



HAL
open science

Les mots de la Covid dans l'espace public. Retour sur le projet participatif “ Vitrines en confinement ”

Sarah Gensburger, Marta Severo, Vincent Ruiz

► To cite this version:

Sarah Gensburger, Marta Severo, Vincent Ruiz. Les mots de la Covid dans l'espace public. Retour sur le projet participatif “ Vitrines en confinement ”. Sylvie Ducas, Rossana de Angelis, Agathe Cormier. Les écritures confinées. Créer, afficher, diffuser, Hermann, 2022, 9791037016782. hal-03895002

HAL Id: hal-03895002

<https://hal.science/hal-03895002v1>

Submitted on 12 Dec 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.

Les mots de la Covid dans l'espace public. Retour sur le projet participatif « Vitrines en confinement »¹

Sarah Gensburger
Directrice de recherche en science politique
CNRS, Institut des Sciences sociales du Politique

Marta Severo
Professeur des Universités en sciences de l'information et de la communication
Université Paris Nanterre, DICEN IdF / IUF

Vincent Ruiz
Université Paris Nanterre, DICEN IdF

Abstract

The participatory challenge "Windows in lockdown", launched in April 2020, aimed to collect photographs of messages posted in the public space during the period of lockdown due to the Covid-19 pandemic. Thanks to the participation of hundreds of contributors, more than 4,000 messages were collected in 29 countries, the majority of which in France. This text aims to make a first assessment of this collaborative project and to propose some exploratory analyses of the corpus of images and texts collected within the framework of this challenge. Thanks to qualitative and quantitative data mining, we were able to identify the emergence of a specific lexicon linked to periods of lockdown and post-lockdown which has been enriched with new terms by following the evolution of different phases of the crisis.

Résumé

Le défi participatif « Vitrines en confinement », lancé en avril 2020, avait comme objectif de collecter les photographies des messages affichés dans l'espace public pendant la période de confinement imposée à cause de la pandémie de Covid-19. Grâce à la participation de centaines de contributrices et contributeurs, plus de 4000 messages ont été récoltés en 29 pays, dont la majorité en France. Ce texte vise à faire un premier bilan de ce projet collaboratif et à proposer quelques pistes d'analyse exploratoire du corpus d'images et de textes collectés dans le cadre de ce défi. Grâce à la réalisation de traitements qualitatifs et quantitatifs, nous avons pu identifier l'émergence d'un lexique spécifique lié aux périodes de confinement et de déconfinement qui s'est enrichi de nouveaux termes en suivant l'évolution de différentes phases de la crise.

1. Introduction

En avril 2020, les deux auteurs de ce texte ont lancé un défi participatif du nom de #VitrinesEnConfinement / #VitrineInQuarantena / #WindowsInLockdown, qui, déployé en trois langues, avait pour ambition de collecter les mots du confinement dans l'espace public. Toute personne était invitée à partager des photographies des messages affichés sur les vitrines, dans les rues ou sur les balcons, grâce aux dispositifs numériques dédiés au défi. Ce projet, né d'abord comme un moyen de fédérer les amis et plus généralement les citoyens autour d'une mission commune pendant les courtes sorties autorisées, a permis de construire un corpus textuel et visuel constitué par plus de 4000 photos prises en France, mais aussi à l'étranger. Cet article vise à réaliser un premier bilan de ce projet en présentant une analyse exploratoire du corpus récolté.

Comme plusieurs chercheurs l'ont déjà observé², l'épidémie de Covid a constitué un événement unique dont il est difficile de trouver des précédents même dans de grandes épidémies du passé comme la grippe espagnole du 1918 ou le choléra du XIX siècle. Ce qui rend cette période sans précédent ce n'est pas seulement la gravité et la contagiosité de la maladie d'un point de vue médical, mais aussi les conditions sociales dans lesquelles elle s'est insérée et qu'elle a pu créer. Nous pouvons observer en particulier le rôle que les nouvelles technologies numériques ont joué pendant cette période pour garder le contact dans un contexte de distanciation sociale, mais aussi en offrant différents types d'activité pour occuper notre temps en isolement. Expositions

¹ Nous remercions Dario Compagno pour l'aide apportée à Vincent Ruiz dans les analyses de données qui sont présentées dans cet article. Le défi « Vitrines en confinement » a été réalisé dans le cadre du projet ANR COLLABORA (réf. ANR-18-CE38-0005).

² Vinitzky-Seroussi, Vered et Mathias Jalfim Maraschin, « Between remembrance and knowledge : The Spanish Flu, COVID-19, and the two poles of collective memory », *Memory Studies*, December, 2021, p. 1475-1488.

virtuelles, concours et jeux, échanges sur les réseaux sociaux, notamment, toutes ces activités ont généré des messages et des traces qui s'offrent au chercheur en sciences sociales comme une ressource pour étudier et comprendre *a posteriori* les dynamiques et les impacts à moyen et long terme de cette période particulière.

Le projet « Vitrites en confinement » constitue un exemple de ce double rôle des technologies numériques. Ces dernières n'ont pas simplement permis d'organiser le défi collaboratif, mais elles ont aussi rendu possible la constitution d'un corpus de données utile pour la recherche en sciences sociales autour de la Covid. En effet, dans nos intentions, ce défi ne constituait pas simplement une activité pour occuper le temps pendant le confinement, il a été aussi l'occasion de construire un corpus qui pouvait être exploité pour étudier les changements sociaux qui ont eu lieu pendant cette période. En particulier, notre objectif était de porter l'attention sur l'espace public qui nous apparaît le grand oublié des études de sciences humaines et sociales qui portent sur la première période de confinement. Ce défi a permis de construire une collection de photographies prises dans les villes et dans les campagnes qui aujourd'hui peuvent être analysées en prenant du recul par rapport à des faits qui ont profondément touché nos vies.

L'emploi de dispositifs numériques pour collecter et archiver ces photos nous permet de disposer d'un corpus standardisé et enrichi de métadonnées qui se prête à différents types d'analyse. Dans le cadre de cet ouvrage dédié aux écritures confinées, nous avons décidé d'exploiter ce corpus pour en savoir un peu plus sur les écritures qui sont contenues dans ces messages, sur la manière dont elles ont été produites et sur ce qu'elles peuvent nous dire du changement de langage pendant et post Covid. A travers cette étude, la pandémie apparaît ainsi clairement comme une expérience linguistique. Ce texte est organisé en trois parties. Dans la première partie, nous détaillerons le fonctionnement du défi et ses objectifs. Dans un second temps, et à partir d'un traitement quantitatif d'un échantillon du corpus (notamment la première période allant de mars à octobre 2020), nous décrirons les macro-dynamiques temporelles et géographiques du défi. Enfin, dans le dernier moment de notre réflexion, et en combinant cette fois-ci méthodes quantitatives et qualitatives, nous approfondirons les mots du confinement à partir des textes des messages présents dans les photographies récoltées.

2. Collecter les mots du confinement dans l'espace public

Le fonctionnement du défi « Vitrites en confinement » était très simple. Lors des brèves sorties autorisées, en France, en Italie et ailleurs, il était proposé à tous et toutes de prendre des photographies en gros plan et en mode paysage des messages apposés par les commerçants dans leurs vitrines, par les passants sur les murs de la ville ou par les habitants sur leurs balcons. Ensuite, ces photos devaient être publiées sur un des espaces numériques d'expression proposés aux participants : sur les groupes Facebook « Vitrites en confinement - Vitrine in quarantena » ou « Windows in lockdown »³ ; sur Twitter en utilisant l'hashtag #vitrinesenconfinement ; sur Instagram avec le même hashtag et sur une plateforme cartographique collaborative. Cette multiplicité d'espaces était pensée pour offrir à chaque personne souhaitant participer un lieu où elle pouvait être à l'aise⁴. Par ailleurs, l'emploi des médias sociaux avait l'objectif de créer une communauté autour du défi en facilitant la construction du lien social et d'esprit de compétition. À chaque fois, en plus de la photographie, le contributeur devait préciser : la date de la prise de photographie, l'adresse complète⁵, la nature du lieu (commerce / lieu public non commercial / fenêtre privée / graffiti), l'activité habituellement exercée en ce lieu (café, sport ...) et si possible,

³ <https://www.facebook.com/groups/vitrinesenconfinement> et <https://www.facebook.com/groups/windowsinlockdown>. Ce deuxième groupe en anglais a eu beaucoup moins d'activités et il a été arrêté en aout 2020.

⁴ <https://vitrinesenconfinement.gogocarto.fr/>.

⁵ Dans le cas d'habitations privées, le numéro de la rue n'était pas collecté dans le respect de la RGPD.

la retranscription du texte de l'affichette. De cette manière chaque image était enrichie d'une série de métadonnées temporelles, spatiales et typologiques qui allaient à s'ajouter aux informations concernant le contributeur dont généralement l'identité nominative, et donc le genre, est connue (genre).

Ce projet est né d'une double expérience de recherche. Sarah Gensburger est sociologue de la mémoire et résidente du boulevard Voltaire, aux abords du Bataclan. En 2015, après les attentats du 13 novembre, elle a ainsi vu son objet de recherche, le rapport public au passé, arriver en bas de chez elle. Cette expérience singulière a donné naissance à un travail d'observation quotidienne de l'espace public dans la suite de l'événement, qui faisait un usage important de la photographie⁶.



Figure 1. Mur aux abords de la salle de concert du Bataclan en 2016. (c) S. Gensburger.

Ce premier travail a ensuite conduit à la participation à une enquête collective, rassemblant chercheurs et archivistes, qui visait à l'étude de la production, de la collecte, des usages sociaux et des contenus de l'ensemble des messages déposés dans l'espace public aux abords des lieux touchés juste après les événements, de novembre 2015 à mars 2016⁷. Cette expérience a produit une grille d'observation spécifique de l'espace public qui a été remobilisée pendant le confinement. Marta Severo est, elle, spécialiste de l'étude des pratiques participatives en matière de patrimoine⁸. Dans des travaux précédents, elle a pu observer et tester le rôle des dispositifs numériques dans la construction de collectes mémorielles et patrimoniales⁹. Son savoir-faire et ses questionnements propres ont pu donner naissance, forme et horizon à ce défi collaboratif qui visait à étudier les mots du confinement dans l'espace public, mais également la pratique collaborative en la matière dans un temps d'isolement social.

Ensemble et au croisement de leurs deux champs de recherche respectifs, les deux auteurs de cet article ont ainsi lancé le défi collaboratif « Vitrines en confinement » le 15 avril 2020. Le défi a été clos au bout d'un an, même si le groupe Facebook existe toujours et, pour les seuls

⁶ Gensburger Sarah, *Mémoire vive. Chroniques d'un quartier. Bataclan, 2015-2016*, Paris, Anamosa, 2017.

⁷ Gensburger, Sarah et Jérôme Truc (dir.), *Les Mémoires du 13 Novembre*, Paris, Editions de l'EHESS, 2020.

⁸ Severo, Marta, *L'impératif participatif. Institutions culturelles, amateurs et institutions*, Paris, INA Éditions, 2021.

⁹ Severo, Marta, « Plateformes contributives culturelles : une approche multi-espace », actes de la SFSIC, 2020.

contributeurs francophones, compte plus de 1300 membres. Le projet a rencontré un succès inattendu avec plus de 4000 images. Ces photographies ont depuis donné lieu à une mise en exposition ouverte à tous et toutes sur plateforme s'appuyant sur Omeka. Elles sont consultables à l'adresse <https://vitrinesenconfinement.huma-num.fr>.

Le matériau constitué par ces milliers de photographies et l'ensemble des métadonnées de collecte qui les accompagnent peut aujourd'hui être traité de multiples manières. Nous avons ailleurs étudié la pratique sociale de collecte elle-même¹⁰, nous inscrivant dans l'étude des cadres sociaux de la mémorialisation de la Covid-19¹¹ en plein développement¹². Dans ce qui suit, nous souhaitons saisir ce corpus dans une autre perspective pour conduire une analyse du contenu des messages collectés, des mots employés et des positions exprimées comme des lieux et temps de ces derniers¹³.

3. Les temps et les lieux des mots du confinement dans l'espace public

La collection sur laquelle nous travaillerons dans le cadre, restreint, de cet article n'embrasse pas l'ensemble du corpus. Elle compte 3186 photographies publiées entre avril 2020 et mars 2021. 2046, soit les trois quarts, ont été postées par des femmes et 613, soit près de 20%, par des hommes, pour les 527 restants, le genre du contributeur n'est pas connu.

La chronologie de publication des photographies indique deux pics, mai 2020 et août 2020, qui ont constitué des moments de grandes activités au sein du défi. Le premier moment, mai 2020, correspond au moment de liberté retrouvée avec la fin du premier confinement et l'explosion des messages dans les rues pour régler cette ouverture modérée. Le deuxième moment, août 2020, se justifie d'une part par la période des vacances où les contributeurs passent plus de temps dans l'espace public, mais d'autre part par la nouvelle imposition de normes destinées à régler la présence à l'extérieur et dans les commerces. Ces pics correspondent également à des temps de standardisation étatique de la communication autour du Covid, août 2020 étant notamment le moment de la mise en oeuvre de l'obligation du port du masque.

¹⁰ Gensburger, Sarah et Marta Severo, « L'espace public du confinement. Archives, participation et inclusion sociale », *Revue d'histoire culturelle, XVIIIe-XXIe siècle*, octobre 2021, 3, <https://revues.mshparisnord.fr/rhc/>.

¹¹ Maurice Halbwachs, *Les Cadres sociaux de la mémoire*, Paris, Albin Michel, 1994 [1925] et Orli Fridman and Sarah Gensburger, "Unlocked memory" dans Yifat Gutman et Jenny Wüstenberg (dir.), *Handbook of Memory Activism*, NY, Routledge, 2022, sous presse.

¹² Mazzucchelli Francesco et Mario Panico, « Pre-emptive memories: Anticipating narratives of Covid-19 in practices of commemoration », *Memory Studies*, December 2021, p. 1414-1430 et Adams, Tracy et Sara Kopelman, "Remembering COVID-19: memory, crisis, and social media", *Media, Culture & Sociology*, September, 2021, first published on line.

¹³ Le traitement des données utilisé dans cet article a bénéficié du travail réalisé par Vincent Ruiz dans le cadre de son stage au sein du laboratoire DICOM.

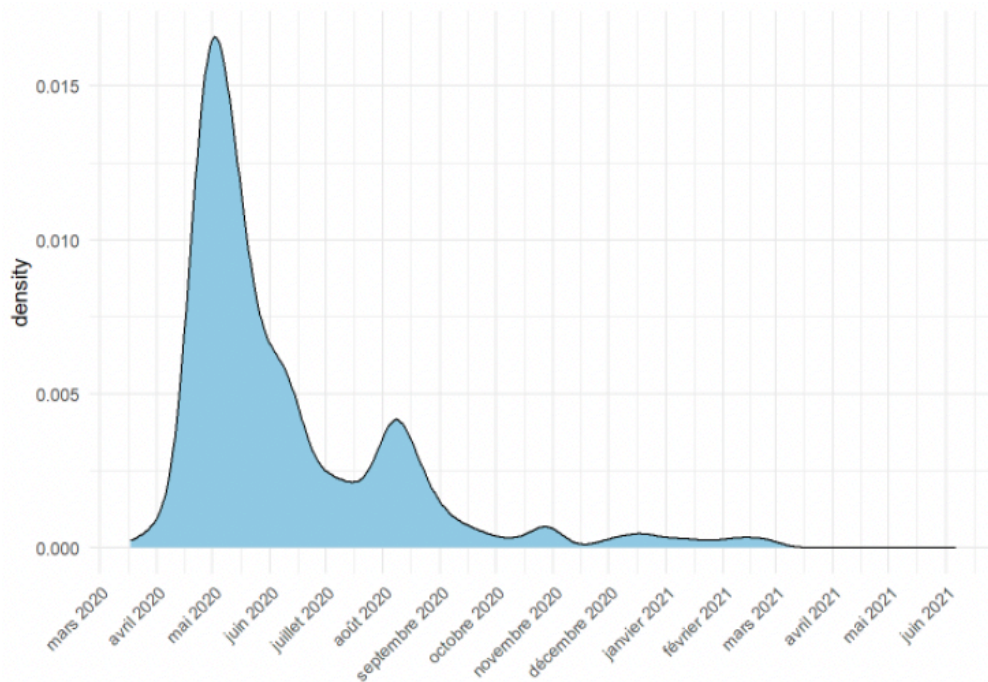


Figure 2. Répartition du corpus à travers le temps

L'écrasante majorité des photos ont été partagées via Facebook (2546). Le reste l'a été sur Instagram (93), Twitter (65), la plateforme collaborative¹⁴ (154) ou par courriel. En effet, pendant cette année, le groupe Facebook a été un véritable lieu d'échanges où les contributeurs ne se sont pas limités à publier des photographies, mais aussi ont aussi réagi avec des « j'aime » ou des commentaires aux images postées par les autres. Entre avril 2020 et janvier 2021, ce groupe a pu compter 2855 publications sur le mur, 1929 commentaires et 16272 réactions. Il est important de préciser que, si l'accès au groupe était modéré, la publication des messages était réalisée sans modération *a priori*.

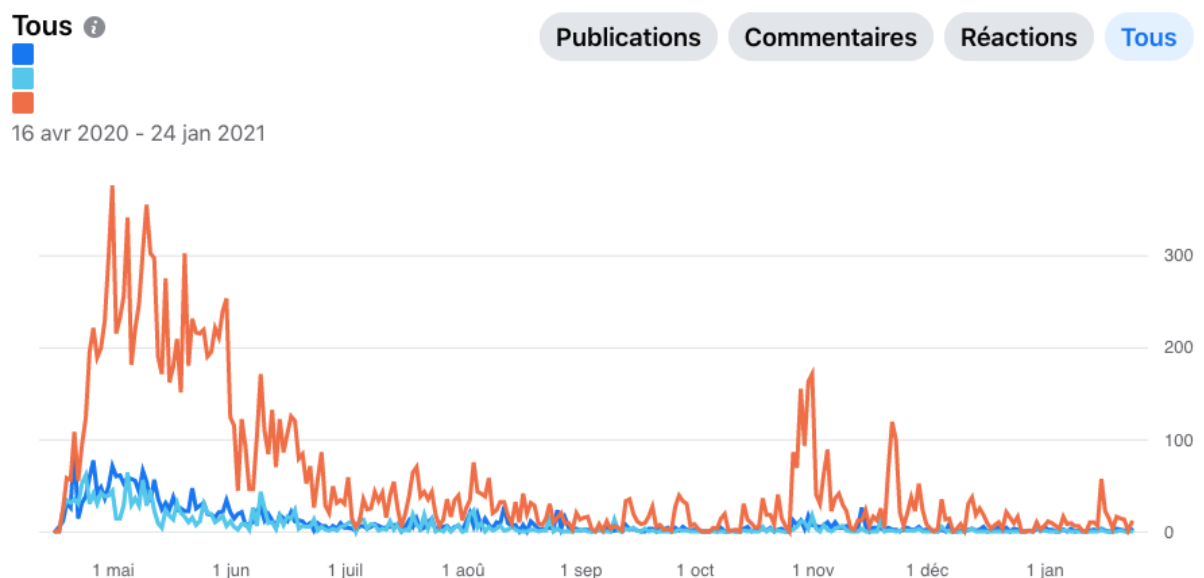


Figure 3. Activité sur le groupe Facebook « Vitrines en confinement ».

¹⁴ En effet les photographies collectées par la plateforme collaborative sont plus nombreuses, mais plusieurs contributeurs postaient sur Facebook et sur la plateforme contributive.

Inégalement réparties dans le temps, les photographies du corpus le sont aussi dans l'espace. Le défi a été lancé en trois langues. Le choix d'adjoindre l'italien au français et à l'anglais a deux raisons. Outre l'opportunité que représentait le bilinguisme linguistique, mais aussi institutionnel de Marta Severo, il se fonde aussi sur une raison empirique. L'Italie a en effet une chronologie et un rapport paroxysmique à l'épidémie qui en fait un cas d'étude à forte valeur heuristique. Si le corpus compte ainsi des images qui proviennent de 29 pays différents, la France y est très majoritaire avec les deux tiers du corpus suivie par l'Italie et la Belgique.

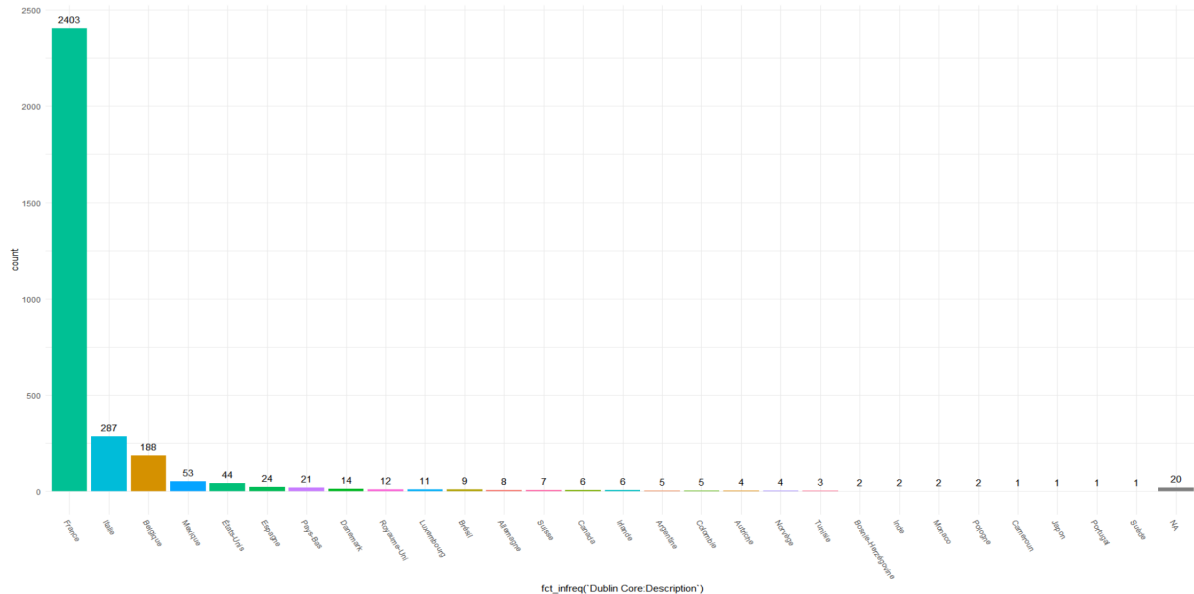


Figure 4. Distribution par pays.

La topographie des mots collectés dessine également des lieux d'expression spécifiques. Les messages collectés l'ont d'abord été dans des vitrines puis sur d'autres supports de l'espace urbain partagé (ex. supports publicitaires, abribus, etc.), sur des façades privées, comme aux balcons ou fenêtres et enfin sur des murs sous la forme de graffiti. À ce propos, il est important d'observer une évolution temporelle du défi. Si dans le premier mois, presque la totalité des contributions correspondaient à des affichettes des commerces, dans les mois suivants les contributeurs ont relu, en quelque sorte par eux-mêmes, les règles de défi en élargissant le périmètre à des messages individuels sous forme de banderoles, drapeaux, graffiti ou d'autres types d'installations.

Les lieux de l'affichage des messages sont bien sûr non neutres sur les mots et le contenu des textes en question. Les textes affichés dans les vitrines sont le plus souvent informatifs. Les expressions de contestation, elles, sont très présentes sur les façades privées ou via les graffitis tandis que la part importante croissante tenue par l'espace urbain au sens large traduit le développement d'une signalétique standardisée liée au déconfinement.

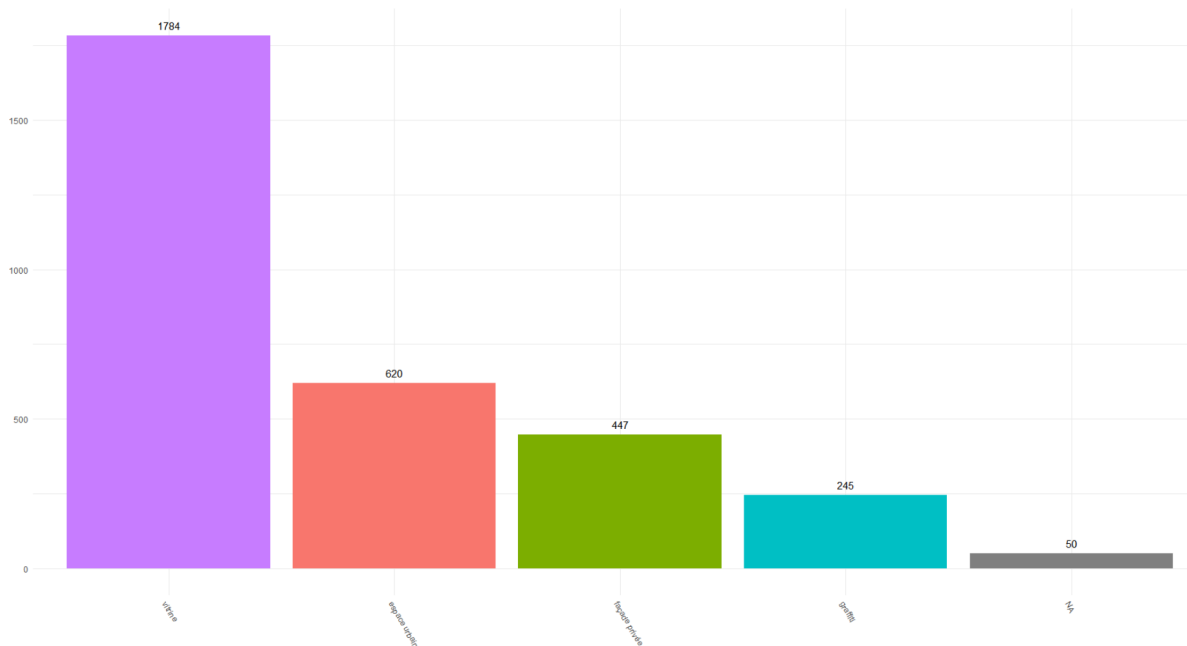


Figure 5. Lieu d'affichage.

Sans surprise, cette répartition par grand type de lieu se traduit dans la répartition des supports utilisés, les affiches étant largement majoritaires dans les vitrines ou l'espace urbain. Toutefois le support papier qui caractérise l'affiche mêle des types de messages très différents comme le montre la présence de plus de 1100 mots manuscrits contre les 1800 imprimés (le reste étant mixte ou non classable).

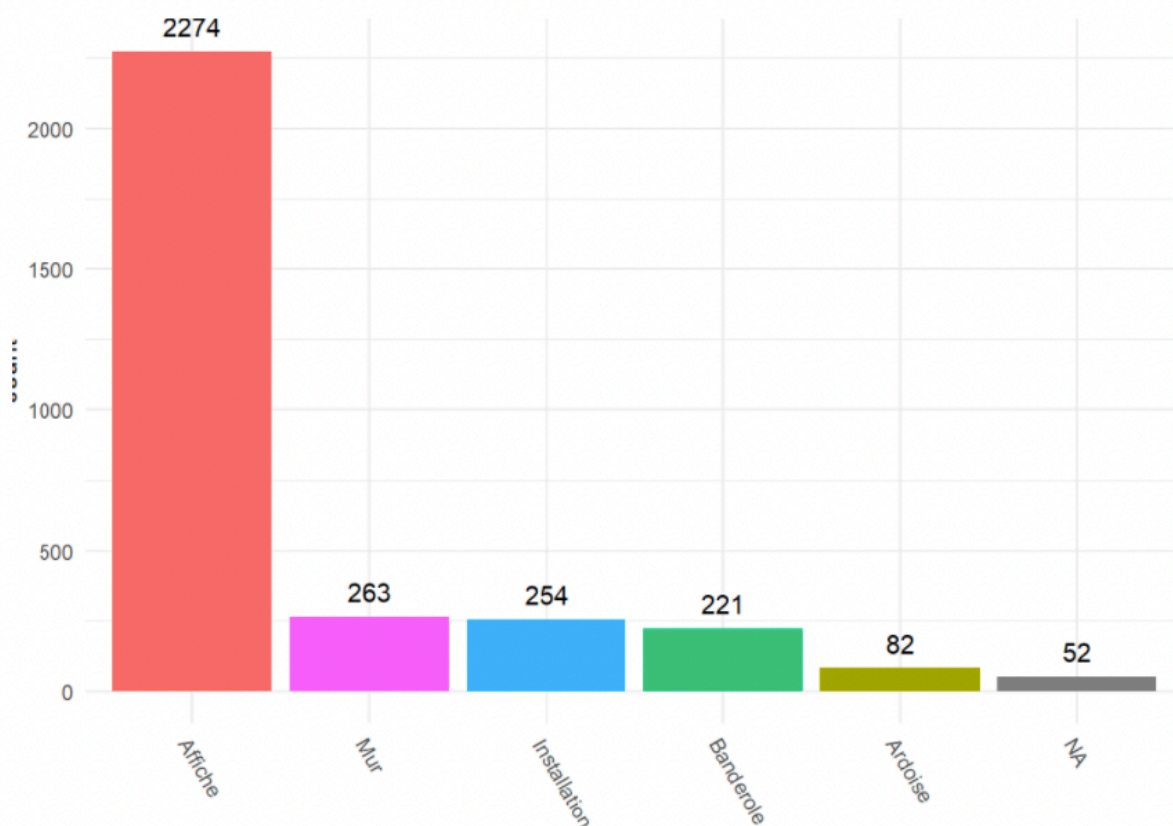


Figure 6. Lieu d'affichage.

Au sein de ces grandes catégories, les types d'activité concernés par les lieux sont finalement assez divers. Si nous croisons le genre du contributeur avec l'activité représentée dans la photo, certaines régularités peuvent être observées. La rue et les restaurants sont des sujets favorisés par les hommes avec respectivement 25,9% et 24,5% des photographies. Les femmes sont, elles, davantage à l'œuvre pour les commerces de vêtement et de cosmétique (81,7%), les agences (86,2%) et les bâtiments privés (83,2%). Cette répartition reproduisant au sein même de l'espace extérieur un rapport différencié entre privé et public qui constitue l'un des axes structurant de la différenciation sociale de genre.

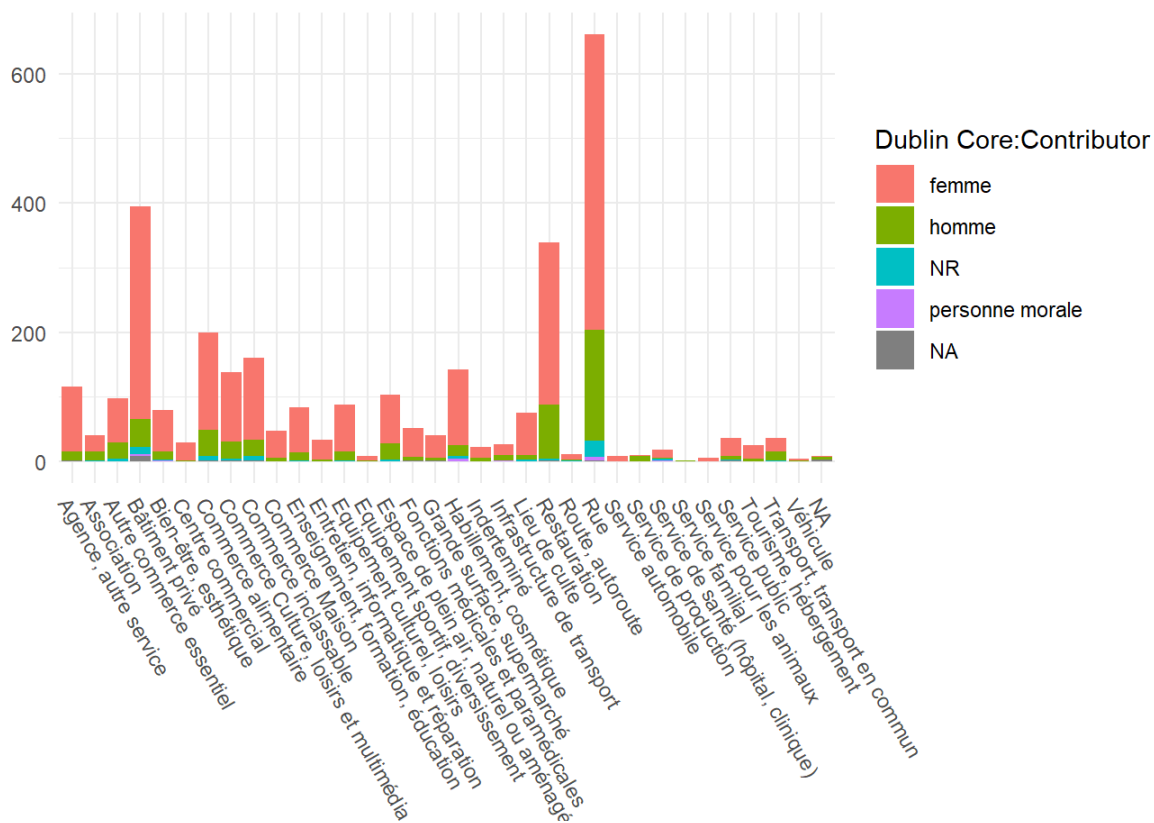


Figure 7. Distribution homme/femme pour le type de lieu.

À travers ce bref excursus, nous pouvons observer la variété de contributions que le défi a pu attirer dans un temps long qui correspond à celui de l'épidémie. La diversité des lieux choisis et des modalités de contribution, qui indiquent une intentionnalité importante du contributeur dans le choix des photographies partagées, nous encourage à approfondir notre analyse pour examiner le contenu de ces photos et les mots qu'elles contiennent. À ce propos, il est important de souligner la complexité des objets sémiotiques que nous allons traiter et que la figure 7 donne à voir. En effet, si certaines photos se limitent à reproduire une affichette imprimée en noir et blanc qui indique la clôture d'un commerce, plusieurs d'autres sont bien plus complexes. Elles peuvent représenter plusieurs objets et plusieurs niveaux d'écriture sur le même objet. Dans notre travail de retranscription et d'ajout de métadonnées, nous nous sommes efforcés de conserver cette richesse et cette nature composite. Par exemple, une photo comme celle de la figure 7 à droite est traitée deux fois, une première fois en tant qu'affiche publicitaire avec le texte « Prenons-soin de soignants ! Soutenons-les » et une deuxième fois en tant que message de protestation manuscrit « des embauches des tests des lits MACRON DEGAGE ! ».

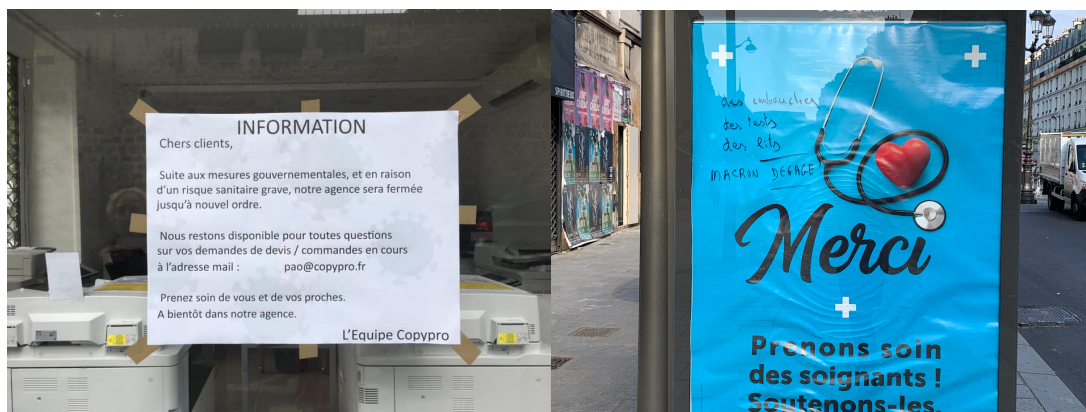


Figure 8. Exemples de photographies récoltées.
 (c) À gauche M. Kartowski-Aïach et à droite S. Gensburger.

4. Ce que disent les mots du confinement dans l'espace public

À l'origine de la collecte résidait la volonté de pouvoir analyser le contenu des mots du confinement dans l'espace public. Il s'agissait en effet de cerner la nature politique d'un événement souvent réduit à la sphère privée par les commentateurs et nombre d'analyses et ce à travers l'étude de la production linguistique *ad hoc*¹⁵. Pour ce faire, nous avons utilisé plusieurs méthodologies. Tout d'abord, nous avons procédé à un codage manuel des messages au fur et à mesure de leur entrée et de leur transcription sur la plateforme de restitution du projet. Nous avons alors appliqué plusieurs catégorisations, certaines descriptives comme celles présentées dans le paragraphe précédent (type d'activité, support du message, manuscrit / imprimé, etc.) et d'autres qui étaient plus interprétatives et qui sollicitent l'avis du chercheur au moment du codage à partir des mots et du style du message photographiés. Même s'il faut reconnaître toutes les limites de cet exercice qui s'appuie sur la subjectivité du codeur, ces catégorisations sont utiles pour avoir une idée globale de la teneur et le contenu des messages. Avec cette méthode, nous avons catégorisé les messages selon leur ton et en cherchant à distinguer des messages plus factuels d'autres plus émotionnels, contestataires, encourageants ou ironiques. Cette première méthodologie a permis de faire apparaître une typologie qui apparaît dans le graphique ci-dessous.

¹⁵ Klemperer Victor, *L.T.I., la langue du IIIème Reich*, Paris, Pocket, 2003 et pour une réflexion dans la lignée de cette approche appliquée à l'émergence d'un langage du néolibéralisme, Sandra Lucbert, *Le ministère des contes publics*, Paris, Verdier, 2021.

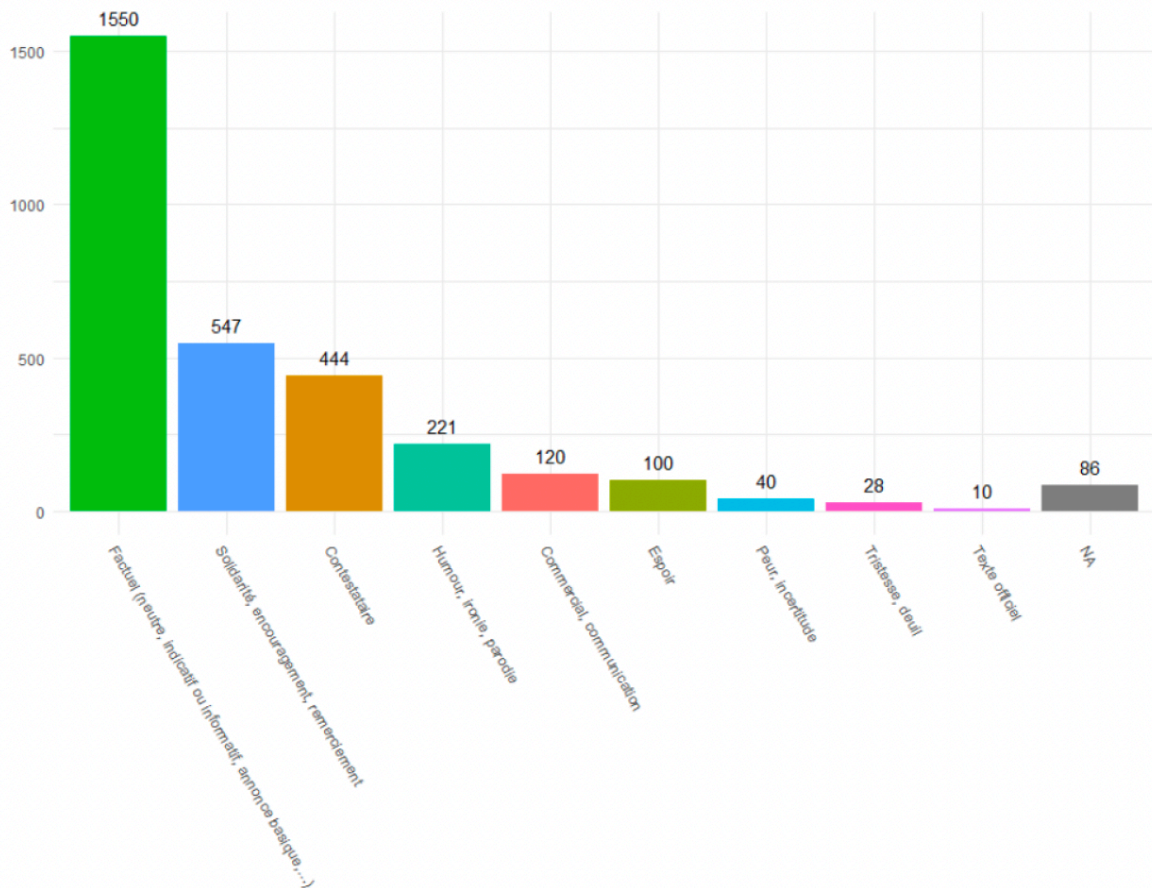


Figure 9. Catégorisation selon le ton du message.

Les messages présents dans le corpus sont donc destinés à faire passer différentes informations et sentiments. Logiquement, étant donné qu'il existe une grande quantité de messages de propriétaires de commerces ou services, près de la moitié (49,3%) sont à caractère factuel. Cependant, le corpus fait apparaître de nombreux messages qui relèvent d'autres logiques, de l'expression des solidarités à la contestation politique en passant par l'humour. Si le traitement des messages pour l'Italie n'est pas achevé, l'impression pour l'heure qualitative qui s'en dégage est d'ailleurs que ce trait humoristique est propre à la France. C'était déjà un constat semblable qui s'est fait jour dans l'étude des messages laissés sur les lieux des attentats du 13 novembre 2015 à Paris alors même que le traitement de corpus comparables pour les cas de Londres en 2005 ou de Madrid en 2004 n'avait pas du tout donné lieu à la mise en évidence de messages de nature humoristique. Les dénonciations, quant à elles, concernent principalement le gouvernement ou l'État et, parfois de manière connexe, le capitalisme et le néolibéralisme.

Un autre aspect intéressant à approfondir concerne l'auteur de message, c'est à dire qui apparaît comme émetteur dans l'écriture. Sans surprise la plupart des messages ont comme un émetteur le propriétaire du commerce ou du lieu. Cependant, si nous croisons cette catégorisation avec la typologie du message, nous pouvons observer (Figure 10) que les messages manuscrits présentent une grande variété d'émetteurs, des propriétaires aux passants, jusqu'aux artistes. Par ailleurs, ces messages mentionnent très rarement l'autorité gouvernementale comme émetteur, même si dans les messages imprimés cette typologie est bien plus fréquente (184). Sur la base de ces observations, nous pouvons faire l'hypothèse que le format du message est aussi indicateur d'un lexique et d'un ton différent du message. Cette piste méritera d'être explorée dans des travaux futurs.

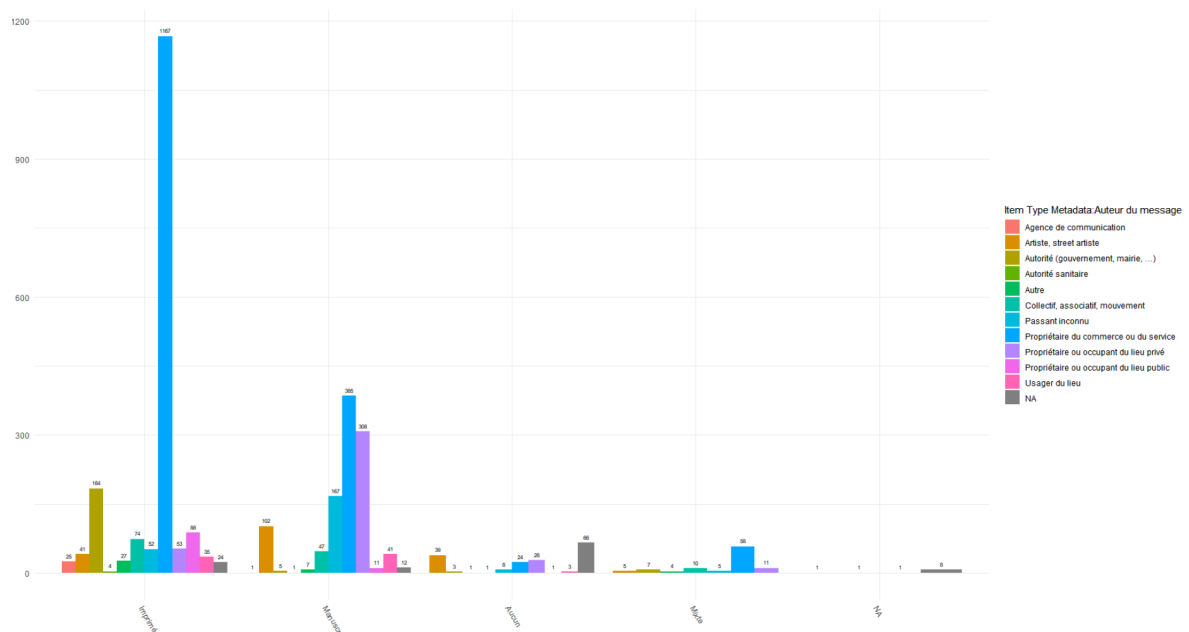


Figure 10. Distribution des messages par auteur et format.

A cette première méthodologie, nous avons ajouté une seconde. Nous avons utilisé les transcriptions des messages en français que nous avons réalisées systématiquement pour conduire une analyse textuelle à l'aide du logiciel Iramuteq. L'analyse s'est concentrée sur le corpus de 2403 images prises en France entre le 17 mars et le 29 octobre 2020. Cette période permet en effet d'inclure le temps strict du confinement et la période déconfinement (avant le second confinement). Nous avons voulu savoir ce que le confinement et le déconfinement faisaient à la manière dont les mots mis dans l'espace public en relation à la pandémie étaient transformés afin de mettre en évidence des langues différentes en rapport à l'événement.

Une première analyse des clusters de lemmes présents dans le corpus a pu mettre en évidence l'existence de trois classes (figure 11). La classe 1 regroupe les informations factuelles et pratiques concernant les commerces. On y retrouve « fermer » (jusqu'à) « nouvel » « ordre », « cher » (client), comme la présentation de moyens de tout de même faire ses achats ou de contacter le commerçant pendant la clôture de la boutique, « site »(internet), « numéro »(de téléphone), « adresse » « mail ». Ces mots semblent regrouper principalement les messages de la période du confinement. La classe 2 regroupe les mots ayant trait à la vie intime ou aux sentiments des individus comme « vie », « voisin », « applaudir », « quartier », « peur », « amour », « sauver », « course ». Cette classe est celle de la participation citoyenne qui a été un élément constant de toute la période analysée. Elle traduit un langage à la fois collectif et égalitaire puisque cette classe ne contient pas de mots ultra-dominants. Ce langage est celui de la solidarité. Cette classe illustre la nature expérientielle de la pandémie. La classe 3, enfin, correspond, elle, aux mesures de préventions à employer individuellement pour freiner l'épidémie et à ce langage des consignes qui s'est développé pendant la période de déconfinement : « gel » « hydroalcoolique », « masque », « geste » « barrière », etc. Il est intéressant de remarquer que le mot « confinement » est davantage lié à la vie personnelle qu'aux mesures de prévention de la classe 3. Le confinement est donc d'abord perçu comme ayant un impact sur la vie personnelle de l'individu plutôt que comme une mesure visant à prévenir la diffusion du Covid. Les trois classes traduisent des langues dont les usagers sont différents : monde économique / citoyens et voisins / Etat et politiques publiques.

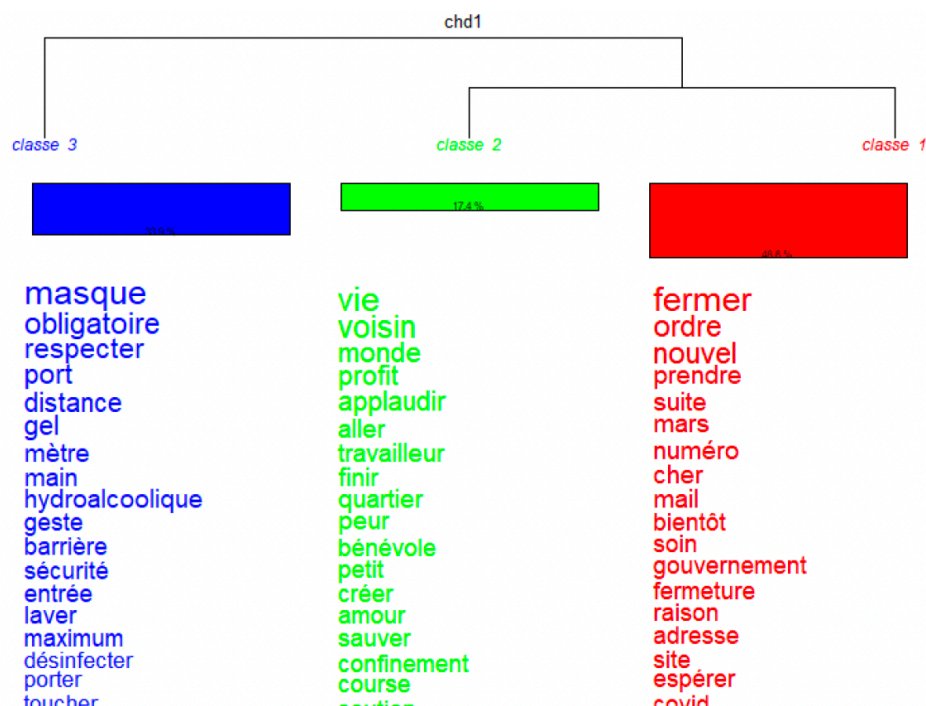


Figure 11. Analyse des classes de cluster dans le corpus global.

Il est intéressant d'observer que la classe 2 est sous-représentée avec seulement 17,4% du corpus par rapport au 33,9% pour la classe 3 et au 48,6% pour la classe 1. Par ailleurs, la classe 2, avec 450 lemmes (avec un $p < 0.05$) différents pour 512 textes, a une meilleure moyenne que les classes 1 (621/1428) et 3 (370/995). Les messages de la classe 2, porteurs de sentiments personnels, sont donc intrinsèquement bien plus créatifs et variés dans leur diversité textuelle que ceux concernant les mesures de prévention et les commerces. Ils sont ceux des habitants et des voisins. En bref, cette analyse globale semble montrer que le corpus contient deux lexiques principaux, celui correspondant à la classe 1 qui semble principalement lié à la période du confinement et celui correspondant à la classe 3 plus liée à la période du déconfinement.

Sur la base de cette hypothèse, nous avons décidé de scinder le corpus de 2403 images en deux sous-corpus : les mots du confinement et les mots du déconfinement (voir Table 1).

Les mots du confinement

Nombre de textes : 997

Nombre d'occurrences : 46166

Nombre de formes : 4512

Nombre d'hapax : 2257 (4,89% des occurrences – 50,02% des formes)

Moyenne d'occurrences par texte : 46,30

Les mots du déconfinement

Nombre de textes : 1191

Nombre d'occurrences : 35396

Nombre de formes : 4512

Nombre d'hapax : 2479 (7% des occurrences – 54,68% des formes)

Moyenne d'occurrences par texte : 29,72

Table 1. La construction de deux sous-corpus.

utilisés lors du déconfinement sont logiquement “covid”, qui reste d’actualité, et “client”. Mais la nature de ce mot change complètement puisque l’adjectif « cher » a disparu et marque la diffusion d’un langage décontextualisé qui ne constitue plus une communication, mais l’affichage de normes standardisées (comme « deux clients maximum »).

Ce changement radical entre confinement et déconfinement montre que les préoccupations des auteurs de ces messages, notamment pour les commerçants, changent de manière importante. Si le thème de la contrainte demeure central avec de nouveaux mots comme “respecter” et “obligatoire”, il ne sert plus à nommer l’origine de la situation, mais à introduire le thème des mesures de prévention : “port” du “masque”, “main” (sous-entendu se laver les mains), “protéger”, “distance”, “sécurité”. La centralité du mot « masque » en est l’illustration. Ce changement montre également que les messages du déconfinement constituent des instructions courtes sur la manière de se comporter dans les commerces pour respecter les mesures hygiéniques. Afin de mieux appréhender les différences entre les langages caractéristiques de ces deux périodes, nous avons recouru à une analyse factorielle des correspondances sur un tableau de contingence (Table 2).

formes	*CONFINEMENT_NON	*CONFINEMENT_OUI	formes	*CONFINEMENT_NON	*CONFINEMENT_OUI
nous	-20.2358	20.2358	masque	71.2151	-71.2151
fermer	-20.0424	20.0424	obligatoire	57.1691	-57.1691
numéro	-16.2804	16.2804	port	42.2152	-42.2152
adresse	-15.1293	15.1293	main	28.2182	-28.2182
nouvel	-13.5509	13.5509	protéger	15.4294	-15.4294
jusqu’à	-12.7979	12.7979	les	11.9785	-11.9785
ordre	-11.8835	11.8835	plage	11.493	-11.493
site	-11.0154	11.0154	je	10.9113	-10.9113
suite	-9.7706	9.7706	geste	10.8381	-10.8381
que	-9.7231	9.7231	respecter	10.3493	-10.3493
commande	-9.5478	9.5478	hydroalcoolique	10.3093	-10.3093
mail	-9.179	9.179	se	9.863	-9.863
web	-9.084	9.084	gel	9.8606	-9.8606
mars	-8.7171	8.7171	laver	9.2393	-9.2393
cher	-8.5134	8.5134	autres	9.1215	-9.1215
gouvernement	-8.3509	8.3509	distance	8.996	-8.996
par	-8.0294	8.0294	un	8.6243	-8.6243
avril	-7.6872	7.6872	barrière	8.525	-8.525
livraison	-7.4725	7.4725	avant	8.006	-8.006
équipe	-7.0802	7.0802	porter	7.95	-7.95
internet	-6.7089	6.7089	mouchoir	7.87	-7.87
commander	-6.6099	6.6099	tousser	7.1437	-7.1437
vous	-6.4587	6.4587	pas	7.0179	-7.0179
domicile	-6.4119	6.4119	coude	6.9551	-6.9551
prendre	-6.2722	6.2722	éternuer	6.3215	-6.3215
lier	-6.2017	6.2017	entrée	6.2749	-6.2749
exceptionnel	-6.2017	6.2017	bienvenue	5.8052	-5.8052
annonce	-5.5758	5.5758	usage	5.7846	-5.7846
soin	-5.556	5.556	42	5.5601	-5.5601
détail	-5.5458	5.5458	utiliser	5.4747	-5.4747
notre	-5.531	5.531			

Table 2. Analyse factorielle des correspondances sur un tableau de contingence de deux sous-corpus (confinement à gauche, déconfinement à droite).

Il apparaît tout d’abord que les termes les plus spécifiques du déconfinement le sont bien plus que ceux du confinement. Il est ensuite intéressant de relever que les formes d’énonciations utilisent des registres différents. Les termes « nous », « vous », « notre », « votre », « nos », « vos » sont spécifiques au confinement alors que « je », « mon » et « ma » sont associés au déconfinement. Le temps du confinement est celui de la solidarité et d’une aventure collective tandis que celui du déconfinement est marqué par l’utilisation d’un « je » performatif. Ce passage du « nous » au « je » traduit ici le passage d’une rédaction libre et non-coordonnée des messages pendant le confinement, selon une logique ascendante, à une production langagière centralisée par une politique publique inspirée par les *nudges* qui entend orienter les comportements, à travers l’emploi d’un « je » standardisé pensé comme davantage impliquant, selon une logique ici descendante¹⁷.

¹⁷ Mulderrig Jane, “The language of ‘nudge’ in health policy: pre-empting working class obesity through ‘biopedagogy’”, *Critical Policy Studies*, Vol 13, issue 1, 2017, p. 101-121.

Les phrases qui utilisent le « je » sont en effet des instructions comme « je porte un masque, je me désinfecte les mains ». Dans ce cas-là, le « je » entre dans le registre impersonnel de la troisième personne. Le langage du confinement est donc associé au registre personnel qui inclut le lecteur du message et le langage du déconfinement au registre impersonnel qui ne s'adresse pas à un lecteur modèle spécifique. Cette transformation est révélatrice d'un passage d'un sentiment d'unité face à l'épidémie à un sentiment de responsabilité individuelle face aux mesures hygiéniques. C'est donc une transformation néolibérale du langage qui s'opère entre les deux périodes dans l'appel différencié, et caractéristique, qui est fait au collectif et à l'individu dans les deux cas.

5. Conclusion

Au moment du confinement, l'expression « journaux du confinement » est rapidement devenue un mot du langage courant. C'est en effet d'abord cette écriture de l'intime que désigne le terme d'écritures confinées. Au-delà des mots, d'ailleurs, la majeure partie des collectes archivistiques ou muséales qui ont été lancées au moment du confinement ont effectivement porté sur les objets et les productions nées « au domicile », dans l'espace privé.

Le défi collaboratif « Vitrines en confinement » a pris le parti inverse pour s'intéresser d'abord aux mots du dehors. Son succès a montré l'intérêt qu'il y a à, effectivement, considérer l'espace public comme un lieu d'expression y compris lorsque tout à chacun est censé être replié chez soi. L'analyse des formes et du contenu des messages originellement disposés aux vitrines des commerces, aux balcons ou sur les murs des villes et villages a ainsi mis en évidence la manière dont l'expérience du confinement, et plus largement celle de la pandémie, a bel et bien constitué une expérience linguistique. Ce chapitre a ainsi révélé la centralité de la dimension langagière des politiques publiques de gestion de la crise mises en œuvre par le gouvernement comme l'importance des réactions et oppositions linguistiques qu'elle a pu susciter. Loin du seul domaine de l'intime souvent pensé comme apolitique, l'étude de l'évolution de ces écritures confinées dans l'espace public a finalement mis en évidence la tension, proprement politique, entre privé et public comme la dynamique de standardisation du langage qui a accompagné la crise sanitaire comme les résistances à son égard. Ici l'étude des écritures confinées dans l'espace public révèle l'importance du fossé langagier entre l'Etat et les citoyens, fossé qui se retrouve par ailleurs dans la montée de la défiance de la population vis-à-vis de la parole des gouvernants.