numérique avant tout sous sa dimension de *medium* à savoir en tant que seul dispositif technico-formel mobilisable de manière différente pour des usages d'écriture. La notion de « transformation » couverte par le concept de transmédia m'était alorsnécessaire pour saisir les *médiamorphoses* de cette pratique d'écriture romanesque qu'est la chronique sur les réseaux sociaux. Les chroniques sont écrites sous la forme de scénettes accompagnées de visuels photographiques, imposés par le dispositif qu'il fallait que j'interroge. Par ailleurs, je me suis posée la question de la narration : comment transformer une récit de fiction propre à la chronique au sein d'un dispositif interactif ?

La réflexion sémiotique autour de l'opération de transformation m'a permise d'appréhender comment les éléments constitutifs du littéraire se retrouvaient dans une écriture numérique parun travail de « scénarisation » en chroniques à la fois visuel et écrit. Mon savoir théorique m'aobligée à penser le récit avec une réflexion sur le processus de « formatage » lié au dispositif Instagram puis Facebook. La grande difficulté a été de créer une expérience romanesque « unifiée » et « coordonnée » en terme d'atmosphère entre les deux plateformes. Toutes ces raisons font que je me suis arrêtée sur la notion de *transmedia* pour présenter ce projet afin de rendre compte des transformations (Shengui, 1999) . Le transmédia est une médiamorphose qui est « un phénomène qui ne se laisse comprendre que dans une continuité » (Jeanneret, Souchier, 2011 : 9) ; et

de préciser qu'« que l'on ne passe d'un monde de formes à un autre monde de formes, dans lequel le mode d'existence de ces formes est distinct » (Jeanneret, Souchier, 2011 : 9). Par analogie, les chroniques numériques proposent *un nouvel accès à l'écriture*, un cadre de publicisation et une nouvelle forme pour sa circulation. La médiamorphose entre la chronique canonique propre au littéraire et les plateforme Instagram et Facebook est soumise à une logique d'hybridation qui modifie le rapport au sens et à l'expérience d'écriture romanesque. André Gaudreault et Philippe Marion montrent qu'une « transformation médiatique » (Gaudreault, Marion, 2000) s'opère dans un mouvement éditorial à la fois *différentiel* et *intégrateur* (Escande-Gauquié, 2011) : *différentiel* du format canonique papier aux réseaux numériques par des glissements ou des modifications dans les pratiques d'écriture, la plateforme amenant à des spécificités expressives (communicationnelles, esthétiques, etc.) ; *intégrateur* en ce que les réseaux sociaux font appel à des modalités d'écriture qui lui ont précédés.

Analyse sémio-technique du processus de transformation

Les différents modes de transfert gérés par l'écart et les contraintes sémiotiques propre au dispositif des réseaux sociaux amènent à des disséminations, des ruptures, voir des disparitions dans le processus de création que j'ai interrogé pour cet article sur six niveaux dans l'analyse sémio-technique.

La question de l'avatar *Apoline*

J'ai commencé mon projet en février 2020 sur les dispositifs Instagram et Facebook. Mon avatar d'écriture est passé par une transformation sur Instagram de ma page privée Pauline Escande-Gauquié en Apoline. Le changement de nom vers l'avatar d'auteure de chroniques Apoline a été annoncé sur ma seule page Instagram, le 29 décembre 2019. Sur ma page Facebook, Apoline apparaît comme signature de mes chroniques. Mon nom propre prénom sont toujours affichés sur le profil ainsi que mon statut d'enseignant-chercheur. Ce choix s'explique par le fait que mon compte Instagram est privée et restreint, suivi par des proches (304 followers) alors que mon compte Facebook s'étend à un réseau élargi où je cumule plus 1000 de followers (1400). Mon compte Intsagram est une sorte de « laboratoire créatif » et je ne publie que quelques chronique sélectionnées de ce compte sur Facabook. J'ai opéré, dans les premiers temps, une forme d'autocensure sur mon compte Facebook où il était plus compliqué pour moi d'y publier de chroniques. La carrière de chercheur évoluant toujours « sous le regard de », comment s'autoriser à travailler hors des sentiers battus de la méthodologie attendue, de la prétention scientifique et sur des objts plus subjectifs, intimes? Entrer dans ce nouveau mode d'écriture, plus libre, a donc été un acte éprouvant.

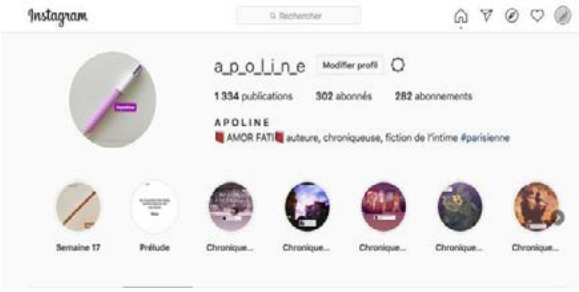


Figure 1 : le mur Instagram – Apoline

Figure 2 : le mur Facebook – Pauline Escande- Gauquié

Ma première publication a lieu le 26 mars 2020, lors du premier confinement à la fois sur ma page Instagram et Facebook. La création de l'avatar Apoline s'effectue dans l'idée de détourner la fonction dialogique des réseaux sociaux vers vers une auctorialité par une écriture livresque. Apoline a été conçu dans un équilibre entre affirmation et distanciation d'un autre « soi » liée à une auto-désignation, c'est à dire par l'affichage d'une auctorialitépar des éléments paratextuels (#chronique #écriture brève , etc.) et intertextuels (hommage, allusion) lors de ma première publication. J'assumais cette identité d'une écriture de fiction s'inscrivant dasn l'héritage d'un format littéraire « la chronique » et d'un genre entre fictionet intime appelée « autofiction », terme apparu en 1977 sous la plume de Serge Doubrovsky[2],

Figure 3 : le mur Instagram – première publication Apoline- annonce du projet

2 Serge Doubrovsky l'a employé sur la 4e de couverture de son livre Fils. Même si des textes d'autofiction existaient bien antérieurement, l'écrivain a baptisé ce genre pour nommer ce qu'il désigne comme « une mise en question savante de la pratique naïve de l'autobiographie ».

Un dispositif hybride

Avec l'écran, l'engagement physique s'accroît, le lecteur devient manipulateur et doit « agir » la machine à des fins purement fonctionnelles (Jeanneret, Souchier, 1999 : 98). Il existe une situation paradoxale des écrits d'écran qui se situe entre la passivité propre à celle du téléspectateur et l'engagement de l'internaute. Il faut franchir cet écran, rentrer dedans, « s'impliquer » (Candel, 2005 : 22). L'énonciation éditoriale d'Instagram par sa structure en gaufrier donne la primauté à la photo (Escande-Gauquié, Jeanne-Perrier, 2012). Cet architexte[3] propre à Instagram rappelle la saute visuelle, de page en page, du format BD. Ceci amène à une lecture avec cette logique de la saute narrative qui offre la possibilité d'un récit dans sa succession. J'ai donc exploité cette configuration afin de recréer du lien entre chaque case par un univers visuel, comme le montre l'image ci-dessous.

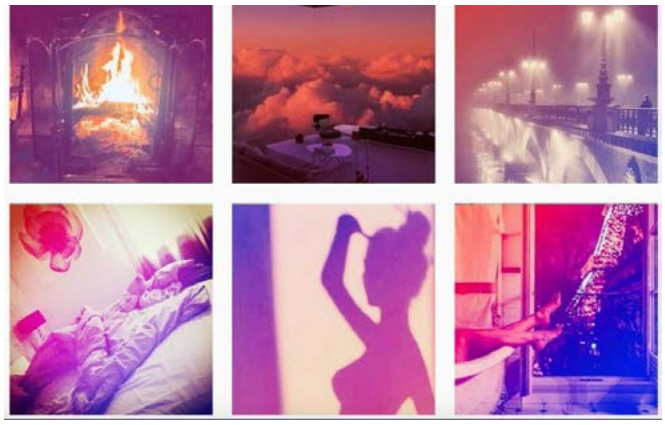


Figure 4 : le mur Instagram – Apoline

La dispositif sédimente bien des sensoriums acquis par les formats d'écriture imprimeécomme la BD mais convoque aussi une culture de l'écran qui amène à un exercice d'écriture spécifique. La dispositif invite les sens de la vue, du tactile, et de l'ouïe dont l'écriture doit tenir compte. La plateforme se soumet à une culture du *scroll* (descendre le long de l'écran pour faire défiler le fil) « où la coordination de l'œil, de la main et de l'ouïe rappelle un effort d'attention et de captation propre à l'écran animé de cinéma » (Escande-Gauquié, 2019). Une question s'est alors posée à moi : comment remettre du continu dans ce discontinu de l'écriture numérique ?

Le montage narratif

J'ai séquencé mes chroniques en scénettes fragmentées et autonomes où le primat du visuel du format Instagram a fait j'ai crée une « cohérence visuelle » entre mes posts, sort de facteur liant entre chaque case à dominante violette pour accompagner les textes et de tons dégradés entre rosés et violacés. Ce choix coloristique m'a aidé à faire tout un archivage photographique et à créer des photos avec des filtres spécifiques. Le récit en étant animé par le mouvement du défilement, la *diégèse* - qui se définit comme « tout ce que une fiction impliquerait si on la supposait vraie. » (Souriau, 1951) – s'en trouve perturbée. La réalité «

3 Elle reprend du système spatial en gaufrier des BD traditionnelles (c'est-à-dire d'une page découpée en unités égales et distinctes sur l'axe des syntagmes) pour convoquer l'imaginaire de l'album photographique.

filmophanique » (Souriau, 1951) du monde fictif présenté dépend de la cohérence à l'intérieur duquel l'histoire racontée prend place. La chronique numérique crée une diégèse dans le sens où l'histoire racontée est entre vérité et imaginaire. Dans le cadre de ceschroniques, cette frontière est constamment interrogée car les pratiques utilisateurs jouent constamment de cette « ambiguïté ». J'ai exploité cette ambiguïté en intégrant par moments dans la fiction des éléments de ma vraie vie. Le terme de diégèse m'a paru opérationnel pour désigner le récit dans ce projet car Gérard Genette l'emprunte pour désigner, en littérature, « l'ensemble des événements relatés par le discours narratif en tant récit et comme histoire » (Genette, 1982). Le terme de « construction narrative » alimente donc l'idée de fiction.

Figure 5 : Profil Instagram Apoline - Chronique 116 – Ciel d'hiver

D'une matérialité à l'autre

Le support papier est un médium qui « par sa matérialité porte en lui les ruses pour convaincre » (Aïm, 2007) : il fixe immuablement les formes en aplatissant, combinant et superposant les traces de son énonciation, il oblige à poser sa pensée. Le papier est le support de l'intime et de la consultation car il implique une lecture individuelle et nomade (assise, debout, allongée). Le livre est un « mobile de l'immuable » (Aïm, 2007). Passer au support numérique m'a posé la question de comment la matérialité de l'écran redéfinit cette linéarité, l'écran numérique se définissant par une expérience du « furetage »[4] à la fois visuelle, tactile et sonore. Le numérique fait « exploser les frontières de la matière textuelle dans son extension spatio-temporelle mais aussi dans son expression » (Escande-Gauquié, 2011). La page-écran oblige à la fragmentation textuelle. Le texte doit entrer dans le langage technique propre au smartphone (mobilité, architexte en gaufrier d'Instagram, etc.) et se conformer aux usages liés à cet écran (scroll, swipe, clickbait, tag, hachtag, like, partage, commentaire, etc.). Si l'écran numérique marque la victoire de la tabularité sur le linéaire, sa matérialité tire aussi vers une emprise physique de la « fascination » (Aumont, 1999 : 122) propre à l'image sur un écran. L'écran dans sa matérialité a un pouvoir sensible qui ouvre vers une *pensée d'écran* imagée

4 Pour Vanderdorpe, ce mode de lecture, qui s'est développé à partir du XVIIIe siècle, coïncide avec le développement de la presse quotidienne. Le journal est propice à une lecture du furetage par son « organisation textuelle en chapeau et intertitre, structure pyramidale et jeu sur les caractères : nous n'avons plus une continuité qui parle à l'oreille, mais une mosaïque qui s'adresse à l'œil » (ibid), p. 167.

(Christin, 1995) surtout sur Instagram qui se caractérise par un architexte dominé par les données iconographiques, imagées (animées ou non). L'animation imagée a un impact sur l'écriture. J'ai du penser le récit au sein d'une pensée de l'écran plus « enlevée » qu'un récit littéraire dans le sens où le mouvement trépidant des images qui accompagne les textes, amène à une lecture moins attentive. Pour Christian Vandendorpe, le rapport à un écran est avant tout émotionnel. « Le papillotement des électrons déclencherait dans notre esprit une attitude de réception similaire à celle que nous adoptons devant un écran de télé, empêchant la concentration » (Escande-Gauquié, 2019) et déportant l'acte de lecture vers le *spectacle*. Du latin *spectare* spectacle signifie « regarder »[5]. La fragmentation et la tabularité d'Instagram ouFacebook provoquent une lecture du discontinu que j'ai intégré dans mon projet créatif.

La logique du feuilleton

L'ambition artistique du projet d'interroger les processus d'écriture au sein des réseaux sociaux prend tout son sens en terme de format éditorial. La formation, la déformation et la transformation des sens romanesques entre littérature et réseaux sociaux trouvent ses racines dans l'histoire et la culture des différents écrans. Le projet *Apoline* s'inspire de l'écrantélévisuel - dans la logique du feuilleton par la série – et de l'expérience de l'écran de cinéma (emprunts esthétiques et montage). La série appartient historiquement aux médias de l'écrit. L« courriers » dans la presse que les écrivains du 19éme siècle publiaient sous la forme de chroniques ou de feuilletons dans les « rez-de-chaussée » des journaux (comme le journal *La Presse*[6] lieu emblématique des chroniques satiriques, des mondanité parisiennes et des feuilletons littéraires[7] de Balzac, Gauthier, Lamartine, Sand, etc.). *Apoline* exploite les réseaux sociaux comme un lieu de feuilleton quotidien. Aussi, le projet puise ses racines dans une histoire longue du roman-photo où l'écriture du fragment en feuilleton illustré (journal intime, etc.) y est aussi présente. Le « feuilletonnage » (Vandendorpe, 1999) est un format de la fraction particulièrement investi par les supports médiatiques (presse, magazine, télé) que les contenus de plateformes réinvestissent. Les réseaux sociaux dialoguent avec « l'histoire des industries médiatiques, « la presse ou la télévision avaient fondé l'actualité de leur contenu sur des périodicités établies, jouant sur une logique du rendez-vous, le numérique qui fonctionne avec une logique du flux semble produire de l'actualité en permanence. Et érige cette dernière en valeur » (Souchier Candel, Gustavo-Gomez, Jeanne-Perrier, 2019 : 138). Le feuilleton se justifie pleinement sur Instagram et Facebook car ces platformes favorisent la consultation quotidienne et fragmentée. Créer ce *format* (Soulez, 2015) de feuilleton m'a obligée à penser la diégèse en fonction des contraintes du cadre de « l'énonciation éditoriale »(Souchier Candel, Gustavo-Gomez, Jeanne-Perrier, 2019) de la plateforme. J'anticipe et organise les futurs post-numérique publiés par

5 Réflexions inspirées du travail de mémoire de Master 2 mené par J. Delaporte sur « Une médiamorphose : du magazine au site internet - le cas de geo.fr », soutenue en 2010 à Paris 4 Sorbonne – Celsa.

6 Quotidien parisien dont le fondateur Emile de Girardin réduisit de moitié le prix de l'abonnement pour multiplier les souscripteurs et par voie de conséquence augmente le nombre d'insertions publicitaires. Ce journal est connu pour avoir fait paraitre les premiers roman-feuilletons littéraires.

7 Je fais ici référence aux chroniques de Delphine de Girardin qui connurent un succès et furent publiées sous la Presse entre 1836 et 1848. Cette appellation donna à cette publication une connotation plus « littéraire » que le terme « feuilleton » employé dans le vocabulaire de la presse.

l'archivage de photo qui est devenu un *embrayeur sémiotique* rendant visible « les qualités médiatiques » (Villeneuve, 2001) de la transformation de l'écriture littéraire vers l'écriture numérique en posts.

La logique interactive

Le dispositif en « timeline », du défilement de lecture de haut en bas des réseaux sociaux reprend le montage d'une bande-film (Barres, 2006). Or, l'utilisateur de la plateforme a plutôt tendance à rester sur son profil pour regarder les publications des personnes auxquelles il est abonné. Il perd, la plupart du temps, le fil des autres comptes. J'ai dû tenir compte de cetusage utilisateur sur Instagram notamment où l'architexte favorise le fait qu'un utilisateur ne clique que rarement sur le profil d'un autre utilisateur (sauf s'il est vraiment curieux de connaitre ce qu'elle publie). La plateforme favorise cet usage qui permet de démultiplier les échanges potentiels entre les individus. Il fallait trouver une astuce pour pousser l'utilisateur àcliquer sur le profil *Apoline* et le faire rester. L'idée que j'ai développé est celle d'un « accompagnement » de l'utilisateur à ce format d'écriture en chronique sur mes profils. Il passe par des publications spécifiques afin de faire comprendre que le défilement sur le profil *Apoline* est le lieu d'un récit construit sur plusieurs publications à la suite. Ce nouveau mode d'énonciation éditoriale amène à un usage de lecture sur non-normé auquel il faut sensibiliser.Le choix des hashtag pour « éduquer » (#chronique) et programmer le système de notification est important, le hashtag étant en un embrayeur de référencement et, au delà, un indexant programmatique. Le hashtag est aussi une alerte qui annonce une nouvelle chronique.

Figure 6 – Le post comme une lieu d'éducation à la pratique utilisateur

Le cadre de l'énonciation éditoriale d'un réseau social est aménagé afin de convoquer une réponse par des signes d'appel à s'exprimer, à réagir à une publication (emojis, etc.). La publication attend son like, son commentaire ou d'être partagée. La conversation étant un des principes fondamentaux de tout réseau social, je respecte cette dimension pragmatique[8] en répondant aux commentaires (Armengaud, 2007). Les réseaux sociaux font « voir » les chosesdu monde au profit d'une double mécanicité. D'une part, celle d'une « transformation du temps en espace (…) où la prolifération des alertes et des notifications indiquent un nouveau contenu ; (Souchier, Candel, Gomez-Mejia, Jeanne-Perrier, 2019 : 140) ; et par une temporalité narrative de la « timeline » qui se construit sur celle du temps humain en faisant remonter le post le plus actuel : « elle

8 Armengaud montre que la pragmatique selon la définition qu'en donne Charles W. Morris est cette partie de la sémiotique qui traite du rapport entre les signes et les usagers de signes. Cette définition permet de se saisir de certaines formes dans le dispositif d'énonciation éditoriale des réseaux sociaux comme participant d'un phénomène de communication.

va du présent vers ce qui est jugé passé » (Souchier, Candel, Gomez-Mejia, Jeanne-Perrier , 2019 : 140). L'enjeu pour *Apoline* est d'exploiter ce calendrier d'alerte pour faire des annonces. D'autre part, les notifications sont une sollicitation à « faire faire » (Escande-Gauquié, 2019) par la puissance du dispositif qui pousse au feedback. L'enjeu était de faire rester sur le profil *Apoline* en favorisant l'effet condition d'attente. La série active une pratique du rendez-vous avec une attente entre deux épisodes (Ethis, 2007).

Le « chercheur et ses doubles »

Edgar Morin relève que la « magie archaïque » (Morin, 2018 : 96) qui accompagne l'expérience à l'écran passe par « une pratique technique qui enveloppe le spectateur »(Morin, 2018 : 96) provoquant une intensité d'émotions, de participations affectives qui suscitent naturellement « des projections, des identifications et des transferts » (Morin, 2018 : 96). « Or, avec l'écran de smartphone, le monde extérieur pénètre totalement dans la subjectivité de l'individu dans la mesure où la frontière entre extérieur et intérieur est plus poreuse du fait du contact direct et quotidien du corps avec l'écran où l'utilisateur l'incorpore par un système de sensoriums » (Escande-Gauquié, 2019). La frontière entre le dedans et le dehors de soi est fragilisée car l'individu se crée des avatars multiples qui disséminent son identité réelle dans diverses identités. Le jeu d'identification et de transfert n'est plus barré par un sentiment de réalité objective indépendante où l'individu est, avant tout, un sujet qui se projette dans les personnages : « l'expérience affective à l'écran ne se définit plus par une sorte de plasma psychique entre le dedans et le dehors ; elle se résume à une ambivalence, où les frontières se troublent » (Escande-Gauquié, 2019). Le double projectif qu'est *Apoline* je l'ai éprouvé et incorporé psychiquement avec un double objectif.

En premier lieu, amener le lecteur à une véritable « impression fictionnelle » en exploitant les illusions, les faux-semblants et les artefacts. Les réseaux sociaux offrent les possibilités d'une autre vie simulacre qui est au cœur de la crise de la représentation (Bougnoux, 2006) et c'est cela que mes chroniques éprouvent. Cette existence de réalité brouillée que Jean Baudrillard appelle un « vertige de réalité » (Baudrillard, 1970) nait de cette expérience entre vérité et fiction. La photographie ci-dessous témoigne de cette ambiguïté, c'est ma chambre réelle photographiée lors d'un voyage dont j'ai fait une chronique.

Figure 7 – Photo prise dans ma chambre lors d'un voyage

En second lieu, la porosité des frontières est un prétexte afin de montrer l'emprise des industries du numérique sur nos vies. Ces dernières reconfigurent nos façons de voir, d'écrire,de lire, de consommer, de comprendre et d'appréhender le monde. Tout semble rendu visible, lisible puisque même les photographies les plus intimes peuvent être publiées aux yeux de tous en un clic. Les réseaux sociaux produisent des histoires fragmentées qui accentuent l'effet d'intimité et de proximité. Cette énergie « intimiste » j'ai cherché à l'explorer par une démarche de recherche qui s'effectue dans une pratique de détournement des plateformes vers la chronique. Cette « essoreuse numérique » (Bougnoux, 2006) en tant qu'outil de diffusion massive et instantanée brouille constamment les frontières entre vie réelle et vie fictionnelle : « notre démocratie de masse incite chaque individu à revendiquer sa scène » (Bougnoux, 2006). Replacée la chronique numérique dans « ces lieux d'affaissement de la représentation » (Escande-Gauquié, 2015) que sont les réseaux sociaux, pose la question de l'écriture de l'intime qui désigne un espace censé être « le siège de la pensée, de l'action, du désir, du jugement » (Kompanietz, Roulin, 2019 : 15) et renvoie à la part du privé et du secret.En littérature, « l'intime existe que lorsqu'il est formulé, partagé, ou exposé à un autre, qui peut être simplement soi » (Kompanietz, Roulin, 2019 : 15), il est « un retranchement qui trouve à s'exhiber » (Kompanietz, Roulin, 2019 : 15). A titre d'illustration, la romancière Georges Sand dans son autobiographie *Histoire de ma vie* livre « son intimité au monde, au jour le jour, comme un feuilleton du quotidien » (James, 2004 : 31). Les écrits de cette écrivaine révèlent « au plus grand degré, sa grande force et sa grande faiblesse : son inégalable capacité d'improvisation et, peut-on dire, son très particulier manque de véracité » (James, 2004 : 31). Henry James s'étonne que la romancière dans cet ouvrage n'ait « ni l'agrément de la vérité, ni l'agrément de la fiction » (James, 2004 : 31). Pourquoi ? Parce que précisément Georges Sand livre consciemment des pans entiers de sa vie intime qu'elle fictionnalise en ayant un très bref trait d'exactitude. La romancière ne se cachait pas, par ailleurs, de s'inspirer largement de sa vie vécue pour écrire ses romans. Alexandre Dumas fils le décrit très bien : « elle passait ainsi quelques heures à regarder autour d'elle, à méditer, à contempler. Elle recueillait les impressions, elle absorbait l'univers, elle plongeait dans la nature ; et la nuit, elle convertissait toute cela en une sorte d'émanation » (James, 2004 : 31). Les désespérances qui émanent de ses écrits sont « des feuillets tombés des tourments inégauxde la vie de Georges Sand» (Diaz, 2019 : 132). Ce « désagrément » entre fiction et réalité, intime et public, est propre à la chronique intimiste qui amène aussi à jouer avec le réel. Les réseaux sociaux sont autant des lieux d'expression de l'intime que le cadre d'énonciation le sollicite (profil, amis, etc.). J'aurais pu d'ailleurs écrire en exergue de mob profil *Apoline*cette phrase inspirée de Georges Sand : « Ceci n'est pas ma vie, je raconte ici une histoire intime. L'humanité a son histoire intime en chaque homme et en chaque femme ».

Pour conclure, je poserai une question, comme une ouverture, du « chercheur et ses doubles » (Sandra Delcourt, Katia Scheller et Vanessa Theodoropoulou, 2016 : 8) avec cette idée de comprendre comment un savoir scientifique peut-il alimenter une recherche en art ? « La recherche artistique qui se distingue des champs académiques traditionnels par ses méthodes de production, de documentation et de diffusion serait celle d'élargir, d'enrichir notre compréhension des sujets, des objets par de la pratique artistique en soi » (Delcourt, Scheller, Theodoropoulou, 2016 : 7). Si la figure de l'artiste-chercheur est largement reconnue etlégitimée en art, celle du chercheur-artiste commence à émerger dans le milieu académique. Selon ces auteurs, du point de vue du chercheur, cette expérience de « recherche en art » (Delcourt, Scheller, Theodoropoulou, 2016 : 8) pourrait accroître l'expérience, le savoir et le savoir-faire, par le biais de l'action, de la pratique et l'appréhension sensorielle et créative. L'hypothèse d'un dédoublement du chercheur est alors

circonscrite dans un champ de savoir, de méthodologie, d'épistémè, de pratique, de connaissances sur lesquels il peut déplacer, remanier et reconstruire ses interrogations par une « recherche en art ». Le phénomène de rencontre entre recherche et art s'est développé dans le monde de l'art dès les années 2000 et commence à innerver des laboratoires scientifiques dans le monde anglo-saxon. Surtout en Histoire de l'art mais aussi en Humanités où les clôtures épistémologiques et l'herméneutique de recherche font se rencontrer recherche et création artistique dans certains projets. Les deux étant producteurs d'un savoir et de pratiques de recherche, la transformation d'un pan de la recherche en art arrive alors, comme en attestent des programmes anglo-saxon PhD in studio art ou Creative art-doctorates. Comment inscrire ces recherches en art dans le cadre académique de l'Université ? J'ai trouvé quelques éléments de réponse. Par la déconstruction de mon essentialisme du chercheure et en assumant une « subjectivisation » afin de replacer mon savoir scientifique au cœur de la création. Le concept de *poïse* (Etienne Candel, 2020) permet, dans mon cas, d'appréhender la chronique numérique comme une réécriture par rapport à l'usage attendu de la plateforme puisqu'elle agit comme une « rééditorialisation », « une reconfiguration » et une « ré-appropriation » du cadre sémio-technique par « une a*rtistisation* du dispositif vers l'expression littéraire »[9]. Cet « usage littératisant » des réseaux sociaux est destiné à une forme de dédoublement du chercheure que je suis, ce par l'artification d'un savoir et d'une pratique de recherche moins académique.

Bibliographie

Aïm O. (sept. 2007). Parcours théoriques d'une technologie de la culture : le papier?.

Communication et langage, n°153, Paris, Armand Colin.Aumont J. (1990). *L'image.* Paris, Nathan Université.

Armengaud F. (2007). Introduction. *La pragmatique*. Paris, Presses Universitaires de France,pp. 3-14.

Barthes R. (1977). *Fragments d'un discours amoureux*. Paris, Seuil.

Barthes R. (2002). Variations sur l'écriture. Œuvres *complètes*. Tome 4, texte de 1973, Paris,Seuil.

Barres P. (2006). *Le cinéma d'animation, Un cinéma d'expériences plastiques*. Paris,l'Harmattan.

Bougnoux D. (2019). *La crise de la représentation*, La découverte Poche, 2019.

Candel E. Poétisation des réseaux sociaux, *Communication et langages*, n°203, Mars 2020. Candel E. (2005). L'imaginaire du portail : le cas de rezo.net. *Communication et langages*, n°146, Paris, Nathan.

Christin A.-M. (1995). *L'image* écrite *ou la déraison graphique*. Paris, Flammarion. Delaporte J. *Une médiamorphose : du magazine au site internet - le cas de geo.fr*. Mémoiresoutenue en 2010 à Paris 4 Sorbonne - Celsa.

Delcourt S., Katia Scheller K. & Theodoropoulou V. (2016). *Le chercheur et ses doubles*,B42.

Deleuze G. (1983). *L'image-mouvement.* Paris, Les éditions de Minuit.

9 Etienne, Candel, Poétisation des réseaux sociaux, Communication et langages, n°203, Mars 2020.

Diaz B. (déc. 2019). Alchimiste de la douleur : Gorges Sand et la littérature intime . *Orages*,*La révolution de l'intime*. n°18, Paris, Atlande.

Escande-Gauquié P. & Souchier E. Matières et supports, la bande dessinée dans tous es états. *Communication et langages, Bande dessinée : le pari de la matérialité.* n°167, 2011.

Escande-Gauquié P. (2009). Quand la bande-dessinée devient dessin animé : Persepolis. *Hermes*, n°54, CNRS Editions.

Escande-Gauquié P. & Mouratidou E. (2011). Sin city, de la bande dessinée au film. Parcours intersémiotiques. *Citations I, Citer* à *travers les formes. Intersémiotique de la Citation*.Harmattan, n°23.

Escande-Gauquié P. Le storybord comme l'histoire dessinée et destinée d'un film ». *Actes* dans le cadre du *8éme Colloque IAWIS/AIERTI - l'Association Internationale pour l'Étude des Rapports entre Texte et Image :»Éfficacité/Efficacy»* EHESS.

Escande-Gauquié P. (2011). Du papier à l'écrit d'écran : l'IBooks. *Le livre produit culturel,*

Paris, Editions Orizons.

Escande-Gauquié P. & Jeanne-Perrier V. (sept. 2012). Contraintes et explorations narratives sur les réseaux sociaux : la case de la bande dessinée dans tous ses pixels. *Actes dans le cadre du IIème Congrès International Bandes Dessinées et Humour Graphique* - Université deBuenos Aires.

Escande-Gauquié P. Smartphone, réseaux sociaux et gestes performatifs. Revue *MEI*, 2019.Escande-Gauquié P. (2015). *Tous selfie*, Paris, François Bourin, p. 123.

Ethis E. (déc. 2007). Le cinéma cet art subtil du rendez-vous. *Communication et langages :L'énonciation* éditoriale *en question*. n°154, Paris, Armand Colin.

Gaudreault A. & Marion P. (avril 2000). Un média naît toujours deux fois. *Sociétés etReprésentations*. n°9, CREDHESS.

Gérard G. (1982). *Palimpsestes*. Paris, Essais, Seuil. James H. (2004). *Georges Sand*. Paris, Mercure France.

Jeanneret Y. (2007). Les semblants du papier. *Communication et langages* : *Les pouvoirs desuggestion du papier*, n°153, Paris, Editions Armand Colin.

Jenkins H. (2006). *Convergence culture. Where Old end New Media Collide,* New-York, PressUniversity.

Kristeva J. (1969), *Semeiotiké*, Paris, Seuil.

Morin E. (2018), *Le cinéma, un art de la complexité. Articles et textes inédits 1952-1962*.Paris, Nouveau monde Editions.

Morin E. (1957). *Les stars*. Paris, Seuil.

Odin R. (2000). *De la fiction.* Bruxelles, De Boeck.

Odin R. (2011). *Les espaces de communication. Introduction* à *la sémio-pragmatique*.Grenoble, PUG.

Paci V. (2012). *La machine* à *voir,* à *propos de cinéma attraction*, exhibition, PressesUniversitaires Septentrion.

Shenghui L. (1999). *Transformation et réception du texte par le film*, Bren, Peter Lang. Souchier E. & Yves Jeanneret. (1999). Pour une pratique de l'écrit d'écran. *Xoana* n°6. Souchier E., Etienne Candel E., Gomez-Mejia G. & Valérie Jeanne-Perrier. (2019). *Le numérique comme* écriture, *Thérories et méthodes d'analyse*, Paris, Armand Colin.

Soulé B. (2007). Observation participante ou participation observante ?. Recherchesqualitatives, vol.27 (1).

Soulez G. & Kira Kitsopanidou K. (2015). *Le levain des médias – forme, format, média*,Paris, Harmattan.

Souriau S. (1951). La structure de l'univers filmique et le vocabulaire de la filmologie. *Revueinternationale de filmologie* nº 7-8.

Vandendorpe C. (1999). *Du Papyrus* à *l'hypertexte, essai sur les mutations du texte et de lalecture*, Paris, la Découverte.

Villeneuve J. (2001). La symphonie-histoire d'Alfred Schnittke : Intermédialité, cinéma,musique. *Intermédialités, Histoire et Théories des arts, lettres et techniques : Raconter*.

Territoires psychiques : quand le virtuel rend l'invisible visible

Psychic territories: when the virtual makes the invisible visible

Olivier Nannipieri, IMSIC,
Université de Toulon & Aix-Marseille Université
olivier.nannipieri@univ-tln.fr

Aoi Nakamura, Compagnie AOE, Londres
esteban@aoiesteban.com

Esteban Fourmi, Compagnie AOE, Londres
esteban@aoiesteban.com

Mots clés : virtuel, territoire, inconscientKeyword : virtual, territory, unconscious

Résumé :

Cette contribution propose une analyse d'un dispositif artistique de réalité augmentée etvirtuelle qui offre à des utilisateurs la possibilité d'accéder à l'inconscient. Ce dispositif brouille les frontières entre plusieurs territoires : il hybride les territoires physiques, numériques et symboliques, il hybride les territoires tangibles et intangibles, il hybride les territoires partagés et intimes, il hybride les territoires de l'artiste et de l'utilisateur et il hybride, enfin, temporellement, l'expérience et l'après-expérience de l'utilisateur.

Abstract :

This contribution offers an analysis of an artistic device of augmented and virtual reality that offers users the possibility of accessing the unconscious. This device blurs the borders between several territories: it hybridizes physical, digital and symbolic territories, it hybridizes tangible and intangible territories, it hybridizes shared and intimate territories, it hybridizes the territories of the artist and the user and it hybridizes, temporally, the experienceand the post-user experience.

Territoires psychiques : quand le virtuel rend l'invisible visible

Olivier Nannipieri, Aoi Nakamura et Esteban Fourmi,

Introduction

Les dispositifs sociotechniques d'information et de communication permettent de prendre conscience que les frontières entre l'homme, l'animal et la machine sont poreuses (Ben Amor, Renucci et Zénouda, 2013 ; Renucci et Zénouda, 2013). En ce sens, Alain Bouldoires (2005) a parfaitement raison de s'interroger à propos d'un dessin réalisé par un collégien se représentant en train de jouer sur un ordinateur où l'œil du personnage est remplacé par la cible de l'écran et l'arme est à l'extérieur de l'écran : le joueur sait-il encore ou il est ? Brouillant les frontières entre les territoires, ces dispositifs offrent la possibilité de penser notre rapport au monde, à soi, à l'autre d'une manière renouvelée et surtout problématique, surtout lorsqu'il s'agit de territoires qui, par leur nature même, sont non seulement intangibles et intimes, mais se déploient dans la réalité virtuelle. Or, il ne fait aucun doute que les environnements virtuels constituent, aujourd'hui, des territoires encore inexplorés.

Tel Marco Polo qui, en son temps, racontait, dans Le devisement du monde, l'exploration de terres et de peuples inconnus, Spike Jonze, dans son film, *Being John Malkovitch*, imaginait un passage secret permettant aux personnages du film d'entrer littéralement non seulement dans la peau de John Malkovitch, mais également d'explorer son inconscient. En ce sens, l'art – l'occurrence, le cinéma – constitue un moyen d'offrir une représentation artistique visuelle d'un territoire psychique invisible.

Or, est-il possible d'aller au-delà d'une expérience strictement visuelle – une représentation en images – d'un territoire invisible ? Comment ne pas seulement voir l'inconscient, mais en faire l'expérience, c'est-à-dire, l'explorer, s'y déplacer, voire interagir avec lui ? Comment entrer au sein d'un territoire psychique, imperceptible, intangible, lequel ne paraît exister qu'à travers ses manifestations (e.g. rêves, lapsus, actes manqués) : l'inconscient ?

Cette contribution propose une analyse d'un dispositif artistique de réalité augmentée et virtuelle qui offre à des utilisateurs la possibilité d'accéder à l'inconscient. Certes, il ne s'agit pas d'un dispositif ayant une quelconque ambition d'investiguer strictement scientifiquement l'inconscient – même si, nous le verrons, l'analyse psychanalytique est au fondement de ce dispositif, mais de permettre à des utilisateurs de vivre une expérience de l'inconscient. Car ce dispositif n'a rien de gratuit ou d'arbitraire dans le sens où la démarche de l'artiste est intimement liée à l'approche psychanalytique.

Le dispositif *Whist*

Comment pénétrer l'intimité psychique d'un sujet qui paraît être, elle-même, presque inaccessible au sujet lui-même tant, comme l'écrivait Sigmund Freud, le moi n'est pas maître dans sa propre maison (Freud, 1922) ?

C'est ce que proposent les artistes Aoi Nakamura et Esteban Fourmi dans leur dispositif *Whist*. Articulant réalité augmentée et vidéo en 360° interactive, ces artistes nous plongent dans les dédales de ce qui nous apparaît, au moins durant la phase d'immersion, comme le propre territoire inconscient des artistes. Déambulant dans une pièce, une dizaine d'utilisateurs, équipés d'un casque de réalité augmentée et de réalité virtuelle couplé à un dispositif audio, sont invités à rechercher des objets (e.g. un cube massif, une table qui paraît fondre et s'enfoncer dans le sol) que le casque scanne en réalité augmentée pour faire basculerle visiteur dans une vidéo 360° interactive (Fig. 1). Chaque objet scanné permet de vivre une expérience de quelques minutes nous plongeant dans des scènes oniriques, plus précisément, cauchemardesques (Fig. 2).

Fig.1 – Exemple d'objet perçu en réalité augmentée à scanner

Fig.2 – L'atmosphère de Whist

L'utilisateur alterne, durant l'expérience, entre la perception d'objets réels localisés dans la pièce et l'immersion dans un film interactif en 360° : les utilisateurs entrent « dans la tête » des artistes par l'intermédiaire d'objets mondains qui constituent autant de passages entre le monde réel et l'univers inconscient de l'artiste territorialisé par un environnement virtuel.

Or, l'utilisateur n'est pas qu'un simple spectateur, il est un *spectacteur* (Renucci, 2003) car, en fonction du personnage qu'il regarde le plus longtemps (e.g. regarder une femme, regarder un homme) durant la scène initiale de la vidéo, l'environnement dans lequel il sera immergé sera différent (Fig. 3).

Fig.3 – Exemple d'environnement avec les personnages

En effet, il existe 76 scenarii différents. Pourtant, ces scénarii sont trompeurs en un sens : durant l'expérience, l'utilisateur pense qu'il explore le territoire inconscient des artistes ou despersonnages, mais c'est bien plus que cela puisqu'il découvre, lorsque l'expérience s'achève, un numéro (de 1 à 76) qu'il doit mémoriser.

Car l'expérience ne s'arrête pas là. Sur le site dédié à l'œuvre, l'utilisateur est invité à entrerce numéro qui lui permet d'accéder à une analyse – analyse produite par un psychanalyste freudien – de ses choix durant l'expérience, caractérisant, ainsi, un profil psychanalytique synthétique. Ainsi, sans en être conscient, l'attention portée par l'utilisateur aux personnages des vidéos révèle ou manifeste des éléments qui relèvent de son propre inconscient. Il entre, par l'intermédiaire d'objets signifiants pour les artistes, dans l'univers onirique de ces dernierssans savoir, qu'en réalité, la façon dont il explore le territoire inconscient des artistes par ses choix – en l'occurrence, en focalisant son regard sur certains éléments plutôt que d'autres – révèle des éléments qui appartiennent à son propre territoire inconscient.

Un dispositif qui brouille les frontières entre plusieurs territoires

Ce dispositif offre, premièrement, la possibilité de territorialiser et de sensorialiser ce qui, normalement, ne peut être ni localisé dans l'espace et ni le temps, ni, par conséquent, être perçu par nos sens. En effet, ce dispositif permet de rendre l'invisible (i.e. le territoirepsychique) visible sans pour autant être tangible puisque le dispositif ne permet pas deperceptions haptiques, à l'exception des objets en réalité augmentée.

Deuxièmement, ce dispositif permet, dans le cadre d'une démarche artistique, de rendrel'invisible visible en manifestant dans l'espace et le temps ce qui, sur le plan de la science de l'inconscient, ne peut être manifesté de la sorte, mais principalement représenté mentalement – lors des rêves par exemple ou communiqué verbalement dans le cadre d'une cure psychanalytique. En effet, en dépit du fondement psychanalytique du dispositif, les artistes prennent une liberté avec la psychanalyse freudienne dont le mode d'effectuation est la*talking cure*. Dans la cure psychanalytique, l'inconscient se manifeste verbalement car le patient communique via le langage. Or, dans ce dispositif, l'inconscient des artistes se manifeste par l'in-

termédiaire d'images : par la perception des objets symboliques physiquement présents dans la pièce et dans la perception du territoire psychique virtuel.

Troisièmement, il est question, sur la base de ce dispositif, d'interroger la porosité et les relations entre ces territoires. En effet, la singularité de ce dispositif est qu'il brouille les frontières entre plusieurs territoires à différents niveaux : En premier lieu, entre l'environnement physique et l'environnement numérique en s'inscrivant dans un continuum réel-virtuel (Milgram et Kishino, 1994).

En clair, il n'existe pas plusieurs réalités, dont, par exemple, l'une serait virtuelle. Il n'existe qu'une réalité mais elle s'effectue, par degré, selon deux axes.

La conceptualisation de la réalité mixte proposée par Paul Milgram et Fumio Kishino (1994) constitue un cadre non seulement théorique – qui gomme les différences conceptuelles entre réel et virtuel – mais également technique – puisque le casque porté permet de passer d'un environnement augmenté à un environnement virtuel et inversement – et empirique – au sens où l'expérience utilisateur est tout autant stimulée par des entités physiques que virtuelles. Les auteurs proposent, en effet, l'expression « real-virtual continuum » afin de souligner le fait qu'il existe un passage progressif de la réalité à la réalité virtuelle et inversement (Fig. 4).

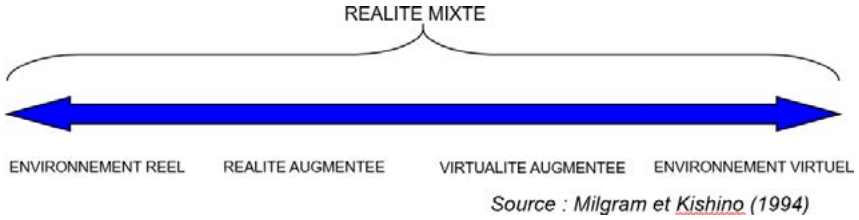


Fig.4 – Continuum réel-virtuel

L'intérêt de ce schéma est qu'il permet de comprendre que les différences entre la réalité et la réalité virtuelle ne sont pas des différences de nature mais de degrés. S'il permet cela, c'est parce qu'il subsume la réalité et la réalité virtuelle sous l'expression « réalité mixte ». Très concrètement, nous pouvons expérimenter le monde réel, un monde virtuel, mais également un monde où le réel et le virtuel sont, pour ainsi dire, mélangés : lorsque le réel est prédominant (des éléments virtuels sont ajoutés au réel), nous lui donnons le nom de réalité augmentée et lorsque, au contraire, c'est l'environnement virtuel qui est prédominant (des éléments réels sont ajoutés à l'environnement virtuel), nous l'appelons virtualité augmentée. Il est important de préciser qu'il ne s'agit pas, relativement à l'objectif de cet article, d'une approche utilisateur mais technicienne : lorsque ces auteurs parlent de réalité mixte, il s'agit juste d'un concept qui permet de proposer une taxonomie des interfaces de réalité virtuelle, à aucun moment ils ne tentent de se placer du point de vue de l'expérience de l'utilisateur. Ainsi, Le continuum proposé a une fonction descriptive et classificatrice ayant une portée essentiellement pragmatique. Mais au-delà de cet avantage, il semble soulever un certain nombre d'interrogations.

En effet, afin de permettre de classer les dispositifs techniques de réalité virtuelle le long de leur continuum, les auteurs font figurer, aux extrémités de ce continuum, deux notions : l'environnement réel et l'environne-

ment virtuel. Or – mais cela n'affecte pas le caractère pragmatique de ce modèle – existe-t-il, à strictement parler, une réalité et une réalité virtuelle pures : pures au sens où ces deux types de réalités n'incluraient aucun élément appartenant à l'autre réalité ? Et si tel était le cas, la réalité et la réalité virtuelle ne seraient-ils pas deux environnements hypothétiques ? Le mythe d'une réalité pure, originelle et naturelle à une extrémité et, à l'autre extrémité, le fantasme d'une fiction absolue ?

En ce sens, en dépit de la pertinence de la notion de continuum, les extrémités – le réel et le virtuel – sont moins des environnements – physique pour le premier et numérique pour le second – que des concepts-limites.

Dans le dispositif analysé ici, ce continuum est rendu possible grâce au passage qu'il ouvre entre la « réalité » (la pièce dans laquelle déambulent les visiteurs), la réalité augmentée (avant le basculement vers l'environnement virtuel) et la réalité virtuelle (durant l'immersion dans l'environnement en vidéo 360°). Car, finalement, l'environnement réel ne disparaîtjamais complètement. L'environnement virtuel ne s'y substitue jamais intégralement. Comme le relève Philippe Quéau (1993, p. 72), le « complexe réel-virtuel » produit une nouvelle « réalité composite ».

En second lieu, la singularité de ce dispositif est qu'il brouille également les frontières entre leterritoire tangible (l'environnement physique) et celui de l'inconscient des artistes ou des personnages – qui les incarnent ? – en liant chaque objet tangible disposé dans la pièce à une représentation virtuelle rendue techniquement possible par le basculement de la réalité augmentée vers le mode virtuel. Chaque objet disposé dans la pièce opère comme une porte, un sas qui permet de basculer de l'objet à sa signification sur le plan psychanalytique pour les artistes. Là où, au quotidien, nous présupposons que l'objet est généralement perçu et pensé dans sa dimension d'objet fonctionnel, les singuliers objets disposés dans la pièce soulignentla dimension symbolique de tout objet perçu. En effet, comme le souligne Maurice Merleau- Ponty : « Je ne perçois pas seulement des choses [...]. Ce ne sont pas seulement des valeurs spatiales et chromatiques que le fonctionnement nerveux distribue, mais encore des valeurs symboliques » (Merleau-Ponty, 1945).

En troisième lieu, le dispositif brouille les frontières entre le territoire de l'inconscient des artistes et celui de l'utilisateur impliqué par ses choix en termes de navigation permis par le caractère interactif du dispositif. C'est, en quelque sorte, comme si les images, les rêves produits par les artistes via le dispositif devenaient les images et les rêves de l'utilisateur. Si ces images produisent un effet sur l'utilisateur – le questionnent, le dérangent, le choquent ou l'effraient – c'est probablement parce que les rêves des artistes lui disent quelque chose de sespropres rêves. Il n'est plus alors qu'un simple spectateur du rêve d'un autre. Et, au-delà de ce rêve désormais partagé, le dispositif brouille les frontières entre soi et l'autre.

En quatrième lieu, le dispositif brouille les frontières entre le choix de navigation de l'utilisateur et le territoire de la signification, lorsque l'utilisateur, quittant l'expérience perceptive, est confronté à la traduction langagière de ses choix lorsqu'il découvre l'interprétation psychanalytique de son parcours. C'est l'interactivité qui est au cœur de ce phénomène. En effet, afin de comprendre ce qui se joue dans la relation homme-machine, ilest nécessaire de distinguer deux dimensions de l'interactivité (Paquelin, 2005). L'interactivité fonctionnelle (Barchechath et Pouts-Lajus, 1991) ou machinique (Jacquinot, 1997), d'une part et l'interactivité intentionnelle (Barchechath et Pouts-Lajus, 1991) ou mentale, d'autre part (Jacquinot, 1997). Lorsqu'un sujet est immergé dans un environnement immersif, nous avons bien affaire à une situation d'in-

teractivité dans le sens où il existe bien un échange, une influence réciproque, entre une machine et son utilisateur. Si l'interactivité fonctionnelle ou machinique constitue une condition nécessaire à toute forme d'interactivité homme-machine, puisqu'elle gère les protocoles de communication entre la machine et l'utilisateur, qu'en est-il de l'interactivité intentionnelle ou mentale concernant un dispositif artefactuel numérique ?

L'interactivité ne peut être réduite à l'ensemble des fonctionnalités ou des modalités d'action permises par le dispositif : les choix de navigation de l'utilisateur sont tout autant dictés parles potentialités techniques d'interaction que par la signification – ici inconsciente – des actions ou des choix de navigation de l'utilisateur.

Dispositif, processus et expérience

Afin de visualiser de manière synoptique le processus de l'expérience utilisateur, le schéma suivant illustre les relations entre les interfaces utilisées, les territoires explorés, la nature des éléments de ces territoires et les phases du processus de l'expérience (Fig. 5).

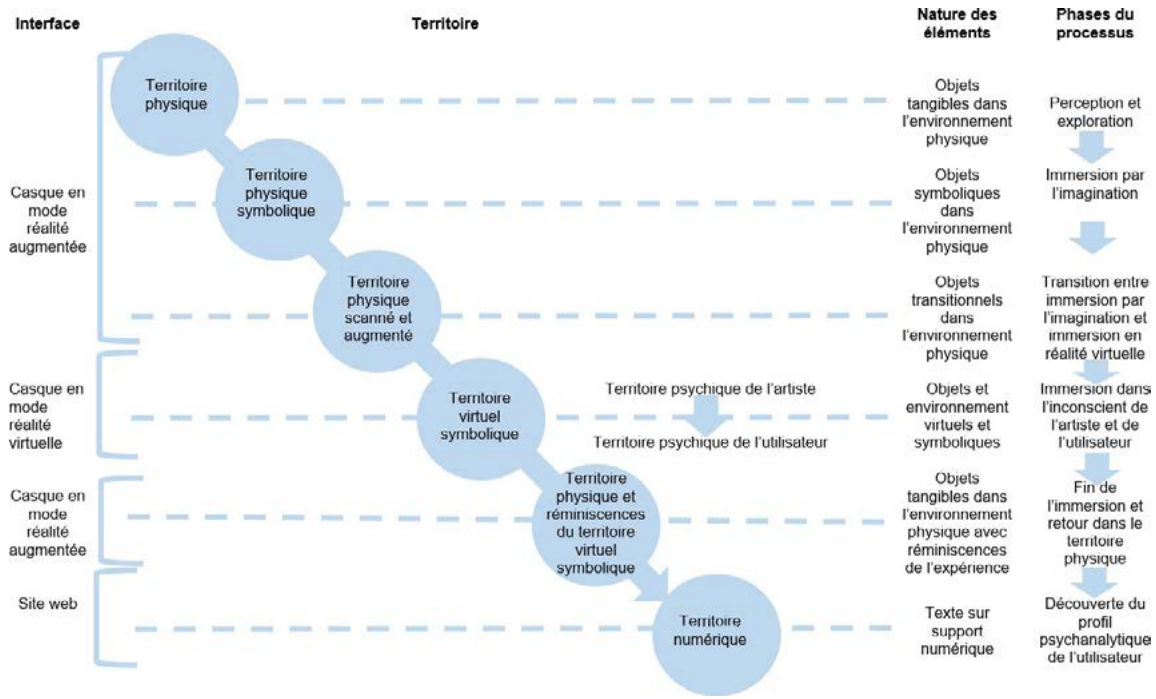


Fig.4 – Processus de l'expérience

Initialement [*territoire physique*], l'interface de réalité augmentée, grâce à un dispositif de vidéo qui filme l'environnement physique (la pièce et les objets sur le sol), permet depercevoir l'environnement en mode « réel » puisque l'environnement perçu via le casque est identique à l'environnement perçu sans casque. Or, très rapidement [*territoire physique symbolique*], l'étrangeté des objets présents dans la pièce engage l'utilisateur à s'interroger à propos de leur signification : ces objets sont, certes, tangibles, mais leur étrangeté oblige l'utilisateur à les considérer non pas comme des objets mondains, mais comme des signes. Dès lors que l'utilisateur fixe son regard sur un des objets, l'objet est scanné et le casque bascule du mode aug-

menté [*territoire physique scanné et augmenté*] vers le mode virtuel [*territoire virtuel symbolique*]. Or, ce territoire n'est pas une simulation de la réalité tangible, mais une manifestation du territoire psychique, donc symbolique, des artistes. Or, le caractère interactif du dispositif va proposer une expérience différente à chaque utilisateur (76 possibilités) en fonction de ce qu'il va regarder dans l'environnement virtuel. Ce sont ces choix, ces parcours, qui vont permettre de dresser un profil psychanalytique de l'utilisateur. Al'issue de l'expérience, l'utilisateur se retrouve dans la première phase (casque en mode réalité augmentée), mais les objets étranges qu'il perçoit et la puissance des images et des sons de l'environnement virtuel dans lequel il a été immergé ont laissé une trace [*Territoire physique et réminiscences du territoire virtuel symbolique*]. Ces objets étranges, initialement indéterminés quant à leur signification, sont, désormais, avec plus ou moins de précision, liés aux scènes qu'il a vécues durant la phase d'immersion. Il peut, alors, se rendre sur le site web [*Territoire numérique*] et entrer le numéro qui lui a été communiqué afin de découvrir son profil. Sans prétendre pouvoir révéler l'inconscient de l'utilisateur, ces profils consistent à dresser un portrait – plus psychologique d'ailleurs que psychanalytique – de l'utilisateur. Par exemple, l'utilisateur peut être caractérisé par une propension à trouver, dans le passé, la signification de ses actes et de ses choix et ce, dans une posture de lucidité qui indique qu'ilne craint pas ce qu'il peut découvrir. L'utilisateur peut, également être caractérisé par une profonde empathie à l'égard d'autrui qui indique que, pour lui, que son bonheur peut être affecté par la conscience qu'il a de la souffrance d'autrui.

Conclusion

En somme, ce dispositif est hybride à, au moins, cinq niveaux : il hybride les territoires physiques, numériques et symboliques, il hybride les territoires tangibles et intangibles, il hybride les territoires partagés et intimes, il hybride les territoires de l'artiste et de l'utilisateuret il hybride, temporellement, l'expérience et l'après-expérience lorsque l'utilisateur découvreson profil sur le site web. Finalement, grâce à ce type de dispositif, comme le souligne AnolgaRodionoff (2013, p. 7) : « On passe d'un virtuel comme prolongement de la réalité – où rien ne distingue le premier de la seconde –, voire à un virtuel qui s'y substitue, à un virtuel qui s'oppose, jusqu'à son hybridation ».

Certes, comme cela a été souligné, le profil psychologique final qui émerge de l'expérience nepeut être que général, il ne peut révéler, pour chaque utilisateur, son idiosyncrasie. Mais l'intérêt de ce dispositif est, au fond, probablement ailleurs : il constitue avant tout une expérience esthétique. Une expérience esthétique qui n'est pas seulement contemplative, maisune expérience esthétique de l'intimité : celle des artistes et celle de l'utilisateur.

Bibiographie

Barchechath E. & Pouts-Lajus S. (1991). Les attentes des utilisateurs. *Colloque Synapse*, Montpellier.

Ben Amor S., Renucci F. & Zénouda H. (2013). Aux frontières de l'homme interfacé. *H2PTM*, 16, 17 et 18 octobre 2013, CNAM, Paris.

Bouldoires A. (2005). Réalités virtuelles et corporéité. *Etudes de Communication*, 28, p. 1-9.Freud S. (1922). *Introduction à la psychanalyse*. Payot, Paris.

Jacquinot G., (1997). Nouveaux écrans du savoir ou nouveaux écrans aux savoirs ? In *Apprendre avec le multimédia où en est-on ?*, Crinon, J. & Gautellier, C. (dirs), Éditions Retz,Paris, 1997, p. 157-164.

Merleau-Ponty M. (1945). *Phénoménologie de la perception*. Edition Gallimard, Paris.

Milgram P. & Kishino F. (1994). A taxonomy of mixed reality visual displays, *IEICE Transactions on Information Systems*, E77-D, 12.

Paquelin D. (2005). Analyse d'applications multimédias pour un usage pédagogique. À la recherche de l'intentionnalité partagée. *Apprentissage des Langues et Systèmes d'Information et de Communication*, 5, 1, mars, p. 3-32.

Quéau P. (1993). La pensée virtuelle. *Réseaux*, 11, 61, p. 67-78.

Renucci F. (2003). Les ruptures du film interactif : la continuité de son histoire, le rythme de son énonciation, l'harmonie de la composition. *Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication*, Université du Sud Toulon-Var.

Renucci F. & Zénouda H. (2013). Esthétique de la cause – Esthétique de la caresse Une exposition d'Antoine Schmitt., in *Savoirs en action*, Durampart M. et Bernard F. (Dir.),CNRS Editions, Paris, p. 243-260.

Rodionoff A. (2013). Présentation. *Les Territoires du virtuel* (dir. A. Rodionoff), *MEI*, 37, p. 7-10.

Un cadre à la jonction de l'espace physique et numérique

A framework at the junction of physical and digital space

Jacques Ghoul Samson
Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Toulon
jacques.ghoul-samson@univ-tln.fr

Mots-clés : espace numérique, cadre de communication, interactions, communication médiatée par des avatars

Keywords : digital space, communication framework, interactions, avatar-mediated communication

Résumé :

Cet article se propose d'investiguer la nature de la frontière séparant l'*espace physique* et l'*espace numérique* depuis une perspective interactionniste. Partant de l'analyse des activités communicationnelles et sociales menées par les groupes d'avatars (les « guildes ») du jeu de rôle en ligne massivement multijoueur *World of Warcraft*, nous mettons en avant la nature paradoxale du lien unissant les espaces. En effet, il apparaît que l'*espace numérique* est susceptible de produire ses propres référents en autonomie complète de l'*espace physique* et, pourtant, il est indéniable que sans ce dernier l'*espace numérique* ne pourrait subsister (puisquece sont les utilisateurs qui manipulent les avatars et interagissent avec l'environnement simulé).Pour résoudre ce paradoxe nous proposons alors de replacer les interactions entreprises par lesutilisateurs et leurs avatars dans un nouveau cadre (en reprenant la terminologie goffmanienne)qui unit les espaces en ayant pour fonction principale d'assurer la continuité des échanges entreles individus ; c'est ce que nous nommons un « cadre de communication ».

Abstract :

This paper proposes to investigate the nature of the boundary between physical and digital spacefrom an interactionist perspective. Starting from the analysis of the communicational and socialactivities carried out by the avatar groups (the «guilds») of the massively multiplayer online role-playing game World of Warcraft, we highlight the paradoxical nature of the link betweenthe spaces. Indeed, it appears that digital space is likely to produce its own referents in completeautonomy from physical space, yet it is undeniable that without the latter, digital space could not subsist (since it is the users who manipulate the avatars and interact with the simulated environment). To resolve this paradox, we propose to place the interactions undertaken by usersand their avatars in a new framework (using Goffmanian terminology) that unites the spaces byhaving the main function of ensuring the continuity of exchanges between individuals; this is what we call a «communication framework».

Un cadre à la jonction de l'espace physique et numérique

Jacques Ghoul Samson

Introduction

En intitulant son ouvrage « *The virtual community* », Howard Rheingold (2000) présupposait l'établissement d'une frontière ontologique entre un espace « réel » et « virtuel ».Le premier étant celui que nous arpentons quotidiennement et naturellement (c'est-à-dire, sansautre forme de médiation que celle permise par le corps humain) alors que le second ne serait que le fruit d'une production proprement irréelle, généralement simulée par différentes technologies numériques (environnements immersifs, réalité virtuelle, réalité augmentée, etc.).De nombreux auteurs appartenant ou gravitant autour des Sciences de l'Information et de la Communication ont grandement remis en cause l'irréalité inhérente à la notion de « virtuel » ; par exemple, en substituant ce terme par « actuel » (Boellstorff, 2008; Lévy, 1998) ou en faisantabstraction de cette opposition afin de lui préférer la notion d'« espace physique » et « d'espacenumérique ou simulé» (Bonfils, 2014). Auquel cas nous faisons référence à une distinction entreun espace physique et un espace numérique. Néanmoins, ces différentes appréhensions présentent un point commun : elles se focalisent sur la nature de ces espaces et la manière dontil est possible de les définir. Ainsi, cette approche, bien qu'essentielle, fait abstraction de ce qui se joue entre ces espaces ; c'est-à-dire, la frontière permettant de délimiter ce qui a lieu dans l'*espace numérique* de ce qui a lieu dans l'*espace physique*.

Dès lors, il nous a semblé opportun de tenter de saisir cet interstice en nous intéressant auxcommunications et interactions menées par des groupes d'utilisateurs d'un *espace numérique*. Notre démarche a donc consisté à reprendre à notre compte la ligne théorique tracée par EdwardCastronova (2005) lorsqu'il propose d'étudier ces espaces, comme des espaces à part entière, c'est-à-dire, distincts de l'espace physique. En prenant comme terrain de recherche des espacesludiques (comme, par exemple, le jeu de rôle massivement multijoueur *World of Warcraft*), l'auteur propose de ne plus placer au centre de l'analyse la dimension ludique de ces derniers. Il devient alors nécessaire de substituer ce cadrage théorique par un autre permettant également d'étudier ce type d'espace. Issu de l'économie c'est vers cet angle que s'est tourné Castronova.Dans le cas de la présente recherche, qui constitue le socle de notre thèse, nous avons proposé de nous focaliser sur les interactions menées par les utilisateurs et leurs avatars. Nous avons opéré une déconstruction puis une reconstruction de l'œuvre d'Erving Goffman (Goffman, 1973a, 1973b, 1974, 1987, 1991) afin de pouvoir mobiliser les concepts fondés par cet auteur comme une grille d'interrogation permettant de faire émerger les éléments saillants et particuliers des interactions conduites dans un espace numérique. Ce processus nous a conduità considérer que si, comme le suggèrent les travaux de Castronova, nous pouvons appréhender l'espace numérique comme un espace à part entière, alors il est également possible d'en faire de même avec la figure de l'avatar. Cela revient alors à proposer une analyse où, du point de vue des interactions, la figure de l'avatar est une entité distincte de l'utilisateur. Il ne s'agit pasde remettre en cause la manipulation dont

l'avatar est l'objet de la part de l'utilisateur, mais deconsidérer qu'il est possible d'analyser les interactions menées par des avatars comme si elles n'impliquaient pas les utilisateurs. Cette posture analytique permet de mettre en exergue la nécessité qu'ont les individus de mobiliser l'*espace physique* lorsqu'ils interagissent au sein del'*espace numérique*. En somme, en opérant une scission théorique entre les deux espaces nous pouvons être à même d'observer les moments où cette séparation ne permet plus l'analyse desinteractions et par conséquent, déterminer où et quand s'établit une frontière entre les deux espaces.

Afin de retranscrire certains des résultats produits par cette posture nous nous proposons descinder cet article en trois parties principales. Nous commencerons par présenter le contexte dela recherche en exposant des éléments permettant de saisir les spécificités du terrain et de la méthodologie que nous avons déployé ; puis nous aborderons le lien paradoxale – entre autonomie et inséparabilité – unissant l'*espace physique* et l'*espace numérique* et, finalement, nous verrons en quoi la considération d'un *espace de communication* à la lisière de ces espacespeut permettre de résoudre ce paradoxe et de comprendre, en partie, la nature du lien unissant ces espaces.

Contexte de la recherche

Terrain

Les données et résultats présentés dans cet article sont le produit d'un travail de recherche réalisé pendant trois ans dans le jeu de rôle en ligne massivement multijoueur (ou *MMORPG* sil'on préfère l'acronyme anglais plus couramment utilisé) *World of Warcraft*. Edité par le studiocalifornien *Blizzard Entertainment* (dont *Activision* est l'actionnaire majoritaire depuis 2013) plusieurs éléments nous permettent d'affirmer la particularité de cet *espace numérique* par rapport aux autres titres du même genre :

- Sa pérennité ; existant depuis plus de 15 ans[1] il est le seul jeu de cette catégorie continuant à proposer un contenu régulier et réunissant toujours un important nombre d'utilisateurs.
- Sa popularité : bien que les 13 millions de comptes actifs ayant été enregistrés courant 2010 n'ont plus été atteints depuis un décennie, le nombre d'abonnés continue à oscillerentre 2 millions et 6 millions, faisant de ce titre le plus populaire de son genre.
- Son modèle économique : alors que l'industrie vidéoludique s'oriente de plus en plus vers la gratuité de titres – qui incluent des microtransactions[2] – *World of Warcraft* exige,depuis son lancement, la souscription d'un abonnement mensuel (de l'ordre de 10€) afinde pouvoir y jouer.

Du point de vue du joueur, *World of Warcraft* offre la possibilité de parcourir un univers fantastique en incarnant un avatar grandement personnalisable ; que ce soit du point de vue dusexe, de la race (un large choix incluant, entre autres, des nains, des elfs ou des orcs) ou encorede la « classe » qui va définir les aptitudes de

1 World of Warcraft est officiellement lancé en 2004 aux Etats-Unis d'Amérique et début 2005 en Europe.

2 Ces titres, qualifiés de Free to Play (« jouable gratuitement »), offrent la possibilité aux utilisateurs de jouer sans achat initial mais proposent également des « boutiques » dans le jeu permettant l'achat d'éléments cosmétiques (permettant de personnaliser son personnage) ou d'éléments accélérant la progression du joueur.

l'avatar : un mage pourra lancer des sorts alors qu'un chasseur ou un guerrier seront des experts du combat à distance ou rapproché (au total douze classes sont disponibles).

Mais, étant un jeu « massivement multijoueur », le joueur n'est pas censé parcourir cet *espace numérique* seul. Tout le *design* du jeu est conçu pour le conduire à se rapprocher des autres joueurs afin qu'ils affrontent – ensemble – les plus grands dangers, offrant les plus grandes récompenses. Pour s'unir durablement, les joueurs peuvent fonder (et rejoindre) des « *guildes* », c'est-à-dire, des rassemblements d'*avatars* persistant après la déconnexion de ces derniers et mettant à leur disposition des outils facilitant leur cohésion (comme des canaux de discussion particuliers, une banque pour mettre en commun leurs ressources ou un emblème –un *tabard* – leur permettant de se distinguer les uns des autres).

La guilde apparaît donc comme un élément essentiel de l'expérience vécue par le joueur et sonavatar. D'autant plus que ce sont principalement les *guildes* qui permettent aux joueurs d'entrerdans les *raids* : des zones regroupant des adversaires puissants nécessitant l'alliance de 10 à 25avatars pour être vaincus et permettant à ces derniers d'obtenir des objets augmentant considérablement leur force. Les raids représentent l'une des principales activités des avatars qui passent un temps important à préparer ces expéditions (en récoltant des matériaux ou en confectionnant des objets – comme des potions – afin de les assister dans leur quête).

Outre sa fonction indéniablement sociale, la guilde est un élément central au bon déroulement de la vie des avatars arpentant *World of Warcraft*. Nous intéressant essentiellementaux interactions menées par les utilisateurs dans cet espace numérique, la guilde apparaît alorscomme le point d'entrée par excellence de cette recherche.

Méthode

D'un point de vue méthodologique nous avons choisi d'appréhender ce terrain de manière ethnographique en réalisant une ethnographie par observation participante au sein de plusieurs*guildes* de *World of Warcraft*. La plupart de nos données ont été récoltées auprès de deux guildes sur une période de plus de deux ans. Cette période d'observation nous a permis de « dépasser notre condition d'étranger » au terrain et à ces groupes en nous familiarisant avec leurs histoires, leurs fonctionnements et leurs hiérarchies. Cela a également été l'occasion de partager les expériences vécues par l'ensemble des membres de ces guildes.

Opérant une triangulation méthodologique ces observations ont été complétées par la tenued'entretiens informels (uniquement avec prise de notes et sans retranscriptions complètes) et formels (basés sur un guide d'entretiens avec enregistrements et retranscriptions). Ces entretiens formels nous ont permis de mettre à l'épreuve certaines de nos observations et d'éclaircir des zones d'ombres que ces observations n'avaient su éclairer.

Tout au long de notre ethnographie nous avons également effectué une captation audiovisuelle des *raids* afin de pouvoir les analyser en dehors du cours de l'action dans lequel nous étions engagés avec les différentes *guildes*. Nous avons ensuite analysé ces centaines d'heures de captation en utilisant le logiciel d'analyse qualitative Atlas T.I. Ce dernier nous a permis de fragmenter chaque raid (durant trois à quatre heures) en plusieurs centaines d'*unités d'interactions* (Ghoul Samson, 2019, 2018). Nous avons ensuite *taggué* cha-

cune de ces unités avec un ensemble de codes synthétisant le contenu de ces interactions (les interactants, les sujetsde discussion, la manière de communiquer, la durée de l'interaction, etc.). Ce procédé nous a permis de peindre un tableau analytique synthétisant la dynamique de l'ensemble des interactions ayant eu lieu pendant plusieurs soirées de raids. C'est en faisant dialoguer les résultats provenant de ces données avec les propos recueillis durant les entretiens et nos observations que nous avons été en mesure de saisir la nature paradoxale de la frontière séparant l'*espace physique* et l'*espace numérique*.

Entre indépendance, autonomie et lien incontestable

2.1. « 2,49% »

L'analyse des entretiens nous a conduit à un constat unanime : les *raids* sont, pour les joueurs, un élément essentiel de leur expérience ludique et sociale au sein de *World of Warcraft*.C'est au cours de ces évènements que les joueurs déclarent avoir le plus d'interactions et qu'ilstissent les liens les plus forts avec les autres joueurs. Il peut alors sembler étonnant que l'analysedes captations réalisées pendant les *raids* révèlent que la nature des interactions est relativementpauvre. C'est-à-dire, que les thématiques des échanges entre les joueurs ont pour sujet principaux les indications données par le chef de la *guilde* afin que le groupe parvienne à défaireles créatures qu'ils affrontent (cette thématique est présente dans 49,64% des *unités d'interaction*). Il s'agit donc d'interactions prescriptives qui laissent peu de place aux dialogueset à l'établissement d'échanges entre les participants. Les indications données par le *leader* dugroupe sont éminemment répétitives, dans la mesure où, elles se déroulent dans un contexte oùl'objectif des affrontements dans lesquels s'engagent les avatars est de parvenir à effectuer unesuite d'actions en faisant preuve d'une grande coordination et fluidité. Lorsque les participantsne parviennent pas effectuer ces actions correctement, les prescriptions peuvent se transformeren réprimandes durant lesquelles le *leader* pointera scrupuleusement les erreurs effectuées par les différents membres du groupe. Dès lors, une analyse minutieuse de ces *raids* semble nous dépeindre une réalité assez éloignée du moment de partage décrit par les membres desdifférentes guildes que nous avons suivies ; comment alors expliquer l'importance donnée parles interactants aux *raids* ?

Pour répondre à cette question, nous proposons de nous intéresser à la fonction de ces évènements et non, uniquement, à la nature des échanges produits par les individus. En opérantce déplacement et en prenant en compte l'importance des *raids* et le caractère répétitif des interactions il devient pertinent de faire changer les *raids* de registre en ne les considérant pluscomme une des activités ludiques disponibles dans cet *espace numérique* mais en les appréhendant comme des *rites*. Il faut alors considérer le rite dans la dimension qu'en donne Durkheim (2014) ; c'est-à-dire, comme la commémoration du moment fondateur du groupe où chaque participant est le dépositaire du caractère sacré de son groupe. Reprenant une perspective goffmanienne (1974), la fonction du rite dans *l'espace numérique* est donc éminemment communicationnelle et sociale, dans la mesure où, il s'agit pour les individus de faire corps et de reconnaître le caractère sacré présent dans l'Autre, créant et assurant ainsi lesfondements du groupe.

Or ces rites se déroulent et se perpétuent en ne faisant – presque – aucune place à l'*espace physique*. En effet, sur l'ensemble des *unités d'interactions* que nous avons analysé, il n'était fait référence à cet espace

que 2,49% des cas. Nous nous trouvons alors dans une situation où les *raids*, activité unanimement reconnue comme la plus importante et à la fonction communicationnelle et sociale essentielle, se font en ne laissant qu'une place marginale au joueur et à son espace (l'*espace physique*). Nous pouvons alors affirmer que l'*espace numérique*est en mesure de produire ses propres unités de sens qui font totalement abstraction de l'*espacephysique*. En produisant ses propres rites, l'*espace numérique* se révèle autonome, d'un point de vue communicationnel, par rapport à l'*espace physique*.

2.2. Un lien indissociable

Cependant, et bien que d'un point de vue communicationnel et interactionnel, l'autonomiede l'*espace numérique* se démontre empiriquement par les données que nous avons récoltées, cette autonomie a ses limites. D'une part parce que substantiellement, l'*espace numérique* de *World of Warcraft* a besoin des interactions produites par les utilisateurs pour exister. L'*espacephysique* est donc une condition *sine qua non* à l'existence de l'*espace numérique*. Mais cette considération ontologique n'est pas le seul élément à prendre en compte pour appréhender la complexité du lien unissant les deux espaces.

Il faut ainsi prendre en considération que l'*espace numérique* ne semble pas à même de produire l'intégralité des référentiels mobilisés par les individus dans le cours de leurs interactions. Ainsi , un élément comme l'humour apparaît toujours et inextricablement relié à l'*espace physique*, comme si l'*espace numérique* n'était pas à même de produire ses propres références pour alimenter les traits d'esprit que peuvent s'échanger les interactants.

En effet, les entretiens permettent de révéler que dans le cours de leurs histoires les utilisateurs ne cessent de faire se croiser l'*espace physique* et l'*espace numérique*. En fonctiondes périodes auxquelles ils font référence, les individus vont pouvoir utiliser l'*espace numérique* comme balise spatio-temporelle pour s'orienter par rapport à des éléments de leur vie personnelle (par exemple, une période scolaire sera datée par rapport aux raids effectués à cette époque). Et inversement, ils sont également capables de faire référence à des éléments deleur expérience ludique en prenant comme point d'appui spatio-temporel des éléments issus del'*espace physique*.

Plus encore, les individus opèrent des gradations pour catégoriser le degré de proximité qu'ils entretiennent avec leurs connaissances et peuvent considérer qu'ils sont plus proches d'un individu qu'ils ne fréquentent que dans l'*espace numérique* que d'une personne qu'ils connaissent dans l'*espace physique*. Ainsi, ils peuvent être plus enclins à qualifier un membre de leur guilde comme un « ami » qu'ils ne feraient avec un collègue de travail. Finalement, nous pouvons observer que les joueurs signalent une demande récurrente : l'organisation des « IRL[3] ». Ces rencontres ont pour objectif de permettre aux membres d'une guilde de se rencontrer (souvent le temps d'un weekend) dans l'*espace physique* ; il s'agit, en somme, de passer la frontière entre les deux espaces et de se rencontrer physiquement. A l'unanimité, toutes les personnes que nous avons rencontrées expriment le souhait que leur guilde parvienneà organiser ce type d'évènements de manière plus régulière.

3 Acronyme de « In Real Life », « Dans la vraie vie ».

Entre autonomie et multiples liens, la relation entre *espace physique* et *espace numérique* apparaît donc comme éminemment complexe et relevant d'un ensemble de facteurs qui doiventêtre pris simultanément en considération pour tenter de saisir, avec précision, la nature du lienunissant ces espaces.

Un cadre de communication

Ne pas penser de manière asymétrique

Lorsqu'il est question du rapport entre *espace physique* et *espace numérique* la revue de lalittérature semble unanime sur un point : il s'agit d'un rapport asymétrique. Comme nous l'avons vu, l'espace numérique à besoin de l'espace physique pour exister ; c'estsystématiquement l'utilisateur qui choisit de démarrer *World of Warcraft* et de connecter son *avatar*. Cependant, en interférant l'un avec l'autre (par exemple lorsqu'un espace est utilisé comme balise spatio-temporelle pour l'autre) il apparaît que, lorsque nous plaçons la focale surles interactions, l'asymétrie n'est pas le régime de lien le plus adéquat.

Si l'asymétrie n'est pas satisfaisante, il convient de définir d'un autre régime permettant derendre compte de la réalité observée. Alors s'agit-il d'une continuité ? Ce régime est égalementproblématique car il suppose que l'espace numérique n'est, *in fine*, qu'une extension de l'espacephysique. Or, nous avons vu que les acteurs considèrent ces espaces comme des cadres différents où ils doivent jouer des rôles distincts. Dans une acception très large, il s'agit donc d'une forme de continuité puisque, dans une perspective interactionniste, la vie n'est qu'un enchaînement de rôles. Mais en resserrant la focale, ce régime ne semble pas suffisant car les acteurs expriment tout de même l'existence d'une différence significative entre l'espacenumérique et l'espace physique ; il ne s'agit pas tout à fait du même changement de rôle.

Pour dépasser cette acception binaire des choses, nous pouvons nous inspirer de la taxonomie réalisée par Milgram et Kishino (1994), ces derniers proposent de s'appuyer sur la construction d'un continuum entre les notions de « réalité » et de « virtualité » plutôt que sur une opposition frontale. A partir de cette considération nous pouvons être amenés à remarquerqu'il existe un régime permettant de réunir l'espace numérique et l'espace physique sans avoirà les traiter comme radicalement différents ou équivalents. Pour cela, nous proposons le régimede la coexistence. Différent de la continuité, il ne s'agit pas de penser que l'un est une extensionde l'autre mais que les deux espaces existent en même temps de manière indépendante et autonome. Cette liberté (souvenons-nous que nous ne considérons que le cadre des interactions)leur laisse alors le loisir de se rencontrer et de permettre aux acteurs de franchir les interstices (certaines séparations sont si floues que ce terme semble plus adapté que celui de frontière) séparant les espaces et de rencontrer alter sous différents traits de sa façade personnelle (avatarou utilisateur).

Une communication orale signe d'un cadre particulier

Mais considérer la coexistence des espaces ne nous permet de tout à fait résoudre la tensionexistante entre l'autonomie de l'*espace numérique* (capable de produire ses propres référentielset rites) et le lien indissociable qu'il entretient avec l'*espace physique*. Il nous est nécessaire d'effectuer un pas supplémentaire en

prenant en compte l'ensemble des outils mobilisés par lesindividus pour interagir entre eux au sein de l'*espace numérique* (nous nommons « méta- communalisation d'avatars » l'ensemble de ces outils) ». Car, bien que *World of Warcraft* fournisse aux utilisateurs divers moyens de communication, nous avons pu observer qu'ils ne sont que peu mobilisés par les joueurs qui préfèrent utiliser logiciels externes au jeu. Le moyen de communication privilégié est alors la communication orale, grâce à l'utilisation de micro, casque et de logiciels dédiés. Nous observons, en effet, que 95,46% des interactions pendant les raids se font oralement.

Mais, il est également notable de prendre en compte que ces éléments externes au jeu permettent aux joueurs de continuer à entretenir des liens lorsqu'ils ne sont pas connectés à *World of Warcraft*. Ainsi des plateformes comme Facebook sont couramment mobilisées par les individus. Il est alors intéressant de noter que lors des échanges ayant lieu sur cesplateformes, les joueurs sont présentés sous leur identité personnelle (c'est-à-dire qu'ils ne créent pas de compte Facebook dédié à leur avatar) tout en s'adressant les uns aux autres en utilisant les noms de leurs avatars.

Ces plateformes jouent un rôle essentiel à l'indépendance et à l'autonomisation de l'*espacenumérique* tout en y injectant des éléments de l'*espace physique*. Il s'agit donc d'un espace intrinsèquement liminaire et interstitiel.

Conclusion

Nous portons l'idée que la dimension interstitielle de la méta-communalisation d'avatars participe à la formation d'un nouveau cadre, un « *cadre de communication* ». En interagissant par le biais de cet espace particulier, les individus créent un nouvel espace de communication qui ne se trouve strictement ni dans l'espace numérique, ni dans l'espace physique et dont les acteurs ne sont strictement ni les avatars, ni les utilisateurs. Lorsque l'interaction a lieu dans ce cadre de communication des éléments sont empruntés aux deux typesd'espaces et d'acteurs, ils coexistent et il n'est pas question, pour les interactants, de démêler les influences, car cela n'est plus possible.

Cette proposition théorique nous permet, d'une part, de sortir de la binarité induite par la considération d'un rapport asymétrique entre les espaces. D'autre part, elle nous permet également de terminer de rendre compte de l'expérience vécue par les avatars telle que nous l'avons recueillie et ressentie tout au long de notre ethnographie. Dans la mesure où, nous ne sommes pas parvenus à trouver, dans la revue de la littérature, un appareillage théorique permettant de saisir cette expérience, nous nous sommes permis de forger – et de proposer – lenôtre.

Nous sommes en mesure d'identifier trois propriétés principales à ce type de cadre :

- Communication ayant lieu, au moins, entre deux plans (ou espaces)
- Incapacité à distinguer la nature de l'émetteur (voire du récepteur)
- Incapacité à distinguer le lieu de l'émission (voire de la réception)

La première propriété est le cœur et la raison d'exister de ce cadre : c'est parce qu'il ya rencontre de plusieurs plans que la complexité prend cette ampleur et qu'il s'avère nécessairede forger ce nouvel outil. Le second point concerne le flou qui se crée autour de la figure de l'émetteur (et souvent du récepteur) du message. Ce point est rempli lorsque, typiquement, il devient très difficile (voire impossible) de répondre à la question « qui parle ? ». C'est, par exemple, ce que produisent les logiciels de discussion vocale de la méta-communalisation d'avatars : d'un point de vue empirique c'est l'utilisateur qui s'exprime puisque c'est sa voix qui est entendue par alter, cependant et pragmatiquement, du point de vue de l'interaction alterreconnaît que c'est l'avatar qui s'exprime. Troisièmement, et finalement, une situation similairese produit avec le lieu de l'émission (et potentiellement de la réception). Car, nous avons vu que s'il est difficile de définir qui parle, et il peut l'être tout autant de préciser d'où il parle. Ainsi, et si nous reprenons l'exemple des logiciels de discussion vocale, nous pouvons nous demander à quel espace nous devons rattacher ce dispositif ? Il ne s'agit pas d'un élément intégré à l'espace numérique formé par World of Warcraft et pourtant, il ne fait pas totalementpartie de l'espace physique puisqu'il permet aux avatars de communiquer. Les fils de discussiondes groupes Facebook des guildes peuvent poser des problèmes similaires (comme nous l'avonsvu dans l'extrait précédent) dans la mesure où, il s'agit de mobiliser un élément de médiation de l'espace physique et de l'utilisateur pour permettre aux avatars d'échanger.

C'est à l'aune de ces propriétés que le « cadre de communication » nous semble être unoutil théorique pertinent pour saisir la nature de la frontière entre les *espaces numérique* et *physique* ainsi que la complexité inhérente à cette celle-ci.

Bibliographie

Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life : An Anthropologist Explores theVirtually Human* (Revised edition edition). Princeton University Press.

Bonfils, P. (2014). *L'expérience communicationnelle immersive : Entre engagements,distanciations, corps et présences* [HDR]. Université Lille Nord de France.

Castronova, E. (2005). *Synthetic Worlds—The Business and Culture of Online Games* (Newedition). University of Chicago Press.

Durkheim, E. (2014). *Les Formes* élémentaires *de la vie religieuse*. Cnrs.

Ghoul Samson, J. (2019, juin 12). *L'interactionnisme au prisme des SIC*. Doctorales de laSFSIC 2019.

Ghoul Samson, J. (2018). Approche de la dimension rituelle des raids de World of Warcraftpar l'anthropologie visuelle. *X Congreso Internacional Latina de Comunicacion Social*, 430-454.

Goffman, E. (1973a). *La mise en scène de la vie quotidienne 1 : La présentation de soi.* (Editions de Minuit). Les Editions de Minuit.

Goffman, E. (1973b). *La mise en scène de la vie quotidienne. 2. Les relations en public*. LesEditions de Minuit.

Goffman, E. (1974). *Les Rites d'interaction*. Les Editions de Minuit.Goffman, E. (1987). *Façons de parler*. Les Editions de Minuit.

Goffman, E. (1991). *Les cadres de l'expérience*. Les Editions de Minuit.

Lévy, P. (1998). *Qu'est-ce que le virtuel ?* La Découverte.

Milgram, P., & Kishino, F. (1994). A taxonomy of Mixed Reality Visual Displays. *EICE Transactions on Information and Systems*, *E77-D*(12), 1321-1329.

Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community : Homesteading on the Electronic Frontier* (revised edition edition). MIT Press.

Santé mobile et redéfinition de la place du malade chronique dans son parcours de soin

Mobile health and redefinition of the patient with chronic disease place in his care path

Marie-Julie Catoir-Brisson, Professeure associée, Audencia Business School
Elisa Wrembel, Doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication,

Laboratoire Projekt (EA 7447), Université de Nîmes
mjcatoirbrisson@audencia.com et elisa.wrembel@unimes.fr

Mots-clés : patients, objets connectés, encapacitation, maladies chroniques, m-santé

Keywords : patients, connected objects, empowerment, chronic diseases, m-health

Résumé: les dispositifs de santé mobile permettent aux malades chroniques de mieux comprendre leur corps et de gérer leur maladie de manière plus autonome. Sans suivi médical, et sans acculturation à l'utilisation du numérique, ils peuvent cependant avoir des conséquences néfastes sur le patient. L'analyse qualitative réalisée à partir d'études d'usage et d'entretiens avec des patients permet de dégager des critères d'acceptabilité sociale de ces technologies pour le suivi de l'insomnie chronique.

Abstract: mobile health devices allow patients with chronic illnesses to have a better understanding of their bodies and manage their diseases more independently. However,without a medical monitoring and an acculturation to digital use, it can have negative consequences on the patient. The qualitative analysis made from usage studies and patient's interviews allows us to identify social acceptability criterias of these technologies for the monitoring of chronic insomnia.

Santé mobile et redéfinition de la place du malade chronique dansson parcours de soin

Marie-Julie Catoir-Brisson et Elisa Wrembel

Introduction

En tenant compte du développement croissant des dispositifs de santé mobile ou m-santé, notre réflexion porte sur la redéfinition du rôle du patient dans son parcours de soin avec la dématérialisation de ce dernier, qui transforme son expérience des services et soins en santé. Ces transformations créent de nouvelles socialités chez le patient, notamment au niveau de sarelation avec les soignants, et agissent sur sa perception de la maladie. Nous nous intéressons en particulier aux maladies chroniques, domaine auquel les dispositifs de santé mobile semblent particulièrement adaptés. Ce contexte fait émerger un besoin de recherche qui concerne également la conception de technologies de santé mobile et une problématique de santé publique. En effet, en touchant près de 20 millions de personnes en France, les maladieschroniques constituent un défi pour le système de santé tant au niveau de son financementque de l'organisation des soins (Chassang & Gautier, 2019).

Dans ce cadre, nous répondrons au questionnement suivant : En quoi les dispositifs de santé mobile transforment le parcours de soin du patient atteint d'une maladie chronique et son rôledans la prise en charge de sa pathologie ? Pour traiter ce sujet, nous proposons de mettre en perspective une revue de littérature ciblée sur les outils numériques pour les maladies chroniques avec des études d'usage centrées sur les dispositifs de suivi de l'insomnie chronique. Notre propos se décompose en trois parties. Nous expliquons tout d'abord en quoi ces dispositifs connectés engendrent une redéfinition du statut du malade chronique dans son parcours de soin. Nous développons ensuite un regard critique sur le phénomène, en tenant compte des risques liés à cette autonomisation du patient. À partir des analyses d'usage d'objets connectés liés au terrain d'un programme de recherche en cours sur l'insomnie chronique, la réflexion s'ouvre enfin sur les perspectives en matière de recherche et de conception des technologies de santé pour la prévention et le suivi des maladies chroniques.

Redéfinition du statut du malade chronique dans son parcours de soin

L'organisation du système de santé et les rôles des acteurs qui le font exister sont en pleine mutation. Depuis les années 80-90 et l'avènement de la démocratie sanitaire (Batifoulier, Domin, Gadreau, 2008), la hiérarchie qui existait entre le médecin et le patient a évolué vers plus d'horizontalité. Ce qui s'explique notamment par les différents scandales sanitaires qui ont affecté la confiance des citoyens dans les organisations de santé, l'accès à l'information par les nouvelles technologies, et le développement des maladies chroniques nécessitant une formation du patient à sa maladie (Pierron, 2007). L'utilisation de dispositifs de santé mobile,et

leur intégration dans certains parcours de soin, renforcent la mutation des rôles des acteurs dans la prise en charge médicale.

Le rôle du malade chronique dans son propre parcours de soin est modifié avec la m-santé : il gagne en connaissance sur sa maladie, et donc en responsabilité. Certaines recherches ont montré que les objets connectés peuvent être bénéfiques dans des contextes particuliers, par exemple pour le suivi des maladies chroniques (Del Río Carral et al., 2016), notamment en dehors du temps médical. En apprenant à recueillir et à interpréter ses données de santé, le patient s'inscrit dans une dynamique d'encapacitation qui l'amène à chercher de l'information sur sa pathologie ailleurs qu'auprès de son médecin. Il développe un savoir propre aux personnes qui expérimentent la maladie, un *savoir-patient* (Akrich, Rabeharisoa, 2012). C'est d'autant plus le cas chez les personnes atteintes de maladies chroniques pour lesquelles l'éducation à la maladie représente un réel enjeu de long terme.

Cette montée en connaissance amène les patients à s'engager davantage dans leur santé, et à exprimer leur volonté de participer aux décisions qui concernent leur pathologie. La croissance exponentielle du nombre d'associations de patients traduit par ailleurs cette volonté de reconnaissance de la population. La santé devient un objet politique, à travers l'engagement associatif des patients qui souhaitent réaliser des contre-expertises et"*attribuent un rôle social à la maladie par la transmission et la professionnalisation de leurs actions"* (Charoud, 2017).

Cette montée en compréhension a une influence sur la relation entretenue avec les soignants, qui passent de la position hiérarchique de sachant à celle de conseiller, chargé de guider le malade chronique vers son autonomisation. Cette relation va dans le sens d'une forme d'alliance thérapeutique permettant à chacun d'échanger, de négocier, de décider ensemble. La m-santé donne davantage de place à l'opinion et l'expérience du patient dans le dialogue avec le médecin. Ce dernier doit endosser un nouveau rôle, dans lequel il intervient pour légitimer les apports scientifiques du patient, et se nourrir de son expérience de la maladie. Ce phénomène de conscientisation du patient peut avoir des effets positifs sur sa relation avecson médecin: il peut mieux communiquer sur des sujets sensibles (Edwards, Davies &Edwards, 2008), ce qui peut aussi avoir des effets bénéfiques sur l'adhésion thérapeutique du patient, au travers de la recherche d'information et du développement de sa connaissance (Wald HS, Dube CE, Anthony D, 2007). L'encapacitation du patient pourrait donc permettre plus de confiance et d'engagement dans le parcours de soin. Une dynamique renforcée par lestechnologies numériques et la m-santé, qui peuvent produire des effets bénéfiques via l'interaction Patient – Médecin – Plateforme. Le soutien du médecin et/ou de la plateforme peut alors être perçu par le patient avec comme objectif un meilleur suivi et un renforcement du lien avec le soignant (Cases, 2017).

Il faut cependant rester prudent dans la projection des effets bénéfiques des outils de m-santé.L'auto-mesure numérique engage un nouveau rapport à soi, et permet notamment aux individus de prendre du recul sur leur santé et leurs conduites, en créant des liens de sensentre l'évolution de leurs constantes et leurs expériences de vie. En se regardant d'un oeil extérieur, les patients sont amenés à effectuer des comparaisons entre les différentes représentations d'eux-mêmes qu'ils ont observé dans le temps. Ce regard sur soi et sur l'évolution des données de santé, mis en parallèle avec les conduites menées sur ces périodes,peut conduire à s'auto-prescrire des comportements à adopter ou non pour améliorer sa santé,dans une forme de "*distanciation sur ses propres conduites*" (Arruabarrena, Quettier 2013). Les utilisateurs d'objets connectés en

santé peuvent également se comparer avec les autres personnes qui utilisent les mêmes outils. Ce processus permet aux individus de se situer par rapport à une norme constituée par les résultats des autres. Dans cette logique, l'individu prend conscience de lui-même, fixe un cadre à ses conduites et cherche à les modifier pour atteindre des objectifs quantifiables. Il crée en ce sens des représentations symboliques de lui-même et "*auto-détermine les conditions de son propre changement*" (ibid). Seul, face àses données, le patient va les interpréter, comparer, et progressivement changer de regard sur lui-même. Cet aspect réflexif soulève des questions éthiques, en termes de responsabilité et d'engagement, et montre tout l'intérêt de repenser les dispositifs de m-santé.

De la délégation des responsabilités aux mésusages possibles des objets connectés : la nécessité d'une littératie numérique pour les maladies chroniques

Si l'utilisation encadrée d'objets connectés en santé peut permettre une certaine autonomisation du patient, elle peut aussi mener à des dérives en étant utilisée comme un outil de délégation de responsabilité. Avec l'automesure numérique, le patient peut se responsabiliser en adaptant ses conduites à ses données de santé. Cette encapacitation peut alors être considérée comme une opportunité de laisser le patient s'auto-gérer. Mais le recueil et l'interprétation de ses propres données de santé influence la manière de se représenter soi-même, et doit être accompagnée par des professionnels de santé. C'est ce qui fait la différence entre le Quantified-self (QS) - où des citoyens choisissent de s'auto-mesurer quotidiennement - et la santé mobile qui implique un dispositif intégré et suivi dans le cadre d'un parcours de soin défini (Catoir-Brisson, 2015). Avec la m-santé, l'autonomisation du patient est donc comprise comme un moyen pour le médecin de personnaliser le suivi du patient et d'améliorer sa relation avec lui, en lui permettant de s'engager dans sa santé. Cependant, une utilisation non encadrée peut mener à un abandon rapide du dispositif, au vu de l'incapacité pour le patient d'interpréter ses données et de leur donner du sens au regard de sa propre expérience de la maladie. Elle peut aussi avoir des conséquences négatives sur le vécu du patient, qui s'impose de nouveaux comportements, fixés en fonction des normes proposées par l'interface de l'objet et ajustées au regard des résultats des autres utilisateurs. Ce phénomène conduit à penser la construction de l'identité de l'individu qui intègre une logique de comparaison sociale permanente.

L'utilisation d'outils d'automesure numérique joue aussi sur l'estime de soi, en une logique de performance physique inappropriée ou perdre confiance en eux en effectuant des comparaisons ascendantes. Par ailleurs, si l'auto-mesure de soi est une pratique courante depuis le 19ème siècle (balances et thermomètres), le développement du QS se présente comme un mouvement sans précédent. En effet, avec la possibilité d'obtenir une rétroaction automatisée sur ses propres constantes physiologiques, le QS transforme le suivi des maladieschroniques, du côté de l'expérience de l'usager, notamment son rapport au corps et à sa représentation. Le corps devient en effet chiffré et chiffrable, transparent et lisible (Catoir-Brisson, 2015). Ainsi, le QS et l'Internet des objets transforment le corps en une ressource en réseau, partageable au-delà de la sphère médicale, notamment avec les RSN (réseaux socio-numériques). C'est pourquoi il faut analyser l'incidence du caractère interventionnel (Cambo, 2016) et des effets info-communicationnels des objets connectés et leurs rétroactions automatisées (Arruabarrena, 2016) sur le vécu de la maladie chronique par le patient. Au-delà de cet aspect social, la logique de marché que suit la commercialisation deces objets pose question

au regard des objectifs qu'ils sont censés poursuivre. Les intérêts desfinanceurs et concepteurs des applications, ainsi que ceux des plateformes sur lesquelles elles sont hébergées, sont à questionner, notamment au regard des fonctions de recueil de données personnelles intégrées à l'outil. En proposant ces objets connectés sur le marché, les rôles desmédecins et patients sont bouleversés. Le patient devient patient-consommateur, et le soignant une cible commerciale à atteindre (Al Dahdah, 2014). Cette logique marchande concerne la dimension éthique de l'utilisation de ces objets. Le recueil de données de santé personnelles pose en effet la question de la confidentialité de ces données et des dérives que leur utilisation commerciale peut causer. L'utilisateur rentre des informations personnelles surson profil et ses pratiques pour personnaliser son expérience, et permet au logiciel d'enregistrer ses données de santé régulièrement. Le risque est alors que ces données soient utilisées pour cibler les messages publicitaires. Dans cette logique, nous entrons dans une "*nouvelle forme d'asservissement volontaire, dans lequel l'individu devient l'outil de son marketing individualisé"* (Catoir-Brisson, 2015).

L'importance croissante de la prise en compte du patient dans son parcours de soin questionne aussi le champ de la conception. Pour que les objets connectés s'intègrent techniquement et socialement dans l'environnement des parties prenantes, ils doivent être pensés au regard de leurs pratiques et attentes. Mais, au-delà de l'anticipation de l'intégration des outils dans leur contexte d'usage, il paraît nécessaire de penser une forme de médiation entre l'humain et la machine, pour faciliter l'utilisation de l'outil. Grâce à cette médiation, l'outil intègre en lui-même les moyens de son utilisation. Si, pour les soignants, les logiciels utilisés dans l'organisation ne sont pas forcément un choix, avec les technologies de m-santé ils ont la possibilité de sélectionner les outils avec lesquels ils veulent travailler. Il est donc d'autant plus important que ces outils soient adaptés à leurs pratiques. Il en va de même pour les patients, qui vont trier les objets et applications dont ils préfèrent se servir en fonction de certains critères que nous définirons plus tard.

Prendre en compte l'importance du patient et de ses caractéristiques personnelles doit également passer par la considération de la problématique de l'accès au numérique. Certains individus n'ont pas ou peu accès aux outils technologiques et éprouvent des difficultés à les utiliser. Il apparaît donc indispensable, pour un outil qui se voudrait intégré au système de santé global, de prendre en compte cette fracture et de proposer des médiations humaines et des interfaces adaptées à tout niveau de compétence en informatique. Il est nécessaire de penser une éducation au numérique inhérente à l'outil, ainsi qu'une une phase d'acculturationà son utilisation, pour favoriser l'encapacitation du patient.

Cette revue de littérature permet de dégager quatre thématiques liées aux opportunités et limites des objets connectés pour les maladies chroniques. La première concerne la responsabilité: celle du patient, qui gagne en autonomie en accédant à ses données mais se voit aussi déléguer une partie de la responsabilité vis-à-vis de leur circulation en ligne ; celle des soignants, qui vivent parfois le numérique comme une injonction et un instrument de contrôle ; et celle des serveurs de santé, qui hébergent les données. Le deuxième thème concerne les identités et rôles des patients et soignants dans le parcours de soin. La relation médecin/patient évolue vers une « relation praticien-client », voire une « relation de prestation de service » avec l'internet des objets (Al Dahdah, 2014). Le rapport au corps et à sa représentation ainsi que le vécu de la maladie chronique sont transformés par l'usage d'objets connectés. Le troisième thème englobe à la fois l'interopérabilité technique, entre lesdifférents systèmes d'information en ville et à l'hôpital, et la jungle technologique des objets connectés, et l'interopérabilité sociale (Grosjean, 2019) en portant une attention particulière àla relation

entre les acteurs autour du patient insomniaque et les technologies de santé. Cela implique une intégration des outils numériques dans les pratiques des soignants, les parcours de soin des patients et leurs trajectoires de vie. Le dernier thème concerne l'acceptabilité sociale de ces nouveaux dispositifs chez les patients et les soignants, dont nous tentons de proposer quelques critères pour l'usage des technologies de m-santé pour les maladies chroniques.

Les dispositifs de santé mobile dans le champ de l'insomnie chronique

Il convient d'abord de distinguer deux types de dispositifs dédiés au sommeil. La définition de l'anthropotechnie, cet « art ou technique de transformation extra-médicale de l'être humain par intervention sur son propre corps » (Goffette, 2006), permet de qualifier l'usage d'objets connectés issus du commerce, et le différencier de celui des dispositifs médicaux. Deux types de relation se construisent dans la production et la circulation des datas, inscrites dans des rites d'interaction (Goffman, 1974) et des régimes de confiance différents. Les finalités ne sont pas les mêmes parce que la médecine s'appuie sur une déontologie inscrite dans un cadre législatif. Cette distinction permet de proposer la classification ci-dessous des dispositifs dédiés au sommeil, en précisant les contextes d'usages de ces outils. Elle permet de distinguer plusieurs types de capteurs portatifs (bracelet, bandeau, capteur dissimulé) associés à des applications dédiées au sommeil souvent partagées sur les RSN. Elle fait aussi apparaître la porosité entre la santé et le bien-être avec l'internet des objets, y compris pour les services numériques associés aux prestataires des dispositifs médicaux.

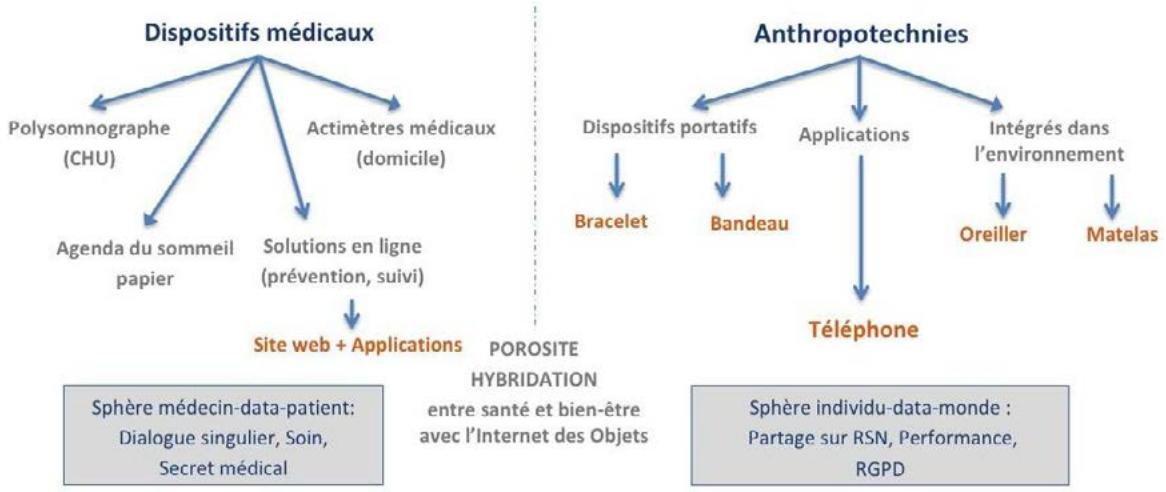


Fig.1 - Dispositifs médicaux, objets connectés et applications dédiés au sommeil (Catoir-Brisson, 2019)

Dans cette analyse, nous étudions en particulier les bracelets connectés utilisés dans le cadre du suivi de l'insomnie chronique. L'analyse menée s'appuie sur une double étude dont les données proviennent à la fois d'entretiens individuels semi-directifs menés avec 21 patients insomniaques entre 35 et 75 ans (janvier 2017-mai 2019), et des tests de trois bracelets connectés[1] avec 6 personnes non insomniaques entre 22 et 45 ans (mars- décembre 2019).

1 Les critères de sélection de ces trois dispositifs commerciaux reposent sur la volonté d'analyser un objet fréquemment utilisé et souvent cité par les patients insomniaques (FitBit), un objet conçu par un industriel spécialisé dans la santé (I-Health), et un objet produit par des designers français (Withings).

Les entretiens menés avec les patients insomniaques visaient à explorer les représentations et usages des objets connectés et applications dédiées au sommeil. Un décalage apparaît entre lasurvisibilité des bracelets connectés dans les publicités et la réalité des usages existants auprès des patients insomniaques. Parmi les 21 patients, 6 d'entre eux déclarent avoir déjà essayé des objets connectés dédiés au sommeil (bracelet FitBit notamment et capteur Beddit).Seul l'un d'entre eux déclare avoir utilisé plus de 6 mois le bracelet connecté, en déplorant unmanque d'explication et de sérieux des résultats visualisés via l'application sur téléphone mobile. Au-delà des chiffres, les données captées et visualisées dans des formes graphiques attrayantes ne font pas sens au regard de leur vécu subjectif de la pathologie. Un contraste apparaît entre la simplicité d'usage promise par les objets connectés et leur mécompréhensionpar les usagers. La promesse de transparence des données, basée sur l'évidence perceptivedes data-visualisations qui leur confère un statut scientifique, se heurte au fait que le bracelet connecté est considéré par les patients comme une « boîte noire », y compris pour un ancien ingénieur qui ne comprend pas comment sont captées les données et les conteste, parce qu'aucune explication n'est donnée.

Plusieurs patients préfèreraient être accompagnés par des professionnels de santé pour utiliser ce type d'objet. Ces représentations renvoient à la problématique de la responsabilité et de l'encadrement de l'usage des dispositifs de m-santé, qui reconfigurent les identités et les rôlesdes soignants et patients dans le suivi de l'insomnie chronique. Ainsi, les usages sont potentiels du côté des patients, et les citoyens sont en attente de solutions qui ne soient pas seulement centrées sur la technologie, mais sur l'amélioration de leur parcours de soin au quotidien. En outre, les patients relèvent le fait que les bracelets connectés du commerce sont mal acceptés par les professionnels de santé, considérés comme des gadgets. Ils déplorent être noyés par les données produites sur des supports provenant de différents systèmes de ville et hôpital, sans aucune interopérabilité technique. C'est aussi l'acceptabilité sociale des bracelets connectés qui est abordée, surtout par les adultes actifs qui ne veulent pas porter d'objet stigmatisant comme un objet connecté, sur leur lieu de travail ou en famille. Enfin, les patients sont aussi concernés par la problématique de la gestion et de l'éthique des donnéesen dehors de la sphère médicale avec les objets connectés.

Plusieurs éléments saillants ressortent aussi des tests d'usage menés avec les bracelets connectés Fitbit, I-Health et Withings, dotés d'une fonctionnalité dédiée au sommeil. Lestests révèlent un stress créé par la rétroaction automatisée permanente sur ses données en temps réel. Le bracelet Fit Bit, avec sa fonction de captation du rythme cardiaque, a entraîné une sur-fréquentation de l'interface chez la moitié des personnes ayant testé ce modèle. Cet effet est renforcé par le fait qu'il vibre pour interpeller l'usager dans la journée, afin de consulter ses données ou répondre à des défis de santé, sur le mode ludique. Les usagers ont aussi soulevé la question de l'accompagnement à la lecture des données, puisque les applications promettent de distinguer le sommeil lent, profond et paradoxal[2] de chaque usager, ce qui est incompréhensible pour eux. Le stress est renforcé par l'anxiété de performance engendrée par la comparaison systématique avec une norme de sommeil, en fonction de l'âge et du sexe de l'usager. Pour les bracelets

2 C'est notamment la découverte du temps de sommeil profond qui interpelle les usagers, parce qu'il est toujours inférieur à 20% du total. Cette donnée est mal interprétée par les usagers, qui confondent cette notion de sommeil profond avec celle de sommeil réparateur. Pourtant, le sommeil profond ne représente que 20% du temps total de sommeil et n'est pas représentatif d'une bonne qualité du sommeil, comme le laissent à penser ces applications.

connectés des trois marques[3], une même mécompréhension de l'évaluation par une machine de la qualité de leur sommeil apparaît sans explication sur la captation et l'interprétation des données. Cela renvoie à l'effet « boîte noire », mais aussi à l'acceptabilité sociale de ces objets portatifs pour représenter nosvies quotidiennes sous forme chiffrée, sans tenir compte de données qualitatives. Enfin, le problème majeur pour les modèles de Fitbit et I-Health est celui de la confidentialité des données. Un accord d'exploitation des données doit être cédé dès la création du compte, sans lequel l'utilisation n'est pas possible. La responsabilité de l'accès aux données est mise en cause. Les impacts négatifs et les mésusages identifiés dans les études qualitatives que nous avons menées font aussi écho à une étude publiée en 2017 sur les trackers d'activité : elle révèle que ces dispositifs utilisés en dehors de tout suivi médical empirent notre rapport au sommeil plus qu'ils ne l'améliorent (Baron and al., 2017).

Les résultats de cette étude qualitative permettent d'identifier quelques critères d'acceptabilitépour les patients, qui peuvent être utiles pour le suivi des maladies chroniques, au-delà de l'insomnie. Par acceptabilité, nous entendons les critères qui font qu'un individu intègre et s'approprie un objet dans un contexte d'usage (Barcenilla, Bastien, 2009). Le premier critère concerne le fait que ces dispositifs de m-santé doivent faire sens au regard du vécu de la pathologie chronique par les patients. Ils doivent être accessibles, utilisables facilement, discrets et non stigmatisants pour les patients en s'intégrant dans leurs parcours de soin, et en faisant le lien entre les acteurs qui les accompagnent. Les conditions d'acceptabilité sociale pour les patients et les soignants reposent sur le besoin de sortir d'une logique de conception technocentrée (Grosjean, Bonneville, 2012). La santé mobile implique ainsi une articulation entre médiation humaine et numérique, une concertation, par une approche participative de laconception des technologies, et un accompagnement de l'implémentation des solutions, par lalittératie numérique et l'accessibilité des solutions dans les territoires locaux.

Ces critères ouvrent des perspectives en matière de recherche et conception des technologies de santé pour la prévention et le suivi des maladies chroniques. Les méthodes de conception issues du design social engagent une réflexion dans l'action, qui prend en compte les pratiques et les besoins des usagers et permet de tendre vers un objectif d'innovation sociale en santé. Depuis quelques années, plusieurs projets relevant de l'innovation sociale par le design sont expérimentés en particulier dans le secteur de la santé, en France, en Angleterre (NHS, 2014) ou au Québec (Catoir-Brisson, Royer 2017. Lehoux et al. 2014), renouvelant ainsi le dialogue entre le design, les sciences humaines et sociales et la santé. Dans la même logique, la littératie numérique en santé paraît être une condition sine qua non à la bonne implémentation des dispositifs de santé mobile dans le parcours de soin des patients. C'est cette médiation entre les usagers et l'objet, cet apprentissage au fonctionnement de l'outil technologique, qui permet de favoriser son appropriation.

3 Nous pouvons relever quelques spécificités propres à l'usage des trois dispositifs. Le bracelet I-Health est le moins apprécié à cause de son inconfort, le mauvais fonctionnement de la montre et des problèmes de synchronisation des données entre le bracelet et l'appli. Le bracelet Fitbit suscite le plus de critiques pour sa dimension haptique et le côté intrusif de l'application dans la vie quotidienne (surabondance de mails et notifications, problèmes de confidentialité des données). Le bracelet Withings est le plus simple, économique et low-tech (avec une autonomie de batterie de 8 jours). Mais la simplicité de l'interface la rend aussi ennuyeuse entraînant une baisse de l'intérêt au-delà de 7 jours.

Conclusion

Les dispositifs de santé mobile représentent une opportunité de suivi non négligeable dans le contexte de développement des malades chroniques. Leur intégration au parcours de soin renforce la dynamique d'encapacitation et d'autonomisation des patients, dont le rôle est profondément transformé. La possibilité de recueillir et d'interpréter leurs données de santé représente pour eux un moyen d'être acteurs de leur santé et de mieux comprendre leur corps.Cette montée en autonomie peut être particulièrement bénéfique aux patients atteints de maladies chroniques. Cependant, les dispositifs de m-santé doivent s'inscrire dans le cadre d'un accompagnement médico-social pour être efficaces. Sans ce soutien, l'utilisation d'objets connectés en santé engendre des risques, notamment celui de détériorer le vécu de la maladie du patient, en agissant sur sa représentation, et des dérives, comme la délégation de responsabilité aux patients. Les entretiens avec les patients et les études d'usage ont montré quels critères pouvaient être déterminants dans l'acceptation sociale des dispositifs de m-santé dans le champ de l'insomnie chronique. Pour s'intégrer dans le contexte social des individus, les outils doivent avoir du sens pour eux, paraître simples d'utilisation et ne pas lesstigmatiser. Ces résultats montrent l'importance de prendre en compte l'expérience des parties prenantes pour imaginer une solution de suivi en santé adaptée à son contexte. Les méthodes de co-conception issues du design social permettent de faire échanger l'ensemble des acteurs d'un champ pour co-créer des outils qui s'intègrent dans l'environnement social concerné. Ces méthodes ouvrent des perspectives en terme de recherche et de conception pour les technologies de santé pour les maladies chroniques, en introduisant une approche de conception basée sur la participation et les méthodes qualitatives. Cette conception de l'innovation invite aussi à s'orienter vers des approches ancrées dans la sobriété numérique pour anticiper la soutenabilité de ces outils sur le long terme tout en tenant compte des défis de santé contemporains. Elle invite aussi à développer la réflexion sur la manière dont le design peut se nourrir de l'expérience des patients, des professionnels et de tout autre acteur lié à la santé pour la rendre visible, accessible et partageable.

Bibliographie

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

Al Dahdah, M. (2014). « mHealth : l'information de santé ubique ? », Le Temps des médias, 2014/2 n° 23, p.52-65.

Arruabarrena, B. & Quettier, P. (2013). Des rituels de l'automesure numérique à la fabrique autopoïétique de soi. *Les Cahiers du numérique*, vol. 9(3), 41-62.

Baron K-G, Abbott S, Jao N, Manalo N, Mullen R. Orthosomnia: are some patients taking thequantified self too far? *J Clin Sleep Med.* 2017;13(2):351–354.

Barcenilla, J. & Bastien, J. (2009). L'acceptabilité des nouvelles technologies : quelles relations avec l'ergonomie, l'utilisabilité et l'expérience utilisateur ?. *Le travail humain*, vol. 72(4), 311-331.

Batifoulier, P., Domin, J. & Gadreau, M. (2008). Mutation du patient et construction d'un marché de la santé. L'expérience française. *Revue Française de Socio-Économie*, 1(1), 27-46.

Berten A. (1999). « Dispositif, médiation, créativité : petite généalogie », Hermès 25, Le dispositif, CNRS, p.33-47.

Billaud A., Akrich M., Méadel C., Rabeharisoa V. (2009). Se mobiliser pour la santé. Des associations de patients témoignent. *Sciences sociales et santé*. Volume 27, 2009/4, p. 119-123.

Cases, A. (2017). L'e-santé : l'empowerment du patient connecté. *Journal de gestion et d'économie médicales*, vol. 35(4), 137-158.

Catoir-Brisson, M-J. (2019). "« La co-conception d'un dispositif socio-technique en santé mobile », Séminaire de recherche, LabCMO et ComSanté, 29 Mars 2019, Montréal, Canada.

Catoir-Brisson, M-J. Royer, M. (2017). « L'innovation sociale par le design en santé », Sciences du Design n°6, Presses Universitaires de France, p.63-77.

Catoir-Brisson, M-J. (2015). "Quantified-self et m-santé : quand le corps de Chris Dancy devient un objet connecté spectaculaire". H2PTM'2015 « Le numérique à l'ère de l'internet des objets : de l'hypertexte à l'hyper-objet », ISTE Editions, Paris, p. 88-99.

Charoud M. (2017). L'engagement des associations de patients atteints de maladies chroniques. Du « savoir patient » aux stratégies de communication, *Politiques de communication* 2017/2 (N° 9), p.37-62.

Chassang M., Gautier A. *Les maladies chroniques*, Avis du Conseil Économique, Social et Environnemental, Juin 2019, 97 p.. URL : https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Avis/2019/2019_14_maladies_chroniques.pdf

Del Río Carral, M., et al. (2016). Les objets connectés et applications de santé : étude exploratoire des perceptions, usages (ou non) et contextes d'usage. *Pratiques psychologiques*,23(1), 61-77

Edwards, M., Davies, M. & Edwards, A. (2008). What are the external influences on information exchange and shared decision-making in healthcare consultations: A meta-synthesis of the literature. *Patient education and counseling*. 75. 37-52.

Findeli, A. (2015). La recherche-projet en design et la question de recherche : essai de clarification conceptuelle, in Sciences du Design n°1, p.43-55.

Grosjean, S., Bonneville, L. (2012). Technological change in organization: From managing resistance to integrating employee creativity, In *Human Dignity and Managerial Responsibility: diversity, rights and sustainability*; sous la direction de D. Crowther & A.-M.,Davila-Gomez, p.127-144.

Grosjean, S., Bonneville, L. & Redpath, C. (2019). Le patient comme acteur du design en e-santé : design participatif d'une application mobile pour patients cardiaques. *Sciences du Design*, 9(1), p.65-83.

Grosjean, S. (2019) « L'interopérabilité sociale de l'IA en santé : un enjeu pour le design d'algorithmes situés dans des pratiques », RFSIC 17 | 2019. URL : http://journals.openedition.org/rfsic/6138

Lehoux P., Daudelin G., Hivon M., Miller F.A. et Denis J.L. (2014). How do values shape technology design? An exploration of what makes the pursuit of health and wealth legitimate in academic spin-offs, *Sociology of Health & Illness*, 20(20), 1–18.

Mekaoui, L. & Lombardi, A. (2017). E-santé dans la dépression : l'application mobileBloom-up. *L'information psychiatrique*, volume 93(8), p.654-659.

Pierron, J. (2007). Une nouvelle figure du patient ? Les transformations contemporaines de la relation de soins. *Sciences sociales et santé*, vol. 25(2), 43-66

Wald, H., Dube, C. & Anthony, D. (2007). Untangling the Web – The Impact of Internet Use on Health Care and the Physician-Patient Relationship. *Patient education and counseling*. 68.218-24.

Plateformes numériques de transport : les conséquences des espaces virtuels de travail sur la santé des chauffeurs VTC

Digital transport platforms: the consequences of virtual workspaces on the health of VTC drivers

Salma El Bourkadi, Doctorante
Laboratoire DICEN-IDF, CNAM de Parissalma.
el-bourkadi@lecnam.net

Mots clés : Plateformes numériques de transport, virtualité, chauffeurs VTC, santé au travail.

Key words : Digital transport platforms, virtuality, VTC drivers, health at work.

Résumé : Le métier des VTC (voitures de transport avec chauffeurs) a connu des mutations profondes depuis l'arrivée des plateformes numériques de transport. Ces espaces virtuels de travail se définissent souvent comme des intermédiaires permettant une mise en relation directe et instantanée entre des chauffeurs et des clients. L'organisation de cette liaison se fait par des algorithmes programmés et conçus selon les propriétaires de ces plateformes. Toutefois, les entretiens semi-directs du type récit de vie menés auprès des VTC des plateformes montrent que ces espaces dépassent le rôle d'intermédiaire parce qu'ils sont responsables de la structuration de l'ensemble du métier de ces conducteurs. Cela dit que la rémunération, la notation, le calcul du chiffre d'affaire, la fixation des tarifs, la commission, l'évaluation, etc. des VTC sont décidés par ces plateformes sans négociation de la part des chauffeurs. À ce stade, la nature virtuelle de ces espaces permet une organisation et un traitement homogènes et standardisés à distance des interactions entre les VTC et les plateformes ce qui exclue toute communication humaine. Cette situation engendre des conséquences concrètes sur les VTC dont celles qui sont d'ordre physiques et psychologiques liés à la santé de cette population.

Abstract : The profession of VTC (transport cars with drivers) has undergone profound mutations since the arrival of digital transport platforms. These virtual workspaces are often defined as intermediaries allowing a direct and instant connection between drivers and customers. The organization of this bond is done by algorithms programmed and designed according to the owners of these platforms. However, the semi-structured life story interviewsconducted with the VTC drivers of the platforms show that these spaces go beyond the role ofintermediary because they are responsible for structuring the entire profession of these drivers. That is to say that the remuneration, the rating, the calculation of the turnover, the fixing of the tariffs, the commission, the evaluation, etc. of the VTC are decided by these platforms without negotiation of the part of the drivers. At this stage, the virtual nature ofthese spaces allows homogeneous and standardized organization and processing of the interactions between VTC and platforms which excludes all human communication. This situation generates concrete consequences for the VTC, including those of a physical and psychological nature linked to the health of this population.

Plateformes numériques de transport : les conséquences desespaces virtuels de travail sur la santé des chauffeurs VTC

Salma El Bourkadi

Contexte

En 2008, le rapport de la Commission pour la libération de la croissance française sous la présidence de Jacques Attali a appelé pour le développement de nouvelles offres de transport au-delà des taxis. Après 18 mois, la promulgation de la loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 a transporté ce projet en loi et c'est depuis la naissance du VTC. Ces transformations dans le contexte juridique du secteur de transport de personnes en France étaient favorables pour l'installation des plateformes numériques en l'occurrence l'américaine Uber depuis 2011. Toutefois, en se présentant comme une société d'information servant d'intermédiaire entre les clients et les chauffeurs VTC, Uber a pu échapper aux règles sociales et juridiques auxquelles sont soumis les acteurs traditionnels de ce marché. En exerçant également du lobbying dans différentes parties, cette plateforme a réussi à accaparer aujourd'hui plus que 70% du marché de transport des personnes. Cette situation d'hégémonie n'est pas sans conséquences, notamment sur la santé au travail des chauffeurs VTC. Cet article propose d'étudier selon une approche info-communicationnelle les formes physiques et psychologiques d'épuisement au travail chez les VTC.

Cadre théorique de la santé des chauffeurs VTC sur les espacesvirtuels de travail

Mutations du métier des VTC à l'ère des plateformes numériques de transport

Le terme de « plateforme » a suscité plusieurs tentatives de définition depuis la propagation du numérique à plusieurs sphères de la société. Sa fonction d'intermédiaire dans l'accès aux informations et sa gouvernance des interactions sont des éléments qui reviennent souvent dansles propositions des définitions académiques ainsi qu'institutionnelles : « une plateforme pourrait être définie comme un service occupant une fonction d'intermédiaire dans l'accès aux informations, services ou bien, le plus souvent édités ou fournis par des tiers[1] ». À cet égard, les plateformes sont segmentées en fonction de leurs types de services et sont divisées par rapport à leur finalité marchande. Il est donc constaté de manière assez générale deux modèles de plateformes : les plateformes collaboratives et les plateformes-entreprises appelées aussi les plateformes-capitalistes (Compain et al, 2019). Si le premier modèle s'applique souvent à des projets relevant de l'économie sociale et solidaire, le deuxième modèle concerne des entreprises privées dont l'objectif est d'avoir des retombées financières en proposant un service. Dans cette communication, l'intérêt est centré sur les plateformes- entreprises notamment le cas des plateformes numériques de transport. Ces structures digitales

1 Le conseil national du numérique, « Pour une politique française et européenne de la transition numérique », rapport remis au Premier Ministre, Juin 2015, page : 59.

présentent un cas récent des transformations du travail des chauffeurs privés dans un contexte de changement de l'espace organisationnel de leur métier.

En effet, la particularité des espaces virtuels de travail tels que les plateformes de transport est la mise en relation en temps réel. Pour cela, les plateformes mobilisent un ensemble de technologies avancées dans le calcul et le traitement quantitatif et rapide des données telles que les « 4V » du *big data* (volume, variété, vélocité, véracité), les modes de communication (3G, 4G, 5G), le *deep learning*, etc., (Bonot, et al, 2020). Cette mutation participe fortement à l'accélération du travail des VTC en créant des possibilités d'avoir des clients partout et à n'importe quel moment. Dans ce sens, la règle de la réservation préalable qui distinguait les chauffeurs privés des taxis s'élimine par les plateformes ce qui souligne une violation du contexte sociojuridique. Cette transformation « illégale » de l'exercice du métier des VTC est également observée au niveau du statut juridique d'indépendant que ces chauffeurs sontobligés d'avoir pour travailler sur ces espaces. Depuis le 4 mars 2020, la Cour de cassation française reconnaît l'existence du lien de subordination dans le travail des VTC et décide de requalifier ce métier en contrat de travail. Dès lors, il semble que la nature virtuelle des plateformes de transport leur a permis pour longtemps de s'affranchir des lois des contextesen accaparant l'ensemble des décisions liées au métier des VTC (la fixation des tarifs, les commissions, la rémunération, l'évaluation, la notation, la désactivation des chauffeurs, etc.) alors qu'elles se présentent comme de simples « intermédiaires ». Les bouleversements concrets que ces espaces ont provoqués sur ce secteur sont donc liés aux algorithmes employés et qui sont programmés par un apprentissage pensé par les propriétaires de ces plateformes. Cela dit que les conséquences qui en résultent sur la santé des VTC sont simultanément liées à la loi d'automatisation de ces technologies (Berry, 2019) et aux apprentissages qui leur sont attribués et qui sont conçus et biaisés en préalable (Muller, 2020).

Santé au travail au prisme de la virtualité

Si les espaces virtuels commencent à peine à être réglementés par le droit alors qu'ils exercentdepuis une dizaine d'années – dans le cas des plateformes de transport - c'est que la notion de virtualité a été souvent qualifiée par opposition au réel (Boris, 2012). Cette ambiguïté dans la définition des espaces virtuels dissimule toute conséquence concrète sur la santé des travailleur.ses connecté.e.s. À ce stade, les travaux de recherche en sciences de l'information et de la communication soulignent un ensemble de phénomènes qui se produisent en raison del'usage des technologies au travail. Il s'agit de la fébrilité au travail (P. Alemanno, LeMoënne et Lépine, 2017), de la survenue des risques psychosociaux (Felio, 2014), de la perte de sens du travail lié à la connexion permanente (Alemanno, 2014), des effets de la laisse électronique (Boudokhane-lima, et al, 2017) ou encore de l'apparition de nouvelles formes de temporalités associée aux TIC (Carayol, 2013). D'autres travaux appréhendent les dispositifs de prévention de la santé et de la sécurité au travail comme moyens de communication affective au sein de l'entreprise (Dumas, 2016) ou sur le rôle d'une « communication organisante » dans la prévention des risques psychosociaux liés à l'acculturation au numérique (Blanc, 2016). Le point commun entre ces recherches est le contexte organisationnel traditionnel de l'exercice du travail à savoir les entreprises structurées par uneréglementation juridique bien définie et existant dans un espace physique.

D'un côté ces réflexions sont importantes à citer étant donné qu'elles invitent à remettre en question les espaces physiques de l'exercice du travail. Celui-ci en vient à se prolonger d'autres cadres spatiotemporels en raison des TIC. D'un autre côté, notre cas d'étude qui est les plateformes de transport représentent des espaces virtuels qui ne sont ni structurés par un cadre juridique ni existant sur des entités physiques. Chaque VTC effectue son travail en se connectant sur l'application sans interaction avec les autres travailleurs ni les organisateurs et les décideurs des plateformes. Cet isolement en raison de l'absence d'une entité physique à l'image des entreprises traditionnelles souligne les limites des recherches mentionnées ci- dessus. La matérialité qui caractérise ces espaces virtuels reste l'infrastructure technologique qui permet l'accès et l'organisation des applications et quelques bureaux dans certaines villes afin de recevoir les chauffeurs pour des démarches nécessitant un déplacement physique. Dès lors, la santé des VTC est doublement impactée. Premièrement ces chauffeurs ne travaillent qu'avec des outils technologiques pour accéder aux clients ce qui risque d'engendrer les phénomènes liés à la santé cités auparavant. Deuxièmement, ces travailleurs sont connectés à des espaces virtuels qui à l'encontre des entreprises physiques ne sont pas réglementésjuridiquement ce qui présente des risques de violation de droit du travail. Par conséquent, des répercussions sur la santé physique et psychique de ces chauffeurs sont fort probables[2].

Méthodologie, terrain et résultats

Entretiens semi-directifs avec les chauffeurs VTC

Le cadre théorique a permis d'interroger le cas étudié dans cet article à partir d'une contextualisation de son cadre juridique et d'une mobilisation des études empiriques sur le lien entre la santé et l'usage des technologies. Afin d'appréhender la question des espaces virtuels et son lien avec l'apparition de nouvelles formes d'épuisement au travail, notre étude empirique concerne les chauffeurs VTC des plateformes numériques de transport. En ce sens, nous mobilisons comme outil méthodologique l'entretien semi-directif du type récit de vie. Les résultats que nous allons discuter dans la deuxième partie sont fondés sur 20 entretiens réalisés auprès de cette population (20 hommes, âgés entre 33 ans et 55 ans, de nationalité française, maghrébine et africaine) sur un échantillon d'une cinquantaine entre la période de novembre 2019 et de mars 2020. La rencontre de ces conducteurs se faisait par des prises de rendez-vous via leurs syndicats que nous avons rencontrés grâce à notre réseau, via des forums ou des groupes VTC sur les réseaux sociaux, pendant des manifestations et dans les locaux des plateformes-entreprises. Le déroulement des entretiens se faisait souvent au seinde notre laboratoire et parfois dans des cafés ou des bureaux de certains de ces VTC. Notre enquête a fixé pour objectif de comprendre les pratiques interactionnelles entre les VTC et les plateformes et comment elles pourront impacter la santé de ces travailleurs. Ainsi, nos entretiens sont construits autour des questions liées au parcours de ces individus, à l'état de leur santé mentale et physique avant, durant et après le travail avec les plateformes, les usagesqu'ils font des applications, les représentations qu'ils ont de ces espaces virtuels et le rôle des collectifs dans l'amélioration de leur travail.

2 Plateformisation 2027. Conséquences de l'ubérisation en santé et sécurité au travail, INRS, 2018.

L'entretien semi-directif du type récit de vie est une démarche qui s'appuie sur des méthodes narratives. Les individus interrogés construisent une compréhension cognitive et affective de leur environnement (Robert-Demontrond, 2004). Leurs interprétations subjectives sont essentielles dans l'analyse des données car elles permettent de relever à la fois des variables susceptibles d'être comparées à celles des autres interrogés et des informations « surprises » qui ne figurent pas dans les hypothèses. À la différence des normes statistiques, le récit de vie rend accessible la compréhension des successions et des liaisons entre des interactions, des situations, des évènements et des actions du vécu social (Rouleau, 2003). En outre, cette méthode permet de « saisir des mécanismes, des processus récurrents au sein d'un même milieu socioprofessionnel (…) insaisissables par d'autres types d'enquêtes » (Bertaux, 2005). Dans cette conjoncture, la complexité que représente notre problématique par rapport à l'étude du lien entre les interactions VTC-plateformes et l'impact sur la santé des chauffeurs nous semble possible à décrypter par le recourt aux narrations des interlocuteurs. Pour cela, l'accueil des données empiriques nécessite des degrés de directivité variables de la part de l'interviewer.se dans le but de rester dans le raisonnement de la problématique théorique de la recherche (Paillot, 2003).

Analyse des résultats des entretiens

Cette partie est organisée en deux phases afin de répondre à notre problématique sur le lien entre le travail des VTC sur les plateformes et l'apparition de nouvelles formes d'épuisement au travail chez cette population. Dans un premier temps, il s'agit de montrer comment lesVTC interagissent avec les algorithmes des applications mises en place par les plateformes et qui fonctionnent d'une manière bien structurée et réfléchie. Dans un deuxième temps nous abordons les conséquences de ces interactions sur la santé des VTC et les facteurs de variations entre les cas étudiés à partir de nos entretiens semi-directifs du type récit de vie.

En permettant une mise en relation en temps réel entre les chauffeurs VTC et les clients, les algorithmes des espaces virtuels de travail tels que les plateformes numériques de transport démolissent les barrières de distance. Ces applications permettent aux chauffeurs d'avoir des clients partout dans les zones où ils exercent ce qui rend possible dans certains cas un mélange entre le travail et les déplacements personnels. Cette fusion entre la sphère personnelle et la sphère professionnelle est aussi visible dans d'autres pratiques des VTC qui en étant chez eux ressentent l'urgence de vérifier les majorations sur les applications :

« *J'avais besoin même quand j'étais en famille de regarder est-ce qu'il n'y a pas de la majoration* » B.B. Sans investissement de la part des chauffeurs dans des stratégies de recherche et de fidélisation des clients, les plateformes permettent l'accès aux offres instantanément. Son design intuitif de ses applications et l'usage du GPS semblent transformer le travail des VTC en un ensemble de tâches répétitives en rendant le client d'un point A à un point B : « *Ce travail n'est pas utile pour l'humanité on va dire, mais peut-être pour les gens qui veulent aller d'un point A à un point B* » E.F. Il participe également à l'affaiblissement de la communication entre les VTC et les plateformes. Celles-ci mettent en place un système d'échange informationnel automatique exonérant toute communication interactive et normative et cela en refusant d'investir dans des ressources humaines capables de le créer : « *Uber c'est, la machine est tellement immense qu'on ne peut pas avoir un lien personnel* » A.K. C'est la raison pour laquelle l'analyse de l'existence du lien de subordination dans le travail des VTC par la Cour de la cassation souligne que les décisions unilatérales des plateformes

concernant la fixation des tarifs, des commissions, des notations, des désactivations, etc. expliquent qu'il ne s'agit pas des espaces intermédiaires ni d'un système de relation entre partenaires : « *Ils disent vous avez pas de patron, si mon patron il est dans mon portable, il me suit partout… En fait on est fliqué toute la journée… Avec le patron virtuel, le numérique sait tout de moi, c'est pire qu'un patron physique !* » Y.E. Ainsi,la programmation de ces technologies à faire fonctionner ce métier d'une telle manièresouligne l'objectif des plateformes qui, en mettant en place une charte de travail, interdit la personnalisation des clients. Toutefois, tant qu'il n'y a pas de surveillance là-dessus, les expériences des VTC à ce niveau varient en fonction de leurs personnalités, de leurs objectifs,et des périodes de l'exercice du travail. Le flux des offres rend l'enchaînement des courses rapide sur les applications des plateformes notamment celle qui est leader dans le marché de transport de personnes à savoir Uber. Celle-ci a opté pour la stratégie de la baisse des prix afind'attirer une grande clientèle ce qui a démocratisé l'accès au VTC tout en engendrant un ensemble de conséquences négatives sur la rentabilité des chauffeurs et la qualité du service clientèle. Dès lors, l'exercice de ce métier a changé depuis l'arrivée des plateformes en 2011. À la différence du VTC qui s'adressait à une clientèle haut de gamme ce qui permettait au chauffeur d'accomplir peu de courses par la journée avec une meilleure rentabilité, il est aujourd'hui obligé d'effectuer une grande quantité de courses pour garantir une rentabilité correcte : « *L'industrie du VTC c'est comme les mines d'or, on dit que tout le monde gagne del'argent sauf le mineur, bah c'est la même chose… Tout ce qui est autour gagne de l'argent sauf le chauffeur* » M.M.

Les conséquences de ce système de fonctionnement des plateformes sur la santé des VTC varient en raison de plusieurs facteurs. En effet, les parcours des VTC interrogés sont différents d'où la variété des représentations, des motivations ainsi que de la gestion qu'ilsfont de leur travail. Les formes d'épuisement au travail exprimées sont : le mal de vue, les problèmes de vessie, le mal de dos, le mal de l'adducteur droit, l'obésité, l'énervement, l'agressivité, la déception, l'isolement, la tension, la colère, le manque de reconnaissance, le sentiment de monotonie, etc. Les éléments qui relèvent de la santé physique sont souvent liésà des questions mentales et psychiques de ces chauffeurs. Cela dit que si les formes d'épuisement physique ressenti chez les VTC sont liées aux longues heures du travail, il est à souligner que c'est eux qui décident de leur durée du travail étant donné qu'ils sont des indépendants. Leurs décisions sont fondées sur leurs besoins et leurs objectifs professionnelset de l'état mental dans lequel ces travailleurs se retrouvent. Il se peut que des VTC travaillentégalement sans objectifs précis en se laissant guidés par le flux des courses sur les applications jusqu'à ce qu'ils ressentent un épuisement physique ou qu'il y a moins de travail sur le terrain : « *tu as des jours où tu as beaucoup moins de travail, donc ça sert à rien de forcer pour se fatiguer et il y a des jours où tu vas avoir beaucoup plus de travail… du coup on enchaîne, on s'arrête pas* » C.D, « *J'arrête quand je suis fatigué mais aussi quand il y a moins de courses* » M.E. Les formes d'épuisement psychologique sont également liées à des questions physiques dans la mesure où le manque de motivation souvent expliquée par le sentiment d'isolement, de déception, d'absence de reconnaissance, etc. ne donne pas envie d'investir plus dans son travail : « *On sent qu'on est exploité, il n'y a aucune reconnaissance, on ne gagne pas d'argent, on n'a pas de vie de famille, on travaille dans des conditions où on n'est même pas motivés* » A.L.

Conclusion

Les chauffeurs VTC exercent leur travail dans un contexte réel distingué par des logiques sociales, juridiques et culturelles qui diffèrent en fonction des régions et des pays. D'un côté, les décisions unilatérales que prennent les plateformes ne tiennent pas en compte dans la majorité des cas ces logiques sociétales que cela soit dans la conception des algorithmes ou dans les décisions attribuées aux chauffeurs dans certaines situations. D'un autre côté, le fait qu'il s'agit des espaces virtuels de travail, l'ensemble du modèle des plateformes est créé de manière automatique ce qui exclut l'idée d'investir dans des ressources humaines pour développer la communication interactive et humaine avec les VTC. Cette situation a engendré des conséquences sur la santé au travail des VTC et qui sont d'ordres physiques et psychiques. La décision de requalifier les VTC d'Uber en salariés par la Cour de cassation française le 3 mars 2020 peut consister un point tournant dans l'évolution de la question de la santé de ces travailleurs. Toutefois, étant donné que la grande majorité souhaitent rester des indépendants, le dilemme entre le choix de la protection que propose le droit du travail du salariat et l'indépendance dans l'exercice du travail incite à réfléchir sur de nouveaux modèlesde plateformes.

Références bibliographiques

Alemanno S. (2014). *Communication organisationnelle, management numérique*. Paris, Éd.L'Harmattan.

Alemanno S, Le Moënne C. & Lépine V. (2017). *Communications et organisations :accélérations temporelles*. Paris, Éd. L'Harmattan.

Berry G. (2019). *La pensée informatique*. Paris, CNRS.

Bertaux D. (2005). *L'enquête et ses méthodes : Le récit de vie.* Paris, Arman Colin.

Blanc E. (2016). *Du* « grand *dialogue » au quotidien numérique : des stratégies de communication* à *la Poste.* Université de Nice Sophia Antipolis. Thèse en sciences de l'information et de la communication.

Bonot F, Chagny O, Dufour M. & Forestier F. (2020). *Désubériser, reprendre le contrôle*. Paris, Éd. du Faubourg.

Boris B. (2012). *Internet, changer l'espace, changer la société : les logique contemporaines de synchronisation*. Limoges, FYP Éditions.

Boudokhane-lima F, Carayol V, Felio C. & Soubiale N. (2017). *La laisse électronique : Les cadres débordés par les TIC*. Bordeaux, MSHA.

Carayol V. (2013). TIC, La fabrique des temporalités. *L'imaginaire et la représentation des Nouvelles Technologies de Communication.* Denoit N. Presses universitaires François- Rabelais.

Compain G, Eynaud P, Maurel L. & Vercher-Chaptal C. (2019). Alternative Platforms and Social Horizon: Characterisation and Strategies for Development. *SASE 31st Annual Meeting, Fathomless Futures: Algorithmic and Imagined 27-28 June 2019 – The New School – New York City.*

Dumas A. (2016). *Approche communicationnelle des dispositifs de prévention de la santé et de la sécurité au travail : penser la communication organisationnelle comme communication affective.* Université de Grenoble Alpes. Thèse en sciences de l'information et de la communication.

Felio C. (2013). *Pratiques communicationnelles des cadres : usage intensif des technologies numériques et enjeux psychosociaux.* Université Michel de Montaigne, Bordeaux 3. Thèse en sciences de l'information et de la communication.

Muller Z. (2020). Algorithmic Harms to Workers in the Platform Economy: The Case of Uber. *Columbia Journal of Law and Social Problems*, Vol. 53:2, p.167-210.

Paillot P. (2003). Méthode biographique et entrepreneuriat: application à l'étude de la socialisation entrepreneuriale anticipée. *Revue de l'Entrepreneuriat,* Vol. 2, issue 1, p.19-41.

Robert-Demontrond P. (2004). *Les méthodes d'observation et d'expérimentation.* Paris, Apogée.

Rouleau l. (2003). La méthode biographique. In Y. Giordano (coord.) *Conduire un projet de recherche : Une perspective qualitative.* Paris, EMS.