



HAL
open science

Liénard Fabien et Zlitni Sami (dirs) (2020), Regards croisés sur la communication et la trace numériques

Simon Ngono

► **To cite this version:**

Simon Ngono. Liénard Fabien et Zlitni Sami (dirs) (2020), Regards croisés sur la communication et la trace numériques. 2022, 10.4000/rfsic.12745 . hal-03622660

HAL Id: hal-03622660

<https://hal.science/hal-03622660>

Submitted on 29 Mar 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Revue française des sciences de l'information et de la communication

24 | 2022

Data Paper : émergence d'une nouvelle donne scientifique

Parutions

LIÉNARD Fabien et ZLITNI Sami (dirs) (2020). *Regards croisés sur la communication et la trace numériques*

Mont-Saint-Aignan : Presses universitaires de Rouen et du Havre

SIMON NGONO

<https://doi.org/10.4000/rfsic.12745>

Bibliographical reference

Liénard Fabien et Zlitni Sami (dirs) (2020). *Regards croisés sur la communication et la trace numériques*. Mont-Saint-Aignan : Presses universitaires de Rouen et du Havre. ISBN : 979-10-240-1434-0. Prix : 19 €

Full text





Full size image

- 1 Dans le champ des Sciences de l'information et de la communication (SIC) en France, Fabien Liénard et Sami Zlitni se sont imposés à travers leurs travaux sur la question de la communication électronique. Ils ont notamment organisé plusieurs colloques scientifiques internationaux sur cette thématique et dirigés conjointement des ouvrages collectifs¹. Depuis quelques temps, toujours au sein de l'unité mixte de recherche 6266 (CNRS) de l'Université Le Havre Normandie, les deux s'intéressent dorénavant à la problématique de la trace numérique, appréhendée à partir du paradigme de l'homme-trace. Concept développé par Béatrice Galinon-Méléneq pour traduire le fait que l'homme est à la fois producteur de traces et produit de traces ou, plus précisément, de signes-traces (p. 8).
- 2 Le présent ouvrage, comme l'indiquent les deux directeurs, s'inscrit dans une nouvelle collection de leurs travaux, portant sur la thématique « communication et traces numériques ». À travers sa somme de 234 pages, son ambition est de sortir des considérations simplistes autour de la question de l'homme-trace et de saisir celle-ci à partir de terrains empiriques. Pour ce numéro inaugural, les chercheur.e.s sollicité.e.s ont été invité à discuter de la trace numérique à partir de leurs travaux, de leurs perspectives (p. 8). Ce livre collectif est composé de huit chapitres. Sept sont ancrés en Sciences de l'information et de la communication, et un est issu des sciences du langage.
- 3 Dans le premier chapitre, « Pour une ichtnologie générale à l'heure du numérique », Béatrice Galinon-Méléneq propose une synthèse des travaux menés depuis plus de dix ans sur la trace. Il est surtout question de la démarche à adopter pour l'analyse de trace numérique. L'auteure met tout d'abord un point d'honneur sur l'ensemble des travaux portant sur ce champ. Elle insiste sur le fait que l'analyse de signe-trace doit fixer pour point de départ la prise en compte de l'écriture (au sens ordinaire du terme) (p. 23). Il est question ici d'interroger l'écriture numérique à laquelle est rattachée la trace. À partir de la manière dont la société est conquise par la communication², l'auteure affirme que « les questions relatives aux traces numériques sont prégnantes » (p. 36) autant que leur « nature » varie d'un domaine à un autre. Pour les informaticiens, par exemple, la trace numérique renvoie à une empreinte (p. 40). La suite du chapitre donne à lire les configurations de la trace depuis l'avènement du numérique. L'accent est mis sur la dimension symbolique de toute trace. D'ailleurs, la rédactrice du chapitre insiste sur le fait que « toute activité de l'humain dans l'environnement numérique laisse des traces (produit des conséquences) » (p. 50) dont il faut interpréter.
- 4 Le deuxième chapitre est articulé autour de « Prolégomènes à une sémiotique sociale ». Il met en évidence quelques situations pédagogiques expérimentales ayant amené des étudiants à s'interroger systématiquement sur les facteurs matériels et cognitifs, qui guident la constitution d'une unité de sens. Dans sa trame d'analyse, Alexandra Saemmer s'appuie notamment sur les travaux pionniers de Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce et Roland Barthes autour de la question du signe. Après avoir menée des exercices d'expérimentation auprès de groupes d'étudiants (visionnage de vidéos et interprétation du contenu), l'auteure aboutit à un certain nombre de conclusions, sommes toutes provisoires. Elle soutient que « le cadre pédagogique est particulièrement adapté à la mise en œuvre de la sémiotique sociale » (p. 81). Car le processus interprétatif en plusieurs étapes demande une grande



disponibilité aux participant.e.s. Alexandra Saemmer explique que la sémiotique sociale a pour finalité d'étudier la construction du sens (p. 80). Il s'agit d'un processus de construction orienté par les frontières matérielles des signes dans leur dispositif de production et de réception, et par les « interprétants » mobilisés par le sujet en amont (p. 80). Le cheminement d'analyse que propose l'auteure permet de comprendre *in fine* la finalité de la sémiotique sociale, qui est d'« étudier non pas seulement comment, mais surtout pourquoi un signe signifie quelque chose pour quelqu'un » (p. 81).

5 Le troisième chapitre, « Traces expérientielles et formes de vie. Sémiogénèse d'une séquence expérientielle à la Cité du vin (Bordeaux) », offre l'occasion à Jean-Jacques Boutaud de traiter de l'expérience prototypée en marketing à la séquence expérientielle. Le chapitre s'inscrit dans la continuité de recherches menées par son auteur depuis plus d'une dizaine d'années. Il analyse ici l'expérience prototypée en marketing à la séquence expérientielle. Dans ce cheminement, c'est l'approche sémio-pragmatique qui est mobilisée. L'expérience objet d'analyse est celle de la visite de la Cité du vin à Bordeaux. Jean-Jacques Boutaud explique que de l'expérience à la séquence expérientielle, la trace émerge de la pratique selon qu'elle préfigure l'expérience (ce que l'auteur appelle « traces expérientielles » (p. 85)), la configure et la performe (en référence aux « traces immersives et présentesielles » (p. 90) ou la reconfigure par de libres opérations de médiatisation et médiation (« traces post-expérientielles » (p. 94). À la lecture du chapitre, Jean-Jacques Boutaud propose une synthèse de multiples fonctions modales des traces. Ainsi, une trace peut remplir une fonction déictique (y être, montrer), phatique (faire voir et savoir), esthétique (produire images et messages avec l'art et la manière), épiphanique (faire advenir dans l'action et la mise en scène de soi) (p. 93). Cependant, il précise tout de même que le système modal proposé mérite sans doute à être affiné, voire discuté (p. 93).

6 La suite de l'ouvrage est marquée des réflexions autour des approches de déconstruction. Les discours de la doxa à l'instar des *digital natives* et la génération « Y » sont mis en discussion par Pascal Lardellier dans le quatrième chapitre. Le rédacteur se livre en effet à la critique de toutes les dénominations qui « fleurissent » selon lui l'esprit des journalistes et des essayistes pour caractériser les générations aux usages numériques variés. Dans son développement heuristique, Pascal Lardellier débute par une généalogie du « concept biaisé » (p. 102) de *digital natives* avant d'interroger par la suite, la notion de « Y » en tant qu'allants-de-soi médiatiques et sociaux. L'auteur reprend certains discours qui circulent dans les imaginaires sociaux à propos des Technologies de l'information et de la communication (TIC). Selon lui, on peut affirmer que la « génération Y », *sui generi*, constitue un mythe. Car tous les enfants nés dans une société colonisée par les TIC ne possèdent pas les mêmes aptitudes initiales (p. 111). Pascal Lardellier démontre que la convergence générationnelle autour des mêmes dispositifs, le partage de certaines pratiques relationnelles et « para culturelles » ne signifient pas des compétences égales (p. 111). L'allusion est faite ici aux différentes formes de fractures (numériques, sociales, culturelles, géopolitiques) associées à la question des TIC.

7 Le cinquième chapitre est intitulé « Bibliothèques numériques interoperables et data ». Fabrice Papy y propose une synthèse des recherches qu'il mène depuis plus d'une décennie sur les perspectives constructivistes de l'actefactualisation numériques à partir des environnements de travail tels que les bibliothèques, les universités, établissements scolaires, etc. Ce que l'auteur appelle les bibliothèques numériques interoperables proposent en effet aujourd'hui des contenus hétérogènes (texte, image, son, vidéo). Elles exigent des descriptions complémentaires (métadonnées d'indexation, génériques, spécifiques, etc.) pour pouvoir être réellement utilisables par un public aux multiples profils informationnels (p. 139). La contribution rend aussi compte des mutations dans le secteur de la documentation. Le « récent mouvement en faveur des données ouvertes » (en référence à l'*Open Data*, l'*Open Access*, voire l'*Open Science*) (p. 136) est présenté comme une transformation profonde de la place et la position qu'occupe l'outillage numérique. Avec la maturité des technologies du web, l'auteur observe que nous sommes rentrés dans « une phase d'industrialisation de la



production de contenus numériques hétérogènes, convertis ou nativement numériques (p. 140).

- 8 À la suite de ce chapitre, le sixième intitulé « Réseaux sociaux numériques et marques : le spectacle publicitaire continu » est proposé par Karine Berthelot-Guiet. Il offre une réflexion à propos du discours de la marque et de ses traces sur un espace particulier du numérique. Karine Berthelot-Guiet s'interroge notamment sur la qualification et surtout le statut de la marque en contexte numérique. De ce fait, les marques sont-elles en position de promotion, de conversation, de spectacle ou tout cela à la fois ? L'autre questionnement est celui de savoir quels spectacles publicitaires se développent sur les réseaux sociaux numériques ? S'appuyant sur l'analyse socio-sémio-communicationnelle (p. 160) des pages *Facebook* des marques *Oasis* (France) et *M&M's* (France et USA), l'auteure note une métamorphose des discours de marque et de leur positionnement sur les réseaux sociaux numériques. Ce qui amène à l'élargissement de la perception du publicitaire par le public. Ce dernier a tendance à penser comme publicité tout discours relié à une marque (courrier, affichage, logotypes, sponsoring, etc.). Dans ce contexte de recomposition des « arts » publicitaires, l'auteure arrive à forger le concept de *publicitarité*. Elle le définit comme « un ensemble de logiques sociales et sémiotiques qui sous-tendent profondément toutes prises de paroles de marques même lorsque leur forme n'est pas publicitaire » (p. 162).
- 9 Dans le septième chapitre, « L'espace médiatique réunionnais : entre transformations numériques et habitus éditoriaux », Bernard Idelson et Élodie Laurent présentent une synthèse des recherches menées sur la sphère médiatique réunionnaise. La particularité de leur propos c'est qu'ils le contextualisent dans le temps et l'espace. La contribution débute par une brève généalogie de médias de l'île de La Réunion. Des médias d'information, aux feuilles d'opinion (p. 169) en passant par les sites d'information *pure player*, l'historicité de médias toutes tendances confondues est clairement présentée. Les contributeurs soulignent par la suite que l'avènement d'internet et des réseaux socionumériques a transformé les représentations qu'ont les journalistes de leur propre profession (p. 189), de leurs pratiques et environnement de travail. Chez les journalistes, « les discours autour du numérique sont de plus en plus inhérents aux RSN (réseaux sociaux numériques) » (p. 189). Le numérique est dès lors perçu sous le prisme de la « modernité ». Ainsi, les représentations des journalistes autour du numérique balayent un large spectre qui va de la réorganisation des rédactions, de nouveaux territoires du journalisme, ou des redéfinitions identitaires. Les enquêtes *in situ* permettent dans le même sens d'appréhender les stratégies d'organisation multiples favorisées par le numérique. Bernard Idelson et Élodie Laurent portent une attention particulière à la production de contenus et à sa diffusion sur le numérique. Ce dernier est considéré dans son aspect de complémentarité entre support traditionnel et support digital.
- 10 Enfin, dans le huitième et dernier chapitre, « L'iconisation du discours dans les urbanitécrans. Applications mobiles et photographies déictiques », Marie-Anne Paveau explique qu'il est imprécis de considérer que les urbanités, c'est-à-dire les vies et les pratiques dans la ville, sont seulement numériques. Car elles sont écraniques et scripturales. Selon l'auteure, les urbanitécrans technodiscursifs peuvent se définir comme des usages et des expériences technodiscursifs de la ville relevant de l'écrilecture (parcours, représentations, situations spatiales, relations sociales, aménagements de l'existence, etc.) qui se produisent au sein d'un processus d'augmentation technique du corps de la ville (p. 209). La rédactrice du chapitre distingue deux grandes catégories d'urbanitécrans technodiscursifs : les applications mobiles et les photographies déictiques. La première catégorie relève de la réception d'images, appropriées et coproduites. La seconde est rattachée à la production de photographies, élaborées de manière explicitement subjectives et partagées. Comme exemple d'« urbanitécrans technodiscursifs », Marie-Anne Paveau cite l'application *Uber moto*. Celle-ci mobilise la géolocalisation (une forme de *deixis*) et permet à l'utilisateur de littéralement lire et tracer tout en même temps sa ville grâce aux



emplacements des véhicules disponibles (p. 210). Cet examen montre comment les technologies ont transformé les pratiques de numérisation de nos usages de la ville.

- 11 Pour conclure, cet ouvrage est particulièrement pertinent et permet de mieux saisir les enjeux actuels de la communication et des traces numériques. Sa publication intervient dans un contexte de généralisation des usages des dispositifs de technologies de l'information et de la communication. Son fil conducteur repose sur l'idée que toute situation de communication homme-machine ou homme-médias sociaux est productrice de traces qu'elles soient de l'ordre du visible ou non, plurisémiotiques (iconiques, textuelles ou iconotextuelles) ou non. C'est le lieu de dire qu'il existe une relation indissociable entre l'Homme et la trace. Sur le plan épistémologique, le paradigme de l'Homme-trace doit être appréhendé en tenant compte de l'évolution de l'Homme, des techniques et des sociétés. L'ouvrage renseigne également que les traces numériques sont des marqueurs de la présence et/ou de l'identité. Elles contribuent à forger la culture numérique, individuelle et collective. Cependant, elles posent en conséquence la problématique de l'éthique, relativement à la protection et/ou à la gestion des données personnelles³ à la fois par les États ou par les acteurs des GAFAM (*Google, Apple, Facebook Amazon, Microsoft*). Ces propositions sont en fait des perspectives qui pourront faire l'objet de prochains champs d'exploration scientifique de chercheurs de l'unité mixte de recherches 6266 (CNRS) de l'Université Le Havre Normandie.

Notes

1 Nous faisons entre autres allusion aux références suivantes : Sami Zlitni, Fabien Liénard (dir.) (2012), *La communication électronique dans la "société de l'information". Quels usages, quelles pratiques ?*, Le Havre, Klog éditions, 412 p. ; Sami Zlitni, Fabien Liénard (dir.), *La communication électronique en questions*, Bern, Peter Lang, 402 p. ; Fabien Liénard, Sami Zlitni (dir.), *La communication électronique : enjeux, stratégies, opportunités*, Limoges, éditions Lambert-Lucas, 276 p.

2 Cf. Bernard Miège (2007), *La société conquise par la communication. Tome 3. Les TIC entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble, PUG, 236 p.

3 Nous pouvons citer ici la révélation en 2018 du scandale *Cambridge analytica* dans lequel Facebook a été impliqué pour avoir fait usage de données personnelles d'américains à des fins politiques. Au niveau européen, il existe de nombreux procès contre les acteurs des GAFAM. Certains concernent Google inculpé pour « abus de position dominante » de son moteur de recherche. Sur de telles problématiques, la commission européenne a renforcé son autorité sur la protection de données personnelles.

References

Electronic reference

Simon Ngono, "LIÉNARD Fabien et ZLITNI Sami (dirs) (2020). *Regards croisés sur la communication et la trace numériques*", *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [Online], 24 | 2022, Online since 01 January 2022, connection on 29 March 2022. URL: <http://journals.openedition.org/rfsic/12745>; DOI: <https://doi.org/10.4000/rfsic.12745>

About the author

Simon Ngono

Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication, et membre du laboratoire de recherche sur les espaces créoles et francophones (LCF, EA 7390) à l'Université de La Réunion (France)

By this author

Assogba Henri (2020). *Journalismes spécialisés à l'ère numérique* [Full text]

Laval. Presses de l'Université Laval

Published in *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 22 | 2021



GUAAYBESS, Tourya, 2019. *Les médias dans les pays arabes : des théories du développement contrariées aux politiques de coopération émergentes* [Full text]

London : ISTE Éditions. ISBN 978-1-78405-564-6

Published in *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 20 | 2020

Copyright



Les contenus de la *Revue française des sciences de l'information et de la communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International.

