



HAL
open science

Actes des XIII ème doctorales de la SFSIC

Sarah Cordonnier, Jean-Claude Domenget, Fabien Bonnet, Schwartz
Jean-Baptiste

► **To cite this version:**

Sarah Cordonnier, Jean-Claude Domenget, Fabien Bonnet, Schwartz Jean-Baptiste. Actes des XIII ème doctorales de la SFSIC. Editions de la SFSIC. 2019. hal-04441130

HAL Id: hal-04441130

<https://hal.science/hal-04441130>

Submitted on 11 Feb 2024

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License

Actes des XIII^{ème} doctorales de la SFSIC

Mulhouse-Bâle
12, 13 et 14 Juin 2019

Responsabilité scientifique des Doctorales 2019
Jean-Claude Domenget, Sylvie Parrini-Alemanno

Edition des actes
Sarah Cordonnier, Jean-Claude Domenget, Fabien Bonnet, Jean-Baptiste Schwartz

Edito

Les XIIIème journées doctorales de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication se sont déroulées les 12, 13 et 14 juin 2019 à Mulhouse. Organisées avec le concours du laboratoire CRESAT, équipe pluridisciplinaire de l'Université de Haute Alsace (UHA), les Doctorales 2019 ont pour la première fois pris une dimension internationale et transfrontalière, associant nos sociétés homologues DGpuK (Allemagne) et SSCM (Suisse) .

L'objectif des doctorales était multiple : favoriser les échanges et débats bienveillants et compréhensifs avec les doctorants ; découvrir de nouveaux objets de recherche et revenir ensemble sur les connaissances, les compétences et les approches développées en information-communication. Moment privilégié de convivialité scientifique, les Doctorales sont en effet un espace-temps particulier. Il contribue aussi trois jours durant à l'immersion des doctorants dans la communauté disciplinaire, à l'information des jeunes chercheurs sur les travaux en cours et au renouvellement des paradigmes de réflexion.

Cinq volets ont marqué cette édition 2019 :

- Une dimension scientifique s'appuyant sur la soixantaine de communication et la douzaine de posters présentés (cela constitue un record pour une édition de doctorales et montre s'il en était besoin la dynamique des jeunes chercheurs en SIC) renforcé par une plénière de lancement traitant de la question très actuelle de la conduite de recherches en contexte numérique : quelles méthodes en SIC ?
- Une dimension informationnelle toujours très attendue avec une présentation détaillée des principes de qualification en 71ème section, de la liste des revues qualifiantes en SIC (issue du travail conjoint de la SFSIC, de la CPdirSIC et du CNU 71ème section), ainsi que de l'ouvrage « Dynamiques des recherches en SIC », faisant l'état des lieux des champs de recherche en SIC.
- Une dimension formative. Les doctorants ont ainsi pu participer à un atelier « Insertion professionnelle » pour échanger autour de l'insertion dans le monde professionnel avec un doctorat en SIC.
- Une dimension culturelle, les Doctorales 2019 ont été le théâtre d'un volet « Art – SIC et culture ». En effet, un programme culturel tout au long des trois journées de l'événement a permis aux doctorants comme aux enseignants-chercheurs de réfléchir et participer à des processus artistiques collaboratifs.
- Une dimension internationale. Cette édition transfrontalière a conduit les participants à passer une demi-journée en Suisse. Ils ont pu y découvrir sur les perspectives de carrières internationales pour les jeunes docteurs, et participer à l'assemblée générale de la SFSIC animée par les membres de notre association qui s'engagent à leur service.

Les actes que vous consultez sont le fruit des propositions évaluées en double aveugle par un comité scientifique constitué d'enseignants-chercheurs confirmés et des nombreux échanges qui se déroulés durant les présentations. Ils sont découpés en cinq axes qui ont émergé de l'ensemble des contributions :

1. Communication des organisations, des politiques publiques et environnementales,
2. TIC et éducation, apprentissage,
3. Médias et société,
4. Littératies, édition/presse,
5. Technologies, création culturelle, cinéma/TV.

A cet ensemble de 52 textes et 6 résumés de contributions ont été ajoutés 8 posters de doctorants en 1ère année de thèse parmi ceux présentés lors de l'événement. Vous trouverez également à la fin de ce document le programme scientifique et culturel de ces XIIIème Doctorales de la SFSIC.

Nous profitons de cet éditto pour remercier très chaleureusement l'équipe organisatrice, l'ensemble des participants et les différentes institutions partenaires qui ont soutenu cette édition.

Nous vous souhaitons une excellente lecture, à la découverte des recherches des jeunes chercheurs en sciences de l'information et de la communication.

Philippe Bonfils, Président de la SFSIC

Jean-Claude Domenget et Sylvie Parrini-Alemanno, Vices-présidents Recherche de la SFSIC

Sommaire

I. Communication des organisations, des politiques publiques et environnementales page 8

Communication interne organisante : le rôle des managers de proximité dans la création du sens en situation de changement *Sarah Attia, Christian Marcon* page 9

La participation des résidents à la marque des quartiers renouvelés : les cas de Lyon et Lisbonne dans une perspective comparée *Cecília Avelino Barbosa* page 10

Nouveau Management Public et dispositifs info-communicationnels : enjeux, tensions et appropriations par les personnels de santé *Marine Aznar* page 17

L'énonciation sociale de « la diversité » : un enjeu sémio-politique au cœur des reconfigurations discursives de la communication organisationnelle *Emmanuelle Bruneel* page 24

Public Diplomacy and country images in times of digitization and globalization.
Jérôme Chariatte page 37

La place de l'image dans la communication préventive. Le cas des graphiques d'illustration dans les brochures prohibitionnistes américaines au début du 20ème siècle (1913-1917)
Aude Chauviat page 38

Rationaliser à l'épreuve du chaos. Le cas des forces de l'ordre en contexte d'émeutes
Élise Creully page 48

Politiques d'information-communication interne et pratiques professionnelles dans les métropoles : tensions et paradoxes de services fonctionnels *Manon Dalban-Pilon* 55

Usage des données publiques dans les programmes de développement en Côte d'Ivoire
Alain Essoi Messoun page 63

La communication de solidarité internationale : deux contradictions et quelques pistes
Florine Garlot page 72

La fabrique de territoire créatif : Le cas de la ville du cinéma *Sejeong Hahn* page 80

La construction symbolique du patrimoine naturel en Corse comme support et enjeu de développement pour le territoire *Jérôme Peri* page 87

La mise en œuvre d'une politique de Parc Naturel Régional, concernant l'aménagement et l'urbanisme de stations de montagne, comme espace de « publicisation » d'enjeux liés au développement durable.
Benjamin Thicoïpé page 94

Le discours du gouvernement Colombien à propos du « transmédia »
Ana Cristina Villegas Calderón page 99

La co-construction de l'action publique, entre incommunication et médiation : le cas d'un centre de R&D en pratiques sociales *Geoffrey Volat* page 112

II. TIC et éducation, apprentissage page 121

Éducation aux médias et culture numérique en France et en Allemagne : une approche comparative
Sabine Bosler page 122

Vulgarisation scientifique et médias sociaux. Etude des nouveaux modes de production et de réception du savoir.
Jordan Casaccio page 129

Intégration des dispositifs numériques d'information et de communication dans les universités béninoises : cas de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC)
Carole Fagadé page 137

Définition des leviers de l'engagement pour les thérapeutes et les patients dans un contexte de rééducation cognitive médiée par le Serious Game S'TIM
Julie Golliot page 147

« Je me dis que ça commence à être un peu long » : une recherche concernant l'expérience vécue des élèves du secondaire dans les classes de néo-enseignants
Laurent Heiser page 154

Les pratiques info-communicationnelles des enseignants-chercheurs en médecine au Maroc au prisme du contexte socioculturel, numérique et politique
Amal Jaouzi page 164

Intégration des dispositifs communicationnels numériques dans les pratiques des enseignants de Nouvelle-Calédonie
Jean-François Loisel page 170

Étude d'une expérimentation « tablette » en collège Entre appropriation et résistance
Ariane Picard page 177

III. Média et société page 184

Compréhension du contexte socioprofessionnel et expérimentation de dispositifs info-communicationnels participatifs en milieu hospitalier : le cas de la sensibilisation au respect des procédures pour la réduction du risque d'infections associées aux soins.
Thibaut Albertini, Fidélia Ibekwe-Sanjuan, Françoise Bernard page 185

Proposition d'approche communicationnelle de la radicalité
Billel Aroufoune page 194

Détournement du genre dans la lutte contre les violences envers les femmes : processus créatifs et intentions d'influence
Evi Basile-Commaille page 200

La vie religieuse et ses hybridations en Afrique à l'heure des réseaux et des transformations anthropologiques en cours. Contribution à une stratégie d'adaptation à partir du cas de la Congrégation des Filles du Saint-Cœur de Marie au Sénégal
Jeannette Bassene page 207

Les données personnelles à l'épreuve du Big Data : étude des pratiques d'information et de communication des usagers des applications mobiles de santé au Maroc.
Hatim Boumhaouad page 214

Assessing Diplomatic Impacts via Country Image Dimensions on Twitter: a country-based social network analysis
Giada Calamai page 224

Que peut le service public de l'audiovisuel pour susciter l'engagement citoyen des jeunes adultes?
Laurent Chomel page 225

Enjeux éthiques et philosophiques de l'usage des réseaux sociaux numériques par les jeunes : étude comparative entre jeunesse sénégalaise et jeunesse française
Rose Mama Diouf page 246

Vers une mesure de la créativité publicitaire des marques sur les médias socionumériques
Yasmine Faris page 247

Analyse diachronique de la programmation télévisuelle destinée aux jeunes adultes (1958-2018)
Marion Ferrandery page 256

L'adolescence à l'ère du pharmaphone
David Galli page 257

Etudier le contemporain numérique : concepts et méthode pour des objets en extension
Inès Garmon page 262

L'interactionnisme au prisme des SIC
L'avatar, entre espace physique et espace numérique *Jacques Ghoul Samson* page 269

Représentations télévisuelles des sportives de haut-niveau pratiquant des disciplines historiquement « masculines » *Natacha Lapeyroux* page 276

Mouvements sociaux : analyse de la place des corps et des discours dans les médias français et brésilien
Camila Lima de Braga page 283

Reformulation de la figure du leader d'opinion dans la réception de l'information des jeunes via les réseaux sociaux numériques *Stéphanie Lukasik* page 290

De la participation à l'exploitation : les stratégies de Youtube dans l'exploitation du travail des internautes *Sandrine Philippe* page 298

Mettre en récit les troubles mentaux sur YouTube *Blandine Rousselin* page 306

A case of book design turned bestseller: Business Model Generation *Jean-Louis Soubret* page 318

Documentaliste audiovisuel.le, de 1952 à nos jours : Une profession en quête d'identité ?
Anna Tible page 329

IV. Littératies, Édition presse page 338

Le management de la presse et la place des données personnelles : cadrage théorique
Cassandra Burnier page 339

Communication médiatique et standardisation. Le portrait de presse magazine, entre produit industrialisé et variété des standards de figuration. *Philippine Clot* page 345

La Bibliothèque troisième lieu *Jean-Philippe Dupuy* page 354

Falsifiabilité du texte numérique et caractère instable du web, l'impensé de la non-distribution des sources en ligne *Chloé Girard* page 360

Les témoignages des publics des Rencontres Trans Musicales de Rennes : entre médiation et transmission
Camille Royon page 368

Le livre numérique est-il un livre ? *Zoé Sinsou* page 376

La construction du sens des écrits urbains :
L'exemple de la distribution des « papiers de marabout » à Barbès *Mathilde Vassor* page 385

La valeur universelle exceptionnelle du patrimoine mondial : entre reconnaissance, préservation et labellisation *Iva Zunjic* page 393

V. Technologies, création culturelle, cinéma page 401

Cinéastes latino-américaines, films transnationaux : Tensions et négociations transculturelles d'un cinéma entre l'Europe et l'Amérique Latine *Claudia Adrianzen Lapouble* page 402

Creative process, performers and theatres: underground, uppeground et middleground.
Yearime Castel Y Barragán page 410

Médiations locales d'un événement « historique »
Le cas du cinquantième anniversaire de l'arrivée des rapatriés Français d'Indochine à Noyant d'Allier
Marie Hamid page 411

Raconter la réalité : des formats interactifs aux expériences immersives *Alba Marín Carrillo* page 418

Le rôle hégémonique joué par la France dans l'émergence d'une nouvelle génération de réalisateurs colombiens intéressés par le cinéma d'auteur. Étude de cas du film *La Barra* d'Oscar Ruíz Navia
Gloria Pineda-Moncada page 419

Une méthodologie croisée pour l'analyse des représentations dans le cinéma en coproduction. Le cas du cinéma franco-colombien *Gustavo Suarez-Rios* page 427

La Réalité Virtuelle Cinématique : origine et concept *Savo Zunjic* page 435

VI. Résumés posters page 443

Retour d'expérience sur la pratique de l'entretien biographique avec des journalistes français sur les questions de féminisme *Laure Beaulieu* page 444

Digital music design : Politiques d'éditorialisation augmentée des contenus musicaux
Romain Bigay page 446

La recherche en tourisme en France *Cyril Blanchet* page 448

Être « star » de Youtube
Le processus de construction de notoriété sur Youtube *Judith Caceres* page 450

Retour sur un projet de thèse : Sous quelles conditions, un discours militant et intersectionnel peut-il se faire entendre ? *Jaércio Bento da Silva* page 452

Les mobilisations collectives en Corse *Jeanne Ferrari-Giovanangeli* page 454

La fabrique de la communication en campagne électorale : Une étude ethnographique des pratiques de communication dans une organisation partisane *Inès Kalai* page 456

Les femmes dans les radios locales : Comment genrer les médias au Burkina Faso peut contribuer à la pacification *Viviane Schönbachler* page 458

VII. Annexes page 460

I. Communication des organisations, des politiques publiques et environnementales.

**Communication interne organisante : le rôle des managers de proximité
dans la création du sens en situation de changement**
Organizing internal communication: the role of intermediate managers in
creating meaning in a situation of change

Sarah Attia

doctorante en SIC

CEREGE, IAE de Poitiers

Sarahadel_89@hotmail.com

Christian Marcon

professeur des universités en SIC

CEREGE, IAE de Poitiers

christian.marcon@univ-poitiers.fr

Mots clefs : Communication Organisante, Approche Constitutive, Organizing, Sensemaking

Keywords : Organizing Communication, Communication Constitutes Organization (CCO)

Résumé

Dans un environnement qui évolue rapidement, la communication interne joue un rôle central dans les projets de changement organisationnel. Cette communication présente une recherche qui traite de la communication managériale en situation de changement sous l'angle de la communication organisante.

Abstract

In a rapidly changing environment, internal communication plays a central role in organizational change projects. The aim of this proposal is to present this research, which deal with managerial communication in a situation of change. This communication is studied from the point of view of organizing communication.

Ces travaux ont été présentés lors des Doctorales 2019 de la SFSIC à Mulhouse. Néanmoins, l'auteur.e a choisi de ne pas transmettre le texte final ou celui-ci n'a pas été transmis dans les délais indiqués pour publication au sein de ces actes.

**La participation des résidents à la marque des quartiers renouvelés :
les cas de Lyon et Lisbonne dans une perspective comparée**
**The resident's participation in the renewed neighbourhood brand:
the cases of Lyon and Lisbon from a comparative perspective**

Cecília Avelino Barbosa

doctorante financée par

Fondation pour la Science et la Technologie du Portugal

ELICO, Université Lyon 2

ISCTE-IUL- University Institute of Lisbon

Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA)

cecilia.avelino-barbosa@univ-lyon2.fr

Mots clés : marketing territorial ; participation ; régénération urbaine ; marque.

Keywords: territorial marketing; participation; urban regeneration; place brand.

Résumé : Certaines villes du monde entier sont de plus en plus conscientes de l'importance de se conceptualiser en tant que marques afin de faire face à la réalité concurrentielle actuelle. Les projets de revitalisation urbaine Confluence (Lyon) et Parque das Nações (Lisbonne) sont au centre de cette thèse. Pour comprendre la participation des résidents à la marque de leur quartier, les programmes de communication sont en cours d'étude, ainsi que des entretiens semi-structurés et des groupes de discussion. Le résultat constituera des données pour des études sur l'efficacité et l'appropriation de l'image de marque de la ville.

Abstract: Some cities worldwide are increasingly being aware of the importance of conceptualizing themselves as brands in to deal with the actual competitive reality. Aiming the improvement of the local image the projects of urban regeneration Confluence (Lyon) and Parque das Nações (Lisbon) are the focus of this thesis. To understand the resident's participation in the brand of their urban area, the communication programs are being investigated and semi-structured interviews and focus group are taking place. The result will constitute data for studies on the effectiveness and appropriation of the city branding.

La participation des résidents à la marque des quartiers renouvelés : les cas de Lyon et Lisbonne dans une perspective comparée¹

Les grandes villes du monde entier sont de plus en plus conscientes de l'importance de se conceptualiser en tant que marques (Braun, Eshuis, Klijn et Zenker, 2018 ; Kavartzis et Ashworth, 2008), car elles ont été confrontées au cours des dernières décennies à une réalité concurrentielle (Batat, 2016 ; Margot-Duclos, 2011), causée par un ensemble de facteurs. C'est ce que Harvey (1989) a défini comme la transformation d'une approche managériale en une approche entrepreneuriale par les gouvernements urbains. Afin de renforcer leur attractivité pour différents groupes cibles tels que touristes, résidents et travailleurs, commerces et industries et marchés d'exportation (Kotler, Haider et Rein, 1993), les gouvernements adoptent des politiques locales de promotion, de marketing et de valorisation de la marque. Les autorités municipales et nationales sont dépendantes de l'attractivité pour garantir le financement des politiques publiques, soutenir le territoire et envisager son avenir de manière stratégique (Poirot et Gérardin, 2010).

Les grands projets de régénération urbaine font partie de ces stratégies visant à renforcer l'attractivité d'un lieu (Linossier et Verhage, 2009) et constituent le premier concept de marketing urbain (Smyth, 1993). Souvent appelé « flagship project », il est utilisé par les administrateurs publics depuis plus de deux décennies, dans le but de promouvoir la croissance économique du territoire et de générer une nouvelle image emblématique du lieu (Doucet, 2007).

Au fond, toutes ces stratégies ont pour objectif l'amélioration ou même la transformation de l'image du territoire (Boisen, Terlouw, Groote et Couwenberg, 2018). Cette image peut être définie comme la manière dont le lieu est perçu (Govers et Go, 2009). Ainsi, une correspondance entre identité et image est idéalement réalisée et rend le lieu de la marque plus authentique. Cependant, l'image ne concerne que les perceptions les plus récentes, alors que la réputation est un ensemble d'images multiples dans le temps (Fombrun et van Riel, 1997). La réputation reflète l'attitude collective des gens envers quelque chose - dans ce cas, un pays, une ville ou un quartier. La réputation peut changer avec le temps, mais elle est moins volatile que l'image d'un lieu (Braun et al., 2018). Par conséquent, les développements, actions et images passés font partie de la réputation d'un lieu.

Les quartiers de Confluence à Lyon et du Parque das Nações (Parc des Nations) à Lisbonne partagent de nombreuses similitudes : ils étaient tous deux délabrés, et abritaient de nombreux bâtiments désaffectés : entrepôts industriels abandonnés, vieux matériels militaires, prisons, abattoirs. Les sols étaient également pollués du fait des activités industrielles antérieures. Mais ces quartiers bénéficient d'une localisation exceptionnelle : à la fois centrale et en bord de fleuve.

Confluence - Lyon

La presqu'île lyonnaise, où se trouve le centre-ville, est divisée en deux parties. Au nord de la gare de Perrache, le côté bourgeois avec des bâtiments luxueux : l'Opéra, l'Hôtel de Ville, la place Bellecour, le Commerce et la rue de la République. Au sud de la gare, la partie modeste, traversée par un chemin de fer, où fonctionnaient l'usine de production de gaz, de grands entrepôts du Port Rambaud, la prison, l'abattoir et le marché au gros. Les habitations y sont plutôt simples et le voisinage souffrait d'une mauvaise réputation à cause du trafic de drogues et d'activités de prostitution.

Les quartiers Sainte-Blandine et Perrache ont été baptisés « derrière les voûtes ».

¹ cf Avelino Barbosa, C. (2019) « Participation citoyenne à l'image du quartier : une étude sur la frontière de la ville imaginée dans les projets de régénération urbaine ». *Composite*, vol. 21, n°1

Cette séparation et exclusion, caractérisée par les voûtes qui supportent la construction de la gare de Perrache, a été volontaire :

selon Adam « elle devait marquer la frontière entre la partie résidentielle et bourgeoise et la partie industrielle et portuaire de Lyon » (2016, p. 279).

En 1992, l'ADERLY² a approuvé le Schéma Directeur de l'Agglomération Lyonnaise (SDAL), le plan préconisant deux types de stratégies prioritaires : l'organisation de l'environnement physique et la mise en œuvre de politiques d'image et de notoriété susceptibles de renforcer l'attractivité. Ainsi, le document envisageait la mise en œuvre des projets urbains liés à l'embellissement et à l'amélioration de la qualité de vie en ville, par exemple la réhabilitation des berges et la création d'espaces publics (Korossy, 2017).

En 1995, sous la gestion de Raymond Barre, les premiers croquis du projet Confluence sont nés, mais ce n'est qu'en 2003 que les travaux ont finalement débuté avec la gestion de la Société d'économie Mixte Lyon Confluence. En 2007 sont inaugurés les premiers bâtiments sur les quais. Le développeur actuel du projet est la Société publique locale (SPL), qui maintient la Maison du Projet ouverte au public et organise des événements de promotion et de convivialité avec les habitants. Selon SPL, le projet sera prêt en 2025. À ce moment, il y aura 16 000 nouveaux habitants et 25 000 nouveaux employés dans la zone urbaine.

Parque das Nações – Lisbonne

Lisbonne aussi avait deux parties très antagoniques l'une de l'autre. À l'Ouest se trouve la partie bourgeoise et, à l'est, des raffineries de pétrole, des industries en désuétude, du vieux matériel militaire et des habitats insalubres.

L'organisation d'Expo 98 cherchait à mettre en place un programme de requalification urbaine, prenant comme exemple l'Exposition de New York de 1939 afin de pouvoir échapper la caractéristique éphémère que pendant longtemps faisait partie de l'histoire des Expos.

Entre 1993 et mai de 1998, 300 hectares de la zone orientale de Lisbonne ont été construits à partir de rien par la société publique Parque Expo, entreprise créée dans l'objectif de bâtir et exploiter l'Expo 98. Au bout de cinq ans de travaux ils ont pu effectuer la décontamination des sols, l'assainissement, la construction d'infrastructures de communication et de distribution d'énergie et d'eau. Ils ont également construit tout l'ensemble des structures nécessaires pour pouvoir héberger l'exposition mondiale : le Centre des expositions le port de plaisance, le téléphérique et les pavillons thématiques. Concomitamment, des travaux importants dans le domaine des infrastructures de transport ont mis en place des moyens d'accès vers le site.

Lorsque l'Exposition a fermé ses portes le 30 septembre 1998, les travaux d'urbanisation de l'actuel Parque das Nações ont commencé. Encore sous la gestion de la société publique Parque Expo, les zones résidentielles et le pôle de commerces ont été érigés avec la collaboration du secteur privé. L'implantation des sièges sociaux de grandes entreprises, d'hôpitaux, d'écoles, d'équipements de loisirs, d'hôtels et de restaurants a été réalisée au cours des années suivantes.

La « Lisbonisation » du Parque das Nações

Le nouveau quartier est né, un paysage urbain totalement différent du précédent, un changement non seulement visuel, mais aussi sensoriel et social (Pereira 2013). Appelé par la Parque Expo comme « Cidade Imaginada » (Ville Imaginée), le quartier est construit autour de la thématique des voyages en mer et en particulier ceux liés aux découvertes lusitaines.

² Également connu comme Invest in Lyon est une collaboration de quatre entités publiques et privées (Chambre de commerce et d'industrie de Lyon, Communauté urbaine de Lyon (Grand Lyon), Conseil général du Rhône et l'entité privée représentant les entrepreneurs locaux, le Groupement interprofessionnel de Lyon) créée en 1974 pour attirer d'investissements étrangers dans la métropole et en fait la promotion sur les marchés internationaux.

L'univers nautique inspire la toponymie des rues et avenues : les noms des océans, des mers, des rivières, d'oiseaux, d'instruments de navigation, de bateaux et de personnages importants comme les commandants Cousteau et Vasco da Gama. Les formes architecturales elles-mêmes font aussi des références aux bateaux et à l'océan. Pereira (2013) a conclu que les stratégies culturelles de « l'espace conçu » (Lefebvre, 1974) du Parque das Nações ont pour ambition la « sensation de loisir » créée par la présence d'installations culturelles, de loisirs et de vastes espaces verts et aussi par la propreté, la sécurité et la tranquillité adoptées par la gestion urbaine.

Avec la dissolution de la société Parque Expo en 2012, la totalité du territoire est devenue une seule unité politique gérée par la ville de Lisbonne. La gestion de ce nouveau centre-ville par le gouvernement municipal, comme tous les autres quartiers de Lisbonne, n'a pas plu à tous les habitants. Dans des groupes Facebook, ils démontraient leur mécontentement surtout par rapport à la gestion des espaces publics. Dans l'article « Lisbonização do Parque das Nações » publié dans le journal Notícias do Parque³ en janvier 2019, l'architecte et résident, João Rocha, critique la nouvelle gestion et accuse une lisbonisation due à la « décaractérisation » de l'espace public. Ce résident évoque le changement de lampadaires, la mauvaise mise en culture des espaces verts et la multiplication des panneaux de signalisation qui polluent visuellement les rues.

Le terme utilisé par João Rocha, dans un contexte plutôt péjoratif, met à l'épreuve l'idée d'une appartenance du quartier à la ville. Métaphoriquement, c'est comme si Lisbonne et peut-être les villes aux alentours sont des mauvais exemples, presque dangereux par contamination et envahissement. Cette abstraction nous amène quelques questions sur les frontières créées par l'idée de la cidade imaginada, un quartier harmonieux, propre et vert, presque parfait, et aussi sur la posture des habitants, leur ouverture au dialogue et à la diversité, leur fierté et leur sens de l'attachement à l'image de marque du territoire où ils habitent.

Problématique de la participation citoyenne

Le marketing territorial et la stratégie de marque sont des approches axées sur le client et doivent intégrer toutes les parties prenantes d'une ville. Selon Braun, Zenker et Kavaratzis (2013), dans la plupart des cas de stratégies de branding de la ville, l'accent est mis sur les groupes cibles externes, sans tenir compte du fait qu'il est crucial d'intégrer les résidents actuels dans le processus. Les villes, par leur nature même, dépendent de leurs résidents pour leur dynamisme économique, social, culturel et environnemental (Insch et Florek, 2008). Consécutivement, le niveau de satisfaction des résidents dépend de leur perception de la qualité de cet environnement. Dans le contexte concurrentiel d'attraction des investissements, ce niveau de bien-être des résidents influe sur la décision des étrangers en migration.

Les habitants sont aussi partie intégrante du quartier ou de la ville, puisqu'ils contribuent à l'image du lieu. Pour Michel de Certeau (1980), habiter signifie investir socialement et émotionnellement l'espace, en créant des liens avec des personnes, des lieux, des bâtiments et des formes urbaines. La relation entre les habitants et l'environnement dans lequel ils vivent, la manière dont ils aiment les espaces publics et les transports, leurs interactions avec les touristes et les nouveaux résidents et leur mode de vie peuvent influencer positivement ou négativement sur l'attractivité du territoire.

Pour engager et sensibiliser les habitants, les décideurs et les gestionnaires de la ville doivent examiner les attentes et les besoins des résidents actuels et futurs. La première variable de cette thèse soutient qu'en plus de considérer les attentes des résidents actuels, les villes doivent construire une approche participative de la valorisation du lieu, ce qui implique de consulter les résidents au début d'un projet de valorisation du lieu (Bennett et Savani, 2003).

³ Notícias do Parque est un journal gratuit issu de la publicité locale. Le journal, dirigé par un jeune résident, existe depuis septembre 2001 et est très présent dans le parc, car il est distribué dans des boîtes aux lettres et des établissements commerciaux, et est en ligne dans son intégralité.

Une stratégie pour influencer la réputation d'un lieu consiste à engager un processus de marque ouverte, caractérisé par des discussions et un débat ouvert sur le développement et la mise en œuvre de la marque (Braun et al., 2018).

Cela devrait permettre aux résidents d'influencer non seulement le contenu et les objectifs de la marque, mais également la méthode et les outils de communication (Zenker et Erfgen, 2014), car les parties prenantes se sentent d'autant plus engagées et fidèles à une marque si elles ont participé à sa construction (Eshuis et Klijn, 2012)

Selon Bonaccorsi et Nonjon (2014), les services offerts pour encourager la mobilisation et l'expression des citoyens ont tendance à être de plus en plus similaires et loin d'être neutres et transparents. Ces outils nourrissent et renouvellent les normes de participation. Il y a une homogénéisation des méthodes telles que les suivantes : questionnaire, enquête sociologique, forum, débat, jury de citoyens, exposition itinérante, etc. Raoul et Noyer (2008) qui étudient le rôle du résident dans les projets de rénovation urbaine, et soutiennent que la consultation est une sorte de « disciplinarisation » de la fonction résidente, mettent l'habitant dans l'obligation de donner son avis sur un projet de transformation de son propre espace de vie quotidien, sans lui donner toutefois une véritable influence. Il s'agirait donc d'une logique d'acceptation du projet plutôt que d'une logique de débat du projet.

L'objectif et la question de recherche

À la lumière de ces recherches, il nous semble pertinent de poursuivre cette étude par l'analyse des stratégies de communication ayant entouré la mise en place de l'identité de marque des projets de réhabilitation urbaine. Nous souhaitons donc analyser l'approche mise en avant par les aménageurs et le gouvernement en nous demandant dans quelle mesure elle a contribué à modifier la façon d'habiter et de percevoir l'espace urbain. Et à l'inverse, nous nous demanderons si les initiatives nées chez les résidents ont contribué à réviser les discours institutionnels. Notre question générale de recherche est la suivante : quelle est la pertinence de la participation des habitants dans la création et le maintien de l'image des quartiers rénovés de Confluence et Parque das Nações ? Comme première hypothèse, nous supposons qu'un processus de branding du lieu ouvert ne garantit ni discours variés, ni idées originales. La seconde hypothèse présuppose que la correspondance entre l'identité et l'image du quartier favorise la réputation et l'engagement des résidents.

Stratégie de recherche et méthodologie

Notre méthode globale de recherche consiste donc à étudier les stratégies de communication dans le quartier de Lyon Confluence et Parque das Nações à Lisbonne. En ce sens, nous entendons faire une étude dans les deux quartiers en parallèle, en respectant leurs caractéristiques économiques, politiques, culturelles et temporelles. Paillé et Mucchielli (2012) arguent qu'un phénomène pris tout seul en dehors de son contexte ne peut pas prendre un sens ; le sens nécessite toujours confrontation, comparaison, évaluation et mise en perspective. Dans ce cas, la participation des habitants c'est le point de convergence entre les deux cas d'étude.

La recherche sera réalisée selon une approche méthodologique qualitative de conception intensive. Différente du concept de recherche extensive (Harre, 1979 ; Sayer, 1992), la recherche intensive cherche davantage à recueillir autant d'informations que possible sur un petit groupe, plutôt que peu d'informations sur un très grand groupe, accordant plus d'attention au phénomène qu'à sa fréquence (Sayer, 1992).

Dans le cadre d'une recherche intensive, les principales questions concernent le fonctionnement d'un processus de causalité dans un cas particulier ou dans un nombre limité de cas. Les recherches approfondies, à travers l'observation directe et les entretiens, consistent à découvrir certaines des propriétés communes et des schémas généraux d'une population dans son ensemble. Le fil conducteur de la recherche est l'utilisation de la parole et de l'action des agents publics locaux dans le processus de participation des habitants aux stratégies de marketing territorial et d'image de marque. L'observation sur place a été centrée sur les activités, communications et incitation (ou non) à la participation. Des notes de terrain, des photos et des vidéos ont été réalisées ces deux dernières années dans les deux quartiers. Dans le cas de Lisbonne, nous avons vécu comme les résidents, nous avons pratiqué la course et du yoga dans des groupes organisés par les habitants, nous avons suivis des cours pour dessinateurs urbains et de répétition de chorales. Nous avons encore fait du travail bénévole dans deux associations d'aide citoyenne. Les discours pris en compte pour l'analyse sont les discours institutionnels – Parque Expo4 et Mairie du Parque das Nações et SPL Confluence et Mairie du 2ème arrondissement – destinés à la population locale en relation avec les actions de marketing territorial, rassemblés dans les bulletins d'information, newsletters, magazines et les pages Facebook. Nous ne pouvons pas comprendre la participation des résidents sans connaître leurs attentes et leurs préoccupations. Pour cela, dans le cas de Lisbonne, nous analyserons le journal Notícias do Parque (Nouvelles du Parc), publié tous les deux mois par les habitants depuis 2001 et le groupe Facebook « Pela Qualidade Urbana no Parque das Nações » (Pour la qualité urbaine du Parc des Nations), avec 3202 membres. Des entretiens approfondis sont également menés avec des habitants de Confluence et Parque das Nações. L'utilisation de ces trois techniques de collecte de données – la recherche documentaire, l'observation in situ et en ligne et les entretiens permettront une triangulation des données collectées, évitant ainsi le biais des sources. En ce qui concerne le traitement des données, il sera soumis à un traitement basé sur une analyse critique du contenu.

Contribution potentielle de la recherche

En premier lieu, cette thèse répond à un besoin théorique sur la perspective sociale dans le domaine du marketing territorial. À la suite de nombreuses recherches, Braun et al. (2013) constatent la nécessité d'un examen plus approfondi du rôle des résidents dans la recherche en communication publique, marketing et branding. L'auteur explique que certains spécialistes du marketing considèrent uniquement les nouveaux résidents comme des marchés cibles de la marque de lieu. La littérature existante sur le city branding et marketing territorial insiste sur la comparaison des villes en termes de positionnement différent de l'image de marque, en mettant l'accent sur la recherche d'une position différenciée et concurrentielle, ce qui renforce l'attrait de cette ville pour ses habitants et pour les autres. Cette thèse va plus loin et tente de comprendre les phénomènes sociaux à propos de la relation des habitants avec l'image du territoire où ils vivent.

Mais surtout, notre recherche contribuera au développement du savoir sur les processus communicationnels de gestion de marque entre plusieurs parties prenantes et les stratégies et rhétoriques impliquées dans la participation citoyenne, en particulier à la réputation du lieu. Elle permettra également d'approfondir la compréhension des mécanismes qui visent à l'appropriation du concept, des politiques et de la personnalité inhérente au projet urbain en se démarquant des approches et des concepts marketing.

En second lieu, très peu de chercheurs ont, à ce jour, analysé d'un point de vue communicationnel et de manière approfondie la relation entre la société et l'espace urbain. À cet effet, Confluence et Parque das Nações constituent de véritables laboratoires à micro-échelle permettant d'approfondir les questions liées aux politiques territoriales d'internationalisation, particulièrement dans le contexte actuel de concurrence

⁴ Les lettres d'information de Parque Expo ont été publiées mensuellement de mai 1993 à avril 1998, avec 60 exemplaires.

mondiale. En conséquence, nous espérons que cette thèse pourra apporter une importante contribution pour la démocratie et le dialogue dans les villes du monde entier.

Bibliographie

- Adam M. (2016). *La Production de l'urbain durable. L'enrôlement des concepteurs et des habitants par l'intégration des contradictions*. Tours.
- Batat W. (2016). *Marketing Territorial expérientiel : bassins de vie, branding, digital, expérientiel : toutes les facettes du nouveau marketing territorial*. Ellipses.
- Bennett R. and Savani S. (2003). *The Rebranding of city places: An international comparative investigation*. *International Public Management Review* 4(2): 70-87.
- Bonaccorsi J. et Nonjon M. (2014). *Dossier La Participation en kit : l'horizon funèbre de l'idéal participatif*. *Quaderni* 79 : 29-44.
- Braun E., Eshuis J., Klijn E. H. and Zenker S. (2018). *Improving Place reputation: Do an open place brand process and an identity-image match pay off?* *Cities* 80: 22-28.
- Braun E., Zenker S. and Kavaratzis M. (2013). *'My City – My Brand : The different roles of residents in place branding'*.
- de Certeau M. (1990). *L'invention du quotidien, t. I, Arts de Faire*. Gallimard.
- Doucet B. (2007). *Flagship Regeneration: Panacea or Urban Problem?*
- Eshuis J. and Klijn E. H. (2012). *Branding in governance and public management*. Routledge.
- Harre R. (1979). *Social Being: A Theory for social psychology*. Basil Blackwell.
- Harvey D. (1989). *The Urban Experience*. Johns Hopkins University Press.
- Insch A. and Florek M. (2008). *A Great place to live, work and play: Conceptualising place satisfaction in the case of a city's residents*. *Journal of Place management and development* 1(2): 138-49.
- Kavaratzis M. and Ashworth G. (2008). *Place Marketing: How did we get here and where are we going?'* *Journal of Place management and development* 1(2):150-65.
- Korossy N. (2017). *A Cidade e o Turismo: Um Estudo sobre o papel da atividade turística no empresariamento urbano de Lyon (França)*. Universidade Federal de Pernambuco.
- Kotler P., Haider D. and Rein I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*.
- Linossier R. et Verhage R. (2009). *La Co-production public/privé dans les projets urbains*. Lyon *La Production de la ville* 144-171.
- Margot-Duclos J.-L. (2011). *Paris et la France. la marque du territoire, ou un marketing rêvé ?*. *Revue Française de Gestion* 37 (218-219): 67-89.
- Paillé P. et Mucchielli A. (2012). *L'analyse Qualitative En Sciences Humaines et Sociales*. Armand Colin.
- Pereira A. P. F. (2013). *O Parque Das Nações Em Lisboa: Uma Montra Da Metrópole à Beira-Tejo*.
- Raoul B. et Noyer J. (2008). *Concertation et « figures de l'habitant » dans le discours des projets de renouvellement urbain*. *Études de Communication* (31): 111-30.
- Sayer, R. A. (1992). *Method in Social science : A realist approach*. Routledge.
- Smyth, H. 1993. *Marketing the City*. Routledge.
- Zenker S. and Erfgen C. (2014). *Let them do the work: A participatory place branding approach*. *Journal of Place Management and Development* 7(3): 225-34.

Nouveau Management Public et dispositifs info-communicationnels : enjeux, tensions et appropriations par les personnels de soin.
Issues, tensions and health operators' appropriation of the New Public Management and its info-communicational devices

Marine Aznar

doctorante en SIC

GRESEC, Université Grenoble Alpes

marine.aznar@univ-grenoble-alpes.fr

Mots-Clefs : Communication des organisations, gestionnarisation, nouveau management public, personnels de santé.

Keywords: Communication in organizations, rationalisation, new public management, caregivers.

Résumé : L'objectif de cet article est de faire état des premiers résultats d'une recherche doctorale visant à étudier les dispositifs info-communicationnels accompagnant le Nouveau Management Public en lien avec la rationalisation des professions de soin. Notre problématique questionne la place et l'efficacité de la médiation symbolique des dispositifs info-communicationnels dans les changements d'organisation du travail, plus particulièrement dans les organisations de soin où les valeurs liées à l'activité jouent un rôle important dans le quotidien des acteurs.

Nouveau Management Public et dispositifs info-communicationnels : enjeux, tensions et appropriations par les personnels de santé.

L'objectif de cet article est de faire état des premiers résultats d'une recherche doctorale visant à étudier les dispositifs info-communicationnels accompagnant le Nouveau Management Public (NMP) au prisme de la dynamique de rationalisation des professions de soin. Notre problématique questionne la place et l'efficacité de la médiation symbolique des dispositifs info-communicationnels dans les changements d'organisation du travail, plus particulièrement dans les organisations de soin où les valeurs liées à l'activité jouent un rôle important dans le quotidien des acteurs. Dans la lignée de Staii (2016) et de Grammacia (2011), nous considérons la mise en place de systèmes experts et de gages symboliques associés à la modernité dans les organisations comme des « dispositifs », entendus, selon la définition foucauldienne (Foucault, 1975), comme opérateurs d'un ordre social s'appuyant sur le contrôle des corps par le discours et la surveillance. Grammacia (2011) confère à ces dispositifs une nature info-communicationnelle et une fonction de médiation symbolique dans la mesure où leur but est d'assurer le passage d'un ensemble de gages symboliques fondés, dans le cas qui nous occupe sur la relation de soin à un autre marqué par la nécessité de l'efficacité de l'activité. Dans le cas des personnels de santé, le problème qui se pose est le suivant : les manifestations contre l'institution révèlent, selon nous, dans la mesure où il y a résistance, et résistance visible qui plus est, une forme de faiblesse de la médiation symbolique. Nous faisons l'hypothèse centrale que ce surplus de manifestation affective est à la fois l'indice de cette faillite de la médiation symbolique et en même temps sa résolution dans la mesure où elle permet, par l'expression, de reconstruire le sens de la situation. Nous nous intéressons aux manifestations affectives comme fait social permettant de comprendre les mécanismes sociaux et en particulier communicationnels. Nous verrons dans cet article que notre objet de recherche s'inscrit dans la tradition critique des SIC sur la modernité et que la combinaison d'une Approche Communicationnelle des Organisations (Bouillon, Bourdin, Loneux, 2008) et d'une approche anthropologique par la communication affective (Martin-Juchat, 2008, 2014, 2016, Dumas, 2016) nous permet d'analyser les manifestations affectives dans les interactions professionnelles comme traces de l'interaction de différents systèmes de valeurs et comme indices d'un déficit de médiation symbolique et parallèlement de reconstruction de sens.

Participer à la réflexion des SIC sur les enjeux épistémologiques autour de la modernité.

Alarmée, il y a quelques années, par la proportion grandissante des grèves et des manifestations liées à la dégradation des conditions de travail et à la souffrance des personnels de santé, nous nous sommes interrogée sur les raisons d'un tel phénomène. Une première approche de la question a permis de mettre en évidence les liens étroits entre ce phénomène et la transformation du modèle de fonctionnement du service public français, formalisée par le « Nouveau Management Public » (NMP) (Hood, 1991) comme paradigme d'action publique. Ce modèle permet d'économiser et de rentabiliser les productions publiques en remettant en cause les structures centralisées par le contrôle des agents producteurs et de la productivité, notamment grâce à des objectifs quantifiés et des dispositifs de contrôle. Selon Gardère (2012), en France, trois mouvements politiques sont à l'origine du NMP : la loi de décentralisation de 1980 ; la loi organique relative aux lois de finance (LOLF, 2001) qui enclenche le processus de transformation des règles budgétaires et comptables de l'État ; et l'adoption de la révision générale des politiques publiques (RGPP, 2007) qui consiste à diminuer la dépense publique tout en renforçant l'efficacité et la qualité de l'action publique.

À ce titre, le NMP répond, selon nous, à une exigence de modernisation entretenue par notre contexte socio-économique, idéologiquement marqué par le « nouvel esprit du capitalisme » (Boltanski et Chiapello, 1999). Il se définit comme une idéologie propre à chaque époque qui explique l'engagement dans le capitalisme en fournissant des justifications à son existence (Weber, 1964) fondée, en l'occurrence, sur le développement d'un « monde connexionniste » et de la « cité par projet », induisant une responsabilisation accrue des individus sur de nombreux éléments de leur quotidien. La gestion du temps, de l'argent, de l'accumulation capitaliste, la production de soi en termes d'images et de succès : tout incombe à l'individu. Dans le travail, cela se décline sous forme d'évolutions des conditions, des rythmes de travail et des modes de rémunération fondés sur l'efficacité et l'activité rentable (précarisation de la situation des salariés, mise en concurrence, discipline, dévouement à l'activité, autonomie, responsabilité individuelle, développement du travail en réseau). Selon Martin-Juchat et Staii (2016), le principe nouveau qui entérine une forme de radicalisation de la modernité, serait la prise en compte et la réduction des émotions à des données au service des logiques marchandes. Sachant que structurellement le capitalisme offre moins de sécurité aux individus, le fait de les rendre responsables de leur épanouissement personnel, de leur parcours professionnel et des produits consommés, permet de légitimer son existence. L'individu est pris entre la contrainte de se prendre en charge et la promesse d'épanouissement. Les affects sont ici instrumentalisés à travers des discours d'embellissement et des promesses d'épanouissement pour assurer une forme de régulation sociale et une continuité de l'activité de production (Dumas, 2016). Dans le travail, cette forme radicalisée du nouvel esprit du capitalisme se décline en modes de gestion aussi courtes que successives (management par la qualité totale, lean management, etc.) en gardant toujours à l'idée les mêmes objectifs : baisser les coûts et accroître les bénéfices. Or, ces processus de dits de « modernisation » ont pour postulat sous-jacent l'idée que transformer un modèle de fonctionnement en vue d'augmenter sa productivité serait sans effet sur le type d'activité laissant notamment impensées les conséquences en termes d'organisation du travail et de communication organisationnelle pour les acteurs de la production.

Dispositifs info-communicationnels et médiation symbolique

Dans le cas des institutions publiques, Staii (2016) et Grammacia (2011) expliquent que l'institution se transforme en organisation par la mise en place de systèmes experts et de gages symboliques associés à la modernité. Ces derniers peuvent être considérés comme des « dispositifs », entendus, selon Jeanneret (2005) comme matérialité de la communication. Il s'agit de s'intéresser à l'influence des ressources matérielles et techniques sur les situations d'interaction, mais aussi celle des acteurs qui mettent en place et contrôlent ces ressources. Cette notion de dispositif, héritée de Foucault (1975), permet donc d'envisager cette matérialité de la communication comme les opérateurs d'un ordre social s'appuyant sur le contrôle des corps par le discours et la surveillance. Cette définition converge avec la perspective de Staii (2016) et Grammacia (2011) selon laquelle les dispositifs adossés à la radicalisation de la modernité ont pour principe de préserver l'activité des organisations et de faciliter la régulation de l'ensemble des passions et des intérêts individuels pour garantir une forme de cohésion sociale et donc une continuité de la production. Grammacia (2011) leur confère, alors, une nature info-communicationnelle et une fonction de médiation symbolique puisque, dans une perspective de changement, le but serait d'assurer le passage d'un ensemble de gages symboliques, fondé, dans le cas qui nous occupe sur la relation de soin, à un autre marqué par la nécessité de l'efficacité de l'activité.

Cela induit notamment que les organisations, pour s'adapter au contexte d'informatisation massive et pour répondre à l'augmentation des flux d'information-communication, technicisent et rationalisent les échanges et les activités (Martin-Juchat, 2012) par de nouveaux modèles de gestion comme le NMP.

Or, ce phénomène entraîne en parallèle le développement d'activités de reconstruction de sens autour de l'organisation du travail et de la communication organisationnelle visant à s'approprier les techniques en question dans un contexte où la communication est une ressource que les gestionnaires tentent de rendre matérielle sous forme de données, afin de mieux gérer et tracer les processus structurant l'activité pour, in fine, mieux maîtriser les résultats. Dans le cas des personnels de santé, le problème qui se pose est le suivant : les manifestations contre l'institution révèlent, selon nous, une forme de faiblesse de la médiation symbolique des dispositifs de rationalisation. En effet, dans la mesure où il y a résistance, et résistance visible qui plus est, on pourrait considérer que ces dispositifs peinent à réaliser tout à fait ce travail d'articulation d'un esprit (soin) à l'autre (NMP). Pour comprendre ce phénomène nous avons souhaité analyser la matérialité de cette résistance. La question se pose alors de savoir quelle approche méthodologique en SIC permettrait une telle analyse.

Quel cadre théorique en SIC pour notre méthodologie ?

Nous souhaitons inscrire ce travail dans une optique à la fois constructiviste et compréhensive. Notre approche méthodologique se nourrit de ce que Bouillon appelle « l'Approche Communicationnelle des Organisations » (ACO) (Bouillon, Bourdin et Loneux, 2008). Selon les ACO, la communication comme processus interactionnel inter-individuel, destiné à influencer des comportements, serait à l'origine de la construction de nos représentations – comme cadres symboliques de normalisation. Ainsi, l'organisation peut être conceptualisée comme une entité sociale à part entière, formellement instituée par rapport à l'esprit de l'organisation au niveau méso-social et à la multiplication des interactions qui la compose au niveau micro-social. Tout l'enjeu et l'originalité méthodologique d'une ACO est d'être en capacité d'articuler plusieurs niveaux d'analyse : les situations de communication, les processus info-communicationnels et les politiques de communication.

Dans la lignée des ACO, nous considérons les dispositifs adossés au NMP comme des cadres de production de sens et comme constructions performatives de l'organisation à trois niveaux. Cette analyse tridimensionnelle sur la question du soin, nous permettrait de mettre à jour les processus collectifs de construction de sens et les cadres symboliques de normalisation des acteurs vis-à-vis de leurs contextes de travail (Bouillon, Bourdin, Loneux, 2008). Nous faisons l'hypothèse que la résistance des personnels de santé est principalement de nature affective et que la lecture de ces manifestations affectives, comme fait social, permettrait de mettre à jour certains dysfonctionnements communicationnels au sein de l'organisation. Aussi, l'approche anthropologique par la communication affective (Martin-Juchat, 2008, 2014, 2016 ; Dumas, Martin-Juchat, 2016) s'est imposée à nous.

Celle-ci s'intéresse aux processus de codification et de normalisation des affects en lien avec les discours sur lesquelles se fonde la société moderne. F. Martin-Juchat développe une approche des affects (passions, émotions, sentiments) comme processus communicationnel de performance sociale, c'est-à-dire : comme pratiques et discours du social, contrairement à la tendance moderne de responsabilisation et d'isolation de l'individu par rapport à ces phénomènes. Conformément à cette approche, nous considérons les affects comme des objets communicationnels et des dispositifs de médiation sociale. Nous avançons alors que l'organisation sociale est structurée (mais non figée) par des normes affectives conditionnant ce qui est attendu de nous dans certaines situations.

Viard (2014) ajoute qu'à l'origine de ces normes se trouvent des principes qui guident l'action et les comportements : les valeurs. A partir de nos perceptions sensibles, elles permettent notamment d'interpréter le réel et d'établir un rapport de signification avec celui-ci. Définies socialement et à partir de nos interactions, elles sont donc médiées au quotidien par l'intermédiaire de dispositifs de médiations sociales comme les affects. Ainsi, les manifestations affectives des individus nous disent quelque chose de leur système de valeurs. Aussi, nous faisons que ce surplus de manifestation affective est à la fois l'indice de la faillite de la médiation symbolique des dispositifs et en même temps sa résolution dans la mesure où elle permet, par l'expression, de témoigner d'un système de valeur et donc de reconstruire le sens de la situation.

Méthodologie et premiers résultats

Notre objectif méthodologique est alors à la fois d'appréhender l'activité des personnels de soin dans un contexte de rationalisation, et à la fois de saisir la culture affective de ces professionnels pour mettre à jour la complexité de l'articulation de ces deux systèmes de valeurs par l'intermédiaire de dispositifs info-communicationnels. Pour répondre à cet objectif nous avons choisi de combiner plusieurs techniques d'enquêtes. Premièrement, l'observation non participante de situations de travail dans lesquelles les manifestations affectives des acteurs sont envisagées comme traces des valeurs des personnels de soin. Durant trois fois quinze jours, trois services (pédiatrie, radiologie, chirurgie) de deux centres hospitaliers français nous ont ouvert leur porte et nous avons pu suivre les acteurs du soin au quotidien. Nous avons également mené des entretiens de recherche comme vérifications croisées des processus communicationnels de l'organisation ; et une analyse de corpus constitué de discours institutionnels sur la qualité et la pratique du soin.

Nos premiers résultats montrent que dans les situations de travail à forte teneur émotionnelle, les tensions les plus fortes se trouvent à trois niveaux :

1. Les agents ressentent une fracture communicationnelle entre eux et leur hiérarchie. Ils ne se sentent ni écoutés, ni soutenus.

C'est le cas par exemple d'E¹, cadre de santé qui nous explique les relations entre les agents et la direction générale en réunions de pôles : *« Il y a 15 jours on a eu une réunion de direction de pôle d'1h. On était une vingtaine : la direction du pôle, les cadres sup et les cadres de santé. Lors de cette réunion on a parlé de la communication au CH et on est tombés d'accord sur le fait qu'il faut remettre de la communication entre la tête et l'exécutif pour soulager le mal être. C'était un appel du pied à la direction pour communiquer. Mais non. Lors d'une autre réunion, avec la direction des soins – ils n'étaient pas venus à la précédente – il y a des lettres ouvertes qui ont été lues adressées au directeur des soins disant qu'il avait un management infantilisant, directif et déshumanisé. Sa seule réponse a été de raisonner par des plans d'action. Il n'entend pas le cœur du problème. À force on se dit qu'on perd son temps à essayer de discuter. »*

Les dispositifs de communication comme les réunions institutionnelles appuyées par des discours opérationnels (les « plans d'actions ») fondés sur des promesses d'embellissement du quotidien ne suffisent pas à apaiser les relations entre les agents et la direction générale. Le « cœur » du problème prend ses racines dans un conflit de valeurs où, selon nos résultats, s'oppose en priorité la valeur Service à la valeur Économie.

¹ Les noms ont été transformés en initiales inventées et nous resterons volontairement floue sur les services des personnes pour garantir leur anonymat.

2. Le planning cristallise les ressentiments vis-à-vis de la ligne managériale du CH.

I., infirmière, me confiait à ce propos que c'est le sujet qui « cristallise le plus de tensions ». G., cadre de santé dans un autre service, en a d'ailleurs fait les frais à ses dépens : *Lorsqu'elle nous voit arriver, elle explose complètement : un problème avec le planning. Une infirmière l'a agressée frontalement lors de la relève. « C'était tellement violent, ça m'a tellement secouée, que je suis partie pendant le staff pleurer dans la réserve. »*

A l'origine de ces conflits autour du planning se trouve la modification des rythmes de travail de 7h30 en 12h et l'instauration de plannings à grilles figées afin d'optimiser à la fois l'organisation et la réalisation du travail. Ici, les grilles comme dispositif de rationalisation accentuent la surveillance et limitent la marge de manœuvre des agents dans l'organisation de leur travail. Cela provoque des débordements affectifs qui dégradent les relations de travail avec leur hiérarchie directe. De plus, le contexte des observations (plan hivernal et sous-effectif constant) ajouté au contexte de rationalisation induit par le NMP sont à l'origine de demandes d'efforts répétées pour assurer la continuité de l'activité. Ces demandes sont sans contrepartie, provoquant à moyen terme l'agressivité des agents à mesure qu'ils s'épuisent. Une fois encore les promesses d'embellissement ne suffisent pas à assurer le passage d'une organisation de l'activité à une autre.

3. Les manifestations émotionnelles et plus largement de vulnérabilité ne sont pas reconnues voire stigmatisées au sein de l'institution.

H., infirmière, me confiait à ce sujet :

« Je n'ai pas envie d'en parler, j'ai pas envie que ça se sache. Et puis il y a les patients... Non l'organisation ne reconnaît pas notre souffrance. On n'a pas le droit d'être humain, on est juste des soignants. »

Cet état de fait ne concerne pas que les soignants, P. cadre de santé se sent aussi concernée :

« En tant que cadre on n'a pas le droit de fléchir. Ça fait beaucoup de pression. [...] On représente l'institution, on n'a pas le droit de dire qu'on est au bout de sa vie. L'institution a besoin de cadres au top ! Et les IDE ont besoin d'un cadre solide. Je n'ai pas envie d'être emmerdée ou considérée comme faible. »

n'ai pas envie d'être emmerdée ou considérée comme faible. »

Dans ces deux témoignages, nous voyons que les manifestations affectives ne sont pas reconnues en tant que telles dans l'organisation que ce soit par la hiérarchie ou par les agents eux-mêmes. Il n'existe pas d'espaces formels pour les exprimer sereinement. Les agents doivent incarner des personas (« soignant », « manager ») relatifs à leur fonction induisant qu'ils sont contraints en leurs corps de répondre aux contraintes et objectifs de l'activité.

Bibliographie

- Boltanski L. & Chiapello E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris : Gallimard.
- Bouillon J.-L., Bourdin S. & Loneux C. (2008). *Approches communicationnelles des organisations : interroger l'organisation par la communication. Eléments de contextualisation. Sciences de la société*, n° 74.
- 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*, thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de F. Martin-Juchat. Grenoble, Université Grenoble Alpes.
- Foucault M. (1975). *Surveiller et Punir*. Paris, Gallimard.
- Gardère E. (2012). *Institution communicante et nouveau management public. Communication & Organisation* 1, n° 41, p. 27-39.
- Gramaccia G. (2011). *Les institutions de la médiation symbolique en quête de l'Homme-trace. L'Homme trace. Tome 1. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines*. Paris, CNRS Éditions, p. 273-286.
- Hood C. (1991). *A public management for all seasons? Public Administration*, Volume 69, Issue 1, p. 3-19
- Jeanneret Y. (2005). *La société de l'Information : glossaire critique*. Paris, La Documentation Française.
- Martin-Juchat F. (2008). *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*. Louvain, De Boeck.
- Martin-Juchat F. (2012). *Acquis scientifiques sur la communication organisationnelle. Repérage des points de convergence entre les disciplines. Les masques de la convergence. Enquêtes sur sciences, industries et aménagements*. Paris, Archives Contemporaines Éditions.
- Martin-Juchat F. (2014). *La dynamique de marchandisation de la communication affective. Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 5 | 2014.
- Martin-Juchat F. & Staii A. (2016). *L'industrialisation des émotions Vers une radicalisation de la modernité ?* Paris, L'Harmattan.
- Viard P., (2014). *Le soin communicant. Un espace de médiation en vue de la construction d'une professionnalité soignante*, thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de J. Bonnet. Dijon, Université de Bourgogne.
- Weber M., (1964). *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*. Paris, Plon.

L'énonciation sociale de « la diversité » : un enjeu sémio-politique au cœur des reconfigurations discursives de la communication organisationnelle
Speaking about « diversity »: a semio-political issue within the transformations of corporate communication

Emmanuelle Bruneel

doctorante en SIC

GRIPIC (EA1498), CELSA Sorbonne Université

bruneele@hotmail.fr

Mots-clés : diversité – communication organisationnelle – enjeux visuels – approche sémio-politique

Keywords : diversity – corporate communication – visual issues – semio-political approach

Résumé

Nous analysons l'énonciation sociale, la circulation et les médiations dont fait l'objet « la diversité » en France en observant quelles reconfigurations de l'antiracisme et de l'antisexisme traversent les discours sociaux qui convoquent cette formule ; notamment les discours de responsabilité sociale et environnementale des organisations. Il s'agit de penser comment « la diversité » y est donnée à voir et à lire et de montrer comment ses énonciations offrent l'image d'une posture antiraciste. L'analyse des formes sémiotiques permet de montrer comment les imaginaires de « la diversité » se chargent et se déchargent de valeurs culturelles et de normativité sociale, tout en soulignant le caractère dépolitisant des discours organisationnels antidiscriminatoires.

Abstract

We analyse "diversity's" social enunciation, circulation and mediation in France, observing which sort of anti-sexist and antiracist's transformations are getting through the social discourses using that formula, specifically the ones embedded in Social and Environmental corporate responsibility. We aim to think how "diversity" is given to be seen and read in order to show how its enunciations are offering an image of an antiracist's position. Analysing the semiotic forms allow us to point out how "diversity's" imaginaries are fulfilled by cultural value and social normativity, highlighting the depolitization of antidiscrimination's corporate discourses.

L'énonciation sociale de « la diversité » : un enjeu sémio-politique au cœur des reconfigurations discursives de la communication organisationnelle

S'il existe une hésitation quand au fait de « [...] formuler cette évidence : toute organisation est un univers de signes et de sens » (Boutaud, 2011 : 17), c'est qu'il reste peu commun d'aborder le discours d'organisations du point de vue sémiotique et peut-être encore davantage dans ce que peut avoir de politique le sémiotique. Nos observations de l'énonciation sociale, de la circulation et des médiations particulières dont fait l'objet la notion de « diversité » en France, nous ont conduite à analyser différents discours sociaux qui convoquent cette formule (Krieg-Planque, 2009). En particulier, les discours que les organisations émettent autour de leur « responsabilité sociale et environnementale » (De la Broise et Lamarche, 2006) et notamment de leur « lutte contre les discriminations ». Il s'agit penser comment « la diversité » y est donnée à voir et à lire et d'envisager qu'elle est mobilisée comme une « valeur » (notamment antisexiste et antiraciste) permettant aux organisations d'offrir à ses publics une image valorisante d'elles-mêmes. Plus largement dans le cadre de nos travaux doctoraux, nous abordons le fonctionnement à la fois langagier et social de cette « formule » (Krieg-Planque, 2009) à partir de discours organisationnels variés (presse généraliste, presse spécialisée, discours d'entreprises, site web organisationnels, discours para-organisationnels d'associations¹) afin de rendre compte de sa trivialité (Jeanneret, 2008 et 2014). L'approche que nous proposons est dès lors à la fois sémiotique, discursive mais aussi sociopolitique. Elle prend appui sur le socle théorique développé en sciences de l'information et de la communication tout en puisant également dans les savoirs élaborés au sein des Cultural Studies (Hall, 2013), des Visual Studies ou études visuelles (Boidy, 2018) et des sciences politiques françaises (Sénac, 2012) autour des problématiques de représentations des identités sociales. Dans le cadre de cette contribution, nous procéderons à l'analyse d'un sous-corpus documentaire numérique de discours ordinaires d'engagement en faveur de « la diversité » de la part d'organisations françaises². Nous soulignerons le caractère dépolitisant de ces représentations organisationnelles de « la diversité » qui s'y trouvent et nous envisagerons ses enjeux sémio-politiques singuliers.

I/ « La diversité » dans les discours RSE des organisations

A/ « La diversité », un discours trivial

Depuis 2004³, un certain nombre de discours sociaux mettent en scène « la diversité » à partir de l'idée de sa nécessaire « promotion ». C'est dans ce contexte que nous nous demandons : comment sont façonnées des catégories représentationnelles élaborées pour énoncer « la diversité » ? Nous avons par ailleurs analysé dans notre thèse l'association entre la notion de « diversité » et celle de « statistiques ethniques » lors de la médiatisation de la polémique du même nom entre 2006 et 2010, en particulier autour de la mise en place de l'enquête TeO (Beauchemin et al., 2015). En ressort une forte conflictualité sociale autour de cette thématique, ayant d'abord trait aux discriminations ethno-raciales. Or, paradoxalement, il apparaît que cette dimension a été la moins saisie et la moins mise en avant par les dispositifs mis en place dans les entreprises : « Dans l'esprit de ses promoteurs, l'initiative de la charte est explicitement liée à la question des discriminations ethno-raciales et plus particulièrement à celle de la place des « minorités visibles » dans l'entreprise. [...] Or, [...] la diffusion du thème de la diversité dans le monde de l'entreprise s'est accompagnée d'une profonde transformation de son sens. La définition de la diversité s'est considérablement élargie pour inclure des préoccupations comme celles du handicap, de la « parité », de la gestion de la « deuxième partie de carrière » ou des « seniors », mais aussi de la « parentalité », [...]. » (Doytcheva, 2009 : 107-108).

¹ Notamment les discours para-organisationnels émanant de l'Association française des managers de la diversité (AFMD). <https://www.afmd.fr/>

² Casino, AXA, BNP, Société Générale

³ Date de lancement de la Charte de la diversité dans les organisations. <https://www.charte-diversite.com/>

C'est précisément cette transformation de sens que nous étudions. En effet, les énonciations ordinaires de « la diversité » engendrent assez largement des connotations ethno-raciales, c'est-à-dire relatives aux identités (ethno-)racialisées. Certaines d'entre elles sont parfois ramifiées à l'idée que « la diversité » aurait pour soubassement idéologique le « multiculturalisme » anglo-saxon dans lequel « l'intégration » serait simplement synonyme de melting pot neutre (soit un système offrant une place à chacun pourvu qu'il respecte les règles de l'économie de marché). D'autres fois encore elle est suspectée d'être le synonyme de « discrimination positive ». C'est ainsi que certains ont pu critiquer cette « mise à la diversité » de la France comme un marqueur d'abandon de l'idéal égalitariste républicain au profit d'un système de « discrimination positive » (affirmative action), considéré comme réifiant et essentialisant. Elle a également été critiquée comme source de désintérêt pour les problèmes d'inégalités socio-économiques, en particulier en tant que mode de gestion des inégalités qui consisterait un traitement de « différence économique comme si elle était elle-même une différence culturelle » conduisant à « analyser l'inégalité comme une conséquence de nos préjugés plutôt que de notre système social » (Benn Michaels, 2009 : 15-16). L'extension à d'autres critères de discrimination qu'ethno-raciaux, la requalification (discrète voire masquée) de la « discrimination positive », la critique de la réification des « différences », etc. nous apparaissent comme autant d'effets liés la disqualification française (le plus souvent impensée) d'une conception de la société en termes ethno-raciaux. À partir de ces observations, nous proposons l'hypothèse d'une dépolitisation latente des questions soulevées par les discriminations ethno-raciales lisible (entre autres) dans les appropriations discursives de « la diversité » par les organisations ; et en particulier celles qui sont signataires de la Charte de la diversité (Huet, 2012). Ces dernières réalisent des actions visant à favoriser et à améliorer leur « promotion de la diversité » (via des audits et diagnostics internes, des sessions de sensibilisation des salariés aux stéréotypes, ou des protocoles de mise en conformité avec les normes de certification du label diversité et/ou du label égalité femmes-hommes). Ces travaux sont le plus souvent collectifs : menés en collaboration avec des opérateurs intermédiaires « extérieurs » (Doytcheva, 2011) que nous appelons pour notre part des acteurs para-organisationnels dans la mesure où ils soutiennent et accompagnent les entreprises. Dans le domaine de « la diversité », nous avons relevé la prééminence d'acteurs tels que l'Institut Montaigne (un think tank de dirigeants d'entreprises), Les entreprises pour la cité⁴, le Club du XXIème siècle, l'Association Française des Managers de la Diversité (AFMD), ou encore Mozaïk RH. Ils semblent avoir contribué progressivement à l'émergence du champ professionnel de la « promotion de la diversité en entreprise » en France en quête de reconnaissance. Or, ses activités plurielles et hétérogènes sont désignées sous des contours flous (elles ont à voir tantôt avec la RSE tantôt avec les ressources humaines) et ses acteurs demeurent en quête de reconnaissance. D'ailleurs, si la RSE peut dans l'ensemble apparaître comme « en quête d'auteurs » (De la Broise et Huet, 2010) c'est également le cas de « la diversité » qui en constitue une thématique sociétale centrale. Elle s'inscrit dès lors dans un contexte d'instabilité définitionnelle généralisée mais elle constitue un lieu d'énonciation potentielle d'une sorte de « nous non discriminant » de l'entreprise, en traversant notamment sa communication dite « corporate ».

B/ Des images valorisant l'engagement antidiscriminatoire pour se valoriser

En nous plaçant dans une perspective de critique de la communication des organisations (Heller, Huet et Vidaillet, 2013), nous analysons d'un point de vue sémio-communicationnel (Berthelot-Guiet & Boutaud, 2015) ces discours sociaux sur « la diversité », en tant qu'ils mettent en circulation des imaginaires relatifs au « vivre ensemble » et à la prise en compte de l'« altérité ».

⁴ Anciennement « IMS Entreprendre pour la Cité ».

En particulier, des entreprises s'en saisissent dans le cadre d'action dites de « gestion de la diversité » qui s'accompagnent de dispositifs de communication dédiés : « L'enjeu stratégique de communication pour les organisations est alors de montrer «la diversité» de leurs équipes et leur prise en compte singulière des différences. » (Bruneel et Seurrat, 2018). Il s'agit de valoriser leur « image » et les processus communicationnels à l'œuvre en ce sens s'effectuent dans différents supports documentaires émanant des organisations (site web d'entreprise, communication interne, externe, brochures, campagnes d'affichage, etc.). Ces organisations se retrouvent ainsi en position d'énonciatrices de « la diversité » et contribuent à en produire des significations renouvelées : enchantées, iréniques et valorisantes pour se valoriser. C'est en effet avec des images « promotionnelles » que ces organisations se montrent acquises au souci de « diversité ». Ainsi, l'enjeu rhétorique de la RSE se double d'un enjeu sémio-politique de mise en images « plus adéquate » des dites « différences » qui habitent le monde social, transformant ainsi les manières de montrer les corps dans les représentations ordinaires des collectifs de travail. Nous nous penchons en particulier ici sur des pages des sites internet institutionnels de différentes entreprises appartenant à différents secteurs d'activité (grande distribution, assurance, banque) et signataires de la Charte de la diversité : Casino, Axa, BNP Paribas. Nous avons analysé en synchronie (en 2016), leurs pages et leurs onglets « diversité » à partir d'analyses de discours et d'une focalisation sur les images qui accompagnent les textes en présence, l'ensemble formant les discours à partir desquels nous avons procédé à des analyses sémiotiques en vue de montrer en quoi par ces formes de « promotion de la diversité », les organisations se promeuvent comme non-discriminantes.

C/ Des signifiants racialisés pour figurer « la diversité »

L'observation des formes de condensations sémiotiques (Berthelot-Guiet, 2013) qui ont lieu dans les énonciations médiatisées de la « diversité » nous permet de dégager quelles sont les conceptions sociales à l'œuvre en arrière-plan. Comme l'explique Jean-Jacques Boutaud : « Le cœur de la signification, de la production du sens, n'est pas le signe, unité minimale, ni même le code, avec ses règles d'unité ou conventions, mais le discours. Terme à entendre dans toute son extension, non seulement comme discours verbal mais plus encore comme ensemble signifiant, à situer dans un vaste espace figuratif de messages, mais aussi d'objets, d'espaces, de situations. Toutes ces dimensions vont servir de point d'appel aux applications sémiotiques. » (Boutaud, 2011 : 19-20). Les sites institutionnels des organisations sont des médias informatisés (Souchier et al., 2003) qui forment autant d'espaces énonciatifs où peuvent s'observer des divergences et des similitudes dans le traitement de « la diversité ». En nous intéressant de près à ces iconographies ordinaires, nous observons qu'elles mobilisent de nombreuses figures féminines et également de personnes racisé.e.s (Fassin, 2006) de manière particulièrement saillante et sur un mode tout à fait euphorique, c'est-à-dire toujours souriantes et dans des postures corporelles valorisantes : écoutée au centre d'un groupe ou mise en scène de façon à montrer leur joie de vivre au travail (Fig. 2 ; Fig. 3 ; Fig. 4 ; Fig. 5). Tout en tenant compte de l'énonciation éditoriale (Souchier, 1998) de ces pages, nous analysons les multiples signes présents dans les documents numériques en nous focalisant sur les formes visuelles, en particulier les photographies de personnes humaines « heureuses au travail ».

II/ Des significations sociales éditorialisées en vue de « promouvoir »

A/ Des dispositifs numériques de communication organisationnelle pour soutenir un discours d'engagement

Dans le cas des discours de Casino, Axa et BNP Paribas, il apparaît nettement que de « la diversité » est le lieu d'énonciation positif, ou du moins fortement positif, des procédures dites de « lutte contre les discriminations » engagées par l'entreprise dans le cadre de sa RSE. En outre, cette rhétorique de « la diversité » est fréquemment associée à l'univers du recrutement et des ressources humaines, notamment à partir de discours sur les « bonnes pratiques » en matière de recrutement et sur de bien-être au travail, rejoignant ainsi parfois des problématiques dites de « qualité de vie au travail ».



Fig. 1 – Logo du Groupe Casino

Ces pages web qui mettent en scène discursivement et visuellement « la diversité » (à grand renfort de personnes racisées souriantes ou concentrées sur leur travail) en avant sont donc autant consacrées aux thématiques de l'emploi et du recrutement qu'à la promotion de démarche RSE. L'entreprise Casino apparaît comme l'une des plus engagée sur le sujet : comme le prouve notamment son logo (Fig. 1) affublé du slogan de la marque de distribution « Nourrir un monde de diversité ».

Cette valorisation de la notion se retrouve sur son site internet où, « la diversité » est tout d'abord mentionnée à l'onglet « Nos engagements », dans la rubrique « Démarche RSE » qui présente les différents pôles de cette démarche dont le premier est « Employeur engagé » avec come premier objectif mentionné : « promouvoir la diversité ». Nous le retrouvons décliné plus bas dans la rubrique « Employeur engagé » puis dans la sous-rubrique intitulée « La diversité, une richesse à valoriser⁵», qui se compose sur la même page de quatre parties ; avec respectivement « lutter contre les discriminations et les stéréotypes », « Favoriser l'intégration de travailleurs en situation de handicap », « Promouvoir l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes » et enfin « Favoriser l'intégration professionnelle des jeunes ». Ces multiples thématiques sociales distinctes mentionnées de façon plus ou moins groupée sur les sites institutionnels analysés se retrouvent décrites en termes de « promotion de la diversité » et « d'actions diversité et inclusion ». Dans ces intitulés de sous-rubrique, on trouve l'association classique entre discriminations et stéréotypes et on y décèle en arrière-plan les multiples critères à partir desquels des discriminations peuvent avoir lieu : handicap, sexe (égalité femmes-hommes), âge (jeunes). Cette énonciation transversale de « la diversité » semble tirer sa nécessité d'une visée de mise en visibilité « des différences » et d'un objectif de démonstration de la prise en considération de la question de « l'altérité ». Sur le site institutionnel d'Axa⁶, il est possible de lire sur l'image introduisant la rubrique : « AXA s'est engagé à promouvoir la Diversité et l'Inclusion (D&I) en créant un environnement de travail dans lequel tous les employés sont traités avec respect et dignité et où les différences individuelles sont valorisées. » La photographie choisie pour illustrer cette page montre deux hommes au bureau en situation de travail : le premier est un homme qui pourrait être considéré comme « métis très clair », il est habillé en chemise et veste de costard et assis à son poste de travail, un casque sur les oreilles au premier plan de l'image.

⁵ Voir la page : <https://www.groupe-casino.fr/fr/nos-engagements/la-diversite-une-richeesse-a-valoriser/>⁶ Casino, AXA, BNP, Société Générale

⁶ Site d'Axa : onglet « À propos d'Axa », rubrique « Entreprise responsable », sous-rubrique « Collaborateurs », sous-sous-rubrique « Diversité et inclusion ». url : <https://www.axa.com/fr/a-propos-d-axa/diversite-inclusion>

En arrière-plan, un homme asiatique portant un gilet gris et un T-shirt noir porter son regard sur le bureau d'à côté. On ne distingue pas les visages des autres personnages présents dans l'image (seulement des têtes qui dépassent des ordinateurs). L'énonciation éditoriale de cette page fait le choix d'une figuration éditoriale (Bruneel, 2012) où l'images présentant le corps de ces deux hommes au travail a été choisie du fait qu'ils soient racisés ; c'est-à-dire reconnaissables comme tels. De plus, nous notons dès la phrase d'introduction incrustée dans l'image (et reprise immédiatement sous au début du texte qui suit) que sont présentes les notions de « respect » et de « dignité » associées à celle de « différences individuelles ». Cette dernière nous apparaît confuse : si une personne est « différente » c'est par rapport à une autre et pas en-elle-même individuellement ou par rapport à elle-même. Cette manière d'accoler l'adjectif « individuelles » à « différences » est une manière d'insister sur la dimension précisément subjective et individuelle de la lutte antidiscriminatoire affichée et laisser ainsi dans l'ombre la structure collective ou les effets systémiques des dynamiques discriminatoires.



Les convictions et engagements d'AXA

AXA s'est engagé à promouvoir la Diversité et l'Inclusion (D&I) en créant un environnement de travail dans lequel tous les employés sont traités avec respect et dignité et où les différences individuelles sont valorisées. AXA s'est également engagé à promouvoir l'égalité des chances dans tous les aspects du monde du travail. Le Groupe est opposé à toute forme de discrimination injuste ou illégale et n'accepte aucune discrimination, qu'elle soit fondée sur l'âge, la nationalité, l'origine ethnique, le sexe, l'orientation sexuelle, la religion, le statut marital ou le handicap. Le Groupe s'est engagé à cultiver un environnement professionnel diversifié et accueillant où chaque collaborateur se sent pleinement investi et accepté dans le cadre de sa stratégie visant à devenir « la Société préférée ».

Diversité et inclusion sont étroitement associées aux valeurs et à la culture d'AXA, qui se fondent sur le respect des collaborateurs, des clients et des communautés qui nous entourent. La diversité de ses employés aide AXA à répondre efficacement aux besoins très variés des marchés et des clients, à l'échelle mondiale ou locale. Elle contribue également à améliorer la compétitivité du Groupe grâce à l'innovation. De plus, elle permet d'attirer les personnes les plus talentueuses dans toutes les catégories de la population et de stimuler l'engagement des collaborateurs.

Fig. 2 – Onglet « Diversité et inclusion », site institutionnel d'AXA

Le corollaire de cette affirmation a pour conséquence de rabattre les phénomènes de discriminations sur des problèmes de « dignité » ou de « respect » qui ne seraient pas accordés au niveau interindividuel. L'idée de « tolérance⁷ individuelle vis-à-vis des différences » n'est pas loin. Dans le titre de ce petit texte, est fait mention des « convictions et engagements » d'Axa contribuant ainsi à personnifier l'entreprise en la mettant en scène comme un individu responsable qui a des « convictions » donc « s'engage » (trois fois) et « s'oppose » (une fois). Dans la première partie du texte, le discours met en scène « Le Groupe » ou « Axa » comme sujet des verbes. Il y est fait mention des éléments « canoniquement » associés à « la diversité » ; on retrouve « l'égalité des chances », et une liste présentant certains critères de discrimination dans un certain ordre ; ici : l'âge, la nationalité, l'origine ethnique (nous notons qu'elle est ici en troisième position), le sexe, l'orientation sexuelle, la religion, le statut marital (peu fréquent) ou le handicap. La dernière phrase de cette première partie réitère le verbe « s'engager » pour l'associer, cette fois, au fait de « cultiver un environnement professionnel diversifié » où chacun se sent « pleinement investi et accepté » (Fig. 2). La collocation de ces deux adjectifs permet de tisser implicitement entre eux un lien causal, soit à dire en substance que grâce à la mise en place de cet environnement « la personne potentiellement discriminée s'investira davantage dans son travail parce qu'elle se sentira acceptée dans sa différence ». Est ajoutée que cela ferait partie d'une stratégie délibérée de l'entreprise pour « devenir la Société préférée » (notée avec un S majuscule et l'article définie devant). Cette « société préférée » que l'on imagine référer à l'idée « d'entreprise préférée » est présentée comme en soi car il n'est précisé ni de qui, ni selon quels critères, ni dans quel contexte elle viserait à devenir « la préférée ». D'ailleurs cela laisse penser qu'il existerait un concours ou une compétition, par exemple entre des entreprises d'un même secteur pour devenir « le lieu de travail préféré des français » ou encore « l'entreprise préférée des travailleurs et des travailleuses » en termes de qualité de vie au travail, en particulier en vue d'attirer des personnes talentueuses.

B/ Attirer des personnes talentueuses

En effet, la seconde partie du texte analysé ci-dessus constitue une justification a posteriori de l'engagement mentionné au-dessus avec des considérations énoncées au présent de vérité générale sur un ton proverbial incantatoire. Ce discours commence par affirmer que : « Diversité et inclusion sont étroitement associées aux valeurs et à la culture d'Axa, qui se fondent sur le respect des collaborateurs, des clients et des communautés qui nous entourent » présentant ainsi le fait que l'entreprise aurait des « valeurs » et une « culture » de façon vague et floue (sans précision autre que le fait que celles-ci seraient fondées sur « le respect ») et proposant ici l'existence d'un « nous » comme rassembleur et fédérateur. Il s'agit d'un discours de communication institutionnelle qui assène des affirmations de manière assertive et qui dit finalement que « la diversité » est déjà là et constitue en soi un atout à de multiples égards pour l'entreprise. Y sont décrits, en quelques sortes les qualités et les bienfaits de « la diversité » en ces termes : « La diversité de ses employés aide Axa à répondre efficacement aux besoins très variés des marchés et des clients, à l'échelle mondiale ou locale. Elle contribue également à améliorer la compétitivité du Groupe grâce à l'innovation. De plus, elle permet d'attirer les personnes les plus talentueuses dans toutes les catégories de la population et de stimuler⁸ l'engagement des collaborateurs. ». Ce texte propose une vision de « la diversité » comme déjà-là : elle n'est pas quelque chose à souhaiter ni à obtenir, elle est simplement à valoriser. Ce discours est là pour justifier que cette « diversité » – dont on ne sait pas bien si elle doit être prise comme représentant des gens ou comme un état de fait favorable en soi (certainement les deux ici) – mérite du soutien en précisant qu'elle « aide à répondre efficacement aux besoins », « contribue à améliorer », « permet d'attirer » et « stimule ».

⁷ Rappelons que l'idée de devoir se mettre dans une attitude de « tolérance » vis-à-vis de l'altérité est une forme masquée de condescendance.

⁸ C'est nous qui soulignons les verbes et la notion réitérée de « respect » ici.

Elle n'a donc que des vertus relatives à l'efficacité de la réponse aux besoins (sans que l'on sache lesquels), l'amélioration de la compétitivité grâce à l'innovation (sans que l'on sache dans quel domaine particulier), l'attraction des personnes talentueuses et la stimulation de l'engagement des salariés (soit une retraduction ici en termes de motivation des salariés). En bref, « la diversité » énoncée ici est une notion malléable correspondant, dans ce registre discursif néolibéral et managérial, à des choses qui sont bonnes pour la « performance économique » de l'entreprise sur « tous les plans » ; en prenant bien soin de ne pas préciser quels plans exactement. Néanmoins, la toute dernière phrase de ce texte concerne directement la problématique de l'emploi et du recrutement avec l'idée que « la diversité » de fait est bonne pour « l'attraction des personnes talentueuses », rebouclant ainsi avec l'idée d'une « promotion de la diversité » qui participerait au développement de la « marque employeur » de l'entreprise tant sur le volet RSE que RH (Fig. 3).



Fig. 3 – Onglet « Emploi & Carrières », rubrique « Notre vision du recrutement », site institutionnel de BNP Paribas

C/ Donner à voir le bonheur au travail

C'est une stratégie assez similaire qu'adopte le groupe bancaire BNP Paribas lorsqu'il exprime, sur sa page web dédiée à sa responsabilité sociale⁹, l'idée que celle-ci reposerait sur « trois principes » qui sont ainsi énoncés : « promotion de la diversité et de l'inclusion » ; « assurer une¹⁰ «good place to work» et gestion responsable de l'emploi » et « être une entreprise apprenante offrant une gestion dynamique des carrières » ; l'ensemble ayant pour but de « favoriser le développement et l'engagement de nos collaborateurs » (cette formulation est répétée en intertitre et en fin de paragraphe). Une première photographie est présente en bannière au niveau de cet onglet. Elle montre deux personnes vraisemblablement assises côté côté à une table : une femme aux traits reconnaissables comme asiatique portant un chemisier bleu et souriant de face à gauche de l'image et à droite un homme métis en costard beige clair et cravate bleue dont l'expression du visage montre qu'il semble être en train de parler de manière bienveillante. Ils sont tous les deux face à une troisième personne à laquelle ils semblent être en train de s'adresser mais dont le visage est de profil, flouté, coupé par la mise en page et situé tout à gauche du rectangle.

⁹ Site BNP Paribas : onglet « Découvrez le Groupe », rubrique « Responsabilité sociale et environnementale », sous-rubrique « Notre responsabilité sociale ». Source : <https://group.bnpparibas/decouvrez-le-groupe/responsabilite-socialeenvironnementale/responsabilite-sociale>⁸ C'est nous qui soulignons les verbes et la notion réitérée de « respect » ici.

¹⁰ Soulignons ici la formulation bancaire donnée par cet article indéfini, liée au mélange entre « une place » et « a place » (que l'on traduirait plutôt par un lieu en anglais)

L'interprétation que nous avons de ce morceau de scène est qu'il s'agit d'un entretien d'embauche passé par le candidat flouté (que l'on peut supposer être un jeune homme blanc) auprès des deux protagonistes racisés, à l'attitude enthousiaste, face à lui (Fig. 4).

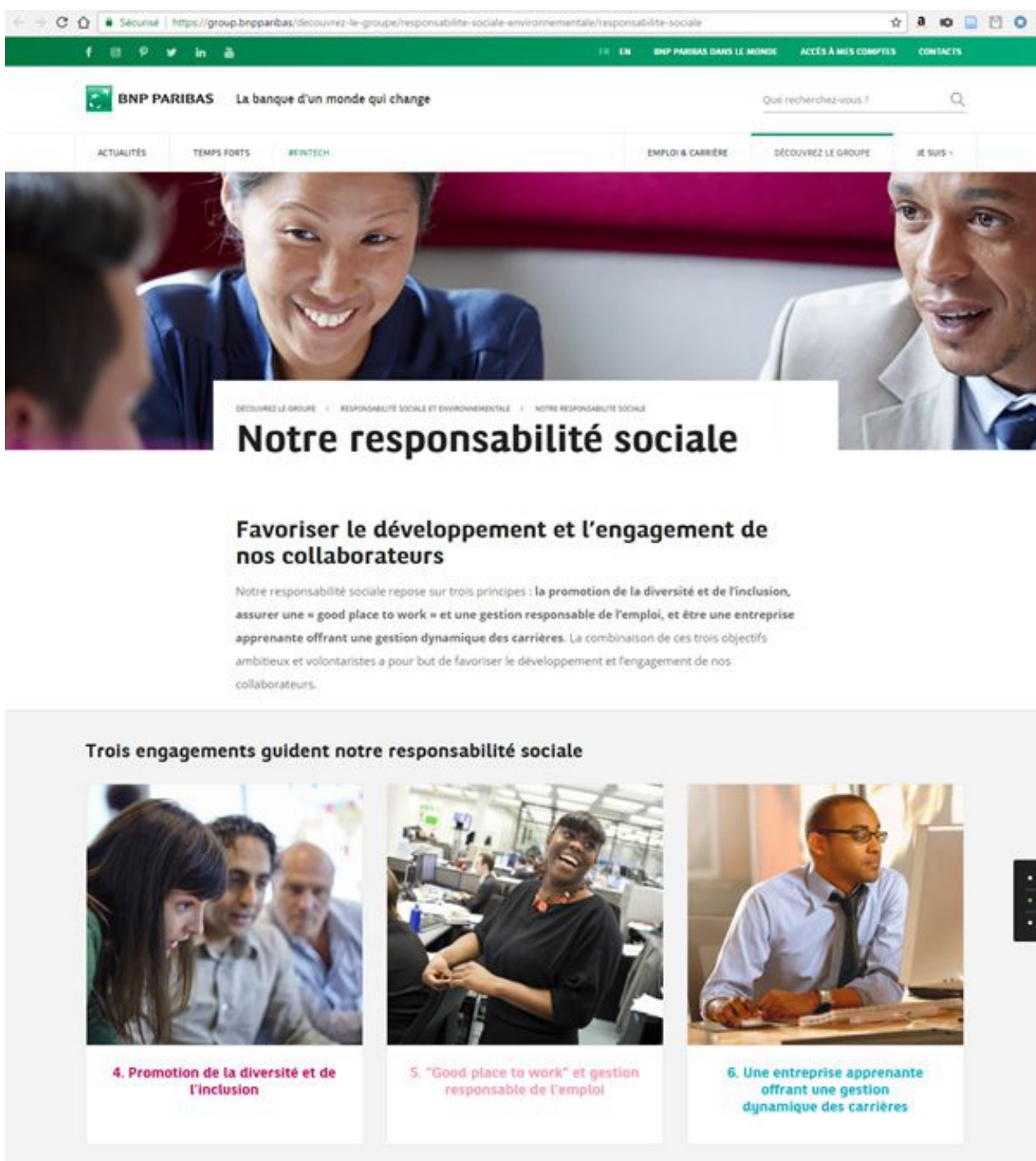


Fig. 4 – Onglet « Notre responsabilité sociale », site institutionnel de BNP Paribas

BNP Paribas propose également ici de montrer une « diversité » de fait qu'il n'y a plus qu'à la « manager » et à valoriser en la déclinant selon trois modalités différentes constituées en « guides ».

Les photographies sous formes de vignettes associées à chacun de ces trois principes montrent respectivement : un bout de visage d'une jeune femme brune avec à l'arrière-plan deux hommes plus âgés (un homme qu'il serait possible de qualifier de magrébin et tout en arrière-plan un homme blanc dégarni encore plus flou) ; une femme noire portant une robe noire et un collier rouge à la frange lisse avec ses cheveux tirés en arrière qui arbore un grand sourire face à l'objectif au milieu d'un open space dans lequel tous les autres personnages que l'on peut distinguer sont des hommes blancs en tenue de bureau ; en enfin un homme métis clair en chemise et cravate bleue, manches retroussées, seul dans son bureau face à son ordinateur portant une montre à une main et ayant l'autre main posée sur une souris. D'autres éléments provenant de nos d'analyses, nous permettent de dire que la gestion des carrières et les processus RH sont, chez BNP Paribas, fortement associés à la notion de « diversité » avec notamment une forte présence de la notion dans les discours présentés dans les onglets du site consacrés au recrutement. Certaines images (Fig. 3 ; Fig. 5) présentent des personnes racisées, (femmes comme hommes) de manière centrale au milieu d'un groupe de personnes blanches qui semblent les écouter avec attention, leur conférant un rôle très valorisant visant à produire une identification des concerné.es voire développer une certaine attractivité.



Fig. 5 – Rubrique « Notre vision du recrutement », milieu de la page, site institutionnel BNP Paribas

La diversité » ou la norme re-normée et standardisée

Nous remarquons que les sélections des figures représentées dans les visuels retiennent principalement des corps plutôt minces, jeunes, souriants ou dans une attitude neutre et affable, paraissant en bonne santé et valides, soit une sélection esthétiquement orientée, normée et standardisée, avec de temps en temps quelques personnes chenuées pour montrer des seniors. Dans l'ensemble, les corps tant féminins que masculins sont genrés et reconnaissables en raison du respect des normes de genre appliqué ici. Les autres attributs physiques, qu'ils soient vestimentaires, esthétiques ou relatifs à l'âge, sont fréquemment les mêmes et connotent la situation sociale de « travail au bureau ». Lorsqu'il s'agit de photographies, les personnes représentées sont vêtues de manière standard selon les codes vestimentaires « professionnels » : par exemple en costume-cravate masculin ou en tailleur féminin pour signifier le statut de cadre d'entreprise ou alors avec l'uniforme requis pour l'exercice d'un métier. Ces images élaborées pour illustrer « la diversité » permettent de lui faire connoter une « altérité incluse », tout en réitérant implicitement

une norme managériale cosmopolite et en niant toute forme d'oppression sociale ou économique. Ces alter ego racisés montrés comme intégrés dans un « Nous » collectif enchanté de l'entreprise posent le soubassement stratégique d'une communication visant à fortifier l'attrait de l'organisation désormais vue comme porteuse d'une « marque employeur » à promouvoir. La « promotion de la diversité » apparaît alors bien plus comme une promotion de l'organisation elle-même en train de s'énoncer comme « bienveillante », « tolérante », « altruiste », « éthique » voire « exemplaire » (Seurrat, 2009) et en train de « lutter contre les discriminations » (Fassin, 2002). Au carrefour de ces multiples enjeux énonciatifs, les formes de « promotion de la diversité » permettent de penser les métamorphoses de la communication organisationnelle. Ainsi, dans ces discours organisationnels qui se situent dans le domaine de la communication dite de « RSE » ou des Ressources Humaines (RH) la frontière entre l'institutionnel et promotionnel se brouillent, produisant alors une forme hybride : cette communication promotionnelle n'est pas marchande mais elle se dit au service de la « marque employeur » en vue de « l'attractivité des talents », recourant de fait à une terminologie issue du monde marchand à travers la notion de « marque ». Notre analyse sémio-politique des transformations des énonciations sociales de « la diversité » en tant qu'elles affectent les manières de considérer les enjeux renouvelés de la communication « institutionnelle promotionnelle » fournit un regard critique sur les formes émises en vue de la « promouvoir » cette « marque employeur ». Et nous insistons sur la dimension esthétique des significations visuelles en vue de pointer la teneur politique des questions en jeu dans ces images. En effet, si « la diversité » devait caractériser l'inclusion du « différent » et l'envers de la norme, elle ne vient, en fait, que célébrer un envers de la norme standardisé et recodifié, autrement dit un « hors-norme » acceptable, référant à une altérité parfaitement « tolérable », « digne d'être traitée avec respect » car « intégrée » à la norme (contrairement aux altérités suspectées de « ne pas vouloir s'intégrer »). Ainsi, la rhétorique de « la diversité » reconstitue la norme de la lutte antidiscriminatoire dépolitisée sans l'avoir véritablement questionnée en chemin. C'est ainsi qu'il apparaît que l'émergence et le succès de « la diversité » qui, traversant l'entreprise, sémiotise promotionnellement ses modes d'incarnation, se retrouve en bout de course à repolitiser. C'est ainsi que les imaginaires de « la diversité », chemin faisant, se chargent et se déchargent de valeurs culturelles et de normativité sociale.

Bibliographie

- Beauchemin C., Hamel Ch. & Simon P. (dir.) (2015). Trajectoires et origines. Enquête sur la diversité des populations en France. Paris, INED.
- Benn Michaels W. (2009). La diversité contre l'égalité. Paris, Raisons d'agir.
- Berthelot-Guiet K. (2013). Paroles de pub : la vie triviale de la publicité. Paris, Editions Non standard.
- Berthelot-Guiet K. & Boutaud J-J. (2015). Sémiotique mode d'emploi. Latresne, Le Bord de l'eau.
- Boidy M. (2017). Les études visuelles. Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, Saint-Denis.
- Boutaud J-J. (2011). L'outil et l'ethos. Quand sémiotique, communication et organisation progressent dans l'application. *Communication et organisation*, n°39, p. 17-35.
- Bruneel E. & Seurrat A. (2018). Figurer "la diversité" ? Esthétisation, euphorisation, essentialisation. *Semen*, n°45, p. 167-182.
- Bruneel E. (2012). La fabrique de la "diversité" dans les discours de l'entreprise : entre thématique sociopolitique et schème représentationnel, étude d'une dynamique symbolique. Mémoire de Master Recherche en SIC, CELSA Paris-Sorbonne.
- De La Broise P. & Lamarche T. (dir.) (2006). Responsabilité sociale : vers une nouvelle communication des entreprises ? Villeneuve d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion.
- De La Broise P. & Huët R. (2010). La responsabilité sociale des entreprises en quête d'auteurs. *Communication & Organisation*, n° 37, p. 65-77.
- Doytcheva M. (2011). Intermédiaires et « opérateurs de la diversité » dans « les politiques des entreprises. *Sociologies pratiques*, n° 23, p. 57-68.
- Doytcheva M. (2009). Réinterprétations et usages sélectifs de la diversité dans les politiques des entreprises. *Raisons politiques*, n° 35, p. 107-123.
- Fassin D. (2002). L'invention française de la discrimination. *Revue française de science politique*, n°52, p. 403-423.
- Fassin D. et Fassin É. (dir.) (2006). De la question sociale à la question raciale : représenter la société française. Paris, La Découverte.
- Jeanneret Y. (2008). Penser la trivialité. La vie triviale des êtres culturels. Paris, Hermès-Lavoisier.
- Jeanneret Y. (2014). Critique de la trivialité : les médiations de la communication, enjeu de pouvoir. Paris, Editions Non standard.
- Krieg-Planque A. (2009). La notion de « formule » en analyse de discours. Cadre théorique et méthodologique. Besançon, Presses universitaires de Franche-Comté.
- Hall S. (2013). Identités et cultures. Politiques des cultural studies. Paris, Editions Amsterdam, Paris, [édition établie par Cervulle M.].
- Huët R. (2012). La fabrique de l'éthique : les nouvelles promesses des entreprises. Paris, CNRS éditions.
- Huët R., Heller T. & Vidaillet B. (2013). Communication et organisation : perspectives critiques. Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion.
- Sénac R. (2012). L'invention de la diversité. Paris, Presses universitaires de Sciences Po.
- Seurrat A. (2009). Les médias en kits pour promouvoir « la diversité ». Etude de programmes européens de formations aux médias destinés à « lutter contre les discriminations » et « promouvoir la diversité ». Thèse de doctorat, CELSA-Paris IV Sorbonne.
- Souchier E., Jeanneret Y., Le Marec J. (dir.) (2003). Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratiques des médias informatisés. Paris, Editions de Bibliothèque publique d'information-Centre Pompidou.

Souchier E. (1998). L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale. *Les cahiers de médiologie*, n° 6, p. 137-145.

Public Diplomacy and country images in times of digitization and globalization.

Jérôme Chariatte

Abstract :

Strategic communication in Public Diplomacy (PD) requires a precise and complete understanding of what makes up a country image, and how to measure PD efforts. The PhD project will analyze the impact of mass/ social media, cultural differences and actors on the macro-, meso-, and microlevel on PD and Country images. This first study explores how proximity and stereotypes affect country images. Using social psychological assumptions on stereotypes and news values theory, it is hypothesized that country images are mainly formed by stereotypes and that close countries would display more diverse images. Based on a 5-dimensional country image model, an analysis of survey answers and google searches about Switzerland in 17 countries was made. The results show that people mostly rely on stereotypes when thinking about a country and that closer countries have a more diverse country image than distant countries.

Keywords: Public Diplomacy, Country Image, Stereotypes, Google Searches, News Value Theory

Ces travaux ont été présentés lors des Doctorales 2019 de la SFSIC à Mulhouse. Néanmoins, l'auteur.e a choisi de ne pas transmettre le texte final ou celui-ci n'a pas été transmis dans les délais indiqués pour publication au sein de ces actes.

La place de l'image dans la communication préventive. Le cas des graphiques d'illustration dans les brochures prohibitionnistes américaines au début du 20ème siècle (1910-1919)
Images in public health campaigns. The case of illustration charts in American prohibitionist leaflets in the early 20th century (1910-1917)

Aude Chauviat

doctorante en SIC

GRESEC, Université Grenoble-Alpes

aude.chauviat@univ-grenoble-alpes.fr

Mots-clés : images, campagnes de santé publique, alcool, Etats-Unis

Keywords: images, public health campaigns, alcohol, United States

Résumé : Cet article s'intéresse à la place historique de l'image dans les campagnes de prévention sanitaire et plus spécifiquement dans les campagnes prohibitionnistes de lutte anti-alcool du début du 20ème siècle américain. En se détachant de l'association courante entre image et prévention dans nos campagnes de communication modernes, cet article pose la question du rôle fonctionnel de l'image informative dans les supports de communication analysés et permet d'interroger au prisme des images le passage d'une approche moralisante de la prévention sanitaire à une approche scientifique.

Abstract: This article questions the place of images in public health campaigns and more specifically in early 20th-century prohibitionist anti-liquor campaigns. Setting aside the conventional use of images in modern public health campaigns, this article studies the functional role of informative images in our communication materials and uses images as a lens through which we can start to comprehend the shift from a moral to a scientific approach of health prevention.

La place de l'image dans la communication préventive

Le cas des graphiques d'illustration dans les brochures prohibitionnistes américaines au début du 20ème siècle (1913-1917)

Cette communication cherche à interroger la place historique de l'image dans les supports de communication publiés dans le cadre des campagnes de prévention sanitaire prohibitionnistes¹ et à déconstruire le lien ancien entre image et prévention pour le penser comme une association encore nouvelle et porteuse de potentialités argumentatives et explicatives. En nous intéressant principalement aux représentations graphiques d'accompagnement des brochures de prévention anti-alcool publiées dans le cadre des campagnes prohibitionnistes, nous chercherons à restituer, au prisme des images, l'évolution du paradigme préventif à l'œuvre dans notre corpus. Nous observons ainsi le passage du mode moralisant (Odin, 2011 : 54), axé sur la condamnation morale et religieuse, au mode documentaristant, axé sur l'information et l'éducation à la santé (Raude, 2013 : 49).

Le tournant du 20ème siècle se distingue par de grandes avancées dans le domaine de l'image, fixe ou animée et l'on assiste à une augmentation progressive de la présence d'images dans nos quotidiens, qui en sont aujourd'hui saturés (Fillaut, 2011 : 14). Parallèlement, la statistique prend ses lettres de noblesse et devient un élément de preuve incontournable, jusqu'à devenir un véritable instrument de gouvernement (Desrosières, 2014). Cette conjoncture favorable entre accessibilité de l'image et complexité de la statistique, explique en partie le succès des graphiques ou représentations statistiques, sortes d'hybride entre images et données, qui se retrouvent abondamment dans notre corpus de brochures de prévention anti-alcool. Le domaine de la santé privilégie particulièrement l'image qui devient vite un allié de choix pour l'éducation et la prévention sanitaire, en plein essor au début du 19ème. L'approche adoptée pour mener à bien cette analyse emprunte généreusement au modèle sémio-pragmatique de Roger Odin (Odin, 2011) et consiste à mettre en évidence le changement de paradigme communicationnel à l'œuvre dans notre corpus de brochures. Nous allons ainsi chercher à montrer que c'est par le biais de l'image, ici l'image scientifique ou de manière simplifiée, le graphique, que s'opère la transition, pérenne, entre mode moralisant et mode documentaristant (Odin, 2011 : 54) dans la conception des messages préventifs en santé publique. C'est ce passage des « valeurs » aux « informations » qui vient conditionner une nouvelle approche de la communication préventive et dont la modernité affichée semble masquer certaines limites.

Notre première hypothèse de recherche est fortement influencée par les usages modernes de l'image en communication publique et postule que les visuels sont utilisés dans notre corpus pour leur fonction de captation et d'illustration. Notre première partie aborde donc de manière très littérale la place de l'image dans nos supports de communication. Notre seconde hypothèse de recherche s'intéresse non plus à la place mais au rôle fonctionnel des images dans notre corpus, à leur relation au texte et à leur statut, singulier, de preuve. Cela nous permet de souligner le passage à une approche sanitaire de la lutte anti-alcool et de mettre en évidence les caractéristiques du mode documentaristant en tant que type d'expérience du réel.

Notre troisième partie vient répondre à notre dernière hypothèse qui postule que le passage au mode documentaristant est à aborder avec prudence au sens où il semble venir déguiser une approche morale persistante. Nous montrerons ainsi que les visuels dans notre corpus servent certes une forme de transmission d'information mais viennent surtout anoblir ou entériner un mode moralisant devenu moins efficace en tant que message préventif. Avant de traiter les résultats de notre étude, nous allons proposer une courte présentation du terrain et de la méthodologie adoptée. Nous traiterons ensuite dans l'ordre évoqué ci-dessus, les différents résultats de notre analyse.

¹ La Prohibition Nationale est entrée en vigueur en 1919 par amendement à la constitution (Volstead Act). Elle interdit la production, la distribution et la vente d'alcool (pas la consommation).

I – Terrain et méthodologie

Le corpus que nous avons analysé se compose de 51 brochures publiées dont 45 publiées en 1913 et 6 en 1917. Diffusées dans le cadre de la campagne nationale pour la Prohibition portée par la Ligue Anti-Saloon (Anti-Saloon League), les brochures de notre corpus ont cependant été créées par la Fédération scientifique pour la Tempérance (Scientific Temperance Federation), une branche de la WCTU (Union des femmes chrétiennes pour la Tempérance), spécialisée dans l'approche sanitaire du problème de l'alcool. Une fois imprimées, les brochures bénéficiaient ensuite d'une diffusion nationale via les antennes locales des associations prohibitionnistes, des écoles, des églises et au gré des commandes des militants et des sympathisants.

Le choix d'un tel sous-corpus, sélectionné parmi différentes séries de supports de communication aux approches variées, a été motivé par la place centrale des graphiques d'illustration dans nos brochures et les implications d'une telle stratégie de communication de l'information scientifique dans le contexte d'une campagne de communication sanitaire destinée au grand public.

L'emprunt au modèle sémio-pragmatique de Roger Odin (Odin ; 2011) s'est imposé ici afin de mettre en évidence le changement de mode d'expérience du réel auquel nous sommes confrontés et ses conséquences sur la stratégie préventive prohibitionniste. Sans dissocier nos éléments visuels du/des système(s) sémiotique(s) dans lequel ils s'inscrivent (la brochure – l'éducation à la Tempérance Scientifique – la campagne prohibitionniste), nous avons soumis notre corpus à une grille d'analyse de contenu permettant de rendre compte des contraintes de production de sens qui régissent notre corpus en tant qu'espace de communication publique à vocation sanitaire.

II – Résultats

A/ La place de l'image : caractérisation, spatialisation, symbolique

Cette première partie a pour ambition de s'affranchir des considérations modernes sur la place de l'image dans les campagnes de communication publique et d'en faire table-rase afin de dresser un aperçu des contraintes qui régissent notre corpus en tant qu'espace de communication en posant la question de la place, littérale, des visuels dans notre corpus.

1) Caractérisation des images dans notre corpus

Si c'est bel et bien la place de l'image qui nous intéresse ici, il convient dans un premier temps de préciser la manière dont on définit l'image dans cette analyse. Ainsi, le terme d'image est souvent utilisé pour désigner une information visuelle ou image informative, par opposition aux informations textuelles dans nos supports de communication. Si l'on insiste d'ores et déjà sur la teneur informative des images ou des visuels que nous étudions, rejetant ainsi l'hypothèse d'une simple fonction de captation ou d'illustration, c'est parce que notre corpus de supports témoigne d'une préférence pour un type d'image en particulier, le graphique.

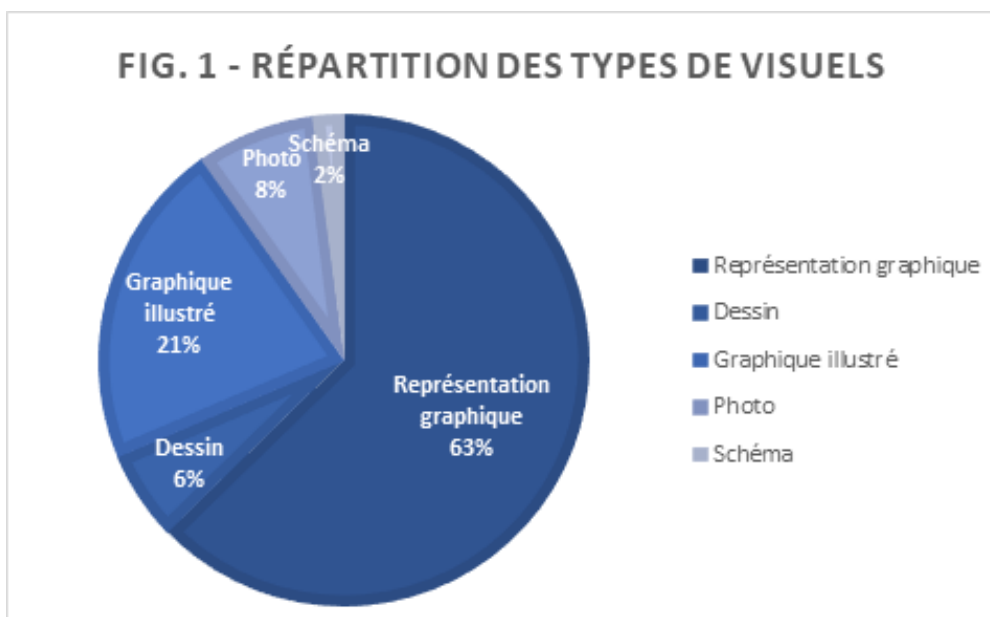


Figure 1 – Répartition des types de visuels

Le graphique ci-dessus indique le pourcentage d'items pour chaque type d'élément visuel recensé dans notre corpus. Ainsi sur un total de 51 brochures, plus de 60% des brochures étudiées comportent une représentation graphique (graphique à barres, graphique en aires, graphique en secteur, graphique combiné) et plus de 20% font figurer ce que nous appellerons ici un « graphique illustré », sorte d'hybride entre représentation graphique conventionnelle et illustration. On constate dès lors que d'une part que la totalité de nos brochures font toutes figurer une image informative et que c'est à travers cette image, ce graphique, que s'opère la mise en place du mode documentaristant.

A partir de ces clarifications initiales autour de la catégorie de communauté virtuelle, nous nous demandons à présent comment qualifier le type de rapport social dit « communautaire » dans les organisations sur les réseaux sociaux numériques. Quels sont les rapports entretenus entre le groupe physique organisé et l'activité communautaire en ligne suite au déploiement du RSE : s'agit-il de la construction de nouvelles appartenances ou bien du seul prolongement voire de la formalisation de regroupements déjà existants dans l'organisation ?

2) Standardisation de la feuille de style

On constate au moyen de notre analyse de contenu, que la place des images informatives dans nos supports de communication est très codifiée voire immuable. L'image ou plutôt le visuel se trouve ainsi généralement surdimensionné, au centre du support, sous le titre lui-même épais et en gros caractères, et complété par une légende, un message d'information et un slogan, ainsi que les références bibliographiques du graphique et les données éditoriales.

Ce modèle, que l'on retrouve dans la totalité des brochures ou presque, est intéressant à remarquer dans le sens où la feuille de style vient faciliter l'assimilation du contenu des supports, voire l'automatiser. Sans trop approfondir ces considérations sur lesquelles nous reviendrons ultérieurement, nous pouvons ici citer utilement les travaux d'Andrea Semprini en socio-sémiotique, qui s'intéresse à la police d'écriture Helvetica en tant que vecteur de modernité.

Il explique ainsi que la police d'écriture, et pour notre propos la feuille de style en général, prennent tout leur sens dès lors qu'on pointe du doigt leur capacité à être remarquées sans être vues (Semprini, 2011 : 75). Dès lors, la standardisation des supports, visible dans notre corpus, favorise deux choses. Une forme de reconnaissance et d'habitude, tout d'abord, qui permet une mise en valeur des contenus par une diminution du travail cognitif demandé, ce qui favorise le phénomène de fausse scientificité que nous analyserons ultérieurement. Ensuite, à l'instar de la police Helvetica, cette standardisation véhicule une forme de modernité et donc d'attractivité des supports. En effet, en tant que pratique sémiotique, les visuels de notre corpus et le système de signes dans lequel ils s'inscrivent témoignent du passage à une nouvelle ère industrielle (Semprini ; 2011 :87), et cette forme de « modernité » est également visible dans les contenus puisque la performance, intimement liée à la révolution industrielle en cours, est le second sujet le plus abordé dans notre corpus.

B/ Le rôle fonctionnel de l'image

Dans cette seconde partie, nous allons approfondir notre analyse du mode documentaristant en commentant la dimension scientifique des brochures et le rôle joué par les images dans ce mode de production de sens en particulier. Si l'on a pu dans la première partie constater l'omniprésence de représentations graphiques conventionnelles, une analyse de la relation texte-image nous permet de révéler le fonctionnement des visuels de notre corpus comme preuves, notion que nous allons justement approfondir dans cette partie.

1) La relation texte-image

Le mode documentaristant dans notre corpus semble reposer sur des constructions figées dans lesquelles la relation texte-image relève, pour emprunter à la terminologie barthésienne, de la fonction de relais (Joly ; 2015 : 2.1). Cette fonction présuppose une complémentarité texte-image où le texte vient combler les vides laissés par l'image. Cette complémentarité est flagrante dans notre corpus au sens où texte et image remplissent des fonctions distinctes mais indissociables. Les titres des brochures ont valeur d'affirmation générale sur les conséquences physiologiques et sociales de la consommation d'alcool² (affirmation, idée reçue, préjugé). Les images ou graphiques sont, quant à eux, le plus souvent des représentations statistiques issues de la littérature scientifique internationale, des registres d'assurances ou encore les résultats d'expériences faites sur les effets de l'alcool sur le corpus. On constate ainsi que là où les titres des brochures peuvent être qualifiés de « généraux », les graphiques du corpus représentent des réalités « particulières » et c'est de la combinaison de ces deux échelles de pertinence que notre corpus s'érige en espace de communication sanitaire et préventive puisqu'elle vient faire du particulier une généralité.

Pour comprendre ce phénomène, on peut donner l'exemple de la brochure numéro 1 intitulée « L'alcoolisation des parents diminue la vitalité des enfants »³. Dans cette brochure, le graphique à barres figurant au centre du support restitue une expérience menée entre 1900 et 1904 pour évaluer le pourcentage d'enfants « faibles » et d'enfants morts dans 50 familles abstinentes et dans 59 familles consommant de l'alcool dans un village finlandais.

S'il conviendrait bien sûr de pointer du doigt l'échantillonnage limité et le manque d'informations données sur les conditions de l'expérience, les participants ou encore la collecte des données et le manque de prise en compte des facteurs de biais, qui nous mèneraient à produire des considérations anachroniques, on peut néanmoins remarquer que la particularité de l'expérience, semble ici être effacée par la généralité du titre. Par ailleurs, la sur-dimension des résultats par rapports aux limites de l'expérience invite une 2ème fois à généraliser le propos. Nous appellerons cela un « effet d'amplification ».

² B2: *Le taux de mortalité infantile est plus élevé dans les familles qui boivent ; B34 : Plus de consommateurs d'alcool sont morts jeunes ;*

³ B1 : *Parents' drinking weakens children's vitality*

On constate par ailleurs que sur 51 brochures, plus de la moitié des titres font figurer une structure comparative (ou superlative) au sens large. La forte présence de cette approche comparative chiffrée des problématiques liées à l'alcool dans notre corpus est en parfaite cohérence avec l'omniprésence de graphiques dans notre

N°	Titre original	Traduction
2	Child death rate higher in drinkers' families	Taux de mortalité infantile plus élevé dans les familles qui boivent
27	Three accidents on Monday to two on other days	Trois accidents lundi comparé à deux les autres jours
48	Insurance records show that drink shortens life	Les registres d'assurances montrent que l'alcool raccourcit la durée de vie

Table 1 – Structures comparatives et assimilées

Le graphique ci-dessous, élaboré à l'aide de notre grille d'analyse de contenu, nous permet de constater que ce type de combinaison texte-image est majoritaire dans le corpus et contribue à la création d'un espace de communication préventive.

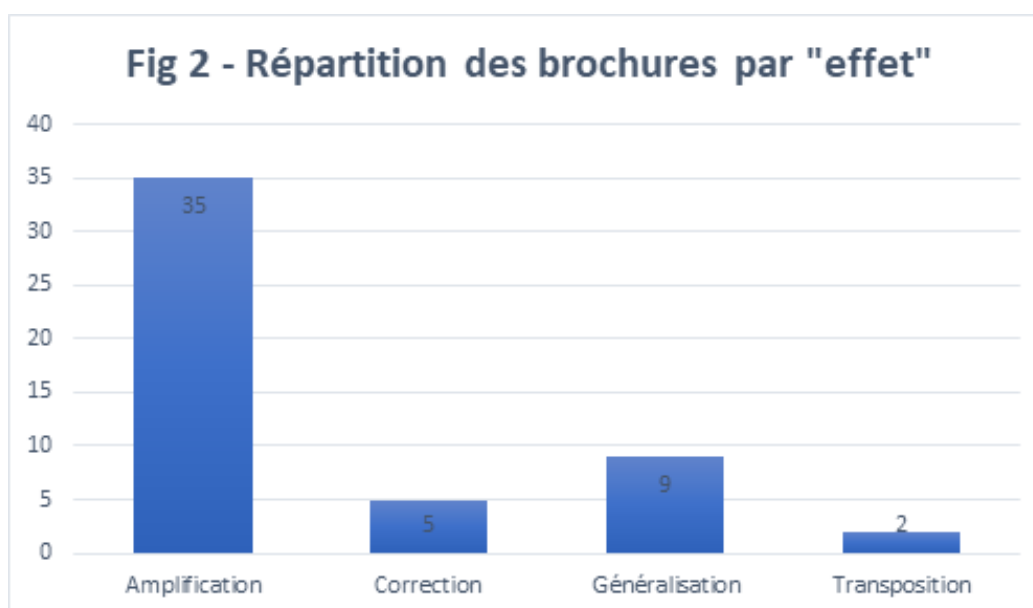


Figure 2 – Répartition des brochures par « effet »

L'effet de « généralisation » est assez semblable à l'effet d'amplification mais, plutôt que d'insister sur le nombre, il laissera au lecteur le soin de déterminer que ce qui s'applique à l'autre s'applique également à lui individuellement. L'effet d'amplification, au contraire, tendrait à dire que ce qui s'applique à l'un s'applique à tous en tant que groupe.

L'effet de transposition est en fait peu présent et concerne surtout les expériences faites sur les animaux et que le public est invité à transposer à l'espèce humaine. Pour terminer, l'effet de « correction », le deuxième plus fréquent dans notre corpus, est plus généralement obtenu au biais d'un graphique restituant les résultats d'une expérience que grâce à de simples données statistiques. Il consiste, par le test, à montrer qu'une idée reçue, généralement formulée dans le titre, ne résiste pas à l'approche scientifique et expérimentale.

Goody, dans son ouvrage intitulé *la raison graphique*, (Goody, 1986 : 111) s'intéresse au rapport entre écriture et communication, et notamment aux formes particulières, telles que la liste ou le tableau. Il dit ainsi « [...] puisque le tableau est essentiellement un procédé graphique [...], il est possible que, par son caractère bidimensionnel et figé, il simplifie la réalité du discours oral, au point de la rendre quasiment méconnaissable, et que donc il en réduise notre compréhension au lieu de l'augmenter. » Ces considérations sont éclairantes pour nos graphiques car ils proposent une simplification scientifique et sociologique de la réalité susceptible de correspondre presque parfaitement aux arguments contenus dans le message préventif. C'est cette perspective qui nous pousse à nous intéresser à la notion de preuve.

2) La preuve en images

Jérémy Bentham dans son *Traité des preuves judiciaires* (Bentham in Lavoie, 2011 : 25) théorise la preuve comme un « fait supposé vrai, que l'on considère comme devant servir de motif de crédibilité à l'existence ou la non-existence d'un autre fait. » Comme nous l'avons rapidement soulevé en analysant la relation texte-image dans notre corpus, la plupart de nos graphiques viennent « corroborer » puis « amplifier » ou « généraliser » la véracité des titres des supports, en ceci, on peut les qualifier de « faits probatoires ». Les visuels dans notre corpus sont donc une forme de réponse chiffrée au doute avec lequel on pourrait recevoir les affirmations avancées dans les brochures. Cette prégnance de l'information mathématique ou plus largement de l'information scientifique et la toute-puissance de la représentation graphique en tant que preuve, vient signaler une approche toute particulière de la relation qui unit émetteur et récepteur. Les visuels dans notre corpus viennent ainsi se poser en preuves scientifiques sinon expertales, des affirmations qui servent de titres à nos brochures.

Pour illustrer la signification d'une telle prise en considération du visuel comme preuve, nous pouvons citer le travail de Frédéric Chauvaud (Lavoie, 2011 : 3) qui explique que le 19ème voit l'avènement de la preuve scientifique ou expertale au détriment de la preuve orale – le témoignage – qui se trouve alors complètement décrédibilisé. Ces mutations impliquent un bouleversement total de la considération des images scientifiques, alors en plein essor : « Le « régime de vérité » auquel sont subordonnées les images à vocation informative suppose que la vérité des représentations est désormais soustraite à la visibilité, qu'elle est tapie au sein d'algorithmes que seuls les experts, ces nouveaux herméneutes de l'image, sont à même d'interpréter. » (Lavoie ; 2011 : 11)

Ainsi, le statut de preuve expertale, qu'acquièrent les représentations graphiques dans notre corpus vient mettre un terme à toute envie ou possibilité de contestation de l'argumentaire et fait de cet espace de communication un espace d'imposition d'une certaine expérience du réel. C'est cet aspect que nous allons aborder pour terminer en tentant de montrer que le choix du mode documentarisant masque en fait un mode moralisant et que le vernis scientifique apposé au sujet rend impossible à contester, voire même à déceler.

C/ Une double expérience du réel au prisme des images

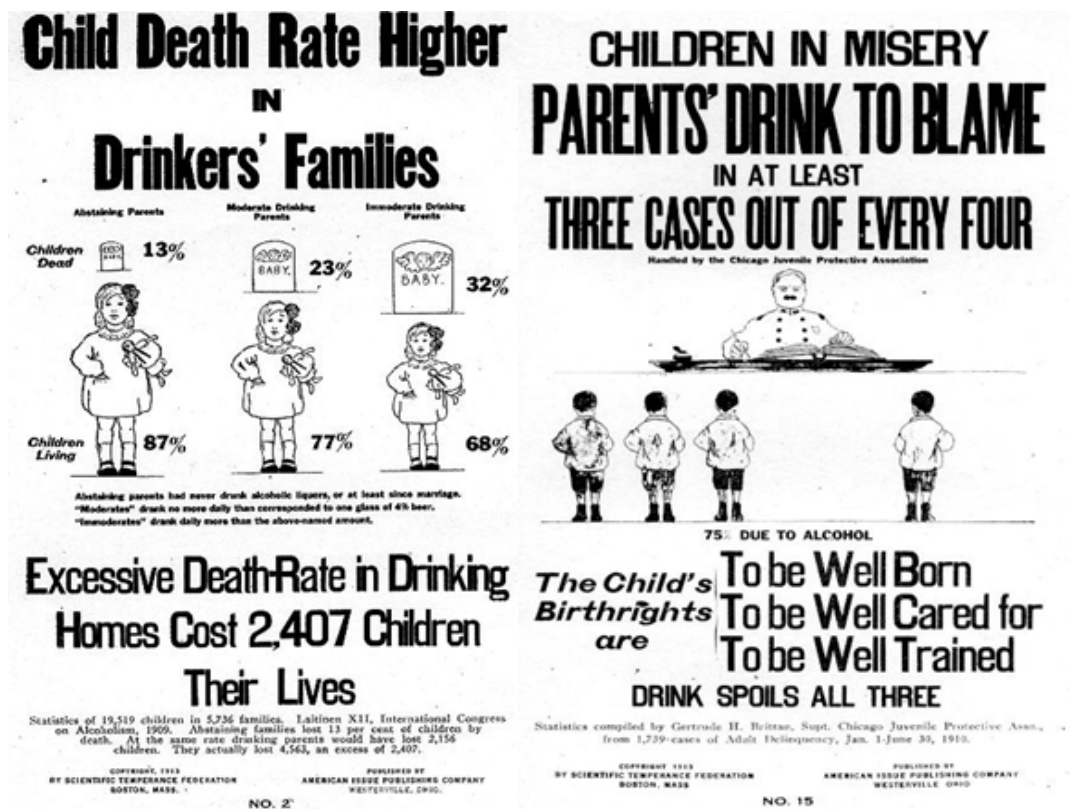
Nous avons démontré jusqu'ici l'inscription de notre corpus dans une approche du réel fortement axée sur l'information, et plus particulièrement l'information scientifique. Or ce que nous allons maintenant mettre en avant, ce sont les limites, volontaires, de la scientificité de l'approche communicationnelle choisie dans nos supports de prévention. L'idée que nous voulons défendre ici est celle d'un masquage de l'argumentaire moral par le choix du mode documentaristant.

2) La thématique de l'hérédité

La thématique de l'hérédité, qui est la plus fréquente dans notre corpus, offre un exemple particulièrement éclairant du passage du mode moralisant au mode documentaristant, et surtout de ses limites, c'est ce que nous allons traiter ici. Nous classons dans cette thématique toutes les brochures abordant l'idée que la consommation d'alcool par les parents ou les grands-parents, a des conséquences sur la santé, le développement ou le bien-être de l'enfant. Le combat pour la Tempérance a débuté comme un combat pour la défense de la cellule familiale, et particulièrement des enfants. Ce que cette thématique donne à voir, c'est le passage de l'héritage, au sens d'une transmission matérielle, et symbolique entre générations, à l'hérédité, au sens d'une transmission physiologique et sociologique entre générations. Ainsi, plutôt que d'insister sur les conséquences morales de la consommation d'alcool sur le foyer et plus particulièrement sur la vie des enfants, notre corpus met en avant les conséquences sur leur santé et leur réussite, mais sans totalement rompre avec le stigmate moral qui persiste.

3) Le graphique illustré

Si ce phénomène présente un intérêt tout particulier pour notre analyse c'est parce qu'il a une manière très particulière de se traduire dans le système sémiotique de notre corpus. Nous allons donc pour conclure cette étude des images dans les supports de communication préventive s'intéresser non plus aux graphiques, mais à un type de visuel assimilé qui nous avons intitulé, pour les besoins de cette analyse « graphique illustré ». Nous en proposons 2 exemples ci-dessous :



Les « graphiques illustrés » représentent 21% des visuels du corpus, c'est donc le second type d'images le plus fréquent dans notre corpus après les graphiques conventionnels abordés plus tôt. Or ce type d'image présente un vif intérêt pour notre sujet puisqu'ils cristallisent au sein d'un même visuel les deux modes d'expérience du réel évoqués par Odin, la morale et l'information. Ainsi, si ces deux visuels respectent les codes de la représentation graphique et statistique, ils empruntent ici à un domaine qui ne relève en rien de la science ; celui du dessin d'illustration. Une rapide analyse iconique nous montre que le choix de la représentation d'enfants, fille ou garçon, avec des attributs caractéristiques comme la culotte courte, la chemise de nuit ou encore la poupée, viennent conférer au support une dimension pathétique que les autres types de visuels de la série ne possèdent pas. L'ajout d'une sépulture d'enfant sur la brochure n°2 vient participer au pathos et renforcer la force évocatoire de l'image. Ce qui n'est alors que statistique, ou proportion devient visualisable et l'innocence et la fragilité de l'enfant, qui sont ici mis en avant, viennent rappeler la tradition préventive passée, axée sur le pathos et la morale. Cependant, on constate que ces dessins, a priori éloignés de l'image informative ou scientifique, respectent les codes de cette dernière en jouant ici sur les proportions ou sur les chiffres, de telle sorte que les images au style enfantin en viennent à avoir une valeur de preuve très similaire à celle des graphiques conventionnels.

La dimension pathétique et moralisante des illustrations est donc masquée de deux manières : par l'emprunt à un système sémiologique relevant de la science et du mode documentaristant d'une part, et d'autre part à l'insertion de ces visuels dans un cadre identique à celui des graphiques qui favorise une assimilation rapide, et donc parfois erronée, de la relation entre affirmations et preuves.

Conclusion

L'historien américain Jonathan Zimmerman (Zimmerman, 1999 : 7) dira au sujet de l'instruction à la tempérance scientifique du début du 20ème siècle américain que c'est « un vin profondément conservateur dans une bouteille résolument moderne » (« a deeply conservative wine in a distinctly modern bottle »). Cette idée illustre bien la persistance du mode moralisant au sein de notre corpus alors que le système sémiologique en vigueur dans cet espace de communication multiplie les indicateurs de modernité, dont le mode documentaristant et plus particulièrement le choix d'un argumentaire scientifique axé sur la représentation graphique sont également des indicateurs. Plus qu'un changement de paradigme préventif, il nous donne à voir la saisie des enjeux communicationnels de l'époque par les prohibitionnistes et la mise en place de stratégies préventives novatrices au service d'une idéologie politique très moralisante et conservatrice.

Corpus

Brochures issues des archives du Musée de la Ligue Anti-Saloon, Westerville, OH – Etats-Unis

Bibliographie :

Desrosières, A. (2014). Prouver et gouverner. Paris, La Découverte.

Douguet F., Fillaut T. & Schweyer F.-X. (2011) Image et santé. Matériaux, outils, usages. Presses de l'EHESP

Goody, J. (1986). La raison graphique. Paris, Éditions de Minuit.

Lavoie, V. (2017). La preuve par l'image. Québec : Presses de l'Université du Québec

Odin, R. (2011). Les espaces de communication. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Raude, J. (2013). Les stratégies et les discours de prévention en santé publique : paradigmes et évolutions. Communication langages N° 176 (2): 49-64.

Semprini, A. (2016). Communiquer par l'image: trois essais de culture visuelle. Limoges : PULIM

Zimmerman J. (1999). Distilling Democracy: Alcohol Education in America's Public Schools, 1880-1925. Lawrence: University Press of Kansas.

Rationaliser à l'épreuve du chaos. Le cas des forces de l'ordre en contexte d'émeutes

Chaos and rationalization. The case of the police in the context of riots

Elise Creully

doctorante SIC

Prefics (EA 7469), Université Rennes 2

elise.crly@gmail.com

Mots clés : Cacophonie, force de l'ordre, rationalisations

Keywords: Cacophony, police, rationalization

Résumé : Il s'agit dans notre étude d'examiner la tension entre l'agir normé des collectifs des forces de l'ordre et leur confrontation à l'imprévu, appelant une reconfiguration de leurs modalités d'agir. Nous mettrons l'accent sur les processus de rationalisation s'appliquant au maintien de l'ordre en interrogeant l'écart et les ajustements entre les « normes globales » qui cadrent l'agir, et leurs « modalités de mises en actes locales » (Mayère 2014). Nous présenterons enfin les défis méthodologiques qui se posent à nous pour réaliser notre enquête ethnographique.

Abstract : This paper focuses on the (re) organization processes deployed by the police in riots. Our study aims to examine the tension between the normed action of the police and its confrontation with the unexpected, calling for a reconfiguration of its modalities of action. We will focus on the rationalization processes applying to policing by questioning the gap and the adjustments between the «global norms» that frame the action, and their «local implementation modalities» (Mayère 2014). Finally, we will present the methodological challenges we face in carrying out our ethnographic approach.

Rationaliser à l'épreuve du chaos. Le cas des forces de l'ordre en contexte d'émeutes

Cette communication s'inscrit dans les premiers temps d'une recherche portant sur une ethnographie des forces de l'ordre¹, visant à analyser les agencements et les rationalisations mis en œuvre par ces acteurs lorsqu'ils sont confrontés à des situations d'incertitude telles que la survenue d'émeutes. Les collectifs dont la fonction est d'assurer le maintien de l'ordre (CRS, gendarmes mobiles), qualifiés d'« unités constituées », sont caractérisés par une discipline collective rigide, un fort encadrement, un agir normé et hiérarchisé. Ces modalités d'organisation ont vocation à garantir la capacité opérationnelle de ces groupes en situation d'intervention (Monjardet, 2007). Ceux-ci, lorsqu'ils interviennent lors d'émeutes, doivent évoluer dans des configurations caractérisées par une forte imprévisibilité. Ils doivent en effet agir dans un environnement précaire, indéterminé, qui se modifie. Ainsi, dans ces instants, on ne sait pas toujours de quel côté ni à quel moment précis vont surgir les offensives susceptibles de déborder les forces de l'ordre, au moyen de jets de projectiles (bris de verres, pavés, cocktails molotov), de prises à partie, d'actions ciblées contre des lieux ou encore de départs de feux. En fonction des actions fulgurantes des émeutiers, mobiles et souvent insaisissables, les membres des forces de l'ordre doivent donc se redéployer de rues en rues, au fil du déplacement de l'épicentre de la conflictualité.

Dans un contexte d'incertitude, d'intensité et d'altération des perceptions (vue obscurcie par les masques, les gaz lacrymogènes, les fumées qui épaississent l'air, ouïe saturée par le bruit des tirs, les clameurs du cortège, les éclats de verre brisé), ces acteurs doivent, en temps réel, interpréter la situation et se coordonner avec les autres intervenants afin d'assurer le « maintien de l'ordre ». Dès lors, la question qui anime notre recherche est la suivante : comment la survenue du désordre et de la désorganisation reconfigurent-ils la production du sens, la mise en intelligibilité de la situation et l'agir au sein de ces collectifs constitués ? L'objet de la communication que nous proposons dans le cadre de ces journées doctorales est de présenter la manière dont l'agir des forces de l'ordre en contexte d'émeutes peut être appréhendé dans une perspective info-communicationnelle. Nous verrons qu'il s'agit dans notre étude d'examiner la tension entre l'agir normé, fortement rationalisé des forces de l'ordre et leur confrontation à l'imprévu et à des situations de forte variabilité, appelant une reconfiguration de leurs modalités d'agir. Nous mobiliserons pour cela deux angles d'analyse : il s'agira d'une part d'interroger les modalités de l'agir et de construction du sens en situation, au cœur des moments de conflictualité à partir d'une approche micro-située (I) et d'autre part, d'adopter une perspective plus large, visant à confronter ces observations aux stratégies de rationalisation du maintien de l'ordre définies à l'échelle de l'organisation. Puis, nous présenterons les modalités d'approche ethnographique et la méthodologie mises en œuvre dans le cadre de notre recherche (III).

Interroger la construction du sens à partir de situations « cacophoniques »

Un premier volet de notre recherche consiste, dans une perspective micro-située, à essayer d'approcher ce qui se déploie dans les instants de chaos, à partir de l'examen des modalités de production du sens en situation ainsi que de la reconfiguration de l'agir face à l'imprévu.

Cette démarche ne peut s'affranchir d'une qualification précise des situations observées. Un premier objectif de cette recherche est alors de caractériser la « toile de fond » de l'agir en contexte désorganisé. Autrement dit, il s'agit d'essayer de répondre à une question : de quoi se compose le chaos ? Par ce terme de chaos, nous désignons des moments de forte variabilité, caractérisés par le surgissement de l'inconnu (Deleuze et Guattari, 1991), mettant à l'épreuve notre faculté à produire de l'intelligibilité.

¹ Nous souhaitons nous intéresser en particulier aux gendarmes mobiles pour la suite de notre étude mais continuons d'employer à ce stade l'expression « forces de l'ordre » qui renvoie à un spectre d'acteurs plus large.

Cette incapacité à s'orienter dans l'instant à partir de repères issus de situations antérieurement rencontrées est celle qu'évoque Weick dans sa description des épisodes de cosmologie, désignant l'inverse du « déjà-vu » (Weick, 1993). Ceci implique une rupture de l'ordinaire. Le chaos se rapporte donc à l'expérience du délitement en tant que celui-ci désigne un dysfonctionnement des habitudes d'actions, un effondrement des représentations partagées (Huët et Cooren, 2012). Enfin, le chaos renvoie à des moments au cours desquels les perceptions, tant sensorielles que temporelles, sont altérées, produisant alors le figement de l'agir et l'enlisement. Dès lors, « il n'est plus ou fort peu de stratégies à long terme tandis que les décisions à court terme [...] deviennent hautement complexes » (Bataillon, 1997).

Ainsi, les émeutes donnent lieu selon nous à des instants de cacophonie (Creully, 2019). Nous avons recours à cette métaphore pour rendre compte de la complexification voire de la faillite des dynamiques de communication susceptibles d'altérer les coordinations en situation. La cacophonie, c'est lorsque les tentatives de mises en sens et la transmission d'informations s'entremêlent face à la pluralité d'actions imprévues, qui se déroulent dans « un même temps » en engageant une pluralité d'acteurs hétérogènes. La cacophonie désigne alors des moments, qui peuvent être plus ou moins brefs, de saturation et d'empêchement de la production d'intelligibilité face à la simultanéité des foyers de désordre. C'est par exemple le cas sur les Champs Élysées le 16 mars 2019², lorsqu'en divers endroits, ont lieu des départs de feux, des prises à partie, des bris de vitrines, des incursions dans les magasins, des affrontements avec les forces de l'ordre. Dès lors, il devient complexe pour les acteurs impliqués (opérationnels et décisionnaires) d'avoir une vue d'ensemble de la situation morcelée en diverses scènes d'actions simultanées et évolutives. Que doivent faire les escadrons de gendarmes mobiles présents ? Rester statiques ? Se déplacer pour tenter de circonscrire la désorganisation au moyen d'offensives ? Mais où faut-il se rendre prioritairement ? Des renforts vont-ils arriver ? Si c'est le cas, quelles indications faut-il leur donner pour qu'ils s'orientent dans la variabilité de leur environnement d'action ?

Au-delà d'une caractérisation de la situation, l'enjeu est donc d'approcher le vécu subjectif de l'incertitude et d'interroger la recomposition de l'agir pour les acteurs impliqués. Nous nous plaçons ainsi dans la lignée des travaux de Weick (1993, 1995) pour comprendre l'articulation entre interprétation et action de même que les ajustements déployés face à des situations d'ignorance ou de confusion. Il s'agit ici d'interroger la manière dont l'incertain, l'imprévu, la variabilité des configurations de l'environnement influent sur les mécanismes ordinaires de construction du sens et de familiarisation à un milieu. Comment se construisent les interprétations qui orientent l'action ? Comment les comportements individuels et collectifs se reconfigurent-ils en contexte d'incertitude ? Comment maintient-t-on une continuité de l'agir au sein de situations morcelées, caractérisées par une difficulté à acquérir une vision d'ensemble des faits ? Sur le plan individuel, comment l'instabilité et le caractère fluctuant d'une situation de violence affectent-ils l'agir, la prise d'initiative, les réflexes ? Sur le plan collectif, comment tiennent les coordinations dans la confrontation à l'inconnu ? Quels ajustements individuels et collectifs s'opèrent face au chaos au sein d'un groupe structuré et préalablement organisé ? Quel est l'impact de la complexification de la mise en sens et des processus d'interprétation de la situation sur les mécanismes de prise de décision, sur les chaînes de commandement ? En résumé, l'angle retenu au sein de cette approche micro-située consiste à penser les acteurs en interrelation avec une situation, un environnement, un contexte, en partant de l'idée empruntée aux approches pragmatiques selon laquelle c'est « un certain sens de la situation [qui] contrôle l'action » (Quéré, 1997).

² Acte XVIII du mouvement des Gilets Jaunes

Objectiver les processus de (ré)organisation et les rationalisations du maintien de l'ordre à l'épreuve du chaos

Un second axe de la thèse consiste à confronter cette approche micro-située avec une perspective plus large. Il s'agit d'interroger la manière dont des organisations fortement rationalisées que sont les collectifs en charge du maintien de l'ordre, font face à des situations comportant une part irréductible de variabilité. Autrement dit, cette recherche vise à mener un examen critique des rationalisations s'appliquant au maintien de l'ordre à partir de deux angles d'analyse.

D'une part, il importe de questionner les processus de définition et de mise en œuvre de ces rationalisations dans un contexte de tensions liées à l'exercice de la violence. En partant du cas du mouvement des Gilets Jaunes, nous pouvons nous demander quels sont les effets de la répétition de situations de désorganisation hebdomadaires sur l'évolution des stratégies et des activités de maintien de l'ordre. L'objectif est de replacer l'agir micro-situé que nous observons dans le contexte de la doctrine française du maintien de l'ordre et de ses évolutions. Ainsi, entre le début du mouvement des Gilets Jaunes (17 novembre 2018) et les Actes les plus récents³ nous observons la réintroduction de certains outils ou dispositifs assurant aux membres des forces de l'ordre un contact et une mobilité accrue, tels que l'usage des canons lanceurs d'eau ou le déploiement de Brigades de Répression de l'action Violente Motorisée (BRAV-M) à Paris (Restelli, 2019). Dès lors, ces récents changements invitent à nous interroger sur la manière dont ces injonctions à un contact plus offensif vont produire ou non des effets sur l'agir des forces de l'ordre en situation.

Un second angle d'analyse consiste à examiner les effets des rationalisations sur l'activité de maintien de l'ordre. Cette dernière s'articule autour de principes organisateurs puissants destinés à garantir un impératif d'efficacité. Elle présente en cela des caractéristiques communes avec le système de l'organisation scientifique du travail (OST) ou taylorisme (Monjardet, 2007). Les formations au maintien de l'ordre ont ainsi pour objectif l'acquisition restreinte de gestes techniques individuels, de même que l'assimilation d'une discipline collective rigoureuse, conditionnée par un encadrement très dense et très présent. A cela, s'ajoute un fonctionnement extrêmement hiérarchisé, laissant peu de place aux initiatives personnelles. Ces caractéristiques nous amènent à formuler une hypothèse transversale. Nous nous plaçons dans la lignée de D. Monjardet (2007), lorsqu'il déclare que « plus les traits organisationnels apparaissent fonctionnellement adaptés à un objectif précisément déterminé [...], moins les uns et les autres sont susceptibles d'adaptation, de souplesse, de compromis lorsque l'environnement se modifie ». Nous postulons alors que l'hyper-fonctionnalisation des plans d'intervention donne lieu à un figement ou une rigidification de l'agir dans les instants de privation radicale de repères. En résumé, l'enjeu de notre démarche et de la suite de nos observations de terrain sera donc de développer une approche compréhensive de l'évolution des stratégies de rationalisation de l'activité de maintien de l'ordre, notamment à partir de leur reconfiguration au cours du mouvement social des Gilets Jaunes. Il s'agira ainsi d'interroger la manière dont elles impactent l'agir, les coordinations et les dynamiques se déployant en situation de maintien de l'ordre. Pour cela, nous questionnerons l'écart et les ajustements entre les « normes globales » telles que la formalisation de procédures cadrant les pratiques et les logiques de coordination membres des forces de l'ordre et leurs « modalités de mises en actes locales » (Mayère 2014). Nous mettrons alors en évidence les processus organisants (Weick, 1995) rendant compte de ces (re) ajustements de l'agir dans le cours de l'action.

³ Dernier terrain réalisé le 25 mai 2019 à Paris (Acte XXVIII du mouvement des Gilets Jaunes)

Approcher le maintien de l'ordre dans son immédiateté : défis méthodologiques

Le terme de « forces de l'ordre » que nous avons mobilisé jusqu'à présent est une catégorie large qui désigne en réalité des unités diverses aux cultures professionnelles (Monjardet, 1994) variées, voire opposées. Ainsi, à titre d'exemple, la police urbaine est organisée autour d'un principe d'autonomie et de prises d'initiatives prononcé, alors que c'est une logique tout à fait inverse qui préside à l'organisation de l'activité de maintien de l'ordre chez les CRS ou les gendarmes. Dans notre étude, nous mettrons particulièrement l'accent sur une catégorie d'acteurs en particulier, celle des gendarmes mobiles.

Notre enquête consiste à réaliser une ethnographie dans l'immédiateté de situations conflictuelles. Nous en sommes pour l'instant à un stade exploratoire consistant à nous déplacer lors de manifestations de Gilets Jaunes (dans trois villes : Nantes, Rennes et Paris), sans pour autant être en immersion au sein de groupes de gendarmes mobiles. L'enjeu de cette première étape est de nous familiariser à ces situations et d'affiner nos premières questions et hypothèses de recherche. Par la suite, notre objectif sera de suivre différentes phases du parcours d'un escadron de gendarmes mobiles, tant pendant les étapes de formation qu'en situation opérationnelle. Nous adopterons au cours de notre ethnographie et de notre examen de la violence « en train de se faire » une approche dite « sensible » (Huët, 2019). Cette modalité d'analyse suppose pour le chercheur d'accorder son attention aux émotions, aux micro-gestes, aux expressions des visages, à la manière dont l'intensité de la conflictualité reconfigure les perceptions et les sensations. Cette approche présente plusieurs défis épistémologiques et méthodologiques. Un premier facteur de complexité est la fugacité, la densité et la rapidité des instants qu'il s'agit de saisir dans notre analyse. Le regard du chercheur est nécessairement fragmenté dans ces moments où les mouvements, les gestes, les sons fusent de toutes parts dans une atmosphère obscurcie par les fumées et les gaz lacrymogènes. C'est le cas par exemple lors des charges des forces de l'ordre, qui se scindent en plusieurs colonnes à l'approche du cortège. Ce sont des moments très rapides pendant lesquels une très grande variété d'actions se déploient (usage de matraques, ajustements des équipements entre coéquipiers, lancés de lacrymogènes, avancées, replis ...) et qui nécessitent une répartition des tâches entre les différentes unités des forces de l'ordre (observation, offensives, interpellations ...). Cette complexité est renforcée par le fait que le chercheur se livre alors à une sociologie de chair (Wacquant, 2015), il acquiert sa connaissance par corps (Huët 2019) et peut être amené lui aussi à éprouver de la tension ou de la peur qui traverse son corps et vient altérer ses propres perceptions. Un deuxième niveau de complexité se présente dès lors qu'intervient le moment de la restitution et de la mise en partage de ces observations. L'expérience de ces situations chaotiques appartient à un registre très largement subjectif. Ainsi, face à de mêmes événements, il se peut qu'un individu perçoive la situation comme chaotique mais pas l'autre. Cela rejoint donc non seulement la difficulté qu'il y a à capter, mais aussi à restituer des cheminements interprétatifs qui pour certains sont irréductibles au langage. Cela pose alors la question des modalités de restitution, mais également de la validité scientifique de ces observations. Face à ces questionnements, une solution pourrait être d'avoir recours aux captations vidéo afin de pallier en partie à l'incomplétude, tant du regard du chercheur que du langage écrit, pour retraduire finement la saturation de ces instants. Cette solution n'est pas encore mobilisée, car elle soulève d'autres problèmes : la captation d'images est un facteur de suspicion de la part tant des manifestants que des forces de l'ordre et peut remettre en question la place du chercheur sur le terrain.

Conclusion

En conclusion, cette recherche qui en est encore à ses prémices, se donne une double ambition : tout d'abord, celle de saisir ce qui se déploie dans les instants brefs de survenue du chaos. Il s'agit d'approcher les processus de (ré)organisation dans des instants fugaces et éphémères de perte de sens, de vacillement, d'enlisement à partir d'une approche dite « sensible » et micro-située. L'objectif est alors de se demander de quoi se compose le chaos, d'essayer d'approcher la toile de fond de l'agir que nous observons et qui échappent d'ordinaire à la saisie. Cette question pose un défi épistémique et méthodologique à la recherche que nous essayons de mener. Il s'agit en effet d'approcher des instants accélérés, de saisir ce qui relève de l'expérience subjective des individus. Cette approche s'articule à un autre versant qui consiste à mettre en perspective cette focale sur les situations chaotiques dans les instants de leur survenue avec les rationalisations qui s'appliquent au maintien de l'ordre. Celles-ci se déploient dans des temporalités plus étirées et se repèrent dans les formations, la formalisation des plans d'intervention, les évolutions des politiques et stratégies de maintien de l'ordre. De ce point de vue, l'actualité offre un terrain particulièrement riche et propice à l'étude de ces mécanismes et à leur mise en critique. L'enjeu sera alors de déconstruire les reconfigurations qui se sont réalisées en presque trente semaines de confrontation régulière au chaos. En résumé, l'ambition de cette thèse est donc d'articuler l'examen de la construction du sens et de l'agir dans l'immédiateté des situations chaotiques à un questionnement sur les effets des rationalisations sur l'activité de maintien de l'ordre.

Bibliographie

- Bataillon G. (1997). Analyser le chaos. *Cultures&Conflits*, n° 24-25. En ligne [<https://journals.openedition.org/conflits/151>].
- 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. En ligne [<https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.90>].
- Cooren F. & Huët R. (2012). Les formations sociales et les processus de leur délitement. *Communication*, Vol. 30/24. En ligne [<http://journals.openedition.org/communication/3484>].
- Creully E. (2019, à paraître). Expérience sensible de l'agir en situation de cacophonie. Le cas des forces de l'ordre en contexte d'émeutes. Actes de colloque *Org&Co* « Le côté obscur de la communication des organisations », Université Bordeaux Montaigne.
- Deleuze G. & Guattari F. (1991). *Qu'est-ce que la philosophie ?* Paris, Les éditions de minuit.
- Didi-Huberman G. (2011). *L'œil de l'histoire : Tome 3, Atlas ou Le gai savoir inquiet*. Paris, Les éditions de Minuit.
- Huët R. (2019, à paraître). *Le vertige de l'émeute*. Paris, PUF.
- Le Moëne C. (1997). Communication et induction dans les démarches de recompositions organisationnelles : d'une logique de la vérité à une logique de la convenance. *Communication et organisation*, n°12. En ligne [<https://journals.openedition.org/communicationorganisation/1999#quotation>].
- Mayère A. (2014). Communication et santé : étude des processus et dispositifs d'une rationalisation équipée. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 4. En ligne [<https://doi.org/10.4000/rfsic.889>].
- Monjardet D. (1997). Le chercheur et le policier. L'expérience des recherches commanditées par le ministère de l'Intérieur. *Revue française de science politique*, n°47 p. 211-25. En ligne [<https://doi.org/10.3406/rfsp.1997.395164>].
- Monjardet D. (2007). L'organisation du travail des CRS et le maintien de l'ordre. *L'atelier du politiste*, Paris, La Découverte, p.257-272.
- Pecqueux A. (2012). Les « affordances » des événements : des sons aux événements urbains. *Communications*, n° 90, p.215-27. En ligne [<https://doi.org/10.3406/comm.2012.2662>].
- Quéré L. (1997). La situation toujours négligée ? *Réseaux*, n°85, p.163-192. En ligne [https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1997_num_15_85_3139].
- Restelli A. (2019). Le maintien de l'ordre français mis à l'épreuve par les gilets jaunes ? *Droit&Société*. En ligne [<https://ds.hypotheses.org/6045>].
- Vidaillet B. (coord.). (2003). *Le sens de l'action : Karl E. Weick, sociopsychologie de l'organisation*, Paris, Vuibert.
- Wacquant L. (2015). Pour une sociologie de chair et de sang. *Terrains et travaux* n°26 p. 239-256. En ligne [<https://www.cairn.info/revue-terrains-et-travaux-2015-1-page-239.htm>].
- Weick K-E. (1993). The collapse of sensemaking in organizations : the Mann Gulch disaster. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 38, p.p 628-652.
- Weick K-E. (1995). *Sensemaking in organization*. London, Sage Publications.

**Politiques d'information-communication interne et pratiques professionnelles
dans les métropoles : tensions et paradoxes de services fonctionnels**
Internal information and communication strategies and professional practices
in metropolises: in-house functions tension and paradox

Manon Dalban-Pilon

doctorante en SIC

GRESEC, Université Grenoble Alpes

manon.dalban-pilon@univ-grenoble-alpes.com

Mots clés. Information-communication interne, services fonctionnels, fonction publique territoriale, service public

Keywords. Internal information and communication, in-house functions, local government service, public service

Résumé

Les métropoles, organes récents du paysage administratif français, sont en structuration depuis 2010. L'information-communication interne (ICI) joue alors un rôle de « mise en forme » de l'organisation, en tension entre le social et le stratégique ; entre l'opérationnel et le fonctionnel. Les stratégies s'organisent par l'influence de trois dimensions d'acteurs : politique, managériale et professionnelle. Nous proposons d'observer les stratégies d'ICI sur la période de construction de trois métropoles (2008-2020) par le biais d'observations, d'entretiens et d'analyses de contenu.

Abstract

Metropolises are young French local public services building themselves since 2010. Internal information and communication have a role in structuring the organisation. Those inhouse functions are in tension between social and strategy; between public service and in-house work. Many paradoxes that are influenced by three types of actors: politics, managers and professionals. We are studying the period showing metropolises' creation (2008-2020) through observation, interviews and content analysis.

Politiques d'information-communication interne et pratiques professionnelles dans les métropoles : tensions et paradoxes de services fonctionnels

Les stratégies d'information et de communication internes sont au cœur de tout système organisationnel, qu'elles soient formalisées ou non. Nous proposons de les analyser conjointement en regardant « l'information-communication interne » (ICI) dans le contexte d'une administration publique territoriale en construction : la métropole, établissement public de coopération intercommunale (EPCI). L'ICI prend des formes variées dans l'organisation, entre services opérationnels et fonctionnels. Ces fonctions, qui ont pourtant un rôle stratégique dans la structuration d'une organisation, spécifiquement en contexte de structuration, bénéficient souvent d'autonomie dans leurs actions. Nous nous demandons alors quelle place prennent les missions fonctionnelles de l'ICI dans ces organisations ? Comment et par qui s'orientent les politiques et stratégies ? Nous mettrons alors en lumière les tensions et paradoxes auxquels font face les professionnels de l'ICI et ce qui les influence dans leurs prises de décision.

Pour cela, nous avons, dans le cadre d'une CIFRE¹, l'occasion d'observer sur le temps long les questionnements d'ICI d'une métropole en structuration : Grenoble-Alpes Métropole (GAM). Cette observation s'étendra sur deux autres métropoles, celles de Rennes et Strasbourg sur des temps plus courts.

Nous présentons dans cet article la genèse du sujet et l'ancrage théorique de la recherche, puis nous aborderons les problématiques et hypothèses qui encadrent nos questionnements, suivra une présentation succincte de la méthodologie adoptée et enfin une présentation des premiers résultats et éléments de réflexion.

I. Penser l'information-communication interne des métropoles

La spécificité de notre sujet nous amène à faire appel à la fois aux théories de la communication des organisations et de la gouvernance de l'information, auxquelles il faudra ajouter la dimension des administrations publiques qui présentent des caractéristiques organisationnelles spécifiques. Aussi, nous nous intéresserons aux sciences politiques, aux sciences de la gestion et à la sociologie afin de mieux aborder le contexte observé.

A. Information-communication interne et services fonctionnels

Nous proposons d'observer les politiques et stratégies d'information-communication interne, dans une optique où l'information et la communication nous paraissent indissociables lorsque l'on questionne l'information organisationnelle (Le Moëne, 2015, p. 145). Nous définissons l'ICI comme « un ensemble de principes d'actions et de pratiques visant à donner du sens et favoriser l'appropriation, à donner de l'âme pour favoriser la cohésion et inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail en commun » (Détrie & Meslin-Broyez, 2001) où « 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, & Marques, 2017, p. 7)

Les théories de la communication des organisations nous permettent de mieux appréhender le rôle de ce type de fonctions dans une organisation. Aussi, leur arrivée dans les collectivités s'est faite en s'inspirant du privé et en recrutant des contractuels, professionnels du domaine. Ce qui se généralise d'ailleurs quand « l'évolution de fond la plus notable depuis les années 1980 est certainement celle qui conduit à rapprocher non seulement le régime juridique mais aussi l'environnement de travail des fonctionnaires de ceux que connaissent les salariés du secteur privé. » (Galland & Lemel, 2011, p. 215).

¹ Convention Industrielle de Formation par la Recherche

Nous pourrions alors faire appel à certaines classifications de la communication interne, comme celles de C. Dutermie qui présente quatre domaines d'intervention de la communication interne en entreprise et deux modes d'intervention de la stratégie (2007, p. 98-100). Cependant, il faudra savoir prendre de la distance face à des théories adaptées aux caractéristiques de l'entreprise, du domaine privé, auxquelles nous pourrions cependant confronter nos observations.

En termes d'information interne, les travaux sur la gestion de l'information professionnelle et la gouvernance de l'information nous permettront de la même façon de percevoir les enjeux de ces missions dans les organisations. Nous nous intéresserons à la perception qu'ont les professionnels des pratiques informationnelles des agents, que nous définissons comme « la manière dont l'ensemble des dispositifs [...], des sources [...], des compétences cognitives et habilités informationnelles sont effectivement mobilisées dans les différentes situations de production, de recherche, et de traitement de l'information » (Ihadjadene & Chaudiron, 2009, p. 1). Aussi, les travaux de B. Guyot nous permettront d'observer l'information par les éléments structurants qu'elle propose, notamment avec les cinq types d'information liés aux phases de l'évolution des organisations (2006, p. 20) auxquels nous ajouterons les travaux de D. Maurel (Maurel, Gagnon-Arguin, & Mas, 2014).

Nous entendons donc par « services fonctionnels de l'ICI », les fonctions ayant pour missions principales « de collecter, organiser et mettre à disposition des fonds ou des flux d'information pour les activités de leur organisme. » (Guyot, 2006, p. 12), ainsi que « l'accroissement de l'implication morale, de la mobilisation, de la coopération, de la solidarité et de la vigilance des salariés » (Morillon, 2009, p. 4).

B. Le service public et la communication publique

Les administrations délocalisées publiques présentent des caractéristiques organisationnelles qui sont la diversité des activités, le principe hiérarchique et la dualité administration-élus (Bessières & Grima, 1999, p. 24) ; auxquelles nous ajoutons la temporalité politique, qui rythme les phases de travail et l'encadrement des pratiques générés par les droits et obligations du fonctionnaire.

Nous constatons que les études et écrits sur la communication publique s'intéressent majoritairement à la communication institutionnelle et politique externe. Sa définition n'étant pas stabilisée, la communication publique est en quête d'une légitimation, qui passe notamment par son officialisation par les réseaux professionnels et la législation (Bessières, 2009, p. 23). Nous nous demandons alors si la communication interne peut être considérée comme une dimension de la communication publique ? Ou à l'inverse si c'est une partie de la communication publique qui serait une dimension de la communication interne ? Nous pourrions aussi imaginer que communication interne et externe des collectivités n'ont en commun que le cœur de métier mais ne partagent pas de dimension stratégique.

Les écrits sur l'ICI publique sont plus souvent des manuels que des sujets de recherche. On trouve cependant des réflexions sur la place des services fonctionnels dans l'administration (Bessières & Grima, 1999), ainsi que la structuration de celle-ci et leur management (Proulx, 2006), que nous allons questionner par le prisme des sciences de l'information-communication.

C. La métropolisation, transformations territoriales et professionnelles

La création d'une métropole est rarement la création d'un nouvel échelon, mais la transformation d'une intercommunalité existante, qui génère des restructurations organisationnelles de groupes existants.

En effet, les métropoles naissent en 2010², puis sont structurées par les lois Maptam³(2014) et Notre (2015)⁴ qui révisent les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI). Certaines agglomérations deviennent métropoles⁵ et les compétences des administrations décentralisées (région, département, EPCI et commune) sont redistribuées, transformant plus ou moins la gouvernance du territoire et les organisations pré-existantes elles-mêmes. Ce sont alors des collectivités à la culture administrative qui voient leurs effectifs « exploser⁶», avec l'accueil de services techniques, ce qui impose de profondes transformations structurelles internes. La métropole est alors perçue comme un organe élitiste avec « une image de domination, d'annexion et de mépris, image qui se greffait par un effet de contexte à la perception d'un État libéral » (Faure, 2014, p. 3). Une dynamique de défiance se développe dans la population, sans « réenchantement » émanant des politiques publiques, souvent trop logistiques (Ibid, p. 7). Nous savons ceci par une observation des réactions citoyennes, mais qu'en est-il des concernés au niveau de l'organisation ? Cette méfiance existe-t-elle dans les équipes communales ? Comment réagissent les agents au moment de leur transfert ? Ont-ils une autre lecture de la métropolisation et leur donne-t-on les clés pour la comprendre ?

Ces questions animent notre recherche en observant les fonctions de l'ICI dans cette période de changement, qui ont d'après nous un rôle important à jouer (Morillon, 2009, p. 5). Nous nous demandons ainsi si les stratégies et actions seront amenées à évoluer une fois la structure stabilisée, et quel sera alors leur rôle dans l'organisation ?

II. Les fonctions de l'information-communication interne publique : observation de dualités professionnelles

A. Mise en questionnement du contexte

Face aux constats précédemment exposés, notre problématique se formule de la sorte : dans un contexte de réorganisations, les services fonctionnels de l'information-communication interne (ICI) des métropoles se doivent d'accompagner l'amélioration du quotidien de travail et d'efficacité de l'administration. Ils évoluent dans un environnement en tension entre social et stratégique, opérationnel et fonctionnel, autonomie et encadrement.

La première hypothèse considère que les politiques d'information-communication interne sont influencées par trois dimensions d'acteurs : politique, managériale et professionnelle. Notre attention se porte sur ces trois dimensions pour en observer les manifestations dans l'organisation :

- Les dispositifs d'ICI sont influencés par les politiques organisationnelles.
- La diffusion et la réception des informations par les agents sont marquées par des pratiques informationnelles diverses selon les métiers.
- Les professionnels de l'ICI ont une forte autonomie, dans un quotidien avec peu d'encadrement et de directives.

²Loi n°2010-1563 de réforme des collectivités territoriales

³Loi n°2014-58 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles

⁴Loi n°2015-991 de nouvelle organisation territoriale de la République

⁵21 métropoles en 2019

⁶+250% d'effectifs en quatre ans pour Grenoble-Alpes Métropole

B. Une recherche ancrée dans un contexte propice à l'observation

Ce travail de recherche est encadré par une CIFRE dont un des avantages est la situation d'immersion en situation professionnelle d'une organisation, ici dans le quotidien d'une mission de la métropole de Grenoble. Cette position permet une observation du point de vue de l'agent usager de l'information-communication, tout en étant proche des stratégies et prises de décision. Cela demande cependant un exercice de prise de recul et de réflexion sur l'éthique de la recherche, en raison de la double posture de chercheur et d'agent. En parallèle, nous nous intéressons à deux autres métropoles, celles de Strasbourg et Rennes, afin d'apporter une vision plus globale à nos résultats et d'identifier les éléments récurrents grâce aux spécificités organisationnelles qu'elles présentent.

Nous observons la période qui encadre le passage en métropole, c'est-à-dire les mandats 2008–2020. Cependant, nous n'occultons pas les périodes antérieures auxquelles nous avons eu accès par des entretiens semi-directifs menés au début de notre recherche.

Notre méthode se centre sur de l'observation à laquelle nous ajoutons entretiens semi-directifs et analyse de contenu, l'observation n'étant qu'une partie du travail de terrain (Peretz, 2014, p. 14). Cette observation est à double temporalité : un temps plus long à GAM (50% du temps de travail sur trois ans) et ponctuel dans les autres métropoles étudiées (une semaine). Lors de chaque observation, des entretiens semi-directifs sont menés auprès des acteurs identifiés (élus, direction générale et professionnels de l'ICI), afin de recueillir leur perception des stratégies adoptées et le rôle qu'ils s'attribuent dans celles-ci. En parallèle, l'immersion dans une collectivité est l'occasion de recueillir un corpus composé de documentation décisionnelle et stratégique et de supports de communication qui feront l'objet d'analyses de contenu et de discours. En effet, nous pouvons penser que les stratégies se perçoivent dans la forme et les contenus des dispositifs info-communicationnels mis en place en interne, comme le journal interne qui « peut donner des indications précieuses sur le type de préoccupations (« agenda ») qui sont mises en avant par le management » (Duterme, 2007, p. 97).

III. Information-communication interne : des fonctions en structuration constante

A. Des formes variées porteuses de sens

Quelques services sont dédiés à l'ICI dans les organisations, qui ont des configurations différentes selon certaines caractéristiques que nous observons : leur organisation⁷, leur dénomination et leur histoire. Ces missions ont toutes, avec plus ou moins de force, une dimension opérationnelle et une dimension fonctionnelle. En effet, un service d'archives a à la fois une mission de service public (archives municipales), et de gestion de l'information interne. De façon moins légale, les stratégies de communication RH ont un intérêt à communiquer à l'extérieur en parallèle de leurs actions internes. Quel équilibre les services de l'ICI peuvent alors trouver entre opérationnel et fonctionnel, social et stratégique ?

Les fonctions de communication interne, sont d'ailleurs traditionnellement rattachées soit aux ressources humaines, soit à la direction de la communication ou encore à la direction générale. La hiérarchie voit souvent un enjeu quant à la structure et la dénomination qu'auront les entités. Ainsi, Grenoble-Alpes Métropole crée en 2014 une « direction des moyens d'information » à GAM (2014), regroupant archives, documentation, systèmes d'information et imprimerie, services autrefois répartis entre les affaires juridiques et la logistique. Alors que d'autres collectivités intégreront par exemple leur service d'archives à la direction de la culture (Eurométropole de Strasbourg).

⁷ Place dans l'organigramme, nombre d'agents, ressources...

Même si ces structures n'influencent pas forcément le travail réalisé, elles démontrent la stratégie des dirigeants voire des élus. En effet, on n'observe pas toujours de cohérence entre le rattachement et la prégnance d'un type de stratégie dans les actions déployées. Quels sont alors les éléments d'influence des stratégies de l'ICI ?

B. Encadrement des pratiques informationnelles et nouveaux dispositifs

Une tendance pour organiser l'administration est de vouloir encadrer les pratiques informationnelles, ce qui se matérialise notamment par le déploiement de dispositifs numériques, dont le plus classique est l'intranet. Cet encadrement est une solution pour améliorer la diffusion de l'information et l'efficacité au travail en écartant un « risque d'épuisement » (Dumas, Martin-Juchat, & Pierre, 2017, p. 63), mais il entraîne de nouvelles fractures et des formes de discriminations numériques (Carmes & Galibert, 2009, p. 210) notamment entre agents techniques et administratifs.

En effet, l'intranet est un outil permettant de structurer l'information dans lequel l'ensemble des acteurs ont projeté un imaginaire fort de solutions organisationnelles. De plus, il met en évidence la nécessaire collaboration de ceux-ci pour un outil performant et expose la modernité de la nouvelle organisation. Cependant, c'est aussi un outil de légitimation des services qui l'administrent.

Enfin, on constate un certain « aplatissement » des pratiques dans les collectivités⁸ qui lancent souvent dans les mêmes calendriers des actions identiques. Ce phénomène étant potentiellement dû à la force des réseaux professionnels.

C. Des professionnels autonomes entre stratégie et prestation de service

La place des services fonctionnels dans l'organisation est telle que leur existence « est sensée améliorer leur efficacité globale et faciliter la constitution, l'entretien, d'une expertise dans un champ de compétences précis » (Bessières & Grima, 1999, p. 26). Seulement, même si elle est perçue comme stratégique dans les discours et témoignages recueillis, la réalité montre une faible implication des dimensions politiques et managériales, souvent happées par un quotidien d'urgences matérielles. Un.e élu.e au personnel nous dira d'ailleurs : « Je pense que ça [la communication interne] a été traité d'une manière secondaire, par moi mais par nous tous ». On voit alors une disparité entre l'intérêt investi dans les politiques publiques, et celui pour l'organisation de l'administration, parfois même sur des sujets semblables (open data, accessibilité numérique...), mais aussi dans l'exemplarité par exemple écologique demandée aux entreprises du territoire, pas toujours dupliquée dans la collectivité. Cette situation peut s'expliquer par un manque de porosité et de transversalité des services et par un manque de prise en considération de l'interne par le politique, qui donne une grande autonomie et confiance au professionnel de l'ICI. Cette autonomie permet au professionnel des actions plus sociales que stratégiques et une certaine proximité avec les services, mais sépare aussi les professionnels d'une vision stratégique globale. De plus, il laisse la possibilité d'une influence personnelle (centres d'intérêts, domaines de compétences) des stratégies d'ICI.

D. Bessières postule que « la proximité du pouvoir » constitue « le pivot incontournable » de la légitimation des services fonctionnels (1999, p. 32). Cependant, on observe une réticence face à la trop forte proximité avec le pouvoir des organes censés accompagner le quotidien des agents.

⁸ L'observation des listes de discussion de réseaux professionnels ainsi que la programmation des rencontres de la communication interne publique de Capcom en sont un bon exemple

Il y a donc un équilibre à trouver dans les relations qu'ont les fonctions de l'ICI avec les autres dimensions dans une tension entre actions sociales et stratégiques. Un professionnel de la communication interne nous confiera même se sentir plus proche des intérêts que défendent les syndicats plutôt que ceux de la direction générale alors même qu'il est censé être le porte-parole de cette dernière.

En l'absence de plans de communication globaux, les professionnels de l'ICI sont dans une logique de prestataire, qui impose une gestion des projets par logique de temps et de charge de travail plus que par stratégie. Cette autonomie crée des espaces vides d'ICI occupés par un « bricolage info-communicationnel » :

- Des agents et des services : qui développent leurs pratiques documentaires personnelles ; mais aussi des circuits de diffusion de l'information, avec des newsletters et de l'affichage ;
- Des professionnels de l'ICI : qui renforcent la logique de réseaux de référents. A l'origine rapporteurs d'informations du terrain, ils deviennent de plus en plus des contributeurs directs de l'ICI, libérant du temps pour les uns et rajoutant des missions pour d'autres, non professionnels du domaine ;
- Des syndicats : dont les communications réactives, ciblées et adaptées prennent une place de premier plan dans la diffusion d'information interne. Un enjeu qui devient stratégique pour les élus et la direction générale qui perd la main sur de l'information stratégique.

Face à ces constats, quand la diversification des outils de communication était « rendue possible grâce à la professionnalisation du personnel travaillant dans les services communication » (Bouquillion & Paillart, 2006, p. 25), nous nous demandons si désormais, elle ne repose pas sur la formation voire la professionnalisation de l'ensemble des personnels à ces outils et à leurs spécificités ce qui interroge l'avenir des services fonctionnels de l'ICI.

Conclusion

Nous voulons mettre en évidence l'importance des services fonctionnels dans l'organisation, souvent mis de côté dans l'observation des politiques publiques, et qui sont pourtant des services stratégiques de la mise en place d'une collectivité et de ses compétences. Ainsi, dans la construction d'une métropole, les réorganisations, fusions, transferts d'agents, changements d'identité, de territoire, de missions ont des conséquences sur le quotidien professionnel de l'agent en recherche de sens, dans une société qui remet en question la fonction publique territoriale et la métropolisation.

Les services d'ICI, par l'ensemble des dispositifs qu'ils peuvent mettre en place, jouent un rôle clé dans l'accompagnement et la construction d'une nouvelle organisation. Pourtant, malgré le fort intérêt des dimensions politique et managériale pour le sujet, ces missions sont souvent livrées à elles-mêmes dans les choix des stratégies et dispositifs à déployer. Nos approches nous permettent de mieux comprendre l'influence de chacun des acteurs. Par la suite, toutes combinées, nos méthodes pourront apporter des éléments de compréhension sur le rôle de la fonction ICI dans la « structuration des formes organisationnelles » (Le Moëne, 2015: p. 145) d'une administration décentralisée en structuration ainsi que sur ses potentielles évolutions.

Bibliographie

- Bessières, D. (2009). La définition de la communication publique : Des enjeux disciplinaires aux changements de paradigmes organisationnels. *Communication et organisation*, n°35, p.14-28.
- Bessières, D., & Grima, F. (1999). Quelles légitimités pour les services fonctionnels de la communication et de la formation dans les collectivités locales ? *Politiques et management public*, n°17(4), p.23-38.
- Bouquillion, P., & Pailliar, I. (2006). *Le déploiement des TIC dans les territoires. Le rôle des collectivités territoriales*. Grenoble: PUG. BU Droits Lettres.
- Carmes, M., & Galibert, O. (2009). L'enchevêtrement des territoires numériques inter-intranet : Un questionnement des déterritorialisations/re-territorialisations des pratiques salariés. *Communication et organisation*, (36), p.190-220.
- Détrie, P., & Meslin-Broyez, C. (2001). *La communication interne au service du management*. Paris: Éditions Liaisons.
- Dumas, A., Martin-Juchat, F., & Pierre, J. (2017). *Les cadres et le numérique*: Cultures informationnelles et sentiment d'efficacité. *Communication & Organisation*, n°51, p.55-66.
- Dutermé, C. (2007). *La communication interne en entreprise: L'approche de Palo Alto et l'analyse des organisations*. Bruxelles: De Boeck Université.
- Faure, A. (2014). Les énigmes politiques du moment métropolitain. *Revue Politique et Parlementaire*, (1071-1072), p.65-76.
- Galland, O., & Lemel, Y. (2011). *La société française: Un bilan sociologique des évolutions depuis l'après-guerre (3e édition)*. Paris: A. Colin.
- Guyot, B. (2006). *Dynamiques informationnelles dans les organisations*. Paris: Hermès Science publications : Lavoisier.
- Ihadjadene, M., & Chaudiron, S. (2009). Des processus aux pratiques : Quels modèles informationnels pour analyser l'accès à l'information en contexte professionnel ? *Evolutions technologiques et information professionnelle : pratiques, acteurs et documents*, p.1-12.
- Le Moëne, C. (2015). *Pour une approche « propensionniste » des phénomènes d'information – communication organisationnelle*. *Communication & Organisation*, n°47, p.141-158.
- Liquète, V., de Lourdes Oliveira, I., & Marques, Â. S. (2017). *Les nouvelles cultures de l'information dans les organisations*. *Communication & Organisation*, n°51, p.5-11.
- Maurel, D., Gagnon-Arguin, L., & Mas, S. (2014). *Les genres de documents dans les organisations: Analyse théorique et pratique*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Morillon, L. (2009). Le journal de communication interne, un agent des enjeux stratégiques organisationnels. *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, n°28, p.33-51.
- Peretz, H. (2014). *Les méthodes en sociologie: L'observation (2e éd.)*. Paris: La Découverte.
- Proulx, D. (2006). *Management des organisations publiques: Théorie et applications*. PUQ.

Usage des données publiques dans les programmes de développement en Côte d'Ivoire

Use of public data in development programs in Côte d'Ivoire

Alain Esoi Messoun

doctorant

Université Alassane Ouattara (Bouaké, Côte d'Ivoire)

conjugue700@yahoo.fr

Mots clés : Communication, données publiques, pauvreté, projet, développement

Keywords: Communication, public data, poverty, project, development

Résumé

L'ouverture des données publiques dans les programmes de développement initiés par l'Etat et bien d'ONG au profit des populations défavorisées, constitue une réelle opportunité pour les pays en voie de développement. La Côte d'Ivoire, malgré les efforts consentis pour améliorer les conditions de vie de ses populations, peine encore à s'approprier cette nouvelle approche démocratique dans la gestion de l'information publique. Le recours à cette démarche permet de s'inscrire dans une démarche participative et une gouvernance ouverte dans le processus de lutte contre la pauvreté dans les communautés défavorisées. La présente étude, propose d'analyser l'intégration des données publiques à la communication participative en vue de renforcer l'efficacité et la pérennité des projets sociaux entrepris par l'Etat de Côte d'Ivoire et les organisations d'aide humanitaire.

Abstract

Openness in Public data is an real opportunity for developing countries. Côte d'Ivoire is still reluctant to embark upon this new democratic trend of public information management in spite of the effort made to improve its population living conditions. The disclosure of public data is paramount for the development of local actors' activities. Making Public data available to actors helps us build a participative democracy and enable state's openness for all the actors involved in the process of the fight against poverty in Ivorian communities. The aims of this study is to help policymakers combine openness in public data policy with a participatory communication in order to reinforce the effectiveness and sustainability of social projects undertaken by Ivorian government and humanitarian aid organizations for poor populations.

Usage des données publiques dans les programmes de développement en Côte d'Ivoire

« La mise en avant de l'Open data par les collectivités territoriales est une preuve de la revitalisation de la démocratie et de la citoyenneté, un renouvellement de la relation entre administration et administré et un soutien à l'innovation et à l'économie numérique »

(Labelle et Lecore, 2012 : 59). Des années plutôt, cette assertion encore vivace, peine à susciter l'émergence du développement local dans les pays subsahariens. En Côte d'Ivoire, plusieurs projets sociaux initiés pour améliorer les conditions de vie des populations, n'ont pas connu grand succès en raison des disparités observées dans la répartition des infrastructures sociales de base et le taux d'analphabétisme national, estimé à 51% au dernier recensement de la population (INS, 2014). Ces échecs, mettent ainsi à nue les limites des stratégies communicationnelles mobilisées dans la mise en œuvre desdits programmes. Une situation préoccupante pour les autorités ivoiriennes, qui se sont engagées depuis lors dans la dynamique d'ouverture des informations réutilisables par tout citoyen. La présente étude intitulée « Usage des données publiques dans les projets de développement en Côte d'Ivoire », se penchera sur le cas de la région de Gbêkê pour dynamiser le développement national. Elle nous invite par ailleurs à prendre en considération une hypothèse, celle de jumeler l'usage des données publiques aux TIC pour créer un pool interactif d'informations en vue de faciliter les échanges entre acteurs du processus de développement local. Une idée partagée par (Meijer et al., 2012 : 14) en ces termes : « la gouvernance ouverte doit mettre des informations à la disposition du public, ce qui créerait des interactions entre l'État et les citoyens ». Mais, dans quelle mesure cette introduction des données publiques dans l'exécution des projets de développement contribue-t-elle à l'amélioration des conditions de vie des populations défavorisées en Côte d'Ivoire? À travers l'objectif visé, cet article se propose d'étudier la dynamique communicationnelle autour des activités de développement à partir des portails numériques des organisations de développement en vue d'accroître la participation active des populations par l'ouverture des données comme cadre d'échanges et de diffusion des informations. Un exercice possible grâce aux TIC qui permettent aux données publiques de dynamiser le développement national en garantissant l'accessibilité à des informations pertinentes pour tous (PNUD, 2006 : 76).

Notre hypothèse serait qu'une bonne organisation des communautés en structures communautaires et l'aménagement numérique de leur territoire, permettent d'analyser l'impact de l'usage des données sur les projets de développement. Tout au long de cet article, il sera question de comprendre les conditionnalités de la démarche Open data dans l'exécution des projets qui est une obligation légale selon (Braibant, 2001 : 45), qui la considère comme faisant partie de la 3ème génération des droits de l'Homme.

Notre argumentation autour des résultats obtenus sur le terrain, comprend primo le profil de la pauvreté dans les communautés ivoiriennes, deusio l'impact de la structuration communautaire des groupes sur la prise en compte de leurs besoins, tertio l'impact des informations ouvertes à partir des portails numériques des organisations de développement sur le quotidien des populations, quarto la place des TIC dans la mise en œuvre effective de la démarche d'ouverture des données publiques.

I. Méthodes, matériels et théorisation de la recherche

L'observation a permis de présenter quelques caractéristiques de notre espace d'étude, la Côte d'Ivoire (322 462 km²). Dès lors, son étendue et l'enjeu du phénomène à l'étude, nous a poussé à mettre l'accent sur la région de Gbêkê avec Bouaké comme chef-lieu de région. En effet, cette localité épicentre de la crise armée de septembre 2002 avec pour conséquence la détérioration de l'environnement économique de cette partie du pays, constitue l'échantillon idéal (figure 1).

¹ Elle s'accompagne dans ma thèse d'une réflexion sur la place du corps du chercheur qui ne sera pas développée ici.

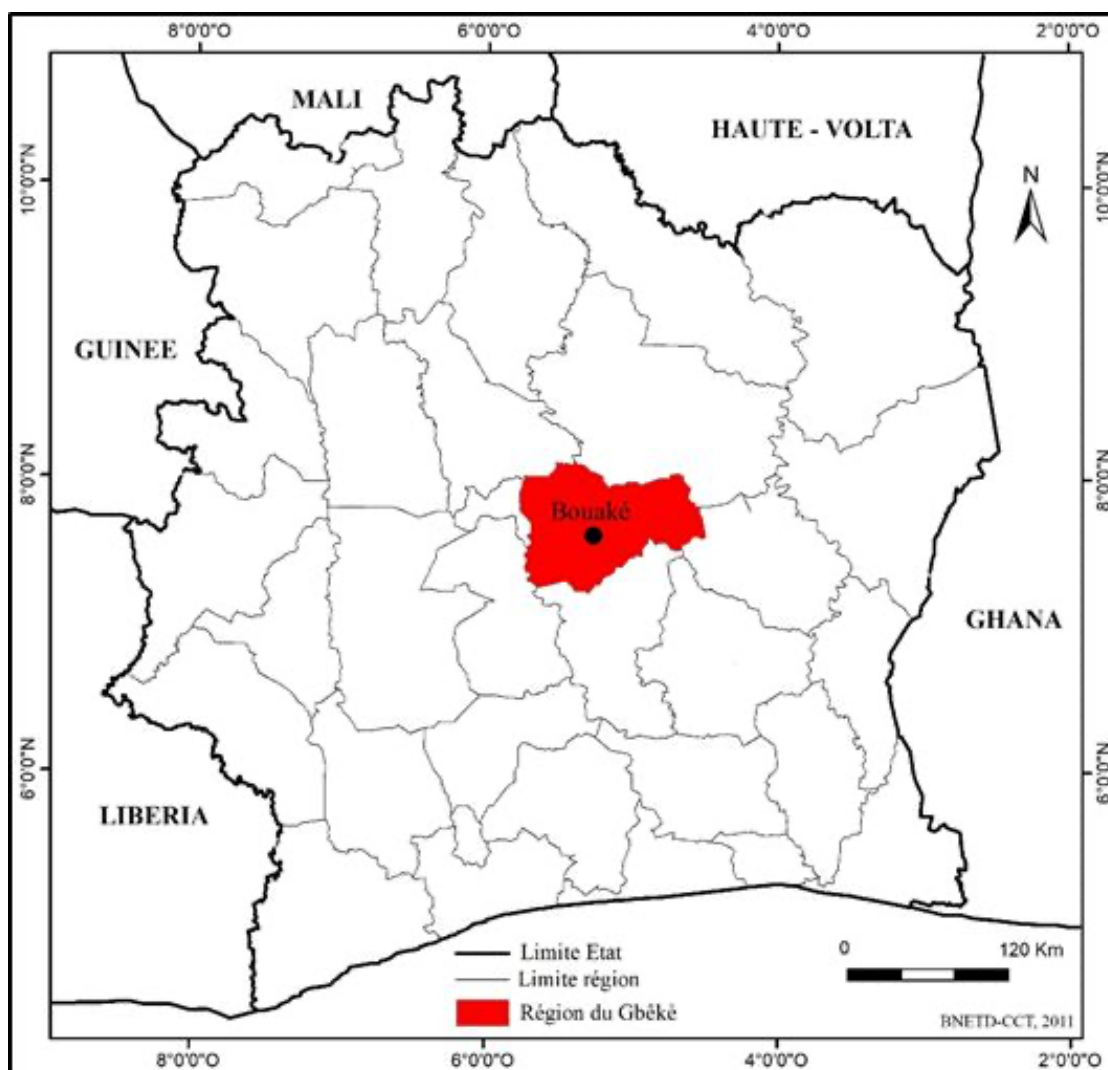


Figure 1 : Localisation de la région du Gbêkè avec une mise en évidence de Bouaké son chef-lieu de région

L'investigation sur le terrain, a permis de comprendre le niveau de pauvreté des communautés dans cette zone du pays. Aussi, avons-nous voulu comprendre d'une part, les conditionnalités de la prise en compte des besoins des communautés défavorisées par les autorités et l'impact des données ouvertes à partir des portails numériques des organisations de développement sur le niveau des ménages, d'autre part. Pour se faire, plusieurs méthodes d'investigation sont mobilisées : la méthode de « sondage par grappe » et la méthode « boule de neige » qui permettent de cibler les différents groupes sociaux à l'intérieur des communautés sélectionnées. Nous avons également élaboré un questionnaire soumis à 90 groupes cibles (50 des structures du centre et 40 des structures de la périphérie) dans l'objectif d'analyser les variables telles que le niveau d'organisation des communautés enquêtées en groupements légalement constitués (Coopératives, associations et ONG), les types de projets généralement conduits par les communautés cibles et les moyens technologiques d'accès aux informations disponibles sur les projets en leur faveur.

De même, des entretiens semi directifs et focus group réalisés avec 36 responsables de structures étatiques (FEDOCI, CIGC, CAIDP, ANSUT, CNTIG et des élus locaux en vue de comprendre leur niveau d'implication, dans l'exécution des projets communautaires. Dès lors, deux fondements théoriques sous-tendent notre approche méthodologique à cheval entre les sciences de gestion de projets et les sciences de l'information et de la communication. Il s'agit d'une part du modèle économique du structuralisme et d'autre part le modèle GDI (Global Diffusion of the Internet) de Larry PRESS, axé sur l'évaluation et la diffusion d'internet sur un territoire donné. Ces modèles, proposent respectivement une structuration des communautés à l'étude en groupements associatifs et ONG en vue d'une meilleure prise en charge de leurs besoins ; puis, une analyse du niveau de diffusion d'internet sur les territoires occupés par les communautés pour améliorer les échanges et le suivi des desdits projets à partir d'une appropriation des TIC par l'ensemble des acteurs.

II. Résultats

II.1. Le profil de la pauvreté dans les régions ivoiriennes et le recours urgent aux projets de développement

En Côte d'Ivoire, la notion de pauvreté est perçue à une double dimension : d'un côté, l'environnement économique et la surface financière des populations locales de l'autre. Elle varie d'une région à une autre et d'un groupe d'individus à d'autres. Cependant, la description de cette dimension économique part d'un éclairage de la notion de pauvreté.

Selon une étude diligentée par l'Institut National de la Statistique en 2015, « est considéré comme pauvre en Côte d'Ivoire, celui qui a une dépense de consommation inférieure à 737 francs CFA par jour, soit 269 075 francs CFA par an » (ENV, 2015 : 9). Cette même étude nous a permis de comprendre plus aisément le niveau du phénomène et son profil à travers tout le pays (Figure 2).

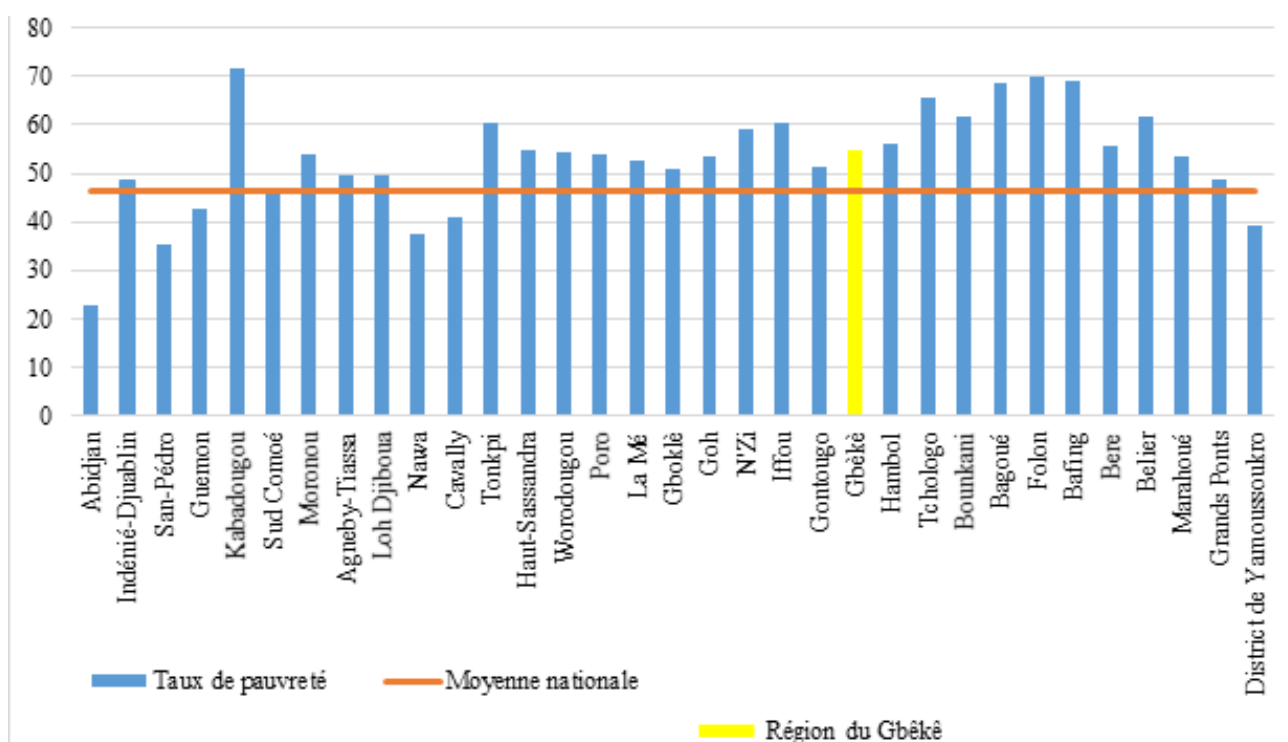


Figure 2 : Répartition du niveau de pauvreté selon les régions en Côte d'Ivoire

Cette approche globale du taux de pauvreté matérialisée par la figure 2, indique qu'en Côte d'Ivoire le niveau du phénomène reste réel et perceptible de façon structurelle. Ainsi, nous découvrons à partir de la moyenne nationale de pauvreté que, les régions les moins pauvres et les régions les plus pauvres (entre 60%-72,9%) sont à l'affiche de cette étude. Ce sombre tableau, montre combien la valeur chiffrée de la pauvreté en Côte d'Ivoire interpelle plus d'un : autorités, partenaires au développement. Il s'agit pour ces derniers de prendre en comptes tous les besoins en matière de développement des populations afin d'améliorer au mieux leurs conditions de vie.

II.2. Présentation des projets répertoriés et analyse de l'impact de la structuration des communautés sur la prise en compte de leurs besoins sur la période 2014-2016 dans la région de Gbêkê

Projets collectés dans le cadre de cette étude	Groupes cibles non affiliés	Groupes cibles affiliés	Total
autonomisation des femmes	40	50	90
cherté de la vie	40	50	90
alphabétisation	40	50	90
foncier rural	40	50	90
innovation agricole	40	50	90
fistule obstétricale	40	50	90
Emploi jeunes	40	50	90
insertion professionnelle	40	50	90

Tableau 1 : Récapitulatif des projets exécutés en fonction de la structuration des communautés

Ces projets au nombre de 8, s'inscrivent dans un objectif d'amélioration des conditions de vie des populations, notamment l'autonomisation des femmes, l'alphabétisation, la cherté de la vie, le foncier rural, innovation agricole, la fistule obstétricale, l'emploi jeune et l'insertion professionnelle. Tous exécutés à partir d'un échantillon de 90 groupes communautaires, dont 40 issus des groupes cibles non affiliés et 50 pour les groupes cibles affiliés.

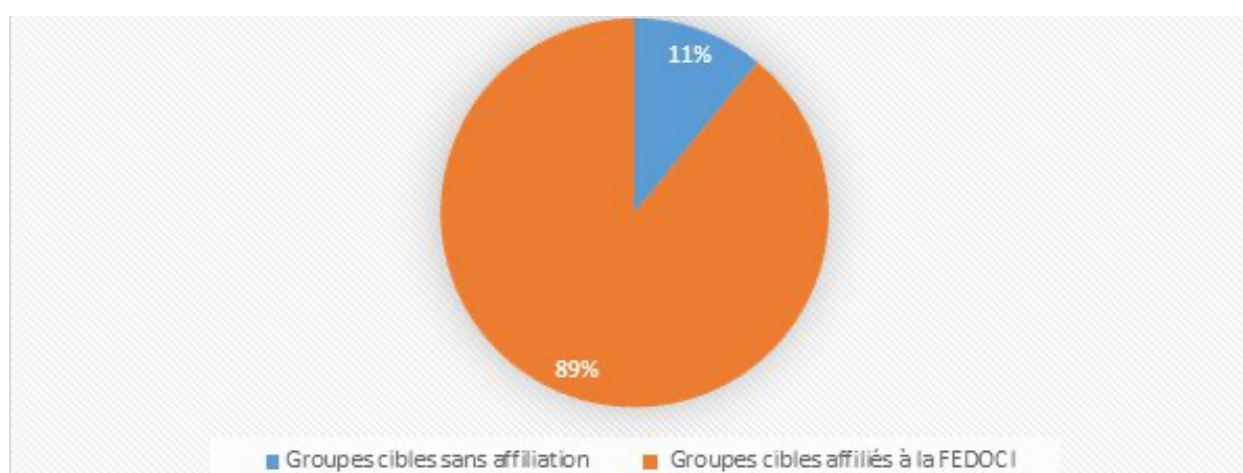


Figure 3 : Répartition des groupements en charge de l'exécution de projets selon le statut

Au regard de ces résultats, nous remarquons que les différentes communautés en fonction de leur affiliation organisationnelle ont vu leurs projets s'exécuter soit partiellement ou totalement. Dans ce tableau, nous découvrons que sur un échantillon de 10315 projets répertoriés dans les bases-projets du conseil général de Gbêkê, les groupes cibles sans affiliation organisationnelle en ont récoltés 1105 soit 11% contre 9210 projets soit 89% pour les groupes cibles affiliés à la FEDOCI.

II.3. L'impact des informations ouvertes détenues par les organisations de développement sur le niveau de vie des ménages de Gbêkê entre 2014 à 2016.

A l'analyse de ces résultats, nous constatons que l'introduction dans les activités de 8 promoteurs de projets, d'outils de promotion de la démarche Open Data, a permis la réalisation totale ou partielle d'importants projets de développement. 10315 projets de développement ont été exécutés grâce à cette approche démocratique à partir d'une application de gestion d'informations ouvertes (figure 4).

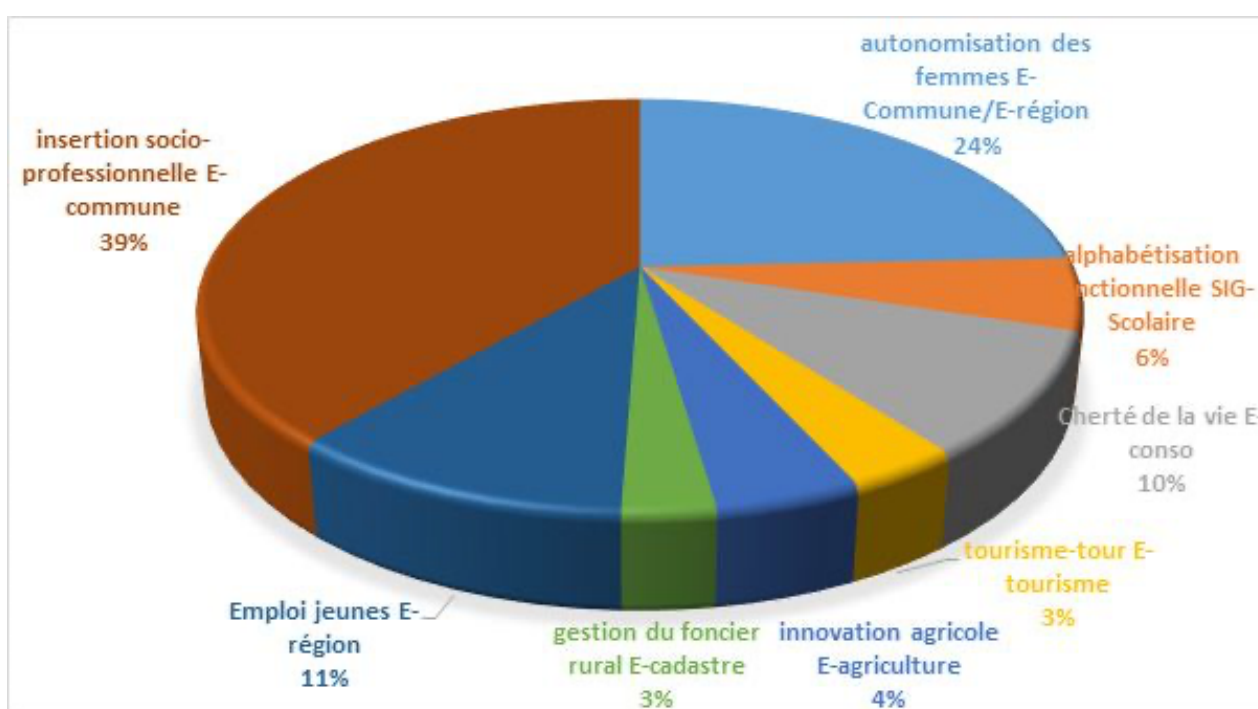


Figure 4 : Niveau d'impact des applications open data dans la réalisation des projets

Cette utilisation des données publiques dans l'exécution des projets de développement, est rendue possible grâce à l'initiative du CNTIG qui a mis à disposition des promoteurs de projets ces applications de gestion des informations utiles à la réalisation de leurs missions d'aides aux communautés défavorisées. Dès lors, cette approche démocratique reste freinée dans son applicabilité en raison de la fracture numérique causée par le non-aménagement numérique des territoires occupées par les communautés et la non-maitrise des TIC par bon nombre d'acteurs du processus de développement.

II.4. L'impact des TIC sur l'applicabilité de la démarche Open Data dans l'exécution des projets de développement communautaires en Côte d'Ivoire

Un des nombreux obstacles à l'applicabilité de la démarche d'ouverture des données publiques en zones rurales, reste la grande montée de la fracture numérique. A l'origine de cet état de fait, le non aménagement numérique des territoires occupés par les communautés, occasionnant ainsi la faible utilisation de certains outils technologiques tels le téléphone, l'ordinateur et le réseau internet dans les échanges entre acteurs du processus de développement. Dans cette étude, nous voulons comprendre le niveau de présence de ces outils de communication essentiels à la participation des bénéficiaires dans l'exécution desdits projets (voir tableau 2).

Groupes cibles	Niveau d'accès à l'ordinateur	Niveau d'accès au téléphone	Niveau d'accès à internet	Niveau d'exécution des Projets grâce aux TIC
Groupes cibles de la périphérie	Faible	moyen	faible	Faible
Groupes cibles du centre	Moyen	élevé	moyen	Moyen

Tableau 2 : Répartition du niveau de présence des TIC dans l'exécution des projets

L'observation du tableau, nous montre une faible utilisation des TIC, particulièrement l'Internet mobile, l'ordinateur au sein des communautés cibles. Seul le téléphone mobile, tire son épingle du jeu avec une audience beaucoup plus large, les deux autres, garde le bas de l'échelle des usages pour accompagner la démarche d'ouverture des informations publiques dans l'exécution des programmes sociaux.

Discussion

L'inorganisation et le manque d'initiatives de la part des communautés cibles est une des causes de la non prise en compte de leurs besoins et donc de l'échec des projets exprimées par elles. Ainsi, moins elles sont organisées en structures associatives ou affiliées à des ONG de références, moins elles sont éligibles aux programmes sociaux initiés par les autorités et partenaires au développement. Les communautés, longtemps demeurées dans la pauvreté, ne sauraient vivre davantage en autarcie, sans la moindre organisation, sans soutien et sans repères sociaux. L'Etat dans son rôle régalien de protection des populations, se doit de les organiser, les former et les coacher à la captation des projets de développement. C'est donc, cette conditionnalité que la théorie du structuralisme économique essaie tant bien que mal de dispenser dans les mentalités aussi bien des gouvernants que des ONG à qui elle entend confier les « destins » des communautés sous sa coupole.

D'une façon générale, la démarche d'ouverture des informations publiques, prend toutes ses lettres de noblesse à partir du développement numérique pour favoriser l'efficacité et la pérennité des Projets communautaires.

Ainsi, de l'avis de (Do-Nascimento, 2015 : 5), cette ouverture des Etats africains aux TIC est une aubaine selon les termes de l'auteur, « elle suscitera auprès des acteurs de la coopération internationale (Etats, partenaires au développement et ONG) l'espoir que ces outils puissent jouer sur le continent le rôle d'un levier d'accélération du progrès socio-économique ». Dès lors, le développement numérique qui est en cours en Côte d'Ivoire, permettra de modeler en profondeur l'architecture traditionnelle des zones urbaines et rurales, obligeant les communautés visées de se familiariser avec les TIC. Une idée à laquelle adhère Kiyindou (2016 : 60), selon qui : « les usages des TIC pour la démocratie en Afrique, souffrent encore de la non-maitrise des technologies de l'information et de la Communication et du contexte politico-juridique ». Ainsi face à la montée de la demande des besoins vitaux de base, les Etats doivent privilégier la formation des populations à l'usage des TIC : d'où la notion d'appropriation des TIC par les acteurs du développement local. Autrement dit, la question de l'ubiquité numérique dans les activités humaines, interpelle les autorités sur la problématique de l'aménagement numérique du territoire ivoirien et particulièrement des zones défavorisées pour rendre le numérique aujourd'hui accessible par tous. Dès lors, le réseau internet, clé de voûte de cette démarche d'ouverture qui permet de diffuser des informations publiques utiles aux activités gouvernementales et humaines, est inégalement réparti à travers les zones d'occupation. Face à ce schéma discriminatoire, Loukou (2014 : 73) s'interroge en ces termes, comment parvenir à distribuer de façon homogène quelque chose qui n'existe qu'en très faible quantité ? La réponse à cette question, confirme notre deuxième théorie (le modèle GDI « Global Diffusion of the Internet » de Larry PRESS.

Conclusion

L'accès aux données publiques est une avancée notable pour la participation active et démocratique des communautés africaines en générale et ivoiriennes en particulier en quête de développement. Cependant, cette démarche reste freinée dans son expansion par plusieurs facteurs à savoir une faible participation des communautés bénéficiaires auxdits projets en raison de la forte fracture numérique dans les territoires ruraux ivoiriens. Cette étude propose une réorientation de la politique d'aménagement numérique du territoire ivoirien avec son corolaire d'exclusion et d'isolement numérique qui touche la plupart des communautés défavorisées.

Bibliographie

- Braibant G. (2001). La charte des droits fondamentaux de l'Union Européenne. Paris, Seuil
- Do-Nascimento J. (2015). 11 jalons pour une théorie de l'appropriation des NTIC en Afrique. Société numérique en Afrique, p. 229-254
- Gokra Djah A. (2017). TIC et gouvernance des collectivités territoriales en Côte d'Ivoire : le cas du conseil régional de Gbêkê. Cahiers du GERACII, vol. 2, Québec
- INS (2014). Recensement général de la population et de l'habitat en Côte d'Ivoire, Abidjan
- Kiyindou A. (2016). Développement des TIC, développement de la démocratie dans les collectivités locales africaines. Les cahiers des ateliers de dialogie recherche-action-expertise, Adire, (5), p. 57-61
- Labelle S. & Lecorf J-B (2012). Modalités de diffusion et processus documentaires, conditions du « détachement » des informations publiques. Analyse des discours législatifs et des portails Open Data territoriaux, In Bardou-Boisnier Sylvie & Isabelle Paillart (Coord.), dossier, information publique, stratégies de production, dispositifs de diffusion et usages sociaux, les enjeux de l'information et de la communication, N°13/2
- Loukou A. (2014). Sous-information et sous-développement en Afrique : élément de recherche corrélative. Afrique et développement, Vol. 39, N° 2, p. 69-91
- Meijer A. & al. (2012). La gouvernance ouverte : relier visibilité et moyens d'expressions. revue internationale des sciences administratives, vol.78,
- PNUD (2006). Rapport national sur le développement humain à Madagascar

Webographie

- Drenoyianni H. (2006). Les TIC dans l'éducation : l'opportunité d'une école démocratique, 2006 en ligne sur le lien, <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2233701.pdf>, consulté le 20 mars 2019
- Huchet E. (2014). Pourquoi l'inclusion numérique est-elle un enjeu européen ? [en ligne] www.pourlasolidarite.eu/sites/./files/./files/19.as_inclusionnumeriqueenjeueuropeen, consulté le 17 février 2019

La communication de solidarité internationale : deux contradictions et quelques pistes

International solidarity communication: two contradictions and some tracks

Florine Garlot

doctorante CIFRE en SIC

Réseau Auvergne-Rhône-Alpes d'appui à la coopération et à la solidarité internationale - RESACOOOP

Laboratoire Communication et sociétés

Université Clermont Auvergne

florine.garlot@ext-uca.fr

Mots-clé. Communication ; Solidarité internationale ; Recherche-action

Keywords. Communication; international solidarity, Action-research

Résumé

Cette recherche-action sur la communication de solidarité internationale (CSI) est menée dans le cadre d'une CIFRE¹. Elle développe deux axes. Premièrement, il s'agit d'élaborer, grâce à un dispositif méthodologique original, une critique de la CSI et plus largement de la solidarité internationale - souvent réduite à une approche philanthropique. C'est cet axe qui est ici particulièrement développé. Deuxièmement, dans une perspective d'expérimentation, des pistes pour une solidarité internationale et une CSI plus démocratiques sont construites, expérimentées et évaluées.

Abstract

This action research on international solidarity communication is conducted within the framework of a CIFRE. It develops two axes. First, it is a question of elaborating, thanks to an original methodological device, a criticism of the communication and more generally of the international solidarity - often reduced to a philanthropic approach. It is this axis which is here particularly developed. Secondly, from an experimental perspective, tracks for more democratic international solidarity and communication are built, tested and evaluated.

¹ Convention Industrielle de Formation par la REcherche. La CIFRE est un dispositif gouvernemental français de financement de structures afin qu'elles emploient un salarié-doctorant durant, au minimum, la durée standard de la thèse (3 ans).

La communication de solidarité internationale : deux contradictions et quelques pistes

La recherche doctorale, dont il est ici en partie rendu compte, vise, premièrement, à comprendre le sens construit sur la solidarité internationale – par son histoire, les représentations sociales qui ont cours et la communication externe des associations de solidarité internationale (ASI) – afin d’en montrer les troubles (Dewey, 1993). Ce sont ces troubles qui sont développés dans le présent article (II et III). Deuxièmement, cette recherche doctorale, en réponse aux troubles identifiés – à la fois en matière de solidarité internationale et de communication de solidarité internationale (CSI) – a pour objectif d’expérimenter des pistes de CSI plus démocratiques. Ces pistes sont appréhendées comme des leviers d’action pour une solidarité, elle-même, démocratique (Laville, 2010), et seront évoquées en conclusion.

Tout d’abord, il importe de revenir sur la façon dont j’appréhende la SI d’une part et la CSI d’autre part. La solidarité internationale, si l’on reprend les propos des têtes de réseau de ce secteur² recouvre au moins trois approches : (1) l’action humanitaire qui tente, en situation d’urgence, de limiter les conséquences d’une situation désastreuse. (2) Le développement qui a pour but d’améliorer, sur un temps long, les conditions de vie des populations sur les plans économiques, culturels, sociaux, politiques, etc. (3) L’éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale (ECSI), qui est une démarche pédagogique destinée à informer, sensibiliser, responsabiliser les citoyens sur les interdépendances économiques, politiques et sociales à l’échelle mondiale. La solidarité internationale est alors une expression chapeau qui, comme le signale un rapport d’acteurs européens du secteur, est porteuse d’une valeur forte, la réciprocité : « le terme de “solidarité internationale”, plus récent [que l’humanitaire], est davantage l’expression d’un engagement mutuel, qui implique un sentiment de responsabilité réciproque. [...] Dans un monde où la pauvreté augmente et dans lequel la mondialisation accentue l’interdépendance entre les pays, il s’agit de construire ensemble, pays du “Nord” et pays du “Sud”, des projets solidaires visant à réduire ces inégalités et à garantir l’accès aux droits fondamentaux [...]. La solidarité internationale est aussi un état d’esprit : c’est avoir conscience que l’on fait partie d’un tout et que travailler ensemble est essentiel » (Devreporter Network, 2016, p. 3). Parce que ma recherche doctorale est ancrée en France où la solidarité internationale a une histoire singulière, je me réfère à la communication qui s’y déploie. Les ASI communiquent dans l’espace français pour diverses raisons (promouvoir la structure, travailler en réseau, etc.), mais surtout pour engager les publics. Cet engagement peut prendre la forme de dons financiers et de temps, ou encore de signatures de pétitions voire d’un changement de comportement (de consommation par exemple). Certaines ASI communiquent aussi pour développer des connaissances et faire prendre conscience d’enjeux mondiaux. La CSI a alors une dimension instrumentale (provoquer des dons, convaincre des partenaires, etc.) mais aussi une dimension politique affirmée (faire changer les représentations, mieux comprendre les enjeux de politique internationale, etc.). Cette dimension politique est mise en avant par tous les types d’ASI : celles visant l’éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale bien sûr, mais aussi les ONG de développement qui rappellent l’interdépendance des décisions économiques dans un monde globalisé, et les ONG humanitaires qui doivent expliquer et justifier leurs interventions auprès des populations du Nord comme du Sud. Les ASI devraient alors, conformément aux valeurs qu’elles affichent, développer une CSI qui valorise une réciprocité démocratique et qui possède une dimension politique affirmée. Or, c’est peu souvent le cas. En effet, les ASI semblent confrontées à des contradictions (II et III) ou à ce que John Dewey nomme un trouble : des décalages entre l’idéal poursuivi et les pratiques mises en œuvre. Avant de développer les contradictions identifiées, il s’agit maintenant de préciser davantage mon cadre théorique : l’enquête sociale de John Dewey, et la méthodologie employée pour identifier les troubles de la CSI.

² Ces définitions sont proposées par le CRID : Centre de Recherche et d’Information pour le Développement. Ce réseau, créé en 1976 par 8 associations de solidarité internationale, regroupe en 2016 une cinquantaine de membres (<http://www.CRID.asso.fr/>, consulté le 07/09/2016). Elles sont reprises par RESACOOP et Coordination Sud (plateforme nationale des associations de solidarité internationale). Comme tout essai de classification, celui-ci s’avère réducteur. En effet, ces trois activités ne sont pas scindées dans la pratique.

I - Du positionnement de la chercheuse au dispositif méthodologique mené

Cette recherche doctorale s'inscrit dans une CIFRE au sein du RESeau Auvergne-Rhône-Alpes d'Appui à la COOPération et à la solidarité internationale (RESACOOP). Elle fait suite à plusieurs expériences le plus souvent dans les services communication d'association – Médecins du Monde Canada, ATD Quart-Monde, Handicap International, Action contre la Faim - au sein desquelles j'ai pu parfois constater des décalages importants entre les valeurs affichées et les messages effectivement portés dans l'espace public. Ce décalage communicationnel m'a poussée à entreprendre une recherche doctorale, à la fois théorique (vérifier et comprendre l'existence de ce décalage) et pragmatique (mener des expérimentations au sein d'un réseau d'acteurs pour développer une communication plus congruente avec les valeurs affichées). Ainsi, dans cette recherche, être chercheuse ne s'envisage pas sans être praticienne et, à l'inverse, être praticienne ne s'envisage pas sans être chercheuse : je « parle de » en étant « dans » par mesure « d'objectivité » (Touraine 1982, p. 19)³. Il s'agit donc d'une recherche à la fois théorique et empirique privilégiant la recherche-action à une posture critique surplombante. Cette recherche-action s'ancre sur le plan théorique dans les travaux de John Dewey, pour deux raisons. La première est que je me reconnais dans la démarche pragmatique qu'il propose. En effet, dans « Le public et ses problèmes », ce philosophe définit la démocratie comme un idéal où chaque citoyen concerné par un problème devient chercheur et mène l'enquête (Dewey, 2010). L'enquête, dans cette perspective, est une expérimentation, une recherche-action, visant, par la création de connaissances nouvelles, la transformation d'une situation initialement troublée : ici, la crise de la communication de solidarité internationale (David, 2018).

ETUDES	Etudes des représentations sociales (Abric, 2003 ; de Rosa, 2003)	Etudes des pratiques communicationnelles des ASI (analyse thématique)	Etudes de contenus de communication des ASI (analyse thématique)	Etude de réception (Rodriguez, 2006)
Résultats	Identifier les représentations sociales de la solidarité internationale	Identifier les objectifs communicationnels Flécher des supports communication à soumettre aux récepteurs	Identifier les aspirations sociales des ONG et la cohérence avec leurs discours	Vérifier si les ONG, du point de vue des publics : -atteignent leurs objectifs -entretiennent stéréotypes négatifs
Nombre études	Persistance de représentations philanthropiques (générosité, don, aide)	Une dimension instrumentale (provoquer des dons, convaincre des partenaires, etc.) Une dimension politique affirmée (faire changer les représentations, mieux comprendre les enjeux de politique internationale, etc.).	La volonté de dépasser l'aide philanthropique. L'insistance sur la dimension politique des actions. Pourtant, un discours et des actions philanthropiques.	Des supports jugés « clichés », « incompréhensibles », « ne donnent pas envie de s'engager », « injonction à faire », « excluant ».
Nombre personnes	53 entretiens dont 12 collectifs	9 entretiens	9 sites Internet	12 entretiens collectifs
	83 personnes	9 Dircom ONG		42 personnes
Qui ?	ASI, communicants ONG, publics concernés/non concernés (cf. dernière colonne)	MSF, HI, ACF, SC, SP, CCFD, CFSI, CRID, RITIMO ⁴	MSF, HI, ACF, SC, SP, CCFD, CFSI, CRID, RITIMO ⁵	Personnes concernées (participants aux programmes RESACOOP) et non concernées

⁴ Médecins sans frontière (MS), Handicap international (HI), Action contre la faim (ACF), Secours catholique (SC), Secours populaire (SP), Comité catholique contre la faim et pour le développement Terre solidaire (CCFD-TS), Comité français pour la solidarité internationale (CFSI), Centre de recherche et d'information pour le développement (CRID), Réseau d'Information Tiers-Monde des centres de documentation pour le développement (Ritimo).

⁵ Cf. note précédente.

Ce trouble (cette crise) provient en grande partie, semble-t-il, des deux contradictions mises en lumière dans ce texte (II et III). Pour les identifier, j'ai construit en cohérence avec la définition de l'enquête - « l'investigation, la mise à l'épreuve des représentations et des faits tenus pour valables » (Thievenaz, 2017, p. 90) -, un dispositif méthodologique, à partir des outils décrits dans le tableau ci-dessous :

La deuxième raison de rattacher ces travaux à John Dewey est que la vision de la communication qu'il propose paraît heuristique. Pour lui, la communication est, en effet, à la fois instrumentale – elle impacte les perceptions voire les comportements de chacun – en plus d'être finale – on l'apprécie pour ce qu'elle est. Dans sa visée instrumentale, on communique pour obtenir la coopération, pour modifier l'activité sociale s'il y a accord des différentes parties, surtout, on communique pour construire une Grande communauté (Dewey, 2010, p. 236) ou autrement dit pour partager une expérience. Or pour le philosophe et pédagogue, la démocratie est l'idée même de cette Grande communauté, elle est son idéal. Tendre vers cet idéal implique que chacun ait une compétence démocratique, la communication en est un prérequis dans la mesure où la connaissance est l'une de ses fonctions. Dans le développement de cette compétence démocratique essentielle, les ASI pourraient jouer un rôle majeur, or tel n'est pas encore le cas. C'est même, comme je vais le montrer maintenant en explicitant les deux contradictions de la CSI, parfois tout l'inverse.

II - Première contradiction : une communication qui met en avant la philanthropie alors que le vocable solidarité internationale fait référence à la réciprocité

Le terme solidarité internationale a été choisi par les acteurs eux-mêmes pour mettre en avant la réciprocité plutôt que l'aide philanthropique. Pourtant, dans le sillage de la communication des ONG humanitaires, l'ensemble des ASI tendent à s'inscrire dans cette approche philanthropique. Par exemple, dans la définition que les associations donnent d'elles-mêmes sur leur site Internet : sur les neuf associations de solidarité internationale étudiées, les rôles du nord aidant et du sud aidé sont clairement identifiés par huit d'entre elles. De même, lorsqu'on s'intéresse aux représentations sociales des responsables communication des associations de solidarité internationales, l'idée d'aide et/ou de générosité domine. Quant aux études de réceptions, les publics concernés (participants à un ou plusieurs programmes de RESACOOOP) et non concernés perçoivent bien la dimension philanthropique de la solidarité internationale. Certains la remettent en cause en dénonçant notamment l'usage de clichés, les propos de Marie sont à ce sujet évocateurs : « Le fait de parler de l'Afrique Subsaharienne renforce l'idée que ce sont encore les petits noirs qui crèvent de faim » (Entretien collectif, public concerné, 21/09/2018), tout comme ceux de Véronique : « La pauvre Afrique » et ça fait quarante ans qu'on est là-dedans. On est toujours sur le même schéma avec la pauvre Afrique. Y a des choses qui marchent en Afrique. Ce n'est pas un bloc uniforme » (Entretien collectif, public concerné, 01/10/2018). Si l'approche philanthropique est problématique, c'est avant tout parce que, par la hiérarchisation sociale et culturelle qu'elle implique, elle semble s'inscrire dans une pensée relevant de la colonialité. En effet, en ne respectant pas la triple obligation du don (Mauss, 2002), elle serait source de domination ou de hiérarchisation sociale⁶ (Laville, 2010).

⁶ Dans la solidarité philanthropique définie par Jean-Louis Laville « Le don n'y est pas soumis à d'autres règles susceptibles d'en stabiliser les conditions d'exercice que celles émises par les donateurs, il peut donc se convertir en instrument de pouvoir et de domination. L'inclination à aider autrui, valorisée comme un élément constitutif de la citoyenneté responsable, porte en elle la menace "d'un don sans réciprocité" (Ranci, 1990), ne permettant comme seul retour qu'une gratitude sans limites et créant une dette qui ne peut jamais être honorée par les bénéficiaires. Les liens de dépendance personnelle qu'elle favorise risquent d'enfermer les donataires dans des situations d'infériorité. Autrement dit, elle est porteuse d'un dispositif de hiérarchisation sociale et de maintien des inégalités adossés sur les réseaux sociaux de proximité » (Laville et Cattani, 2008, p. 609, 610).

Par exemple :

-Le vademecum pour une meilleure information sur la solidarité internationale et les pays du « sud », Devreporter, 2012.

-The illustrative guide to the dochas code of conduct on images and messages, Dochas, 2014.

-Code de conduite régissant la diffusion d'images et de messages, Concord, 2006.

-Communications guide for development organisations, IDLEAKS, 2014.

Cette hiérarchisation n'est pas seulement sociale (Grosfoguel, 2006; Quijano, 1994) : elle peut être le reflet de toutes formes de dominations (raciale, sexuelle, etc.) qui s'enchevêtrent pour former un système-monde (Wallerstein, 2008).

En étant intériorisées et transmises, elles participent à la structuration de nos façons de percevoir le monde. La colonialité serait la conséquence logique de l'universalisme : c'est parce qu'une pensée particulière (occidentale) a pour dessein de s'appliquer au monde que des connaissances, considérées comme particularistes, sont niées.

La CSI réduite à cette approche philanthropique pourrait alors contribuer à entretenir ces rapports de dominations. Les critiques sont telles que des guides communicationnels ont été produits par des réseaux et des associations du secteur. Pourtant, dès les années 80, des associations ont milité, dans une démarche d'éducation au développement (aujourd'hui appelée ECSI), pour dépasser le paternalisme et le misérabilisme dont étaient souvent synonymes leurs activités. Mais le changement radical et large de la CSI espéré est resté minoritaire. La tentation est grande de se focaliser sur des idées simples, sur le plus petit dénominateur commun : les clichés.

« Non seulement ignorent-elles [les ONG] ainsi tous les efforts, les forces et les capacités des peuples des pays en développement, mais elles peuvent même arriver à favoriser la propagation des stéréotypes, des préjugés et même du racisme envers les ressortissants de ces pays » (Rodriguez, 2006, p. 19). La CSI, dans cette dimension philanthropique, semble générer une incommunication peu féconde puisque la rencontre avec l'autre ne se fait que dans une relation stéréotypée : « ils ne peuvent pas rencontrer l'autre dans sa réalité mais seulement dans son stéréotype stérile folklorisé » (Robert, 2017, p. 51). Or, le rôle des associations de solidarité internationale est plutôt de contribuer à la construction de connaissances dépassant les clichés afin d'être cohérentes avec leur mission associative d'intérêt général.

III - Deuxième contradiction : une communication simplificatrice et persuasive qui ne permet pas de saisir la dimension politique de la solidarité internationale

Les formes de communication mises en œuvre par des ASI dans l'espace public permettent rarement de comprendre la dimension politique de la solidarité internationale. Jouant sur les émotions et la compassion (David, 2018), accentuant les stéréotypes et simplifiant outrageusement les enjeux (Rodriguez, 2006; Dauvin, 2010), la communication des acteurs de la solidarité internationale est, depuis longtemps, critiquée (Dacheux, 1998) pour son approche principalement instrumentale. Dans cette approche, le sens est donné (et non pas construit dans la relation) et le monde déterminé en soi. Il ne s'agit plus d'éveiller la conscience critique du citoyen (objectif pourtant réaffirmé par tous les réseaux d'acteurs de la solidarité internationale), mais de convaincre le donateur. La plupart des communicants interviewés reviennent en effet sur les objectifs communicationnels d'engagement des donateurs et de mobilisation des publics (humaine et financière). Les récepteurs quant à eux peuvent regretter de ne pas être davantage informés par les ASI, comme l'indiquent les propos d'Alexandre : « moi ça me donne envie d'agir moi-même. Y aller pour une ONG.[...]. D'être plus impliqué que d'être juste une vache à lait, à donner de l'argent » (entretien collectif, public non concerné, 18/11/2018). Les propos d'Enora montrent que l'approche persuasive est perçue et déplaît mais que la notion d'aide n'est pas vraiment remise en question (cf. 1ère contradiction) : « Ça n'appelle pas à l'aide, on dirait qu'ils veulent nous vendre quelque chose. [...] ça ne fait pas tolérance, aider/aimer son prochain » (entretien collectif, public non concerné, 14/12/2018).

La communication persuasive, jugée « efficace », est basée sur la volonté d'un changement des façons de penser et/ou des comportements en utilisant le consentement plutôt que la violence. Sa visée est instrumentale.

Bien que les ASI puissent avoir le désir, voire se donnent comme mission, de changer les représentations et les comportements, l'usage d'une communication persuasive est problématique, pour plusieurs raisons. Premièrement, parce que persuader c'est amener l'autre à penser comme soi et revient à nier la différence. Pour Nicolas Moinet cela dénote une forme d'arrogance : « en ignorant la possibilité même du dialogue, l'arrogant ne reconnaît pas l'existence de l'Autre et nie de ce fait son droit à la différence » (Moinet, 2012, p. 182). Or, au contraire, communiquer c'est reconnaître l'autre dans son altérité. Par ailleurs, persuader c'est vouloir limiter les interprétations possibles et donc l'esprit critique. En y rajoutant la simplification qui a souvent cours dans le « marketing humanitaire » qui tend à déshumaniser celui mis en scène, elle limite également tout essai de communication interculturelle. Finalement, la communication persuasive est un oxymore, puisqu'à aucun moment ses auteurs ne communiquent : d'abord, parce que l'interlocuteur n'est jamais abordé dans la multi dimensionnalité de son être (on cible une tranche d'âge par exemple) et donc de fait « c'est manquer l'interlocution authentique qu'on prétend tisser avec elle » (Brune, 2004, p. 53). Les ASI semblent alors renforcer l'ordre humanitaire (l'abandon politique et de la critique) dans lequel elles sont inscrites, d'une part, parce qu'elles semblent légitimer la société de marché alors même qu'elles en dénoncent les inégalités (usage du marketing). D'autre part, parce que le citoyen est mis à distance de la sphère publique : il est invité à donner ou dans les meilleurs des cas à signer des pétitions mais sa participation à la définition d'un intérêt général et au questionnement sur les causes des inégalités semble alors restreinte. Deuxièmement, parce que comme nous le démontre Pascal Robert à travers sa lecture d'*Œdipe-Roi*, plus on cherche à s'éloigner de l'incompréhension, plus on s'en rapproche (Robert, 2005) : plus on cherche à persuader, plus on attise la méfiance. Alors que les ASI semblent vouloir résorber l'incommunication en simplifiant voire en tentant de persuader, elles semblent plutôt en générer en créant du paradoxe, c'est-à-dire en mettant un écart entre ce qui est dit et la façon dont cela est dit. Cela est par exemple le cas lorsque les associations promeuvent la dignité humaine sans la respecter (usages des images). D'autre part, l'issue de la communication est incertaine voire souvent un échec (Lepastier, 2013) car c'est un processus interculturel complexe. L'incommunication n'est alors plus une pathologie à conjurer mais le socle d'une relation démocratique, puisqu'elle implique la reconnaissance de l'autre en tant qu'altérité radicale à la fois égale et libre (Dacheux, 2016). En cherchant à lutter contre l'incompréhension, les ASI semblent donc l'accentuer (Robert, 2005) voire même provoquer de l'acommunication, avec l'usage de la persuasion. En ce sens, elles ne sont pas en cohérence avec leur idéal démocratique.

Conclusion

Le but de ce texte est de mettre en lumière les contradictions actuelles de la CSI. Dans une première partie, j'ai apporté des précisions contextuelles sur cette réflexion théorique pour ensuite définir et développer les problèmes posés par deux contradictions de la CSI : premièrement, la communication de solidarité internationale, loin de s'inscrire dans une approche réciproitaire de la solidarité revendiquée par les ONG, s'inscrit souvent dans une approche philanthropique, donc inégalitaire. Deuxièmement, cette conception philanthropique de la solidarité internationale débouche alors sur une communication de solidarité internationale qui, loin d'éclairer la complexité des enjeux et de combattre les stéréotypes, s'avère souvent simplificatrice et persuasive.

⁸ L'enquête comprend plusieurs étapes : l'étonnement, l'identification des problèmes, les suggestions de solutions, le test des hypothèses (appelé dans notre recherche doctorale expérimentation), l'évaluation (Dewey, 1993).

Ces contradictions entre les fins recherchées et les moyens utilisés par les ASI posent un problème éthique (Morin, 2004), un trouble dirait John Dewey (Dewey, 1993). Il s'agit dès lors, aboutissement de l'enquête⁸, de recréer une expérience esthétique (Dewey, 1993), c'est-à-dire un tout unifié, une situation cohérente où la continuité de l'action et le pouvoir d'agir sont rétablis, simplement parce que l'action est guidée par un but, un idéal. Des pistes se sont dessinées au cours de la démarche de recherche-action.

Premièrement, il s'agirait de réaffirmer l'horizon normatif d'une solidarité réciprocaire et acoloniale qui dépasse la simple philanthropie – c'est-à-dire clarifier l'idéal poursuivi et mettre en œuvre des moyens cohérents avec cet idéal (Dewey, 2014). Deuxièmement, elle ne peut se faire sans un questionnement sur ses propres représentations et sans un questionnement des représentations communément admises dans l'espace public – c'est à dire sortir de la reconnaissance de stéréotypes pour penser (Dewey, 2014). Troisièmement, elle devrait s'inscrire dans le paradigme de l'incommunication afin de prendre en compte la liberté en même temps que la diversité de pensée – c'est-à-dire considérer que l'enjeu de la communication est plus le vivre ensemble que l'intercompréhension⁹.

⁹ Ces pistes théoriques guident les expérimentations en même temps que les expérimentations les alimentent. Ce sont ces expérimentations, dans la continuité de l'enquête qu'il s'agit de tester et d'évaluer.

Bibliographie

- Brune, F. (2004), *De l'idéologie, aujourd'hui : analyses, parfois désobligeantes, du "discours" médiatico-publicitaire*, Parangon, Paris.
- Dacheux, E. (1998), *Associations et communication : critique de marketing*, CNRS éditions, Paris.
- Dacheux, É. (2016), *Du consentement à la délibération : une critique communicationnelle du marketing politique*. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (16), 85-110.
- Dauvin, P. (2010), *La communication des ONG humanitaires*, Éditions Pepper : L'Harmattan, Paris.
- David, B.-G. (2018), *ONG, compassion à tous les rayons ?*, VA éditions, Versailles.
- Devreporter Network (2016), *Vous avez dit solidarité internationale ? Petit guide de survie à l'usage des journalistes*, RESACOOOP.
- Dewey, J. (1993), *Logique : la théorie de l'enquête*, Presses universitaires de France, Paris.
- (2010), *Le public et ses problèmes*, Gallimard, Paris.
- (2014), *L'art comme expérience*, folioessais, Paris.
- Grosfoguel, R. (2006), *Les implications des altérités épistémiques dans la redefinition du capitalisme global : Transmodernité, pensée frontalière et colonialité globale*. *Multitudes*, 26(3), 51.
- Laville, J.-L. (2010), *Politique de l'association*, Seuil, Paris.
- Lepastier, S. (2013), *L'incommunication*, CNRS éditions, Paris.
- Mauss, M. (2002), *Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Les classiques des sciences sociales, Chicoutimi.
- Moinet, N. (2012), *Arrogance and the interplay of un-communication and strategic deception*, <http://hdl.handle.net/2042/48420>.
- Quijano, A. (1994), *Colonialité du pouvoir et démocratie en Amérique latine*. *Multitudes*.
- Robert, P. (2005), *De la communication à l'incommunication ?* *Communication et langages*, 146(1), 3–18.
- Rodriguez, S. (2006), *Solidarités renouvelées : faut-il tuer le messenger ?*, Presses de l'Université du Québec, Québec.
- Thievenaz, J. (2017), *De l'étonnement à l'apprentissage : Enquêter pour mieux comprendre*, De Boeck Supérieur, Bruxelles.
- Wallerstein, I. (2008), *L'universalisme européen : de la colonisation au droit d'ingérence*, Demopolis, Paris.
- Wolton, D. (2009), *Informing n'est pas communiquer*, CNRS éditions, Paris.

La fabrique de territoire créatif : Le cas de la ville du cinéma Busan

Becoming a creative city: The case of Busan Film City

Sejeong Hahn

doctorante en SIC

IRCAV, LabEx ICCA, Université Sorbonne Nouvelle

sej.hahn@gmail.com

Mots-clés. Territoire créatif – trajectoire – cinéma – Busan

Keywords. Creative cities – path – motion picture - Busan

Résumé. Portée sur le rapport dynamique entre les activités liées aux secteurs cinématographiques et audiovisuels et le territoire, cet article a pour objectif d'éclairer le processus de fabrique du territoire créatif. Entre la dynamique créative « naturelle », qui est souvent invisible et celle générée ou soutenue par l'action politique ou le marché, qui tente de la rendre visible, ce processus est constitué par des relations d'interactions continues. Dans ce contexte, nous pouvons nous demander dans quelle mesure le territoire apparaît comme une ressource qui permet d'articuler les dynamiques créatives ? Nous étudions l'exemple de la ville de Busan, en Corée du Sud, qui est membre du réseau des villes créatives de l'UNESCO en matière de cinéma depuis 2014. Nous interrogerons d'abord les composants de cette dynamique puis, nous analysons les mécanismes et le processus de la dynamique. Enfin, nous discutons de la trajectoire de cette ville.

Abstract. Focusing on the dynamic relationship between the activities related to the cinematographic and audiovisual sectors and the territory, this presentation aims to shed light on the manufacturing process of the creative territory. Being placed between the «natural» creative dynamic which is often invisible, and that generated or supported by political action or the market, which are trying to make it visible, this process is constituted by relations of continuous interactions. In this context, we can wonder to what extent the territory appears as a resource that allows to convey the creative dynamics? In this presentation, we will study the example of the city of Busan which is a member of UNESCO's network of creative cities in cinema since 2014. We will first examine the components of this dynamic and will then analyze the mechanisms and the process of dynamics. Finally, we will discuss the trajectory of this city.

La fabrique de territoire créatif : Le cas de la ville du cinéma Busan

Réflexion sur le cadre théorique

Cette communication interroge le lien entre les deux dynamiques, créative et territoriale, portant sur les activités cinématographiques et audiovisuelles. Depuis le début des années 2000, cette question se développe en particulier sous l'angle du phénomène de concentration géographique des activités culturelles et artistiques, ce qui se traduit par la notion de cluster culturel ou de district culturel. Plusieurs études théoriques et empiriques tentent d'identifier des phénomènes de l'émergence de territoires dit « créatifs » et d'évaluer les conséquences en remettant en question les contextes de cette émergence tels que la montée de l'enjeu de renouvellement urbain (Mommaas, 2004 ; Vivant, 2009) et le changement de vocables (tournant créatif) dans la sphère politique (Garnham, 2005).

A ce stade, cette communication a surtout pour objectif d'éclairer le processus de fabrique du territoire créatif. Nous souhaitons mettre en exergue davantage dans quelle mesure le territoire devient une ressource à laquelle s'articule la dynamique créative. Entre la dynamique créative « naturelle », qui est souvent invisible et celle générée ou soutenue par l'action politique ou le marché, qui tente de la rendre visible, ce processus est constitué par des relations d'interactions continues. L'enjeu de cette recherche est donc triple : de dépasser la logique sectorielle ; de rendre visible un processus complexe ; et de mettre en évidence une nouvelle logique de la dynamique territoriale et du processus créatif. C'est pourquoi il est crucial d'interroger cette question en termes de processus de créativité (Cohendet et al., 2010 ; Vivant, 2006 ; 2009 ; Sagot-Duvauroux, 2016) car la créativité relève à la fois de la dimension individuelle et de la dimension collective (Krätke, 2011 ; Grandadam, 2008).

Dans cette optique, nous proposons de prendre en considération les trois éléments suivants. Il s'agit d'abord de la temporalité. Il n'est pas anodin de noter qu'un grand nombre d'études précédentes ont tendance à traiter une phase de dynamique courte qui renvoie en réalité au début du développement ou au moment du lancement du projet. Cependant, nous partons du postulat selon lequel un tel territoire créatif ne donne pas un résultat qu'on pourrait tirer immédiatement et ce ne serait pas non plus statique. Il s'agit d'une relation qui est interactive et elle est construite progressivement dans le temps. C'est pourquoi il nous semble pertinent de mobiliser les notions de processus et de trajectoire.

Le deuxième élément renvoie à la réflexion liée à la dimension géographique ou territoriale. Contrairement à l'usage courant de ces vocables tels que territoire, espace, ville, quartier, lieu et etc., ce n'est pas si évident de saisir la nuance de chaque terme. Cette dimension est relative et cela nous invite également à préciser de quelle échelle dont nous parlons. D'une part, l'enjeu se traduit par le bon usage de l'unité spatiale. D'autre part, il est important de rappeler le postulat du terme « territoire ». D'après Colletis et Pecqueur (2005), un territoire est un « actant » et non juste un support physique des activités. Cela fait partie de la réflexion sur les acteurs et les actions qui participent à la dynamique. De notre point de vue, la dimension géographique ou territoriale renvoie en réalité à la notion de jeux d'échelles. Par exemple, supposons qu'il existe une politique initiée au niveau national et appliquée au niveau régional, cela ne donnerait pas le même résultat, partout. Ou encore, prenons l'exemple de certains dispositifs qui sont destinés aux artistes afin de renforcer leur réseau local, mais l'impact de ces dispositifs pourrait aussi être la reconnaissance au niveau national voire international. Il est, en effet, nécessaire de mettre en lumière la logique d'articulation des échelles. Enfin, la fabrique du territoire créatif est indissociable des pratiques des acteurs qui s'y déploient.

Leurs activités précises doivent être identifiées ainsi que les interactions qu'ils entretiennent avec leur écosystème. Cela implique surtout de comprendre les réseaux d'acteurs économiques et sociaux qui animent le milieu cinématographique (qu'investisseurs, entrepreneurs, personnes de renforts, créateurs, etc.). Pour répondre à nos interrogations, nous croisons les approches développées en socio-économie du cinéma avec les travaux portant sur la sociologie des organisations (Rot et de Verdalle, 2013). D'autre part, nous mobilisons les apports conceptuels développés par Cohendet et al., (2010) à propos de la stratification des processus créatifs : un upperground qui exploite les idées créatives jusqu'au marché, un underground qui consiste en des activités exploratoires au niveau individuel et enfin un middleground qui relierait les deux strates précédentes. À ce stade, le rôle des politiques publiques en tant qu'articulateur du middleground se pose. **Ainsi nous nous demandons : dans quelle mesure le territoire devient une ressource comme articulateur de la dynamique créative ?**

Présentation du terrain et des premiers résultats

Nous proposons donc l'étude de cas de la ville de Busan, qui est membre du réseau des villes créatives de l'UNESCO en matière de cinéma depuis 2014. Cette ville qui se trouve au sud-est de la Corée du Sud constitue un terrain d'observation de premier choix. Cette enquête en cours se repose sur trois approches méthodologiques complémentaires. D'abord, nous nous appuyons sur la littérature grise sur les politiques culturelles, économiques et d'aménagement territorial qui permettra de mettre en lumière la trajectoire et l'évolution de formes et des enjeux de l'action publique et culturelle. Ensuite, nous analysons un corpus d'entretiens actuellement menés avec divers acteurs à Busan. Nous nous appuyerons sur cette série d'entretiens réalisée avec des professionnels du secteur du cinéma et de l'audiovisuel à Busan. Cette approche sera enfin complétée par un questionnaire auprès d'une cinquantaine de cinéastes dont leurs activités sont basées sur la ville de Busan. Cette étude permet entre autres de montrer en quoi le processus créatif n'est pas prévisible, mais plutôt incertain et dynamique. L'ensemble des enquêtes est toujours en cours. Néanmoins, nous présentons ici les premiers résultats. Nous proposons d'abord un bref aperçu de trajectoire de la ville de Busan en matière du cinéma. Celui-ci nous permet de montrer en quoi le cinéma est un facteur central de l'évolution de formes et des enjeux de l'action publique et culturelle. Par la suite, nous analysons l'évolution actuelle. Enfin, nous ouvrirons le débat sur l'émergence progressive d'un écosystème de création.

Développement du PIFF : de l'enjeu industriel vers l'évènement de Busan (1996-2005)

Busan est la deuxième ville de Corée du Sud. Proche du Japon, cette ville portuaire a été connue comme une première ville de réception de la culture d'extérieure dont le cinéma. Néanmoins, le premier déclencheur de l'association de la ville de Busan au cinéma est liée à la naissance d'un festival international du film à Busan en 1996. La création d'un festival international du film était au départ un plan développé au niveau national afin de développer l'industrie cinématographique de Corée au niveau mondial depuis 1991. Ce début des années 1990 se caractérise par le mouvement de la décentralisation et dans ce contexte, trois villes manifestaient leur intérêt : Séoul, Jeju et Busan. Le rôle d'une communauté locale de passionnés du cinéma était crucial. C'était un groupe de critiques¹ de Busan qui avait réussi à faire apparaître réellement une première édition du premier festival international du film en Corée alors que la ville de Busan était plutôt intéressée par la préparation des JO d'Asie 2002.

¹ Kim Ji-Suk, Lee Yong-gwan et Oh Seukeun. Ils se sont rencontrés à l'Alliance Française Busan.

Cependant, le succès inédit de la première édition de « Pusan International Film Festival (PIFF) » a changé la donne. Dès lors, le PIFF se développe en consolidant le partenariat avec la ville. En 1999, la Commission du Film de Busan (BFC) a été créée afin de soutenir les activités de production à Busan. En 2006, Le PIFF est devenu le BIFF (Busan International Film Festival) et a lancé « Asian Film Market » avec succès. Ce dernier signifie que le BIFF a commencé à réellement avoir une influence sur l'industrie cinématographique non seulement au niveau international, mais aussi en particulier sur le cinéma asiatique.

Vecteur de transformation urbaine (2006-2013)

Revitalisation inédite du centre en déclin

C'est bien le développement du BIFF qui conduit la courbure de trajectoire de cette ville du cinéma. Le succès du BIFF joue un rôle important en termes de rapport à l'espace. Les premières éditions du festival se sont déroulées à Nampo-dong où les premières salles de cinéma se sont installées au début du 20ème siècle. Nampo-dong fait partie du centre original² de Busan. En conséquence du développement d'un nouveau centre plus à l'est (Seomyun), Nampo-dong était en phase de déclin. À l'arrivée de cet évènement annuel, ce centre qui souffrait du déclin a connu de nouveau une dynamique. Pourtant, malgré cette revitalisation, la condition restreinte³ à Nampo-dong était problématique afin de maintenir le festival en tant que grand évènement international. Ainsi, aux alentours de 2000, une grande friche aéroportuaire, qui appartenait à la ville de Busan, au sud-est de Busan commence à être évoquée comme son futur site. Ce projet s'est concrétisé petit à petit pour devenir cette zone d'aménagement appelée « Centum City ».

Cluster comme outil d'aménagement urbain

L'intérêt de développement de ce projet d'aménagement était à l'initiative de la ville de Busan. Cependant, le développement de « Centum City » est aussi dû au lien important avec une politique nationale dite « politique d'équilibre régional » promue au moment de la Présidence de Roh Moo-hyun (2003-2008). Il s'agit d'une politique de correction du développement régional qui se caractérise par une forte concentration des toutes les fonctions dans la région capitale. Pour corriger cette concentration, le principal outil de cette politique se concrétise par la répartition des fonctions vers d'autres régions. Dans ce cadre, une dizaine de projets dit « Innovation Cities » a été dévoilée dont le projet de délocalisation des institutions relatives au cinéma et à l'audiovisuel⁴ vers Busan.

Le grand projet de « Centum City » accueille le projet « Centum Cultural Cluster » qui s'étend sur 61,000 m². L'idée de ce projet est basée sur l'effet positif de la co-localisation des organismes liés au cinéma. Néanmoins, en réalité, ce projet fait partie d'un grand projet d'aménagement sur la friche aéroportuaire dont l'idée se développe depuis 1996. Ce projet comprend les espaces commerciaux, les bureaux et les habitats. Avec le soutien étatique, le projet de « Centum Cultural Cluster » a commencé en 2007 et été livrée en 2013.

Tentatives de création d'un écosystème local (2014-2017)

En quoi la création d'un cluster dédié au cinéma et à l'audiovisuel permet de dynamiser ce secteur à Busan ? Si la politique de la période précédente amène avant tout à mettre en place l'infrastructure symbolique qui permettait de développer l'industrie cinématographique même en dehors du cadre du BIFF, les années 2010 se caractérisent davantage par la montée de questionnement sur l'activation de l'écosystème.

² En coréen, il existe deux termes afin de désigner le centre qui a perdu la centralité ; centre ancien et centre original. Le dernier est une expression revendicative.

³ Manque d'espace de projection et d'évènement. Ce centre est aussi en dégradation.

⁴ Korean film council, Korea Media Rating Board et Game Rating Board

Depuis la fin 2013, les trois institutions prévues ainsi que le Centre du Cinéma à Busan s'installent petit à petit dans ce nouveau quartier dit cluster. En termes de processus créatif, la ville de Busan vise à créer une dynamique upperground. Pourtant, comment faire fonctionner localement cette industrie cinématographique du pays fortement basée sur la ville capitale, Séoul ? Au départ, le résultat paraît mitigé, voire décevant, à l'égard de la politique d'incitation et du système d'aides développé particulièrement par la BFC. Néanmoins, selon notre analyse, cette période tiède est transitoire vers la trajectoire ascendante.

En 2014, la ville de Busan est devenue une des villes dans le réseau Creative Cities de l'UNESCO. Il nous semble que cette démarche était cruciale car cela permet à la ville de s'approprier le passé lié au cinéma et la dynamique actuelle et surtout de les mettre en valeur. Cette approche en pratique du storytelling pourrait peut-être jouer en sa faveur, mais ce processus témoigne l'arrivée d'un nouveau type de politique qui mobilise le cinéma et Busan avec une vision globale, c'est-à-dire une vision plus écosystémique. Dans cette optique, la ville commence à mettre en lumière diverses activités cinématographiques qui ne relèvent pas de la strate upperground, mais qui constituent une dynamique locale aussi importante tels que les collectifs, le mouvement de distribution collective, les festivals, la formation. En effet, cela constitue les ressources locales.

En parallèle, deux événements y ajoutent la dynamique middleground : d'une part, il s'agit de l'ouverture du « Busan Center for Creative Economy and Innovation » en 2015. Il s'agit d'une autre politique étatique appliquée à Busan. L'économie créative a été promue par le gouvernement Park Geun-Hye. Ce centre tente de faire émerger de nouvelles idées à l'aide des acteurs industriels en particulier, Lotte. Même si la mise en place de cette politique était problématique en Corée, la dimension entrepreneuriale dans la culture est mise en avant. D'autre part, L'AFIS (Busan Asian Film School) a été ouverte en 2016 à l'initiative de la BFC. Cette formation internationale invite à intégrer l'échelle asiatique et mondiale de formation en cinéma.

En guise de conclusion : Émergence progressive d'un écosystème de création (2018-)

À ce stade, malgré plus de vingt ans d'histoire, il est assez hâtif de communiquer une telle conclusion qui permettrait de confirmer que Busan a un écosystème à part. Néanmoins, d'après notre enquête récente sur place nous supposons que Busan a enfin commencé à développer son propre écosystème. D'abord, il est intéressant de souligner le changement de perception par rapport à la centralité des activités cinématographiques à Busan, qui désigne plus particulièrement Centum City, c'est-à-dire le nouveau cluster créé ex-nihilo. Séoul demeure toujours le premier lieu rêvé pour faire du cinéma. Cependant, Busan est désormais une ville où on peut faire quelques choses en matière du cinéma. Par exemple, lors de l'entretien avec un cinéaste apprenti de 27 ans, qui a aussi travaillé dans la capitale pendant plusieurs années avant son retour dans sa ville natale, témoigne que « A Busan, il n'y avait rien maintenant, mais par rapport à avant, aujourd'hui, il y a beaucoup de choses si quelqu'un veut faire du cinéma ». Aujourd'hui, certains évoquent même de l'effet de proximité du cluster Centum City. Ainsi, un jeune entrepreneur dans la production audiovisuelle explique pour cette raison il a loué son bureau à Centum City en disant « J'y reste. Il y a tout pour mon travail. »

Ensuite, cela serait dû à la consolidation des actions publiques. Il s'agit du maintien de soutiens au fil du temps, même pendant la période récente difficile (2014-2017) liée au conflit entre le BIFF et la ville de Busan. Cependant, ce maintien ne signifie pas une continuité statique de certaines politiques. La promotion du cinéma est un axe essentiel de l'action au niveau de la ville de Busan. Cela se maintient grâce à leur capacité d'identifier les besoins et de (re)définir les objectifs.

Enfin, il est important de noter l'émergence d'un nouveau phénomène à la suite d'une dynamique locale plus diversifiée qui se caractérise par une autre forme de concentration qui est plus éclatée mais ancrée localement. Ces nouveaux types d'activités cinématographiques associés à la fois au mouvement local et indépendant se déroulent souvent dans certains quartiers au centre de Busan (Jung-gu). Ces acteurs émergents emploient eux-mêmes un nouveau terme « Community cinema » : convergence entre l'enjeu urbain et social et l'enjeu culturel et artistique.

Bibliographie

- Alexandre O. (2015). La règle de l'exception. *Ecologie du cinéma français*, Paris, Éditions de l'Ehess, coll. « Cas de figure », 272 p.
- Bouquillon P., Le Corf J-B. (2010). Les industries créatives et l'économie créative dans les rapports officiels européens
- Christopherson, S., & Rightor, N. (2010). The Creative Economy as "Big Business": Evaluating State Strategies to Lure Filmmakers. *Journal of Planning Education and Research*, 29(3), 336–352. <https://doi.org/10.1177/0739456X09354381>
- Cohendet, P., Grandadam, D., and Simon, L. (2010). The Anatomy of the Creative City, *Industry & Innovation*, 17: 1, 91 — 111
- Colletis G. et Pecqueur B. (2005). Révélation de ressources spécifiques et coordination située, *Economie et Institutions*, N°6 et 7, 1er et 2e semestres 2005
- Dubois V. (1998). Politique culturelle : le succès d'une catégorie floue : Contribution à l'analyse des catégories d'intervention publique in Kaluszinski (M.), Wahnich (S.) dir. *L'Etat contre la politique*, L'Harmattan, p. 167-182
- Foster P., Manning, S. & Terkla, D. (2015). The Rise of Hollywood East: Regional Film Offices as Intermediaries in Film and Television Production Clusters, *Regional Studies*, 49:3, 433-450
- Garnham N. (2005). From cultural to creative industries. An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, No. 1.
- Gong H. & Hassink R. (2017). Exploring the clustering of creative industries", *European Planning Studies*, 25:4, 583-600
- Grandadam D. (2008). « Des réseaux, de la créativité et du jazz », thèse de doctorat en sciences économiques, sous la direction de M. Patrick Cohendet et de M. Bernard Ancori, Université Louis Pasteur de Strasbourg
- Hautala J. & Nordström P. (2019), *Creative city, mobility, and creativity: Finnish artists in Berlin*, *Mobilities*
- Krätke S. (2011). *The Creative Capital of Cities: Interactive Knowledge Creation and the Urbanization Economies of Innovation*, Wiley-Blackwell, 260 p.
- Lizé W., Naudier D., Roueff O. (2011). *Intermédiaires du travail artistique*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2011, 264 pages.
- Menger P-M. (2009). *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, Paris, Gallimard -Seuil, « Hautes études », 2009.
- Moureau, N. & Zenou, B. (2016). Le capital social, l'art contemporain et les carrières. *Sociologie de l'Art*, opus 25 & 26, (1), 109-128. doi :10.3917/soart.025.0109.
- Rot Gwenaële et De Verdalle Laure (dir) (2013), *Le cinéma. Travail et organisation*, La Dispute
- Sagot-Duvaurox D. (2016). Du cluster à la scène : l'encastrement des activités artistiques dans le territoire, *L'observatoire. La Revue des politiques culturelles*, N°47 Hiver 2016, Culture et créativité : les nouvelles scènes
- Santagata W. (2002). Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic, *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 26, mars 2002
- Vivant E. (2009), *Qu'est-ce qu'une ville créative ?*, Paris, PUF, 92 p.
- Vivant E. (2006), « Le rôle des pratiques culturelles off dans les dynamiques urbaines », thèse de doctorat en Etudes Urbaines, Urbanisme et Aménagement sous la direction de François Ascher, l'Université Paris 8

**La construction symbolique du patrimoine naturel en Corse comme support
et enjeu de développement pour le territoire**
The symbolic construction of natural heritage in Corsica as support and development
challenge for the territory

Peri Jérôme

doctorant en SIC

LISA-UMR 6240, Università di Corsica Pasquale Paoli

peri@univ-corse.fr

Mots-clés : patrimoine, territoire, mobilisation, anthropologie / heritage, territory, mobilization, anthropology

Résumé : Cette contribution s'attache à l'analyse des évolutions sociales et symboliques des processus de patrimonialisation en Corse, à travers une étude de cas menée en Castagniccia, micro-région située au Nord-Est de l'île. Celles-ci reconfigurent les formes de solidarité et mettent en exergue un changement de paradigme important : la problématique devient celle de la gestion de la transformation du patrimoine et non plus celle de sa conservation.

Resume : This contribution focuses on the analysis of the social and symbolic evolutions of patrimonialization processes in Corsica, through a case study conducted in Castagniccia, a micro-region located in the North-East of the island. These evolutions reconfigure the forms of solidarity and highlight an important paradigm shift : the management of the transformation of the heritage becomes the main problematic, no longer its conservation.

La construction symbolique du patrimoine naturel en Corse comme support et enjeu de développement pour le territoire

Depuis les lois de la décentralisation en 1982, les stratégies de communication des collectivités locales ont largement évolué, recouvrant aussi bien des enjeux importants en termes de construction identitaire et d'attractivité du territoire, que d'établissement d'une véritable relation avec les habitants dans le cadre d'une communication qui se veut désormais de proximité (Cardy, 2011). Cette différenciation des territoires, ainsi que leur mise en concurrence accrue dans le contexte de la mondialisation contraignent les élus des collectivités à adopter des stratégies de reconnaissance institutionnelle, politique, économique et symbolique de leur territoire. La Corse tient d'ailleurs à ce titre une place de pionnière, dans la mesure où elle bénéficie du statut particulier de Collectivité de Corse, la dotant d'une Assemblée. Ces phénomènes évolutifs s'accompagnent aujourd'hui d'une forte demande sociale de qualité et d'excellence, faisant glisser les dynamiques communicationnelles de la simple promotion territoriale vers l'affirmation de leur singularité et leur valorisation (Cardy, 2011). C'est dans le cadre de ces démarches collectives que le patrimoine apparaît actuellement comme la principale ressource d'identification et de caractérisation d'un territoire. Celui-ci permet par exemple, dans une démarche de projet de territoire, de fédérer les différents acteurs autour de signes identitaires communs, de faire émerger les valeurs auxquelles désirent s'attacher les habitants aussi bien que de structurer des représentations collectives et une image forte des territoires. Les études sur le patrimoine étant nombreuses, nous nous proposons d'éclairer la notion à l'aune des reconfigurations des dynamiques actuelles et territoriales qu'elle implique, dans le cadre du montage d'un projet de territoire d'une micro-région de la Corse, la Castagniccia. La démarche interactionniste appliquée ici, qui s'attache aux points de vue des acteurs et aux croisements de ceux-ci, alternant ainsi entre négociation et normativité (Morrissette, 2011), nous permet dans un premier temps une meilleure compréhension des phénomènes de reconfigurations des solidarités, des représentations territoriales et des systèmes de légitimation politique. Ces éléments constituent la clé de lecture des mutations de l'espace public local, dans le souci d'amener quelques éléments de réponse à la question suivante : dans quelle mesure la mobilisation du patrimoine dans des projets de développement territorial peut-elle répondre à des enjeux de société ?

I- Contexte et méthodologie de la recherche

Cette contribution est tirée de mes travaux de thèse sur les évolutions des processus de patrimonialisation en Corse, à travers une étude de cas menée en Castagniccia. Cette micro-région du Nord-Est de l'île, jadis poumon économique et foyer des plus importantes révoltes de l'histoire de la Corse, illustre aujourd'hui la désertification de l'intérieur rural et l'abandon des traditions agro-pastorales et castanéicoles ancestrales. De nombreuses actions de classement d'un patrimoine, riche et significatif de nombreuses périodes historiques, ont ainsi été menées sur ce territoire. Les sites patrimonialisés, reliés par de nombreux sentiers pédestres, ont permis l'émergence de projets patrimoniaux dans le but de sauvegarder ce qui pouvait encore l'être. La situation, économique, sociale et politique de la micro-région n'a toutefois guère évolué ces dernières décennies. En 2017, la création d'une nouvelle communauté de communes ainsi que la mise en concurrence prochaine du site des Eaux minérales d'Orezza - source d'eau naturelle, anciens thermes renommés et aujourd'hui entreprise d'embouteillage au succès international considérée comme joyau patrimonial - qui jaillit au cœur de la Castagniccia, ont favorisé l'apparition de nouveaux enjeux pour le territoire.

La réponse apportée par la population locale à ces mutations non seulement politiques et économiques, mais aussi sociales et culturelles, s'est caractérisée par la multiplication des projets patrimoniaux. C'est cette stratégie spontanée qui a guidé notre questionnement ici.

Le patrimoine, dans un double mouvement, semble en effet constituer d'une part le moyen de lutter contre la déstabilisation collective croissante des univers de référence (Rasse, 2006), et accompagner d'autre part les modalités d'inscription au monde de la société contemporaine. L'enquête anthropologique de terrain, menée depuis lors, met ainsi en exergue les évolutions des processus de production du patrimoine, en nous intéressant à la "performativité" des acteurs engagés. L'axe anthropologique de la communication, privilégié ici, nous permet en effet de rendre compte du point de vue de l'acteur, de ses représentations et de ses pratiques, dans un contexte donné. Quatre formes de production de données ont principalement été retenues pour notre enquête. L'observation participante, durant trois années au sein du projet patrimonial de territoire monté durant cette période, couplée à de nombreux entretiens semi-directifs ont permis de saisir les logiques d'action des acteurs engagés. La collecte des nombreuses sources écrites sur la micro-région ainsi que les procédés de recension extérieure - données obtenues par la communauté de communes, office du tourisme, sur les sites internet¹ - s'inscrivent dans le cadre d'une « enquête polymorphe » (Olivier de Sardan, 1995) souhaitant combiner données émiques et étiques pour la production d'un modèle interprétatif. L'établissement de notre grille de lecture interprétative, suggérant le modèle de « régime contemporain de patrimonialité », notion que j'emprunte à Gravari-Barbas (2003) pour saisir la dynamique de production du patrimoine, permet ainsi, par itération, par un jeu de va-et-vient permanent entre théorie et terrain, la confrontation des données recueillies et le classement des protagonistes par « groupes stratégiques ». Notre démarche, qui conçoit le monde social sous l'angle des interactions s'appuie ainsi sur l'enquête de terrain pour rendre compte des expériences, dans leur contexte de réalisation (Morrissette, 2011). C'est ainsi par une approche compréhensive des phénomènes que nous souhaitons saisir les significations des actions des acteurs en présence.

Notre enquête se divise en deux temps complémentaires à l'analyse. L'établissement de notre cadre interprétatif permettra dans un premier temps de caractériser les évolutions sociales et symboliques des processus de patrimonialisation et d'en dégager les caractéristiques de production du patrimoine au sein du projet de territoire. S'ensuivra ainsi une analyse de l'inscription de ces phénomènes dans l'espace public, à l'occasion de l'organisation d'événements publics consacrés à la discussion des modalités du projet. L'objectif étant de saisir les mutations de l'espace public local et de définir en quoi le patrimoine constitue le « lieu polémique » (Fabre 2013) de la construction du social et du politique.

II- Vers un régime contemporain de patrimonialité

Notre recherche se fonde sur un double constat qui peut sembler paradoxal. En effet, les crises économiques et sociales successives ont entraîné une tension entre nos identités et nos territoires de vie qui se trouve aujourd'hui accentuée par nos nouvelles mobilités. Nous observons toutefois, et de manière concomitante, un double mouvement d'affirmation des particularismes régionaux et de volonté des populations d'une politique de proximité. Ces phénomènes contradictoires, mais indissociables, nous amènent à nous questionner sur la notion même de territoire par le biais d'une autre notion, fortement utilisée, voire instrumentalisée ; celle de patrimoine. Un tel choix d'analyse s'explique par les premières observations effectuées sur le terrain et les entretiens menés depuis. Les élus, ainsi que les habitants de Castagniccia, micro-région qui n'échappe pas aux phénomènes mondiaux décrits plus haut, semblent en effet pouvoir puiser dans le patrimoine les éléments de réponse à la crise traversée.

¹ Le site le plus complet et le plus consulté : <http://castagniccia-maremonti.com/>.

Ce sont ces stratégies spontanées, et les différents points de vue défendus par les acteurs du territoire (élus, habitants, associatifs et acteurs socio-économiques) qui nous ont amenés dans un premier temps à mettre en exergue le rôle fédérateur et légitimant du patrimoine dans ces processus de territorialisation du politique (Gravari-Barbas, 2003). Ces observations se trouvent corroborées par la très importante littérature scientifique qui fait mention, depuis les années quatre-vingts, d'un élargissement notable du champ du patrimoine, au point de constituer actuellement un phénomène significatif de l'évolution de nos sociétés. Notre démarche s'inscrit par ailleurs dans la continuité des travaux menés par Guy di Méo (1995) sur la « parenté conceptuelle » entre les notions de patrimoine et de territoire. Pour des raisons évidentes, nous ne proposerons pas ici un exposé exhaustif des évolutions des processus de patrimonialisation, mais souhaitons concentrer notre analyse sur les spécificités d'un « régime contemporain de patrimonialité », telles qu'observées lors du montage de projet de territoire en Castagniccia. L'intérêt de l'examen attentif de la dynamique de la construction patrimoniale repose ainsi sur les motivations des acteurs, ainsi que sur le sens qu'ils donnent à leurs actions et au projet de territoire. Ils constituent en effet une clé de compréhension de notre rapport au territoire, au politique, et, de manière plus générale, aux représentations que nous nous faisons de la société. Car ce sont bien les évolutions de la notion même de patrimoine, et donc des processus de patrimonialisation, qui nécessitent que l'on s'interroge sur les caractéristiques d'un régime contemporain de patrimonialité. L'élargissement du champ patrimonial ces dernières décennies nous permet d'y intégrer l'oralité, les savoir-faire, les paysages, la nature et le vivant, dans la mesure où le patrimoine n'est plus seulement lié au contexte des Etats-nations, mais entre de plus en plus dans la construction des territoires. Mais ces phénomènes, certes localisés, n'échappent pas à une mise en rapport avec la mondialisation. En effet, les logiques touristiques inscrivent le patrimoine local dans des jeux d'échelles mondiaux, et cette complexification des processus de patrimonialisation entraînent des reconfigurations des logiques d'acteurs. L'apparition de nouveaux acteurs, de nouveaux producteurs du patrimoine soulignent le glissement qui s'effectue de l'expertise scientifique (démarches top/down) vers les communautés dépositaires d'un patrimoine territorialisé (actions bottom/up) et vers une approche de plus en plus expérientielle du patrimoine (Gravari-Barbas, 2003). Ces logiques sociales de patrimonialisation invalide la catégorisation du patrimoine et les différenciations opérées entre matériel et immatériel par exemple, dans la mesure où elles se voient investies par les acteurs d'un véritable projet politique construit collectivement (Bondaz, Isnart, Leblon, 2012). Le patrimoine apparaît comme un outil, un moyen de lutter contre la désertification du territoire, de création de nouveaux repères et de partage de valeurs communes. Les acteurs sont donc au centre de tels phénomènes, qui expriment leur volonté de construire un projet de société à partir d'un socle commun. Le patrimoine laisse ainsi entrevoir sa nature consensuelle, capable de créer les synergies nécessaires pour fédérer l'ensemble des projets portés dans un unique projet de territoire. Mais l'ensemble de ces évolutions se trouve aussi illustré par leur éphémérisation toujours croissante : les événements jouent le rôle de catalyseurs dans ces processus.

III- L'inscription de ces phénomènes dans l'espace public

Le fort consensus obtenu autour des modalités de montage du projet de territoire - démarche de structuration territoriale et de valorisation patrimoniale/culturelle autour du sport et du bien-être (qualité de vie et beauté remarquable des paysages) - par l'ensemble des acteurs en présence souligne l'engagement de tous dans la réalisation d'un projet durable, présenté à un programme européen Marittimo pour obtenir les fonds nécessaires à sa réalisation. Les opérations entreprises dans le cadre de notre projet redonnent au territoire son cadre structurant et signifiant en participant à la réflexion autour de l'imaginaire territorial. Ainsi, le local devient le lieu à investir politiquement, socialement et culturellement.

L'échelon de proximité structure l'action des acteurs en présence et se donne à voir comme l'expression d'une identité et d'un projet de société (Raoul, 2013). Nous considérons ainsi les événements organisés - « E raghjunate », les "discussions" en français - une fois par an comme « objets communicationnels » nécessaires à l'appréhension du rapport entre patrimoine, territoire et espace public. Nous inscrivons donc le second temps de notre démarche méthodologique dans un modèle de communication normative « correspondant à l'ordre idéal de l'agir communicationnel habermassien » qui associe projet politique et « activité anthropologique structurant du social » (Fourrier, 2013).

Le premier objectif recherché était de réunir les acteurs et de fédérer leurs projets, afin de créer les synergies nécessaires à la mise en place d'un projet de territoire. Le point commun de l'engagement collectif ne faisait nul doute : le développement du territoire par la mise en valeur de son patrimoine. Et c'est dans ce cadre que l'idée de l'organisation de ces événements est née : promouvoir l'action collective entreprise et attirer de nouveaux acteurs intéressés par la démarche en exposant les motivations et les buts recherchés par chacun. Le consensus autour d'une démarche commune et de ses différentes modalités d'application est très vite apparue. Ainsi, il s'agissait de mettre en valeur le patrimoine existant par la réhabilitation et la création de nouveaux sentiers pédestres les reliant. Ces sentiers permettraient aussi la mise en place d'événements sportifs (VTT, escalade, trail) dans un souci clair de préservation des paysages naturels. La notion de bien-être et de qualité de vie étaient donc au centre du projet. Les événements « E raghjunate » (Les discussions) - le choix de la langue corse n'est pas anodin, il est un patrimoine commun - en sont la vitrine et invitent les habitants à participer au débat et aux décisions prises localement. Les affiches de l'événement, présentées ci-dessous, illustrent bien les reconfigurations des mobilisations qui ont eu lieu et les solidarités créées lors du montage de projet : cet événement sert la construction d'un espace public dédié au patrimoine.



Nous pouvons voir à travers la présentation de ces deux affiches (de 2017 puis de 2018), comment la mobilisation de citoyens a su agréger autour d'elle de nombreuses autres volontés dans l'intention de mettre en place un projet.

Cet engagement de nombreux acteurs dans cette perspective est illustré par les nombreuses associations et les médias qui y ont participé, sous le patronage de la Communauté de Communes de Castagniccia-Casinca, porteuse du projet au niveau européen, et grâce au soutien de la Société Nouvelle des Eaux d'Orezza. La mise en place du projet et les synergies créées se sont effectuées sur une période de deux années. Le rôle fédérateur du patrimoine et son instrumentalisation en tant que ressource territoriale (Landel, Senil, 2009) ne font ici plus aucun doute. Cependant, l'échec de la candidature du projet au niveau européen - le projet ne fut pas retenu dans le cadre du Marittimo présenté - a fait émerger une situation inattendue, dont l'extrait d'un article du journal en ligne Corse Net Infos en date du 4 octobre 2018 fait état : La ComCom de Castagniccia-Casinca se porte candidate pour la reprise des Eaux d'Orezza .

Deux des principaux protagonistes du projet patrimonial, à savoir la Communauté de Communes et la Société Nouvelle des Eaux d'Orezza, candidate à sa propre succession, entrent en concurrence directe. Les processus de patrimonialisation ont certes induit un fort consensus autour de symboles partagés dans une volonté commune de redynamisation de l'intérieur rural de la Castagniccia, mais le contexte semble avoir évolué, laissant resurgir des oppositions et nous indiquant à nouveau qu'il est nécessaire de rendre compte des logiques évolutives des acteurs d'une part, et de leurs interactions parfois conflictuelles d'autre part. Cette décision, qui représente bien le nouveau positionnement stratégique de l'institution locale par rapport à sa vision du développement territorial, laisse apparaître en filigrane la puissance légitimante du patrimoine. Les processus de patrimonialisation s'inscrivent donc dans l'espace public, en remodelant les modalités du débat, dans la mesure où le patrimoine devient l'outil de négociation des acteurs ou des groupes d'acteurs dans la société (Colin, 2014).

Le patrimoine, résultat de mobilisations collectives et de revendications culturelles, accompagne l'émergence de nouvelles solidarités au sein de projets territoriaux, structure des représentations collectives, permet l'apparition de valeurs nouvelles ainsi qu'une meilleure compréhension des modalités de la légitimation politique. Mais une analyse de la « gouvernance patrimoniale » (Gravari-Barbas, 2003) met en exergue la cohabitation et la confrontation de deux conceptions des processus de patrimonialisation au sein des « arènes patrimoniales » (Roth, 2003), entre normativité et négociation constantes. Ceci n'est pas sans nous rappeler la notion de « complexe patrimonial », défendue par Tardy et Rautenberg en 2013 dans le cadre de la construction symbolique du patrimoine naturel. Ces phénomènes semblent donc illustrer un changement de paradigme important : la problématique devient celle de la gestion de la transformation du patrimoine et non plus celle de sa conservation. Les Eaux d'Orezza, entreprise renommée dont la source est le patrimoine de la Castagniccia, deviennent le catalyseur de cette inscription économique, sociale et symbolique du patrimoine naturel.

² Article à retrouver sur le site internet : https://www.corsenetinfos.corsica/La-ComCom-de-Castagniccia-Casinca-se-porte-candidate-pour-la-reprise-des-Eaux-d-Orezza_a35721.html.

Bibliographie :

- Albertini F. et Pélissier N. (2009). Les Sciences de l'Information et de la Communication à la rencontre des Cultural Studies. Paris, L'Harmattan.
- Beauchard J. (dir) (2003). La Mosaïque Territoriale, enjeux identitaires de la décentralisation. L'Aube, Paris.
- Bondaz, J., Isnart, C., & Leblon, A. (2012). Au-delà du consensus patrimonial : Résistances et usages contestataires du patrimoine. *Civilisations*, (61-1), 9-22.
- Davallon J. (2006). Le don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation. Paris, Lavoisier.
- Fabre, Daniel. (2013). Émotions patrimoniales. Paris, Les Éditions de la MSH.
- Fournier L. (2012). Patrimoine et valorisation des territoires. Paris, L'Harmattan.
- Grandjean P., Michon B., et Koebel M. (2009). Construction identitaire et espace. Paris, L'Harmattan.
- Morrisette J., Guignon S., Demazière D. (2011). Recherches Qualitatives. De l'usage des perspectives interactionnistes en recherche. ARQ Association pour la Recherche Qualitative.
- Olivier de Sardan, J.-P. (1995). La politique du terrain : Sur la production des données en anthropologie. *Enquête*, (1), 71-109. <https://doi.org/10.4000/enquete.263>.
- Pagès D. et Pélissier N. (2001). Territoires sous influences. Paris, L'Harmattan.
- Rasse P. (2013). La diversité culturelle. Paris, CNRS Editions.
- Tardy, C., & Rautenberg, M. (2013). Patrimoines culturel et naturel : Analyse des patrimonialisations. *Culture & Musées*, (Hors-série), 115-138.
- Winkin Y. (2014). La nouvelle communication. Paris, Éd. Du Seuil.

La mise en œuvre d'une politique de Parc Naturel Régional comme espace de « publicisation » d'enjeux liés au développement durable.
The implementation of a NRP policy as "publicization" space of stakes linked to sustainable development.

Benjamin Thicoïpé

doctorant en sociologie

CERTOP- UMR 5044

Université Toulouse Paul Sabatier

thicoipe@hotmail.fr

Mots clés : PNR, publics, stations de montagne, Communication.

Keywords: NRP, « public », alpine ski resort, communication.

Résumé : Les PNR sont des institutions qui concourent au « développement durable » de leurs territoires. Ils créent des cadres d'interaction pour la constitution de « publics » (au sens de J. Dewey) autour d'enjeux liés au développement durable. Notre étude s'intéresse à la « publicisation » d'enjeux de « durabilité » concernant les stations de montagne.

Summary : The NRP are public institution which participate to the implementation of sustainable development policy. Those institutions are in charge with the establishment of interaction framework than bias (influence) « publicisation » (in reference of Dewey's work) of stakes linked to DD on its territory. The integration of sustainability stakes in the alpine ski resort economic pattern will be more specifically studied in this communication.

La mise en œuvre d'une politique de Parc Naturel Régional, concernant l'aménagement et l'urbanisme de stations de montagne, comme espace de « publicisation » d'enjeux liés au développement durable.

Les Parcs Naturels Régionaux, leurs moyens et objets.

Le travail doctoral présenté dans le cadre de cette communication fait l'objet d'un contrat CIFRe au sein du Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes. Les PNR concourent « (...) à la politique de protection de l'environnement, d'aménagement du territoire, de développement économique et social et d'éducation et de formation du public¹ ».

Ces objectifs de « développement durable² » sont formalisés plus précisément pour chacun des 53 territoires de PNR dans des « Chartes ». Ces documents de type contractuel reçoivent l'adhésion des Communes, Départements et Régions suite à l'établissement d'un projet politique prenant appui sur un « diagnostic » technique qui identifie les principaux enjeux sur le territoire. Ce projet est sanctionné au niveau national par l'octroi d'un « label ».

Le PNR des Pyrénées Catalanes face à la question de la « durabilité » d'aménagements liés aux stations de montagne

Le territoire du PNR des Pyrénées Catalanes concentre huit stations de ski Alpin dont deux ont fermé respectivement en 2014 et 2017 sous l'effet combiné de problèmes économiques et d'aléas climatiques. Certaines études montrent que l'économie touristique représente localement les $\frac{3}{4}$ des emplois (Vles, 2011). La plupart des chercheurs s'accordent pour constater que l'économie liée au ski Alpin en moyenne montagne doit entamer une phase de « transition » à la fois touristique, énergétique et écologique (Vles, 2018). Sa « vulnérabilité », notamment face au changement climatique (Marc M, 2011 ; Bonnemains, 2015), combinée aux évolutions des pratiques des clientèles conduit les analystes à décrire les stations comme étant « au bord du point de bascule » (Vles, 2019) et à s'interroger sur les moyens de leur « durabilité ». Ces moyens sont de plusieurs ordres mais leur mise en œuvre semble être facilitée par plusieurs leviers : la concertation des populations locales (Gill, Alyson et al. 1994 ; Ooi, Nathalie, 2016), une gouvernance supra communale (Achin, 2015) et la mise en place d'expertises. L'institution PNR des Pyrénées Catalanes fait reposer ses actions sur ces différents leviers. Une « équipe technique » y joue un rôle d'expertise dans le modèle intégratif du PNR des Pyrénées Catalanes (Cadoret, Beuret, 2017). La mise en œuvre de la Charte implique une gouvernance composée d'élus membres des collectivités signataires ainsi qu'une pluralité « d'espaces » d'échanges intégrant différents types d'acteurs (élus, techniciens, conseillers scientifiques, membres d'associations, acteurs privés etc.). Les discours institutionnels du réseau des PNR revendiquent un recours à la participation des citoyens et des élus locaux comme modalité d'action privilégiée (Baron, Lajarge, 2016). Certaines recherches qualifient les PNR d'institutions adaptées pour répondre aux questions liées à l'aménagement des stations de montagne (Hugues, 2007). L'équipe technique et les élus membres de la gouvernance du PNR des Pyrénées Catalanes perçoivent pourtant des « difficultés » dans la mise en œuvre de la Charte du PNR. Celles-ci se manifestent par l'émergence de projets d'aménagements, associés en partie aux stations de ski Alpin, dont la « compatibilité » avec certains objectifs de « durabilité » formulés dans la Charte est l'objet de « débats », voir suscite des « polémiques³ ». Les principaux objectifs de « durabilité » fixés pour les aménagements au sein du PNR correspondent aux principaux axes préconisés par les rapports d'expertises déclinés des travaux du GIEC.

¹ Code de l'environnement, Article L333-1.

² Ibid.

³ La distinction entre « débat » et « polémique » s'appuie sur la synthèse de Juliette Rennes (2016). Les « débats » sont des échanges argumentés, durables ou non, pouvant être écrits ou oraux mais qui est susceptible de « déboucher sur un accord ». Lorsque ces échanges deviennent moins polarisés ils peuvent devenir des « dialogues » contrairement aux « polémiques » qui sont repérables par des formes linguistiques et rhétoriques qui tendent à « emphatiser les antagonismes » plutôt que par la présence d'arguments.

Problématisation

Comment, si le PNR participe à une « publicisation » d'enjeux liés à la « durabilité » concernant l'aménagement des stations de montagne, la mise en œuvre de sa Charte se heurte justement à cette problématique ?

Afin de reformuler dans une perspective communicationnelle la commande du PNR, il nous est apparu intéressant de mobiliser de façon centrale la notion de « public » telle que théorisée par John Dewey. De nombreux exemples, que l'on doit notamment à la sociologie des problèmes publics, montrent que l'émergence et les actions d'un « public » en tant « (qu') ensemble de tous ceux qui sont tellement affectés par les conséquences de transactions qu'il est jugé nécessaire de veiller systématiquement à ces conséquences » (Dewey, 1927 [2010]) est un préalable à la mise en place de changements dans les politiques menées.

Une traduction des principaux « leviers » mis en place par le PNR concernant la « durabilité » des stations de montagne semble possible en mobilisant ce cadre théorique. En effet, chez Dewey le « public » n'émerge que s'il prend « conscience » de « problèmes » au moyen « d'expérimentations », notamment au regard de méthodes scientifiques. Interroger les fonctions d'expertises mises en place par le PNR et plus largement les liens entre productions scientifiques liées aux stations et leurs mises en politique semble donc possible ici. Les actions du « public » chez Dewey passent ensuite par l'organisation en un « Etat », c'est-à-dire chez l'auteur en « règles » et institutions. Cette définition des institutions, des « fonctionnaires » et « mandataires », en tant que « public organisé », permet également d'interroger les possibilités d'émergence d'un « public » y compris dans les espaces institutionnalisés de concertation et de « gouvernance ».

Des échanges féconds entre les SIC et la sociologie qui ont récemment apportés des compléments importants aux notions « d'arène publique » (Le Marec & Babou, 2015) ou de « controverse » (Rennes 2016). Notions dont les constructions s'appuient sur les travaux de Dewey. Plusieurs articles publiés dans des revues en SIC ouvrent également une voie pour des remobilisations du « public » de Dewey autour de l'étude des « controverses⁴ » ou de « l'opinion publique⁵ ». L'ensemble de ces apports sont inclus dans la construction du cadre théorique de la thèse notamment en ce qui concerne l'importance de prendre en compte dans l'analyse les spécificités des « espaces » d'échanges entre acteurs afin de comprendre s'ils contribuent à l'émergence d'un « public ».

Une des hypothèses centrales porte sur la forme de la politique PNR qui, comme pour la plupart des politiques « contractuelles », ne remplace pas les institutions et collectivités déjà présentes sur leurs territoires mais organise une « gouvernance » spécifique composée de membres décisionnaires de chaque collectivité signataire. Cette caractéristique fait de l'internalisation des « débats », entre porteurs de perceptions différentes du « problèmes » des stations, un des principales modalités d'actions de la politique PNR. Spector et Kitsuse (1977, [2012]) décrivent un processus qu'ils qualifient d'« histoire naturelle des problèmes publics ». Dans cette perspective, un « problème⁶ » émerge puis est « publicisé » jusqu'à sa possible prise en charge institutionnelle. Une « transformation du problème public » (Gusfield, 2012) peut ensuite être induite autour d'enjeux émergents et conduire à la mise en place d'institutions visant à reprendre en charge le « problème » nouvellement formulé à la place des institutions qui en avaient la charge initialement. Nous émettons donc l'hypothèse que deux dynamiques opposées sont à l'œuvre au sein de l'institution PNR : l'une favorisant le processus d'émergence d'un « public » autour de la question de la « durabilité » des stations de montagne, l'autre au contraire agissant comme un frein à cette émergence.

Cette hypothèse est renforcée par plusieurs travaux en sociologie néo-institutionnaliste qui mettent en lumière des processus de résistances aux changements de pratiques au sein des institutions en charge des politiques environnementales.

⁴ Hermès, La revue (2015/3), Controverses et communication, Numéro 73, CNRS Editions

⁵ Hermès, La Revue (2001/3), L'opinion publique, perspectives anglosaxonnes, Numéro 31, CNRS Editions

⁶ Il s'agit d'une situation perçue par un « public » comme nécessitant une intervention pour répondre à des conséquences préjudiciables. Chez Dewey, la « problématisation » et la « publicisation » sont deux processus indissociables (Cefai, Terzi, 2012).

Les sous-hypothèses qui structurent la recherche déclinent cette hypothèse centrale concernant chaque « levier » potentiel à la mise en œuvre d'une « durabilité » des stations de montagne : expertise, gouvernance, participation d'acteurs non-institutionnels. Par exemple, les acteurs chargés de l'expertise au sein des PNR assument un double rôle de « traducteurs » et de « négociateurs » (Beuret, Cadoret, 2017). Il est possible de s'interroger sur les « publics putatifs » qu'ils représentent dans chacun de ces cas, mais également sur l'influence de chacun de ces rôles concernant la possibilité de « prise de conscience » d'un problème et donc d'émergence d'un « public ».

Méthodologie mobilisée :

La principale méthode de recueil de données mobilisée jusqu'ici est « l'observation directe » avec retranscription intégrale pour l'analyse des interactions dans les espaces formels et informels d'échanges entre techniciens, scientifiques, politiques, entreprises, associations etc. Ces activités communicationnelles, ainsi que leur organisation, influent sur la « publicisation » des enjeux et sur leur intégration dans les politiques. Ces observations, plus d'une centaine déjà réalisées en fin de la première année de thèse, sont valorisées en mobilisant des outils classiques d'analyses empruntés à la sociologie et à l'ethnologie pour afin de tenter de déceler dans les « normes » à l'œuvre au sein des interactions entre acteurs partis prenants des conditions d'émergence d'un « public » autour de la « durabilité » des stations. Une campagne d'entretiens semi-directifs et une recherche documentaire doivent compléter cette méthode.

Bibliographie

- Achin C. (2015). La gouvernance de la diversification comme enjeu de l'adaptation des stations de moyenne montagne : l'analyse des stations de la Bresse, du Dévoluy et du Sancy. Thèse de doctorat en science politique. Université Grenoble Alpes.
- Baron-Yellès, N., & Lajarge, R. (2015). Les parcs naturels régionaux : des territoires en expériences. Versailles : Quæ
- Bonnemains A. (2015). Vulnérabilité et résilience d'un modèle de développement alpin : Trajectoire territoriale des stations de sports d'hiver de haute altitude de Tarentaise. Thèse de Géographie. Université Grenoble Alpes.
- Beuret J-E et Cadoret A. (2017). « Négocier l'urbanisation pour un littoral durable : des Parcs Naturels Régionaux facteurs d'intégration ou de fragmentation des enjeux ? », *Norois* 244 | 2017
- Cans C. (2018). « De la difficulté de définir les PNR depuis un demi-siècle », *Revue juridique de l'environnement* Volume 43, p. 245-262.
- Dewey J. (2010). *Le public et ses problèmes*. Paris, Gallimard (Folio Essais 533).
- Dissart J.-C. (2012). « Co-construction des capacités et des ressources territoriales dans les territoires touristiques de montagne », *Revue de Géographie Alpine | Journal of Alpine Research* [En ligne], 100-2
- Gill, A. and Williams, P. M. (1994). "Managing growth in mountain tourism communities", *Tourism Management* 15: 212–220.
- Gusfield J. (2012). Significations disputées, contester la propriété et l'autorité des problèmes publics, in Cefai D., Terzi C. dir., *L'expérience des problèmes publics* », *Raisons pratiques*, Editions de l'école des Hautes études en sciences sociales, Paris
- Hugues F. (2007). De la station ressource pour le territoire au territoire pour la station. Le cas des stations de moyenne montagne périurbaines de Grenoble. *Géographie*. Université Joseph-Fourier - Grenoble I
- Le Marec, J. & Babou, I. (2015). La dimension communicationnelle des controverses. *Hermès, La Revue*, 73(3), 111-121.
- Mihaela M. (2011). Le dérèglement climatique : analyse de ses représentations et pratiques dans les stations de sports d'hiver des Pyrénées Orientales. Thèse de doctorat en Géographie. Université de Grenoble. Grenoble
- Ooi, N., Mair, J. and Laing, J. (2016). "The transition from seasonal worker to permanent resident: social barriers faced within a mountain resort community". *Journal of Travel Research* 55: 246–260
- Piazza-Morel D, Arlot M.-P., Philippe F., Veron F., (2018), *ADAMONT*, impacts du changement climatique et adaptation en territoire de montagne, Lessem (IRSTEA Grenoble), CNRM (Météo France), Programme de Recherche Gestion et Impacts du Changement climatique
- Rennes J. (2016). Les controverses politiques et leurs frontières, *Études de communication* 47
- Spector M. & Kitsuse J. (2012). Sociologie des problèmes sociaux, Un modèle d'histoire naturelle, in Cefai D., Terzi C. dir., *L'expérience des problèmes publics* », *Raisons pratiques*, Editions de l'école des Hautes études en sciences sociales, Paris
- Vles V. (2019), Les stations de ski alpin des Pyrénées : des territoires touristiques aux abords du point de bascule, <https://stations.hypotheses.org/stations-de-ski-alpin-des-pyrenees-des-territoires-touristiques-aux-abords-du-point-de-bascule>
- Vles V. (2018). « Une transition touristique, énergétique et environnementale », *Revue Urbanisme*, Numéro 411, pp 27-30.
- Vlès V, (2011) La diversification de l'économie " neige ", créatrice de nouvelles solidarités territoriales en montagne. <halshs-00694651>

Le discours du gouvernement colombien à propos du transmédia

The discourse of the Colombian government about “transmedia”

Ana Cristina Villegas Calderón

doctorante en SIC

LabSIC, Université Paris 13

anacristinavillegasc@gmail.com

Mots-clefs : Colombie, transmédia, communication politique, analyse du discours.

Key Words : Colombia, transmedia, politic communication, discourse analysis.

Résumé

Dans cette communication nous voulons présenter les premiers résultats d'une analyse logométrique réalisée dans le cadre d'une analyse du discours du gouvernement Colombien à propos du « transmédia » à travers quatre institutions publiques (Ministère de Culture, Ministère des TIC, Autorité Nationale de Télévision et Fond Mixte de Promotion Cinématographique).

Abstract

In this paper we want to present the first results of a logometric analysis carried out as part of an analysis of the Colombian government's discourse on «transmedia» through four public institutions (Ministry of Culture, Ministry of ICT, National Authority of Television and Mixed Media Promotion Fund).

Le discours du gouvernement Colombien à propos du « transmédia »

En Colombie, comme dans d'autres pays en voie de développement, le transmédia est en plein boom. Les créateurs de contenus utilisent cette stratégie narrative pour raconter des histoires à travers différents médias, et ainsi, retrouver une audience dispersée sur divers canaux. Le gouvernement national a développé une série de stratégies pour encourager la création de projets transmédia dans le but de faciliter le développement des industries culturelles et médiatiques (ICM) nationales, ce qui constitue l'un des axes stratégiques pour faire croître l'économie nationale.

Ces stratégies visent la promotion de la création transmédia en Colombie comme élément clef pour le développement des ICM nationales. Ainsi, l'état colombien veut favoriser la création et le développement de contenus numériques, à but social, éducatif et culturel et avec un fort potentiel de commercialisation.

Initiatives du gouvernement national pour encourager la création transmédia

Durant les dernières années, le gouvernement national colombien, du Président sortant Juan Manuel Santos Calderón (2010-2018), a été caractérisé comme ayant un intérêt majeur à encourager l'appropriation massive des technologies de l'information et de la communication (TIC) ainsi que le renforcement des ICM Colombiennes. Dans le « Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 »¹ l'état a identifié la culture comme un facteur fondamental pour le développement social et économique du pays et a mis en marche une série d'actions stratégiques visant le renforcement des ICM basée sur l'augmentation de la productivité (Plan de Desarrollo Nacional, 2011, p. 407). Ces stratégies ont été apposées sur le document « Conpes 3659: Política Nacional para la promoción de industrias culturales en Colombia »² dans lequel est évoqué le besoin de promouvoir l'usage des TICs en tant qu'outils pour leur développement.

Dans ce sens, MinTIC a créé le « Plan Vive Digital 2010-2014 »³ qui visait à la promotion de la massification de l'usage d'internet, l'appropriation des TIC et la création d'emplois liés au secteur des TIC, avec pour but de réduire le chômage et la pauvreté et d'augmenter la compétitivité du pays tout en développant l'écosystème numérique national (Vive Digital: Plan Vivo del Plan, 2011, p. 20).

Ainsi, la « Convocatoria Crea Digital »⁴ a été mise en place en 2012, comme une stratégie pour encourager et soutenir la création et le développement de contenus numériques de haut niveau pouvant se faire une place dans l'écosystème numérique et sur le marché (Ministerio de Cultura, 2012, p. 7).

Dans le même sens, l'initiative « NewMedia Colombia » a été créée en 2017 par MinTIC et « Proimágenes Colombia » dans le but de soutenir le développement de projets conçus pour les plateformes numériques. En réponse à la bonne réception qu'a eu cette initiative, en 2018, d'autres entités publiques comme le Conseil National des Arts et de la Culture Cinématographique « CNACC », l'Autorité Nationale de Télévision « ANTV » et la Chambre de Commerce de Bogotá ont adhéré à l'initiative intitulée « Conexión Transmedia Colombia »⁵.

Intérêt d'analyser le discours du gouvernement colombien à propos du « transmédia »

Dans les termes de référence des initiatives telles que « Crea Digital » et « NewMedia » réside un intérêt évident des institutions à soutenir la création de contenus numériques et transmédia à but social, éducatif et culturel, et possédant un grand potentiel de commercialisation. Cependant, il est nécessaire de dépasser l'évidence pour appréhender le discours du gouvernement colombien à propos du « transmédia ».

¹ Plan de Développement National 2010-2014.

² Conpes 3659 : Politique nationale pour la promotion des industries culturelles en Colombie.

³ Plan Vis Numérique 2010-2014.

⁴ Appel à projets Crée Numérique.

⁵ Connexion Transmédia Colombie.

Ainsi, dans le cadre de notre travail de thèse⁶, portant sur les logiques transmédiales intervenant dans le processus de création-production-diffusion des narrations transmédia en Colombie, nous avons implémenté une analyse du discours produit par ces institutions permettant « d’aller au-delà des impressions en mettant en place une procédure systématique d’analyse (fiable et reproductible)» (Dèze, 2009, p. 162).

Nous entendons le discours comme un « espace où se déploie l’usage des signes, mots et textes dans un contexte » (Angermuller, 2007). Dans ce sens, le but de l’analyse du discours est « d’examiner les règles sous-jacentes qui organisent la production, la circulation et l’utilisation des signes, de préférence en vue de leurs inscriptions sociales et historiques » (Angermuller, 2007).

L’objectif de cette analyse consiste à rendre compte, grâce à une analyse logométrique, de l’usage du mot « transmédia », dans les discours des 4 institutions précédemment mentionnées. Les questions que nous pouvons nous poser sont les suivantes :

- Dans les discours de ces institutions, à quelle catégorie grammaticale appartient le mot « transmédia » ?
- Comment l’usage du mot « transmédia » a-t-il évolué avec le temps ? A-t-il toujours été présent dans le discours des 4 institutions ?

Une analyse lométrique avec Iramuteq

Pour mettre en œuvre une analyse du disc

ours du gouvernement colombien autour du “transmédia”, nous avons fait appel à la logométrie en tant que méthode d’analyse textuelle car celle-ci nous permet de « prendre la mesure du discours (politique) par tous les moyens possibles, quantitatifs et qualitatifs, et dans toutes ses dimensions linguistiques, sans présager des dimensions utiles et celles impertinentes » (Mayaffre, 2010, p. 22).

Iramuteq est un logiciel libre open source d’analyse textuelle développé depuis 2009 par Pierre Ratinaud. Ce logiciel s’appuie sur le logiciel libre de statistique R et sur le langage phyton.

Méthodologie

L’analyse s’est effectuée en trois phases : d’abord nous avons constitué le corpus, puis nous avons défini des unités de texte jugées pertinentes et, finalement, nous avons réalisé le traitement textuel (Mayaffre, 2009, p. 1).

Constitution du corpus

Nous avons défini le corpus de travail, constitué de documents issus des portails web officiels de 4 organismes publics fondamentaux pour la mise en place de ces deux initiatives (Crea Digital et Newmedia) encourageant la création transmédia en Colombie : Le Ministère de la Culture (MinCultura), le Ministère des Technologies de l’Information et de la Communication (MinTIC), Le Fond Mixte de Promotion Cinématographique « Proimágenes Colombia » et l’Autorité Nationale de Télévision « ANTV ».

Comme nous avons dit préalablement, le Ministère des Technologies de l’information et des Communications (MinTIC) a joué un rôle clef pour le déploiement de stratégies encourageant la création transmédia en Colombie. Cette institution a mis en place le programme d’appel à projets « Crea Digital » en collaboration avec le Ministère de la Culture (MinCultura).

⁶ Doctorat en Sciences de l’information et de la communication réalisé sous la direction de Dominique Carré.

MinTIC a joué aussi un rôle principal dans la mise en place, en 2017, du programme d'appel à projets « Newmedia Colombia », en collaboration avec le « Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica 'Proimágenes Colombia' » et, en 2018, de l'initiative « Conexión Transmedia Colombia » avec la collaboration d'autres institutions publiques nationales comme le Conseil National des Arts et de la Culture Cinématographique « CNACC », l'Autorité Nationale de Télévision « ANTV ».

La Chambre de Commerce de Bogotá fait également partie de cette initiative mais, étant donné que les chambres de commerce existent dans plusieurs villes du pays, nous avons retenu pour notre corpus les institutions publiques représentatives à niveau national.

Le corpus de travail a été établi en prenant en compte les aspects suivants :

- La disponibilité et l'homogénéité :

Étant donné notre intérêt d'appréhender le discours du gouvernement Colombien à propos du « transmédia », nous avons choisi d'analyser des textes trouvés au travers d'une recherche par mot-clef (dans notre cas « transmedia ») à travers des moteurs de recherche des portails web officiels de chacune des institutions choisies. Un corpus constitué des textes accessibles sur internet garantit la faisabilité pratique de la recherche ainsi que sa reproductibilité.

Ensuite, nous avons retenu les résultats directs, c'est-à-dire ceux qui renvoient directement à d'autres emplacements du site (pages HTML), et nous avons écarté les fichiers PDF, Word, ZIPP (de nature différente et longueur variable) afin de garantir une homogénéité des textes retenus caractérisés pour être concis et pour l'utilisation d'un langage facilement compréhensible par le grand public. Des documents Excel avec accès restreint ont également été écartés du corpus final ainsi que des documents produits au courant de l'année 2019, avec comme but d'avoir des résultats à partir des années complètes.

Ainsi, le corpus existant est constitué de 443 documents⁷ et le corpus de travail, après la réduction, est constitué de 231 documents produits entre les années 2012 et 2018.

Institution	URL	Résultats obtenus	Textes retenus
Ministère des Technologies de l'information et des Communications (MinTIC)	https://www.mintic.gov.co/	66	60
Ministère de la Culture (MinCultura)	http://www.mincultura.gov.co/	256	81
Fond Mixte de Promotion Cinématographique 'Proimágenes Colombia'	http://www.proimagenescolumbia.com/	44	38
Autorité Nationale de Télévision "ANTV"	https://www.antv.gov.co/	77	52

Tableau 1 – Constitution du corpus

- L'authenticité et la complétude :

La sélection du corpus final a été faite en prenant également en compte des aspects tels que l'authenticité, (il s'agit des textes publiés dans les sites web officiels de chaque institution), et la complétude.

Définition des unités de texte

Pour Iramuteq, le « texte » est l'unité de base fixée pour l'analyse textuelle. Nous avons donc formaté notre corpus selon les codes propres au logiciel, c'est-à-dire, « Les textes sont introduits par quatre étoiles (****) suivies d'une série de variables étoilées (variables illustratives) séparées par un espace » (Loubère & Ratinaud, 2014, p. 4).

Nous avons également fait une révision du corpus afin d'identifier les expressions composées et les noms propres des créatifs, experts et projets, et nous les avons introduit dans les dictionnaires d'expressions et de lexique en espagnol de Iramuteq. Postérieurement nous avons importé le corpus au format texte brut (.txt) pour son indexation.

Traitement textuel

Une fois le corpus indexé nous avons procédé à l'analyse textuelle. Ainsi notre corpus de travail lemmatisé est constitué de 231 textes, 4203 segments de texte, 147583 occurrences, 9235 formes et 4010 hapax et il est caractérisé pour avoir une moyenne de 638.89 occurrences par texte (Fig. 1).

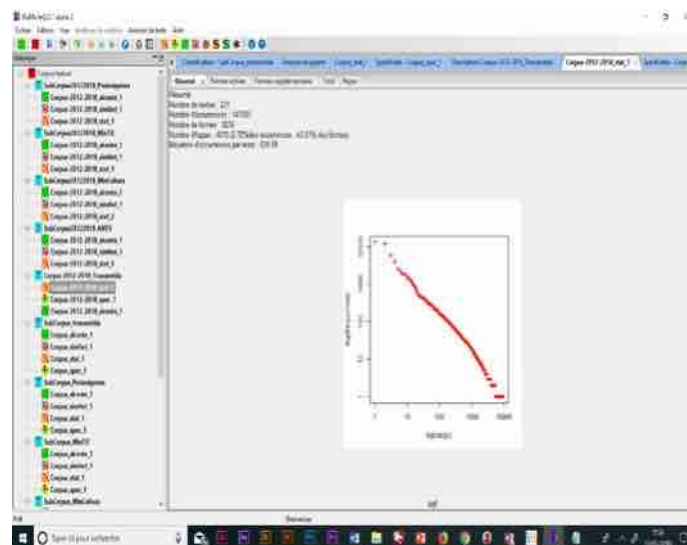


Fig. 1 Résultats de l'analyse statistiques textuelles - Onglet Global

[§] Pour Iramuteq nr veut dire non reconnu.

Nous constatons que le mot « transmedia » apparaît 458 fois et constitue l'une des 10 formes actives les plus fréquentes du corpus (Fig. 2). Cependant sa catégorie grammaticale n'est pas reconnue⁸. Cette difficulté du logiciel à reconnaître la catégorie grammaticale est la conséquence d'une utilisation ambiguë du mot.

Forme	Freq.	Types
digital	1258	adj
proyecto	930	nom
contener	830	ver
colombie	700	nr
televisión	562	nom
desarrollo	481	nom
bogotá	467	nom
cultura	463	nom
nacional	458	adj
transmedia	458	ni
producción	456	nom
más	447	adv
convocatoria	440	nom
comunicación	437	nom
cultural	398	adj
ministerio	394	nom
cine	385	nom
audiovisual	383	adj
año	359	nom
productor	342	adj

Fig. 2 Résultats de l'analyse statistiques textuelles - Onglet formes actives

En effet dans le corpus le mot « transmedia » est utilisé en tant que nom et en tant qu'adjectif de manière indiscriminée. Cela est plus évident quand on fait appel à l'outil « concordancier » du logiciel avec la forme active « transmedia » (Fig. 3).

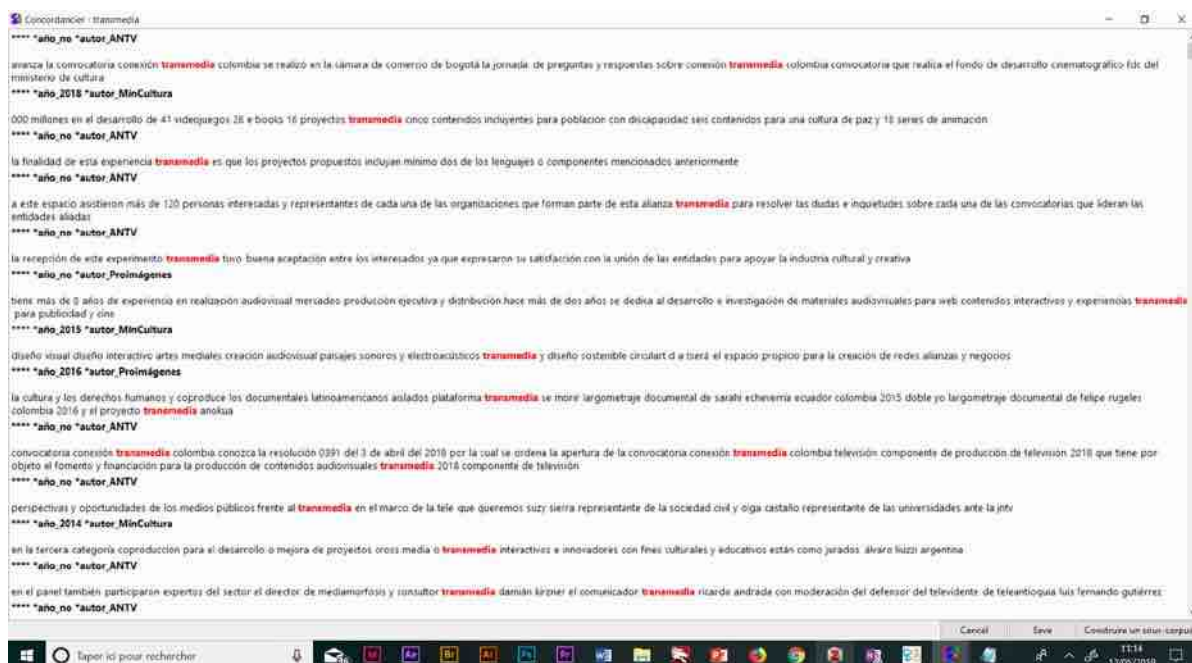


Fig. 3 Concordancier avec la forme active « transmedia »

Si bien que le mot « transmedia » est employé plus souvent en tant qu'adjectif (connexion transmédia, récit transmédia, expérience transmédia, contenus audiovisuels transmédia, panel transmédia, consultant transmédia, communiquant transmédia, etc.), dans certains cas le mot est utilisé en tant que nom masculin : Quand le sujet de comment la télévision publique peut s'adapter au transmédia a été touché, la représentante des Universités a répondu que la télévision publique et la télévision privée poursuivent des objectifs différents, lesquels sont révisés actuellement afin de réussir une adaptation plus complète [traduction personnelle].

La TV publique mise sur le transmédia comme une nouvelle forme de voir des contenus [traduction personnelle].

Ce séminaire organisé par Digital+ et MinTIC accueille deux professionnels du transmédia pour parler de projets narratifs réussis pour multiples plateformes, innovateurs, divertissants et interactifs [traduction personnelle].

Occasionnellement, le mot « transmedia » est également employé en tant que nom féminin :

Tirer parti de la vidéo en ligne, de la transmédia et de la TNT pour transmettre des messages et raconter des histoires dans un milieu éducatif et pluriculturel. Telle est l'invitation que l'ANTV a fait, à travers le projet 'La télé que nous sommes', aux enseignants et aux étudiants d'Education et d'Ingénierie de Systèmes de l'Université de la Guajira à Rioacha, territoire TNT 2018 [traduction personnelle].

En plus, vous allez découvrir l'histoire de la communauté religieuse des Sœurs Paulines qui a pris le bus de la technologie et qui, à travers la transmédia développe des contenus comme un outil d'évangélisation [traduction personnelle].

Grâce à l'analyse statistique des formes actives d'Iramuteq nous pouvons identifier que le mot « transmedia » est employé plus fréquemment par MinCultura que par les autres institutions (Baril et Garnier, 2015, p. 13). Ce mot apparaît 140 fois dans les textes produits par MinCultura, 126 fois dans ceux produits par l'ANTV, 124 fois dans ceux produits par MinTIC et seulement 68 fois dans les textes produits par Proimágenes (Fig. 4).

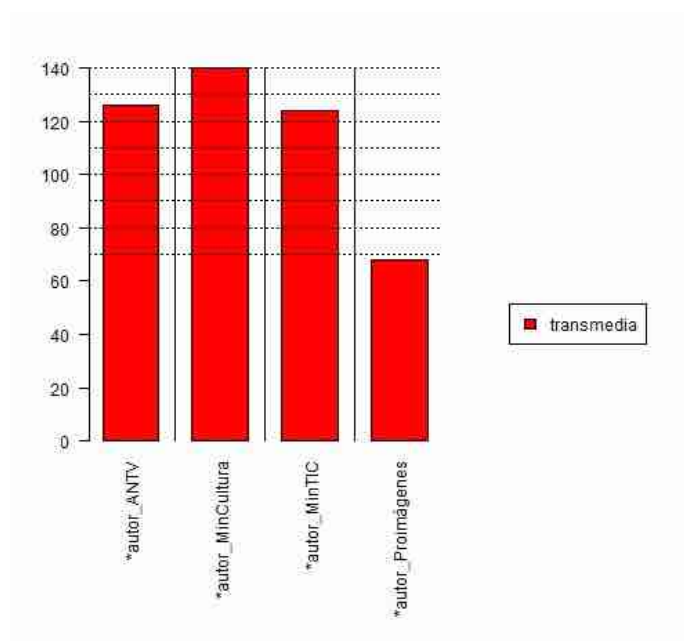


Fig. 4 Graphique de fréquence de la forme active «transmédia».

Afin de pousser l'analyse nous avons construit 4 sous-corpus, l'un pour chaque institution, ce qui nous a permis de voir l'évolution de la fréquence de l'usage du mot « transmédia » dans le temps. Nous pouvons constater que le mot « transmédia » est présent dans le discours de MinCultura et de MinTIC depuis l'année 2012, malgré une fréquence d'usage assez variable, tandis que le même mot est totalement absent dans les discours de l'ANTV et de Proimágenes.

Ce terme commence à apparaître dans les textes en 2015 et sa fréquence augmente constamment avec le temps, surtout dans le cas de l'ANTV⁹ (Fig. 5).

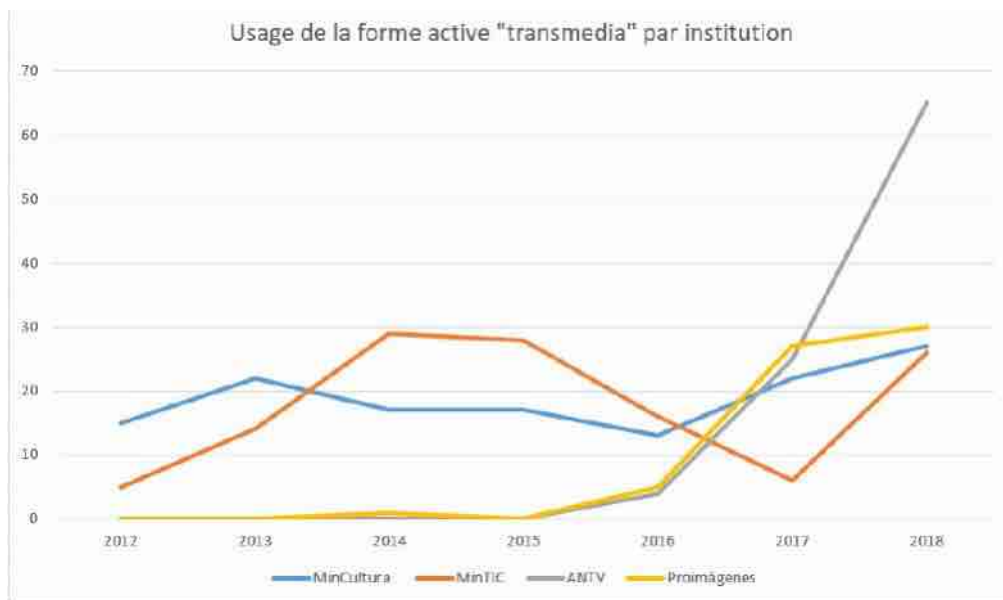


Fig. 5 Usage de la forme active «transmédia» par institution (2012-2018)

Pour aller au-delà des statistiques nous avons utilisé l'option d'analyse de similitude (ADS) pour l'ensemble du corpus, après segmentation et lemmatisation, afin d'obtenir un arbre des liaisons lexicales présentes dans le discours.

Pour ce corpus nous avons choisi l'indice de cooccurrence et l'algorithme de Fruchterman-Reingold. Avec pour but d'obtenir un graphique assez épuré, nous avons fait le choix de sélectionner les formes ayant une fréquence supérieure à 50 (seuil pour les arêtes) et nous avons coché les cases « communautés » et « halo » afin de faciliter l'interprétation de l'ADS (Pélissier, 2016, p. 16) (Fig. 6).

Selon ce graphique nous pouvons dire que le discours des institutions en question est vraiment articulé autour de la notion de « numérique », qui renvoie à l'idée de sa promotion et adoption à niveau national, et que cette notion est à son tour liée à d'autres notions principales structurant le discours comme « projet », « contenus » et « communication ».

⁹ Pour ce graphique nous avons écarté les textes du corpus qui n'étaient pas datés.

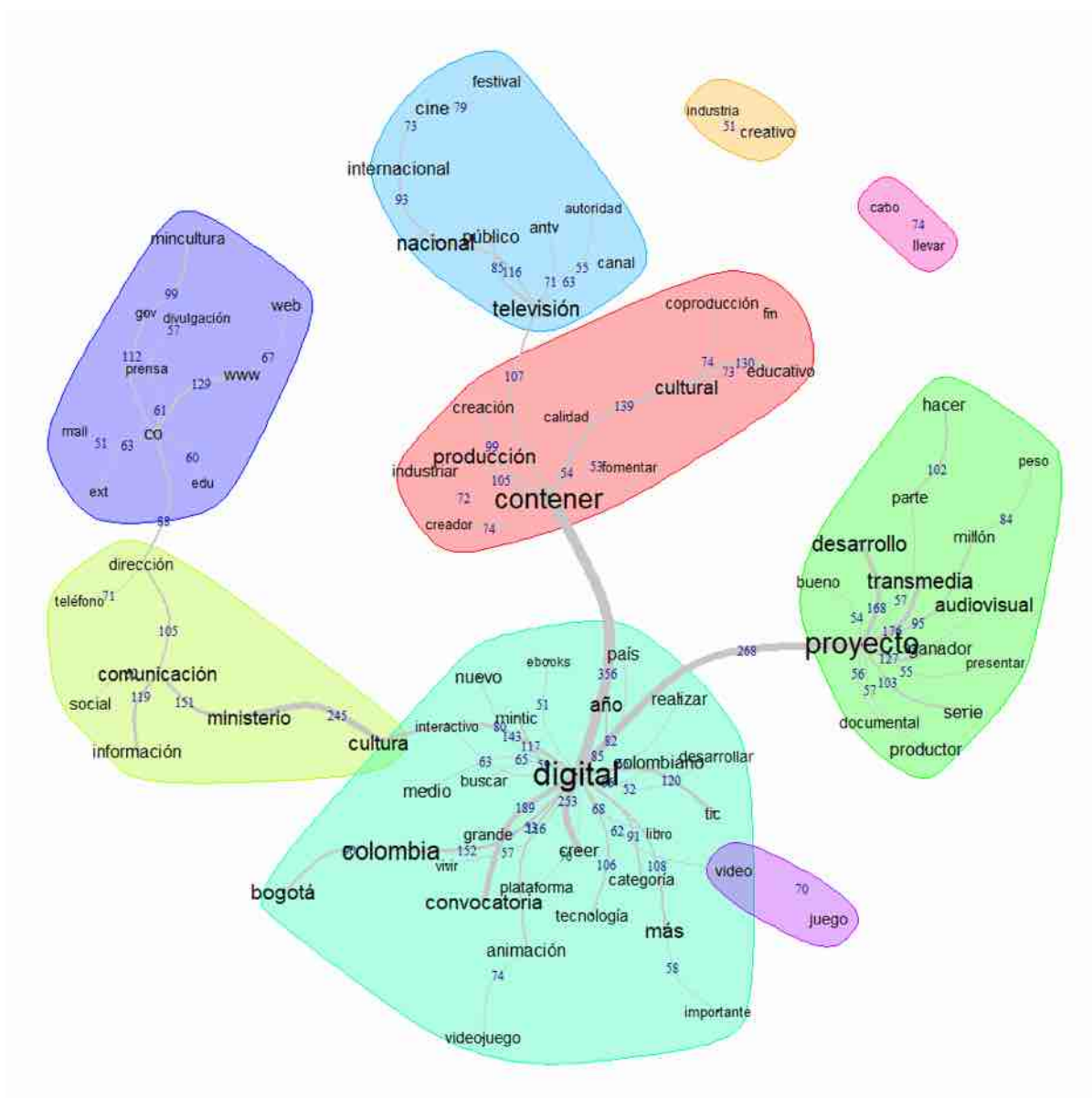


Fig. 6 Analyse de similitude, fréquence ≥ 50 , arbre maximum, indice de cooccurrence

Ensuite, nous avons fait une analyse de classification hiérarchique descendante (CHD) selon la méthode Reinert, afin de mieux identifier les thématiques touchées dans le corpus. Pour cette analyse nous avons choisi la modalité de « classification simple sur segments de texte » et nous avons adopté les paramètres par défaut (Loubère & Ratinaud, 2014, p. 20).

En 47 secondes, et grâce à l'algorithme d'Iramuteq, 3 classes ont été identifiées et 83.32% des segments de textes ont été classés, « ce qui démontre une bonne qualité de l'analyse » (Pélissier, 2016, p. 19).

Dans le dendrogramme résultant de cette analyse CHD, on distingue deux branches principales avec, d’une part, la classe 3, et d’autre part, la classe 1 et 2 (Fig. 6).



Fig. 6 Dendrogramme de la CHD effectuée sur le corpus

La classe 1 contient des formes portant sur les outils accessibles aux créateurs de contenus colombiens. Celle-ci regroupe 2132 segments sur les 3502 classés, soit 60,88 %.

Extrait de segment de texte caractéristique (score 353, 35¹⁰), les mots en rouge sont associés à la classe 1 : storytelling a través del social media 15 15 16 00 realidad aumentada creando nuevas experiencias móviles para generar nuevas oportunidades de negocio marco escobedo 16 00 17 30 conversatorio emprendimiento e innovación jueves 31 auditorio principal corferias 8

La classe 2 est axée sur la caractérisation du milieu professionnel des industries créatives et culturelles, notamment du milieu audiovisuel, ainsi que les acteurs. Celle-ci regroupe 811 segments sur les 3502 classés, soit 23,16%. Extrait de segment de texte caractéristique (score 1660,46 (somme des Chi²)), les mots en rouge sont associés à la classe 2 : ana piñeres es la actual presidenta de asocinde asociación colombiana de productores de cine independiente miembro fundadora y ex representante de los productores

¹⁰ Le score est égal à la somme des Chi². Par ailleurs, les Chi² expriment la force du lien entre la forme et la classe (Loubère & Ratinaud, 2014, p. 24).

cinematográficos en la junta directiva de la academia colombiana de artes y ciencias cinematográficas y en la junta directiva de proimágenes colombia durante dos periodos

La classe 3 regroupe des formes associées aux différentes opportunités qui existent en Colombie pour encourager création de contenus, comme des bourses et des appels à projets. Cette classe regroupe 559 segments sur les 3502 classés, soit 15,96%. La forme active « transmédia » appartient à cette classe.

Extrait de segment de texte caractéristique (score 5241,97 (somme des Chi²)), les mots en rouge sont associés à la classe 3 :

en la categoría coproducción para el desarrollo o mejora de proyectos crossmedia o transmedia interactivos e innovadores con fines culturales y educativos como ganador de crea digital el proyecto recibió un estímulo económico de 162 5 millones de pesos para la finalización del proyecto

Etant donné que la forme active « transmédia » n'est pas visible sur le dendrogramme de la CHD, nous l'avons cherchée dans l'onglet « Profils » grâce auquel nous avons pu identifier que 90 segments de texte contiennent le mot « transmédia » pour la classe 3 (effectif s.t.) et que 376 segments de texte contiennent le mot « transmédia » dans toutes les classes confondues (effectif total). Nous pouvons en déduire également que 23,94% des segments contenant la forme « transmédia » sont associés à cette classe (Pélissier, 2016, p. 21).

Par ailleurs, l'option « Chi² par graphique et dendrogramme » sur la forme active « transmédia » (Fig. 7) nous permet d'affirmer que ce mot est associé à la classe 3 et anti-associé aux classes 1 et 2 (Pélissier, 2016, p. 26).

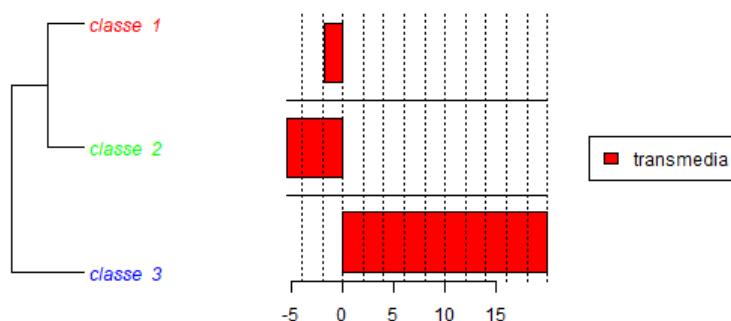


Fig. 7 Chi² par classe et dendrogramme de la forme «transmédia»

A l'issue de cette CHD nous avons aussi utilisé l'option « Graphe du mot » sur la forme active « transmédia » avec comme but d'identifier les cooccurrences de ce mot avec les autres mots de la classe (Fig. 8). « L'indice de cooccurrence correspond au comptage du nombre de segments dans lesquels une forme est associée à une autre » (Pélissier, 2016, p.15).

Bibliographie

- Angermuller, J. (2007). L'analyse du discours en Allemagne et en France. Croisements nationaux et limites disciplinaires. *Langage et société*, n° 120, p. 5-16.
- Baril, E. ; Garnier, B. (2015). Utilisation d'un outil de statistiques textuelles : IRaMuteQ 0.7 alpha 2 - Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires [en ligne].
- Departamento Nacional de planeación (Colombie). (2011). Plan nacional de desarrollo 2010-2014: Prosperidad para todos (Tomo I) [en ligne].
- Derèze G. (2009). Méthodes empiriques de recherche en communication. Louvain-La-Neuve : De Boeck Supérieur.
- Jenkins H. (2017). Transmedia Logics and Locations. The Rise of Transtexts. Challenges and Opportunities.
- Loubère L, Ratinaud P. (2014). Documentation IRaMuTeQ 0.6 alpha 3 version 0.1 [en ligne].
- Ministerio de Cultura (Colombie). (2012). Convocatoria Crea Digital 2012 [en ligne].
- Ministerio de tecnologías de la información y de las comunicaciones (Colombie). (2011). Vive Digital: Plan del Plan (versión 1.0) [en ligne].
- Pélissier, D. (2016). Initiation à la lexicométrie : Approche pédagogique à partir de l'étude d'un corpus avec le logiciel Iramuteq [en ligne].

**La co-construction de l'action publique, entre incommunication
et médiation : le cas d'un centre de R&D en pratiques sociales**
The co-construction of public action, between incommunication and
mediation: the case of an R & D center in social practices

Geoffrey Volat

doctorant en SIC

Laboratoire Communication et Sociétés,

Université Clermont Auvergne

geoffrey.volat@gmail.com

Résumé

Cette proposition rend compte d'une analyse communicationnelle d'un processus de co-construction de l'action publique menée à travers une recherche action dans le cadre d'une thèse CIFRE. La recherche consiste à souligner l'originalité de la posture de doctorant CIFRE pour analyser la co-construction d'un dispositif singulier : un centre de R&D et transfert territorial en pratiques sociales, en faisant dialoguer théorie de l'incommunication et approche de la traduction/médiation.

Abstract

This proposal paper reports on a communicational analysis of a process of co-construction of public action conducted through an action research in the case of a CIFRE thesis. The research consists in underlining the originality of the CIFRE doctoral position to analyze the co-construction of a singular organization: a territorial center of transfer and R&D in social practices, by making dialogue between the theory of the incommunication and approach of the translation /mediation.

Mots-clés

recherche action – co-construction – incommunication - médiation
action research - co-construction - incommunication - mediation

La co-construction de l'action publique, entre incommunication et médiation : le cas d'un centre de R&D en pratiques sociales

Entendu comme « un processus institué de participation ouverte et organisée d'une pluralité d'acteurs à l'élaboration, à la mise en œuvre, au suivi, et à l'évaluation de l'action publique » (Fraisie 2018), la co-construction de l'action publique n'a jusqu'à lors jamais été étudiée via une approche communicationnelle. Pourtant, en 2017, la métropole clermontoise a fait le choix de m'engager en tant que doctorant CIFRE¹ avec la mission d'étudier les pratiques communicationnelles dans ses différentes tentatives de co-construction de l'action publique.

A travers cet article, je vais m'appuyer sur ma posture de doctorant CIFRE pour exposer une approche communicationnelle de ces processus de co-construction, en me basant sur le cas d'un centre de R&D et transfert en pratiques sociales dans lequel Clermont Métropole est fortement impliquée. Pour ce faire, j'aborderai la communication comme une activité sociale qui révèle l'Autre dans sa complexité et son rapport au monde. Pour mener à bien mon étude, je m'inscrirai plus précisément dans les théories de l'incommunication (Wolton 2018, Robert 2005, Boudon 1989, Dacheux 2015). Cette approche n'est pas inter-compréhensive, mais aborde l'incommunication comme la norme. Elle s'exprime par le constat d'une incapacité à se comprendre complètement, à être « sur la même longueur d'onde ». Par la suite, je tenterai de démontrer que la théorie de l'incommunication est intimement liée aux théories de traduction/médiation dans l'étude des processus de co-construction de l'action publique, puisque la traduction va essayer de « contourner l'incommunication » (Wolton 2010) pour favoriser une cohabitation raisonnée. Plus spécifiquement, je proposerais quelques éléments qui accompagnent la posture de médiateur-traducteur dans les processus de co-construction.

I. La co-construction de l'action publique : un cadre juridique, une approche communicationnelle

Alors que de plus en plus d'élus revendiquent des pratiques de co-construction sur leur territoire, celles-ci ont été cadrées juridiquement en 2014, à travers deux textes de loi².

Toutefois, les travaux de recherche sur la co-construction proposent une analyse plus approfondie. Ainsi, Yves Vaillancourt distingue la coproduction et la co-construction. La coproduction correspond en effet à une volonté de démocratisation de la mise en œuvre de la commande publique, que ce soit à travers la participation des usagers à la production de services, ou la participation des associations à la gestion de services...etc. Dès lors, la participation se réduit à la mise en œuvre des politiques publiques, conférant à la coproduction une dimension participative principalement organisationnelle. La co-construction quant à elle comporte avant tout une dimension institutionnelle et a pour principe la fixation des orientations générales et des éléments fondateurs de la politique. Contrairement à la coproduction, elle surgit dès la conception. Elle correspond à un approfondissement de la démocratie dans la participation de la société civile à la formulation des problèmes et dans l'élaboration des réponses publiques.

¹ Convention Industrielle de Formation par la Recherche. La CIFRE est un dispositif gouvernemental français de financement de thèse permettant le recrutement d'un doctorant au sein d'une organisation pour une durée de trois ans.

² En février 2014, la loi relative à la politique de la ville stipulait dans son article 1 que « la politique de la ville [...] s'inscrit dans une démarche de co-construction avec les habitants, les associations et les acteurs économiques, s'appuyant notamment sur la mise en place de conseils citoyens, selon des modalités définies dans les contrats de ville... ». Puis en juillet 2014, la loi relative à l'économie sociale et solidaire précisait dans son article 8 que : « Les politiques publiques des collectivités territoriales et de leurs groupements en faveur de l'économie sociale et solidaire peuvent s'inscrire dans des démarches de co-construction avec l'ensemble des acteurs concernés. Les modalités de cette co-construction s'appuient notamment sur la mise en place d'instances associant les acteurs concernés ou de démarches associant les citoyens au processus de décision publique ».

S'il existe selon Yves Vaillancourt trois formes de co-construction³, je m'intéresserai ici principalement à la troisième, celle de la co-construction démocratique, car elle correspond davantage à mon terrain de recherche. Cette troisième voie propose d'hybrider les ressources économiques et les acteurs sociaux (Laville et Salmon (eds.) 2015). Cette idée est illustrée par Pierre (2005 in Laville 2015) qui affirme que « la force de l'État dérive dans sa capacité à faire appel aux ressources de tous les segments de la société avec l'objectif d'atteindre des fins et des intérêts collectifs ». En outre, cette co-construction démocratique plurielle des politiques publiques implique « des délibérations publiques et ouvertes » auxquelles participent non seulement les acteurs de la société civile mais également des acteurs du secteur public (élu, fonctionnaires), du secteur privé (entreprises, universités...), et des mouvements sociaux (associations...) (Vaillancourt 2014 : 14). Ainsi, « tout en reconnaissant que la démocratie représentative a le dernier mot, la co-construction implique ici que les élus politiques instaurent des formes d'organisation ouvertes et inclusives dans lesquelles le dialogue entre les élus politiques et les leaders de la démocratie participative est favorisé. » (Vaillancourt 2016 : 12) La co-construction démocratique est donc à la fois un dialogue, une délibération, une négociation et une lutte conflictuelle.

Dès lors, la co-construction de l'action publique est un objet communicationnel puisqu'elle désigne l'interaction entre plusieurs altérités libres et égales. Partant, c'est bien à travers une approche communicationnelle que j'ai embrassé le processus de co-construction, en étudiant ses dimensions interpersonnelle, culturelle, contextuelle, économique, politique etc.

II. Analyser un processus de co-construction : une approche ethnographique où le cheminement de l'acteur-chercheur

Une thèse en CIFRE situe le doctorant entre une organisation et une université. En ce sens, le doctorant CIFRE est à la fois un acteur d'une organisation chargé de réaliser un certain nombre de missions opérationnelles, soumis à des exigences académiques propres à la réalisation de sa thèse (Berthelot 2006), et intégré à deux équipes : l'une à l'université, l'autre au sein d'une organisation employeuse (Hellec 2014). En ce qui me concerne, c'est au sein du laboratoire Communication et Sociétés et de la Direction Générale des Dynamiques Économiques et de l'Emploi de Clermont Auvergne Métropole que je réalise ma thèse depuis juin 2017. Partant de cette réalité éprouvée, j'ai fait le choix d'embrasser mon travail de recherche dans une approche ethnographique⁴ à travers une posture de chercheur acteur. Une enquête ethnographique va en effet étudier « la manière dont se constituent, s'organisent et vivent ensemble les groupes sociaux » (Marchive, 2012 : 9) permettant dès lors de nouer « des interactions privilégiées avec les acteurs en situation » (Dulaurans, 2012 : 206).

³ Aux côtés de la co-construction démocratique, Vaillancourt distingue deux approches de la co-construction qui délaissent l'intérêt général: la co-construction néolibérale et la co-construction corporatiste. Ces deux logiques répondent soit au principe de concurrence de l'économie de marché, soit à la partialité des pouvoirs publics. Dans le cas de la co-construction néolibérale, les pouvoirs publics co-construisent avec le secteur privé, c'est à dire des acteurs socio-économiques qui dominent l'économie de marché. Les pouvoirs publics ouvrent la politique publique à la compétition entre acteurs économiques privés. On assiste une instrumentalisation marchande de la co-construction. Ce type de co-construction est envisagé dans le cadre d'un délestage des responsabilités publiques, animé par la volonté de réduire les dépenses publiques, mais qui génère de fait une garantie fragile de la qualité du service (ex SNCF). Dans le cadre de la co-construction corporatiste, la coopération entre pouvoir publique et acteurs sociaux est également recherchée. Toutefois, l'impartialité des pouvoirs publics n'est pas assurée. La co-construction est accaparée par des intérêts particuliers. Il y a dès lors une inégalité de la représentation, et même une exclusion de certains acteurs sociaux du dialogue et de la délibération.

⁴ A cet égard, les travaux d'Yves Winkin (2001) sont indéniablement une référence au sein de notre discipline. Toutefois, ma recherche s'en distingue car elle assume une attitude de recherche qui va agir sur mon objet d'étude tout autant que celui-ci va imprégner mes travaux dans une dynamique récursive. Ainsi, je me situe davantage dans une approche par la complexité considérant que la science ne décrit pas le réel, elle construit le réel. Il n'y a pas de séparation entre le chercheur et le réel, entre la science et le réel. Mon approche met donc à distance la recherche d'objectivation propre à l'approche compréhensive, dans laquelle s'inscrit l'anthropologie de la communication d'Yves Winkin qui va « observer les formes de communication dans la vie ordinaire » pour en proposer une interprétation en tentant de mettre à distance ses présupposés et sa vision du monde.

Ainsi, les vicissitudes des phénomènes étudiés, la pluralité des identités qui m'ont été attribuées, ou la pluralité des rôles qui m'ont été assignés ont constitué une réalité quotidienne éprouvée qui m'a amené à construire ma réflexion épistémologique et à façonner mes outils de recherche pour tenter de répondre à ma problématique.

En ce sens, mon cheminement épistémologique m'a amené à considérer que le réel se construit par la porosité entre le micro-social (relations sociales) et macro-social (environnement). Cette dialogique, cette interpénétration devient alors autant de jalons à même de renforcer des perspectives partagées que de susciter des incommunications, qui viendront à leur tour impulser des pratiques communicationnelles, dans la mesure où « c'est parce que nous ne nous comprenons jamais tout à fait que nous continuons à rechercher l'intercompréhension » (Dacheux, 2015 : 270) ou alors une rupture débouchant sur un arrêt de toute communication.

En conséquence, je me suis attaché à porter un regard constructiviste, réflexif, et communicationnel sur mes outils de recherche, tout en les façonnant en fonction de mon accès au terrain, de sa complexité, de son indéterminisme, et de l'attitude qui était attendue de moi par ma hiérarchie.

Premièrement, j'ai usé d'observations participantes lorsque je n'avais pas la légitimité pour « intervenir » tout en bénéficiant d'un statut qui me permettait d'être un acteur observateur. Deuxièmement, j'ai usé de participations observantes lorsqu'il était attendu de moi une participation active, notamment dans le cadre de mes missions opérationnelles. Ces participations observantes m'ont conduit à tenir un journal de bord, afin de rendre compte de la réalité saisie au moment de ces phases de chercheur acteur intervenant, pris par la nécessité d'opérationnalité. Enfin, pour compléter ma méthodologie de recherche, j'ai réalisé trois séries d'entretiens semi-directifs annuelles, avec les individus-acteurs d'un processus de co-construction de l'action publique avec Clermont Auvergne Métropole.

III. Le centre d'innovation sociale : étude d'un cas de co-construction

Afin d'analyser les dynamiques communicationnelles à l'œuvre dans un processus de co-construction démocratique plurielle de l'action publique, j'ai mobilisé le cas de l'émergence d'un centre de R&D et transfert en innovations sociales : le Centre d'Innovations Sociales Clermont Auvergne (CISCA).

Une genèse issue de deux dynamiques parallèles

Ce dispositif s'inscrit dans deux dynamiques parallèles. La première est issue de la volonté politique de Clermont Auvergne Métropole d'initier une stratégie de développement en matière d'économie sociale et solidaire (ESS) et d'innovation sociale à travers la création d'un plan stratégique et opérationnel. Issu d'une concertation auprès d'un ensemble de protagonistes de la collectivité (élus, techniciens...) et du territoire (Chambre Régionale de l'ESS Auvergne), ce plan voté en octobre 2016, précise notamment l'ambition de « cogérer la politique publique ESS » en initiant « une instance d'évaluation, et de suivi de la politique publique ESS⁵ ». Si d'autres « actions » de ce plan stratégique et opérationnel s'orientent plutôt vers une mise en œuvre assez classique de la politique publique (structuration interne, crédits de financement etc.), la volonté de cogérer la politique publique affirme elle une aspiration à la co-construction démocratique plurielle.

Quelques temps plus tard, un groupe de chercheurs clermontois provenant de différentes disciplines⁶ autour de l'innovation sociale s'est constitué autour d'une aspiration commune : rapprocher leurs travaux des préoccupations des acteurs socio-économiques pour les mettre au service du développement territorial.

⁵ <http://base.socioeco.org/docs/pssoess.pdf>

⁶ Sciences de l'Information et de la communication (Communication et Sociétés), Economie (CERDI), Gestion (CRCGM puis CLERMA)

Ce groupe de chercheurs s'est alors emparé du plan ESS de la métropole, pour solliciter dans la foulée une rencontre avec les agents de la collectivité en charge du développement économique et de l'innovation sociale. Par cet acte, ils ont marqué, en mai 2017, le point de départ d'un processus de construction de sens partagé autour de l'idée suivante : faire émerger un dispositif rassemblant des chercheurs, Clermont Auvergne Métropole, et l'ensemble des acteurs socio-économiques du territoire intéressés par le développement de pratiques d'innovations sociales.

Deux ans de co-construction : terreau d'une analyse communicationnelle

Les deux années qui ont suivi ont vu le processus de co-construction de ce dispositif se mettre en œuvre. L'équipe de chercheurs a constitué une association de préfiguration, marquant symboliquement une aspiration collective à l'émergence de ce dispositif. L'assemblée générale constitutive a ainsi réuni une vingtaine d'acteurs socio-économiques métropolitains en septembre 2017. De son côté, Clermont Auvergne Métropole lançait une assistance à maîtrise d'ouvrage (AMO) qu'elle confia à l'Institut Godin pour une durée de cinq mois, afin d'établir une étude de faisabilité de ce dispositif. Adossé à cette AMO, un comité de pilotage d'abord formé par quelques acteurs socioéconomiques majeurs puis par l'ensemble des acteurs intéressés par le dispositif fut créé, afin de suivre les avancées puis le rendu de l'étude. Durant ces cinq mois, l'assistance à maîtrise d'ouvrage avait donc vocation à poursuivre le travail de construction de la dynamique collective en rencontrant différents acteurs socioéconomiques, les laboratoires de l'Université Clermont Auvergne, des acteurs de collectivités locales etc. En juin 2018, le dernier comité de pilotage de l'étude de faisabilité s'est tenu, fixant l'horizon de septembre 2018 pour la création d'une structure ad hoc. En octobre 2018 le Centre d'Innovation Sociale Clermont Auvergne était créé, avec à sa tête une coprésidence symbole de la diversité des acteurs : le président de l'Université Clermont Auvergne pour les acteurs académiques, l'élue à l'ESS de Clermont Métropole pour les collectivités, la directrice de la SCIC Epicentre pour les acteurs socioéconomiques. Depuis, le coordinateur de la structure multiplie les rencontres au sein de ce collectif hétérogènes d'une cinquantaine d'acteurs, en vue de faire émerger d'ici juillet 2019 une ou deux thématiques de R&D correspondant aux aspirations collectives en termes d'innovations sociales. Ces deux années de co-construction constituent un cas d'étude intéressant au sens où je me suis largement appuyé sur mon rôle pour réaliser une série d'observations participantes et de participations observantes, lesquelles furent approfondies par mon carnet de bord relatant l'ensemble des temps formels et informels d'interaction avec les protagonistes mobilisés autour de la création de CISCA. L'enjeu de ce travail de recherche était le suivant : distinguer les différents modèles de communication à l'œuvre dans ce processus de co-construction démocratique plurielle.

IV. De l'incommunication à la médiation-traduction : approche communicationnelle de la co-construction

L'incommunication est le miroir de la communication, car elle surgit lorsqu'il y a une volonté commune de construire du sens partagé entre plusieurs altérités radicales. Elle s'exprime par le sentiment, le constat, d'une incapacité à se comprendre complètement, à être « sur la même longueur d'onde ».

Qu'elle soit délibérative ou praxéologique⁷, la communication est une activité sociale qui révèle l'Autre dans sa complexité et son rapport au monde.

⁷La communication délibérative et la communication praxéologique sont deux modèles de communication mobilisés dans mes travaux de recherche, car ils sont à l'œuvre dans les processus de co-construction de l'action publique. La communication délibérative est ici entendue comme « une relation contradictoire, un partage de temps et d'espace permettant la construction d'une culture civique à travers la confrontation des points de vue différents portés par des acteurs égaux en droit (un homme, une voix), mais inégaux en ressources » (Dacheux 2016), p. 106), s'inscrit dans cette perspective de co-construction des représentations partagées. La délibération implique donc la « reconnaissance des positions contradictoires » en vue de faire émerger une « culture civique commune » (Ibid., p106). Quant à la communication praxéologique, il s'agit d'une activité sociale organisante qui tend à construire la volonté collective des acteurs. Elle est donc ici entendue comme « une activité conjointe de construction d'une perspective commune, d'un point de vue partagé, comme base d'inférence et d'action » (Quéré 1991), p76).

Ainsi, la communication n'est pas un processus qui parvient automatiquement à ses fins (informer, persuader, faire consensus, construire un monde commun). C'est une relation sociale souvent inachevée, insatisfaisante qui renvoie à des difficultés quotidiennes pour se comprendre (polysémie du langage, écarts culturels, difficulté à retranscrire précisément nos émotions, perte du contrôle de soi, absence d'écoute, malentendus etc.). Dès lors, au sein d'un processus de co-construction d'une action collective, la compréhension pure et parfaite est difficile, éventuellement éphémère. Le récepteur n'est jamais totalement en ligne avec l'émetteur, on ne se comprend jamais parfaitement. Un processus de co-construction, d'un projet, d'une activité, ou d'une politique publique nécessite par conséquent d'accepter l'indépassable incommunication. Loin d'être une pathologie, l'incommunication est un état de fait banal, totalement logique, puisqu'il reflète notre radicale singularité : chaque individu est unique, construit par ses propres expériences, sa propre éducation, son propre cadre de vie et sa propre conscience structurant sa façon de voir le monde. Comment, pourrait-on ainsi espérer qu'en « communiquant », il soit possible de se comprendre complètement ?

Si cette incompréhension peut déboucher sur le rejet de l'autre, le repli identitaire ou la guerre, elle peut aussi conduire à entamer une négociation visant non pas l'entente absolue, mais la cohabitation raisonnée (Wolton 2009). C'est donc dans la capacité des acteurs à travailler dans l'altérité, sans poursuite du consensus, mais dans un souci constant d'acceptation des visions conflictuelles, que s'éprouve ce modèle de communication. Partant, comment faire pour que l'incommunication ne débouche pas sur un rapport d'acomcommunication⁸ ou de non communication, et vienne au contraire dynamiser la co-construction démocratique ? Selon Dominique Wolton, l'enjeu se situe dans notre capacité à cohabiter. En ce sens, il propose de s'appuyer sur « les métiers intermédiaires [...] car ils contribuent à un minimum d'intercompréhension en facilitant la négociation entre espaces culturels qui s'ignorent » (ibid., : 137). Pour Wolton, l'intermédiaire est donc cet individu qui dispose d'une « compétence professionnelle et [d']une capacité d'organiser la cohabitation entre points de vue différents » (ibid. : 97).

Une approche par la traduction médiation pour aborder les processus de co-construction

De fait, cette posture d'intermédiaire m'est apparue d'un grand apport communicationnel pour organiser la cohabitation dans un processus de co-construction de l'action publique. Dès lors, j'ai étudié trois grandes approches théoriques de la traduction : celle de Michel Callon⁹, celle de Dominique Wolton, et celle de Michael Oustinoff.

Dominique Wolton (2010) s'est intéressé aux enjeux de la traduction à travers une approche linguistique dans un contexte international de mondialisation qui a révélé « l'étendue des distances culturelles ». Ici, l'enjeu communicationnel de la traduction se trouve dans la recherche de l'interaction, de la négociation et de la cohabitation dans un contexte qui nécessite « d'accepter le temps pour passer d'un système culturel à un autre » (ibid., : 12). Partant, il m'a semblé envisageable de mobiliser cette approche de la traduction dans l'étude d'acteurs qui utilisent la même langue mais dont les représentations et le rapport au monde sont plus ou moins éloignés. En effet, le langage mobilisé peut marquer un écart tout aussi grand (langage soutenu, argot, langage technique etc.) à la base d'incommunications. A travers une traduction intralinguale, l'acteur intermédiaire va alors tenter de « contourner l'incommunication » (ibid., : 10) en mobilisant un capital communicationnel inscrit dans un cadre spatio-temporel adéquat, tourné vers la recherche de la cohabitation et dans le respect de l'altérité.

La traduction intralinguale est précisée dans les travaux de Michael Oustinoff (2012).

⁸ L'acomcommunication correspond à un processus qui ressemble à la communication, mais qui, en réalité refuse l'égalité ou la liberté de l'autre, que ce refus soit explicite (une interdiction) ou implicite (manipulation) (Dacheux 2016 p. 89-90)

⁹ Je n'ai pas retenu l'approche communicationnelle sociotechnique déployée par Michel Callon dans ses travaux sur la sociologie de la traduction (Callon 2006; Callon 1986) car celle-ci est issue d'un modèle épistémologique, considérant d'une part qu'il est possible d'assimiler communication et persuasion, et d'autre part que si l'on communique bien, alors on se comprend bien.

Il propose des éléments de définition communs à trois catégories de traduction (interlinguale, intralinguale, intersémiotique), considérant que celle-ci doit permettre « de rendre accessible au plus grand nombre, ce qui implique de recourir à la langue dominante du moment » (ibid., : 8). En ce sens, l'enjeu pour le traducteur est bien d'être en capacité d'amener le collectif vers un sentiment de compréhension réciproque, en gardant à l'esprit que le passage d'un ensemble de signes linguistiques à un autre dans une même langue va nécessairement renvoyer à des représentations et des interprétations diverses.

Quand le chercheur-acteur endosse le rôle de traducteur médiateur¹⁰

Dans ma réalité quotidienne de doctorant CIFRE, j'ai été amené à éprouver ce rôle de traducteur, qui s'apparente au rôle de médiateur défini par Paul Rasse comme étant celui qui va accompagner « un processus de négociation à partir de ce que chacun est, de ses capacités cognitives, de sa propre culture, de ses aspirations, de ses angoisses, de sa propre histoire, de son statut social » (Rasse, 2014 : 48-49). La traduction est alors un outil de l'acteur traducteur-médiateur.

Dès lors, je distingue deux enjeux majeurs à cette posture. Il s'agit d'abord d'insister sur le prérequis indépassable pour s'engager dans une démarche de co-construction démocratique plurielle : celui de la reconnaissance de l'altérité dans sa capacité et sa légitimité à coconstruire un horizon partagé. Chaque participant doit alors accepter que l'acte de communiquer implique la confrontation à l'Autre dans sa complexité et dans son rapport au monde. Communiquer, c'est donc à la fois accepter de ne pas forcément se comprendre (incommunication) et accepter le désaccord, sinon c'est la fin de la communication.

Par ailleurs, l'acteur traducteur-médiateur apparaît indispensable dans la mise en œuvre d'une communication praxéologique qui implique la matérialisation des horizons partagés grâce à l'action collective. Elle permet en effet de révéler pragmatiquement les points d'accords et de désaccords entre les acteurs, qui ont pu émerger de façon discursive dans une phase de communication délibérative, en engageant un processus de « modelage mutuel d'un monde commun au moyen d'une action conjuguée » (Quéré, 1991 : 76). Elle permet par ailleurs une situation de communication qui peut s'avérer propice à l'émergence de relations sociales basées sur la confiance, la convivialité, et l'estime de l'autre.

Enfin, je veux souligner l'importance considérable de la relation interpersonnelle que doit développer l'acteur traducteur-médiateur avec les acteurs de la co-construction. Ce travail de médiation-traduction, dans le cadre d'une communication interpersonnelle est d'ailleurs grandement facilité à mesure qu'une relation de confiance partagée se noue avec les acteurs de la co-construction.

Conclusion

A travers cet article, j'ai tenté d'exposer l'originalité d'un travail de recherche en communication inscrit dans le cadre d'une thèse CIFRE portant sur l'analyse d'un processus de co-construction de l'action publique. La réalité éprouvée de mon quotidien de doctorant CIFRE m'a amené à adopter une posture ethnographique. Nourrie par un cheminement constructiviste, elle m'a alors guidé dans la construction de ma posture de chercheur-acteur. De fait, j'ai peu à peu théorisé le rôle d'acteur traducteur-médiateur que j'ai pu éprouver à plusieurs reprises au sein des processus de co-construction de l'action publique qui constituaient mon objet d'étude.

¹⁰ Au jour où je propose cette communication, je suis encore dans la recherche du terme qui correspond à la pratique que je décris. Je parlerai donc ici d'acteur traducteur-médiateur sans figer ce terme qui sera donc sûrement amené à évoluer.

Au final, à travers cet article, j'ai tenté de montrer en quoi ce rôle d'acteur traducteur-médiateur est intéressant dans ces processus de co-construction, et en quoi le statut de doctorant CIFRE en SIC peut permettre d'accéder -volontairement ou non- à ce rôle, attribué consciemment ou non par les acteurs engagés. A cet égard, j'ai pu démontrer que la pluralité des identités qui m'étaient attribuées et la relation que j'ai entretenue avec les acteurs (proximité, interrelation etc.) ont favorisé le travail de traducteur-médiateur pour faciliter la co-construction de l'action publique. Enfin, j'ai pu souligner l'importance d'une posture communicationnelle (approche délibérative, praxéologique, par ma médiation-traduction) dans des processus de co-construction démocratique plurielle où l'incommunication est particulièrement vive.

Bibliographie

- Berthelot Pierre, (2006), Les SIC à l'épreuve de la logique du CIFRE : le cas d'une convention en agence de design, Quinzième congrès SFIC.
- Callon Michel, (2006), Sociologie de l'acteur réseau. Sociologie de la traduction : Textes fondateurs, Presses des Mines., Paris, p. 267-276.
- Callon Michel, (1986), Eléments pour une analyse sociologique de la traduction. La domestication des coquilles Saint Jacques et des marins pêcheurs dans la baie de Saint Briec. L'année sociologique, no 36, p. 169-208.
- Dacheux Eric, (2016), Du consentement à la délibération : une critique communicationnelle du marketing politique. Communiquer, no 16, p. 85-110.
- Dacheux Eric, (2015), L'incommunication, sel de la communication. Hermès, 2015, no 71, p. 266-271.
- Dulaurans Marlène, (2012), Une recherche dans l'action : le cas d'une CIFRE en collectivité territoriale. Communication et organisation, no 41, p. 195-210.
- Hellec Florence, (2014), Le rapport au terrain dans une thèse CIFRE. Presses de Sciences Po no 28, p. 101-109.
- Laville Jean-Louis et Salmon Anne (eds.), (2015), Associations et action publique, Paris, Desclée de Brouwer 630 p.
- Marchive Alain, (2012), L'enquête ethnographique du terrain à l'éthique, Caen, CERSE, vol.45, 124 p.
- Oustinoff Michael, (2012), La traduction, 4. éd., Paris, Presses Universitaires de France, 127 p.
- Quéré Louis, (1991), D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique. La communication : une interrogation philosophique, vol 9, n°46-47, p. 69-90.
- Rasse Paul, (2014), La médiation, de l'utopie à la transformation sociale », Hermès, La Revue, no 71, p. 46-49.
- Vaillancourt Yves, (2016), « La co-construction des politiques publiques », Paris, CNAM. Polanyi International Seminar.
- Vaillancourt Yves, (2014), Note de recherche sur l'apport de l'économie sociale et solidaire dans la co-construction démocratique des politiques publiques: réflexions ancrées dans des expériences canadiennes, québécoises et latinoaméricaines, Montréal, CRISES & LAREPPS, UQAM, Montréal.
- Wolton Dominique, (2009), Informer n'est pas communiquer, Paris, CNRS éditions, 147 p.
- Wolton Dominique, (2010) La traduction, passeport pour accéder à l'autre. Hermès, La Revue, no 56, p. 9-12

II. TIC et Éducation, apprentissage

Éducation aux médias et culture numérique en France et en Allemagne : une approche comparative

Digital literacy and media education in France and in Germany: a comparative approach

Sabine Bosler

doctorante en SIC

CRESAT, Université de Haute-Alsace

sabine.bosler@uha.fr

Mots-clés

Éducation aux médias, culture numérique, comparaison

Keywords

Media education, media literacy, comparison

Résumé

En France comme en Allemagne, les pratiques numériques juvéniles cristallisent de nombreux discours ; dans ce contexte, l'éducation aux médias est porteuse à la fois d'enjeux éducatifs et sociaux. Pour mieux comprendre les processus à l'œuvre, notre travail doctoral mobilise une approche comparative, combinant une analyse des textes officiels d'éducation aux médias et un dispositif qualitatif, permettant d'appréhender les pratiques juvéniles et les médiations leur ayant permis de se développer.

Summary

In France and in Germany, youth media use is frequently discussed, and media education appears to be an educative and social issue. To get a better understanding of the processes involved, we develop a comparative approach, combining an analysis of official texts about media education, and a qualitative survey, making us able to apprehend digital youth culture and the mediations involved in its development.

Éducation aux médias et culture numérique en France et en Allemagne : une approche comparative

L'institution scolaire entretient une relation paradoxale avec les médias, qu'elle voit comme des concurrents à sa mission, tout en se devant de les inclure en son sein pour ne pas devenir obsolète (Loicq, 2011). En France, des chercheurs soulignent que l'intégration des technologies à l'école se traduit systématiquement par une reconduction de discours positivistes, alors même que les différentes actions menées ont abouti à des désillusions diverses (Rouissi, 2017). En Allemagne, comme le soulignent Rudolf Kammerl et Uwe Hasebrink (2014), les technologies à l'école ont suivi le même cheminement depuis des décennies ; on observe le même processus dialectique de répulsion envers chaque nouveau média, considéré comme dangereux pour la jeunesse, et de fascination pour son potentiel éducatif (le cinéma, puis la télévision, les ordinateurs, et maintenant les tablettes). Les plans d'équipements sont toujours insuffisants, cela dans un contexte d'Etat fédéral où chaque Land ne s'équipe pas au même rythme¹.

Pour mieux appréhender les processus à l'œuvre en France et en Allemagne, nous nous ancrons dans une approche comparative, mobilisant l'analyse de discours, procédé utilisé en SIC (Oger, 2007), appliquée aux textes officiels d'éducation aux médias, dans la continuité des travaux de Marlène Loicq (2011 ; 2017). Ces textes permettent en effet de sonder les représentations des politiques éducatives en matière de médias et d'éducation, et donnent une idée des compétences qui semblent nécessaires à développer. En outre, les mentions du numérique y sont de plus en plus fréquentes. Peut-on parler d'un changement de paradigme ? La démarche de comparaison internationale, franco-allemande dans notre cas, permet de s'extraire d'une perspective ethnocentrée, exclusivement nationale (Vigour, 2005 ; Loicq, 2011). En analysant leurs similarités et différences, il devient possible de caractériser les phénomènes de manière plus fine et de faire émerger leurs spécificités.

Quels ancrages conceptuels ?

D'abord le fait d'enseignants souhaitant protéger leurs élèves des « mauvais effets des médias » au début du 20^e siècle, puis, à partir des années 1960-1970, pour les accompagner dans un rapport enrichissant et développer leur esprit critique, l'éducation aux médias s'est progressivement institutionnalisée et structurée au niveau international, notamment sous l'égide de l'UNESCO et de l'Union Européenne. En France, elle est obligatoire au collège, et inscrite dans les programmes ; en Allemagne, des recommandations fédérales publiées par la Kultusministerkonferenz², ou KMK, sont publiées à ce sujet depuis 1979, la dernière datant de 2012. L'horizon de l'EAM, dans les deux cas, est une maîtrise « éclairée » et « raisonnée » des médias. Ses modalités, ainsi que ses finalités, se sont adaptées à l'émergence des médias numériques. Précisons que l'EAM est du ressort des SIC en raison de sa focalisation sur les processus communicationnels et médiatisés (Corroy-Labardens, 2016). Notre projet n'a pas d'objectif didactique.

En France, le Socle Commun de Connaissances, de Compétences et de Culture affirme que l'élève doit « développer une culture numérique » à l'issue de sa scolarité, qui se comprend comme un ensemble de dispositions envers un usage « sûr, légal et éthique » des médias numériques ; il en fait l'objectif de l'EAM, définie comme le processus permettant d'« apprendre à lire, à décrypter l'information et l'image, à aiguiser leur esprit critique, à se forger une opinion, compétences essentielles pour exercer une citoyenneté éclairée et responsable en démocratie »³.

¹ Il est important de souligner qu'en 2018, une initiative a été portée par différents Länder ainsi que des acteurs économiques (Microsoft notamment), pour faire voter une loi permettant à l'Etat fédéral de subventionner l'équipement informatique des écoles dans les Länder. Cette loi a été retoquée, car allant à l'encontre de la Constitution allemande garantissant l'indépendance des Länder. Les discussions à ce sujet sont toujours en cours.

² Consortium de ministres ou de sénateurs régionaux responsables des questions éducatives. Fondée en 1948, et ayant intégré les Länder de l'Est de l'Allemagne après 1990, elle vise à assurer une relative égalité entre les élèves du pays, via l'élaboration de recommandations.

³ Définition issue du dossier de presse accompagnant la Grande Mobilisation de l'Ecole pour la République (2015).

Du côté allemand, il existe de nombreux concepts pour désigner à la fois le processus d'éducation aux médias, et son résultat escompté. Medienpädagogik désigne le domaine d'éducation et de formation à l'éducation aux et par les médias ; il s'agit d'une discipline universitaire autonome, dont sont issus de nombreux auteurs que nous citons dans notre travail (par exemple Baacke, 1999). Medienbildung (éducation aux médias), désignant le processus d'éducation aux médias, et Medienkompetenz (littératie médiatique), son résultat, sont ceux qui sont les plus mobilisés par les politiques éducatives. Ils sont issus de la recherche ; Medienbildung est un concept utilisé d'abord par Stefan Aufenanger (1999) pour remplacer celui, pas suffisamment réflexif et à la connotation trop instrumentale, de Medienerziehung. Ce dernier signifie également, littéralement, « éducation aux médias », mais ne se rattache pas aux théories de la Bildung. Ce dernier concept peut se traduire par « éducation », mais dans le sens d'une éducation vers l'autonomie, une formation de l'individu et le développement de ses facultés critiques. Il est issu de la tradition de pensée germanique influencée par l'esprit des Lumières, notamment Von Humboldt et Kant.

Enfin, un paradigme désigne, dans une période scientifique, un ensemble cohérent de théories et de représentations (Moeglin, 2005). Le système éducatif tel qu'on le connaît actuellement a des traits paradigmatiques cohérents : les savoirs sont découpés par disciplines, la pédagogie est transmissive, et se base sur un mode collectif et simultané d'enseignement.

L'éducation aux médias en France et en Allemagne : analyse des textes officiels

Afin d'appréhender les discours, nous avons constitué un corpus de textes officiels d'EAM selon les critères de Marlène Loicq (2011) : les textes doivent émaner d'instances institutionnelles (par exemple, le Ministère de l'Éducation Nationale) et d'instances légitimes (par exemple, le CLEMI), avoir une fonction programmatique, prescriptive et/ou définitoire, et avoir une qualité constituante, c'est-à-dire définir le champ et la nature de l'éducation aux médias. L'analyse du discours (AD), selon la perspective des SIC, a cela de particulier qu'elle dépasse la stricte dimension linguistique pour s'intéresser aux acteurs impliqués dans la production discursive, à leurs différentes stratégies et aux lieux sociaux dans lesquels ces productions s'inscrivent : « l'articulation entre les problématiques des sciences sociales [...] et celles des sciences des langages et des discours [...] se révèle comme une approche productive, en ce qu'elle relie l'évolution des pratiques sociales et la création de sens » (Miège, 2000 : 557-559). L'AD s'intéresse aux intrications entre un « texte » et un « lieu social (manifesté par des auteurs autorisés et des situations de communication) », chacune d'entre elles constituant « un dispositif d'énonciation spécifique, relevant tout à la fois du verbal et de l'institutionnel » (Krieg-Planque, 2017 :13). Ce sont ces dispositifs que nous étudions.

Concernant l'Allemagne, nous faisons face à une difficulté : il s'agit d'un Etat fédéral où chaque Land est responsable de son système éducatif, et où l'éducation aux médias, par conséquent, est différente dans les 16 Länder que compte le pays. Nous avons choisi d'étudier le cas du Bade-Wurtemberg (maintenant BW), le Land le plus proche de notre université, et où l'EAM est progressivement entrée dans les programmes entre 2012 et 2016, parallèlement à la France. En même temps, il est impossible de rester au seul échelon du Land pour appréhender l'EAM. Les Länder, quoi qu'ils demeurent souverains en matière éducative, sont tenus de prendre en compte les recommandations de la Kultusministerkonferenz (KMK), une assemblée composée des Ministres et Sénateurs chargés de l'éducation dans les Länder. Les circulaires sur l'éducation aux médias, produites suite à l'obtention d'un consensus, ont joué un rôle majeur dans le développement de l'EAM : bien qu'elles soient courtes, assez vagues et non contraignantes, elles reflètent les orientations choisies par l'ensemble des Länder. Nous les avons donc incluses dans notre corpus.

Nous avons résumé notre analyse sous la forme des schémas suivants, illustrant les approches allemandes et françaises d'éducation aux médias et au numérique telles qu'appréhendées dans les textes officiels :

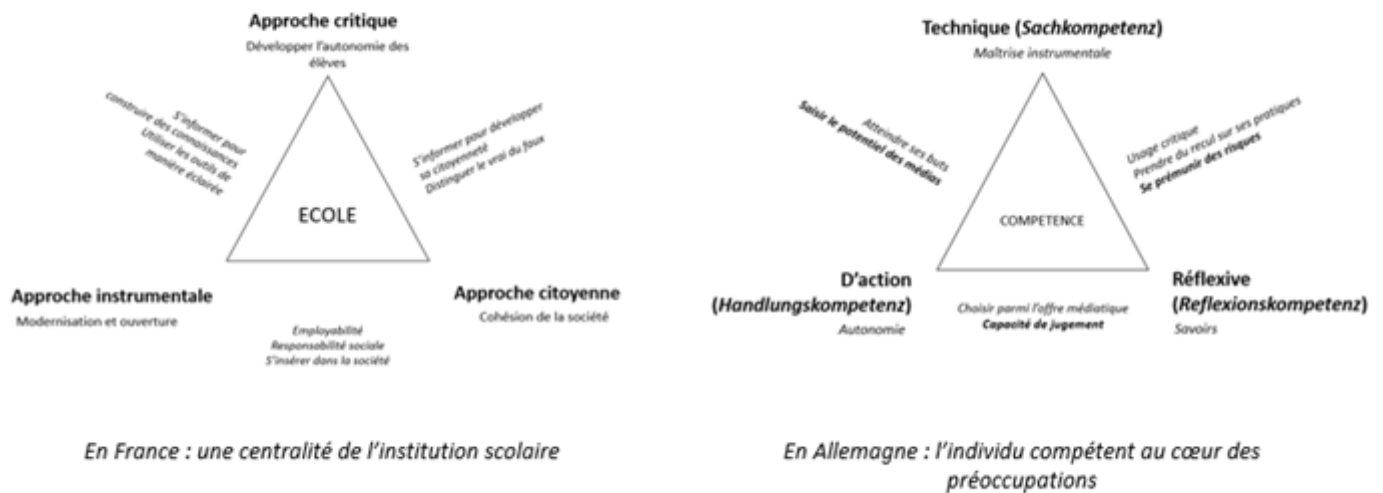


Figure 1: Modèles d'éducation aux médias et au numérique selon l'analyse du discours des textes officiels

En Allemagne, l'EAM vise au développement d'un être compétent, capable de se protéger lui-même et de faire usage de sa capacité de jugement, selon la théorie de la Bildung ; en France, elle vise essentiellement à la cohésion de la société et au renforcement du modèle républicain, ce qui correspond aux analyses de Marlène Loicq (2011), particulièrement depuis les attentats de 2015. Toutes deux convergent vers une approche démocratique, définie par les instances internationales (UE et UNESCO), ainsi qu'une approche fonctionnelle, visant à apprendre aux élèves à utiliser les outils en vue d'améliorer leurs résultats scolaires et, à plus long terme, leur employabilité.

En Allemagne, une approche explicitement protectionniste⁴ survit, relative à la crainte des mauvais effets des médias et, dans le contexte numérique, aux données personnelles. Elle peut s'expliquer par des facteurs historiques, en l'occurrence le traumatisme du nazisme, et des écoutes généralisées durant la Guerre Froide. La focalisation sur l'individu s'expliquerait quant à elle sur les théories de la Bildung, qui perdurent depuis le dix-huitième siècle, ainsi que leur adossement au protestantisme, valorisant un individu éclairé capable de participer à la société. Enfin, éducation aux médias et par les médias n'ont jamais été des domaines séparés, contrairement à la France, où l'EMI désigne, depuis 2012, exclusivement les activités pédagogiques prenant les médias pour objet. Cependant, le glissement vers l'éducation au numérique tend à induire une indifférenciation similaire.

Appréhender la culture numérique juvénile sous un regard comparatif : une enquête qualitative et exploratoire auprès d'adolescents

L'ultime partie de notre travail s'éloigne du domaine des politiques éducatives ; elle a pour objectif d'élargir la focale à une autre définition de la culture numérique, comprise comme l'ensemble des pratiques et des attitudes, des connaissances et des représentations, des valeurs et des normes associées au numérique.

⁴ L'approche « protectionniste » (en anglais, « inoculative paradigm » (Masterman, 1985)) de l'éducation aux médias correspond à des postures théoriques « diabolisant » les médias de masse, surévaluant leurs effets, et considérant les individus, les jeunes en particulier, comme une masse homogène et influençable (Corroy-Labardens, 2016).

Nous sondons donc non seulement les pratiques, mais aussi d'autres aspects constitutifs de la Medienkompetenz : les connaissances sur le système médiatique, l'aspect critique, et la créativité (Baacke, 1999). Les jeunes du secondaire nous ont paru particulièrement intéressants à observer, car c'est à eux que s'adresse une grande partie de l'éducation aux médias telle qu'elle est pensée par les institutions. Nous avons rencontré deux groupes d'adolescents (N=28) dans un lycée en France et un autre en Allemagne, quatre fois, en mobilisant des outils méthodologiques variés (questionnaires déclaratifs, journaux d'usage, entretiens collectifs et individuels), ce qui nous a permis de sonder les différents aspects de leur culture numérique et de leurs « répertoires » de pratiques (Hasebrink & Domeyer, 2012). Les répertoires médiatiques sont définis comme l'intégralité des médias qu'une personne utilise ; ces configurations sont singulières et significatives pour les individus. Nous avons également demandé à nos répondants comment ils en étaient venus à développer leurs pratiques, quelles médiations étaient intervenues.

En demandant aux répondants pourquoi les réseaux sociaux étaient gratuits, nous avons pu constater que leurs connaissances étaient inégales, en ce qui concerne le modèle économique des plateformes utilisées. Nous avons identifié des postures allant d'une forme d'angélisme – « pour que tout le monde puisse communiquer », une méconnaissance – des hypothèses fondées sur des représentations, par exemple, « c'est payé par l'abonnement à Internet », à une connaissance partielle – les répondants avaient conscience que les réseaux sociaux sont financés par la publicité, mais pas du système de revente des données personnelles - et une forme de fatalisme ; ces répondants, tous allemands, issus de milieux plutôt favorisés et grands consommateurs de médias, étaient conscients que le modèle économique des plateformes est basé sur la revente de leurs données personnelles, mais ils les utilisaient tout de même ; ils exprimaient un sentiment d'impuissance, tout en disant n'avoir rien à cacher, et se satisfaire de l'accès à un service gratuit.

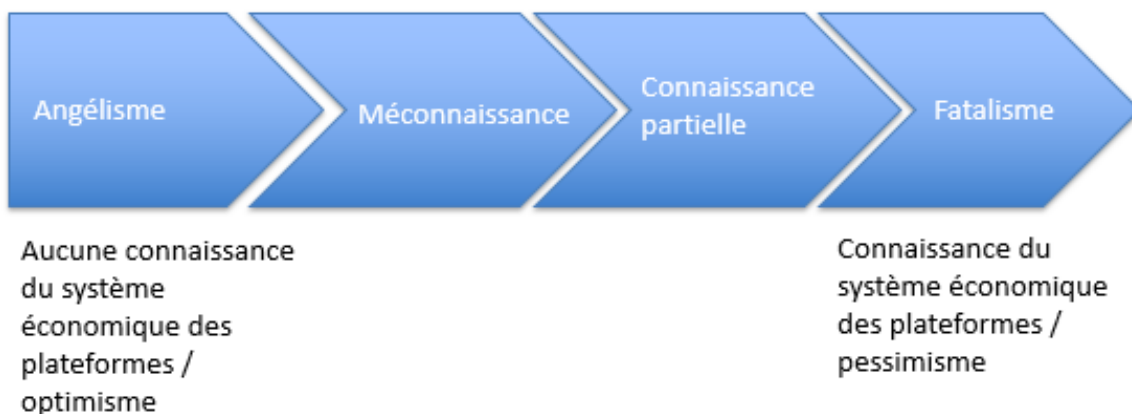


Figure 1: Modèles d'éducation aux médias et au numérique selon l'analyse du discours des textes officiels

Pour conclure, l'omniprésence des médias numériques dans tous les aspects de la vie (Couldry & Hepp, 2013), les enjeux de leur maîtrise sur l'employabilité et l'insertion sociale des élèves, sur leurs pratiques informationnelles et sociales, oblige l'école à repenser ses objets et ses méthodes ; les « éducations à », parmi lesquelles l'éducation aux médias, participent de l'ouverture de l'école vers la vie quotidienne des élèves, dont nous avons pu appréhender les pratiques via notre enquête, mais il serait peut-être exagéré de parler de « changement de paradigme », dans la mesure où les apprentissages traditionnels ont toujours une place prépondérante.

Comme l'indique Pierre Moeglin (2005), les différentes approches s'accumulent au lieu de se remplacer. Nous espérons, avec cette recherche, enrichir la réflexion en SIC sur l'éducation aux médias et les pratiques numériques, en donnant accès aux lecteurs francophones à la recherche germanophone sur l'EAM, en les renseignant sur ses modalités de mise en place et les finalités qui lui sont attribuées, ainsi qu'en leur offrant des éléments exploratoires au sujet de la culture numérique juvénile, grâce à un dispositif expérimental. Nos résultats mettent de l'avant la place centrale accordée à la problématique des données personnelles en Allemagne, et invitent à réfléchir à leur place dans les politiques éducatives françaises en matière d'EAM.

Bibliographie

- Aufenanger S. (1999). Medienkompetenz oder Medienbildung?, Bertelsmann Briefe, no 142, p. 21 24.
- Baacke D. (1999). Medienkompetenz als zentrales Operationsfeld von Projekten, in Dieter Baacke (dir.), Handbuch Medien: Medienkompetenz - Modelle und Projekte, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, p. 31 35.
- Corroy-Labardens L. (2016). Éducation et médias : la créativité à l'ère du numérique, London, ISTE Editions.
- Couldry N. et Hepp A. (2013), « Conceptualising mediatization: Contexts, traditions, arguments », in Communication Theory, vol. 23, p. 191–202.
- Hasebrink U. et Domeyer H. (2012). « Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments », Participations, vol. 9, no 2, p. 757 779.
- Krieg-Planque A. (2017). Analyser les discours institutionnels, Paris, Armand Colin, 2017 (I.COM), 240 p.
- Loicq M. (2017). Une approche comparative des discours institutionnels en éducation aux médias : une analyse socio-anthropologique, Argumentation et Analyse du Discours, no 19
- Loicq M. (2011). Médias et interculturalité : l'éducation aux médias dans une perspective comparative internationale (Australie, Québec, France), Thèse de doctorat, Paris 3, 722 p.
- Miège B. (2000). « Les apports à la recherche des sciences de l'information et de la communication », Réseaux. Communication - Technologie - Société, vol. 18, no 100, p. 547 568.
- Moeglin P. (2005), Outils et médias éducatifs: une approche communicationnelle, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 296 p.
- Oger C. (2007). Analyse du discours et sciences de l'information et de la communication. Au-delà des corpus et des méthodes, in Simone Bonnafous et Malika Temmar (dirs.), Analyse du discours en sciences humaines et sociales, Paris : Ophrys, 2007, p. 23 39.
- Vigour C. (2005). La comparaison dans les sciences sociales : pratiques et méthodes, Paris, Découverte (Guides Repères), 335 p.

Les Youtubeurs scientifiques. Médiation des savoirs et nouvelles formes de vulgarisation

Scientific Youtubers. Mediation of knowledges and new shapes of popularization

Jordan Casaccio

Laboratoire Interdisciplinaire Récits, Cultures et Sociétés (LIRCES)

Université Côte d'Azur

Laboratoire Interuniversitaire des Sciences de l'Éducation et de la Communication (LISEC)

Université de Strasbourg

casaccio.j@gmail.com

Mots-clés

Vulgarisation scientifique, médias sociaux, YouTube, amatorat.

Keywords

Scientific popularization, social media, YouTube, amateurship.

Résumé

Sur YouTube, les vidéastes de vulgarisation scientifique se comptent par dizaines. « E-penser », « Nota Bene » ou « Dr Nozman » en sont de bons exemples : leur audience se mesure en centaines de milliers, voire en millions de spectateurs. Tandis que la culture participative est au cœur des enjeux de YouTube et que les formes de communication sur Internet se multiplient, notre recherche analyse les processus de production et de réception de ces contenus audiovisuels de vulgarisation scientifique.

Abstract

Scientific popularization has found a new path to walk on: the self-broadcasting content platform YouTube. Ensued by a constantly growing number of viewers (from thousands to millions), “E-penser”, “Nota Bene” or “Dr Nozman” are good examples. As participatory culture is the core business of YouTube and communication ways increase, our study analyzes both the production and reception processes of these audiovisual scientific popularization contents.

Vulgarisation scientifique et médias sociaux. Etude des nouveaux modes de production et de réception du savoir.

Le discours de la vulgarisation scientifique s'étant adapté à chaque support médiatique naissant ou populaire au fil des époques (Raichvarg, 2005), il trouve presque naturellement sa place sur Internet, à l'heure où le web 2.0 a bouleversé nos pratiques d'achat, notre rapport à la santé et, en l'occurrence, notre façon de communiquer et de nous procurer l'information (Rieffel, 2014). Ainsi, la communication du savoir a pris diverses formes sur Internet, qu'il s'agisse du livre électronique (Augier, 2016), de publications scientifiques en ligne (Macedo-Rouet et Rouet, 2009), de l'e-learning, apprentissage et formation en ligne ou encore de l'encyclopédie en ligne (Cardon, 2010).

Dans le même temps, Internet a permis l'émergence de nouvelles écritures de soi. On écrit plus, on se présente plus, notamment à travers les blogs ou les réseaux socio-numériques (Cardon, 2010). Un certain nombre de plateformes numériques ont vu le jour, incitant à la communication et favorisant in fine la prise de parole des amateurs (Flichy, 2010). A mesure que ces plateformes se sont développées et que les internautes se les sont appropriées, nous sommes entrés dans ce que Stiegler (2011) appelle « le temps de l'amateur » : les amateurs sont « disponibles » et, plus que de recevoir passivement une information, un savoir ou une donnée, ils la créent, la façonnent à leur image avec passion et fidélité et peuvent la diffuser sur une des plateformes numériques le permettant.

Parmi les plateformes de vidéos à la demande, YouTube (filiale de l'entreprise Google) est la plus populaire en 2018. Sur YouTube, les vulgarisateurs scientifiques se comptent désormais par dizaines. Derrière des noms de chaînes pseudonymes, les « e-penser », « Dr Nozman », « DirtyBiology », « Nota Bene » ou « Cyrus North » sont des vulgarisateurs des sciences de plus en plus populaires : les vues de leurs vidéos se comptent en millions. Signe que le phénomène n'est ni éphémère, ni destiné à un public de niche, le ministère de la Culture a élaboré une typologie des chaînes YouTube de vulgarisation scientifique, incluant quelque 350 chaînes référencées par discipline scientifique.

Celles-ci sont aussi libres que variées (tout en restant dans le champ de l'épistémologie traditionnelle), il peut tout aussi bien s'agir d'histoire, de physique, de mathématiques, de sociologie, de biologie ou de philosophie. Sur le forum « Vidéotheque d'Alexandrie » ou sur le site « Café des sciences » se réunissent de nombreux vidéastes scientifiques, à la popularité plus ou moins grande, enclins à échanger sur leurs pratiques. Ces vidéastes ont ceci de particulier que la plupart ne sont pas issus du milieu universitaire : beaucoup affirment et revendiquent leur statut d'« amateur »¹. Si l'amateur use de sa passion pour un sujet comme d'un moteur créatif (Flichy, 2010), cela pose la question de la place de l'amatorat dans la vulgarisation scientifique.

Ces vulgarisateurs interagissent de plus en plus entre eux, hors caméra ou face aux publics, et invitent les spectateurs à partager leurs contenus audiovisuels sur les sites de réseaux sociaux. Cette dimension de partage est nécessaire dans un système qui fait de l'attention le nerf de la guerre : le créateur doit innover et captiver pour se faire entendre (Citton, 2014). De même, par la création d'un décor et l'usage de procédés discursifs ou visuels systématiques, les vidéastes s'entourent d'un univers, d'éléments diégétiques que l'on retrouve traditionnellement dans les séries narratives (Leiduan, 2016) et le storytelling est une pratique de plus en plus courante (Amancio, 2017; Verdina, 2013). De fait, la vulgarisation scientifique sous ces nouvelles formes communicationnelles semble dépasser le cadre initial du schéma émetteur-récepteur. Le spectateur ne reçoit plus passivement l'information : le partage, les commentaires, les fils de discussion, les réactions, le mécénat, le storytelling des vidéastes, autant d'interactions qui semblent façonner la production comme la réception de ces contenus numériques de vulgarisation scientifique.

¹ Nous renvoyons ici aux différentes vidéos « Foire aux questions » des vidéastes ainsi qu'à leurs présentations écrites ou audiovisuelles.

Notre champ d'étude est un domaine récent qui donne à voir une littérature francophone encore peu fournie. Ainsi, au cœur de ce nouveau paradigme d'« horizontalisation » de la transmission des savoirs, notre recherche analyse les mécanismes nouvelles guidant l'élaboration de ces contenus audiovisuels de vulgarisation scientifique, en production comme en réception. Bien qu'ils nous semblent être un objet de recherche tout-à-fait légitime, ce sont moins les discours de vulgarisation qui nous intéressent que les procédés mis en œuvre pour les transmettre à l'heure des médias sociaux et de la reconfiguration économique et structurelle qu'ils suggèrent. En somme, quelle reconfiguration des modes de communication pour quelle vulgarisation scientifique ?

Hypothèses

I. Hypothèse 1 : une vulgarisation scientifique du XXIème siècle

Notre première hypothèse est celle de la mutation de la vulgarisation scientifique, celle-ci s'étant continuellement adaptée aux supports de communication émergents (Raichvarg & Jacques, *ibid.*) Nous posons l'idée que la vulgarisation scientifique du XXIème siècle est différente, son évolution étant liée aux spécificités des nouveaux supports de l'information et de la communication et des spécificités qui les entourent, ainsi qu'aux changements de paradigmes communicationnels qu'ils entraînent (Jenkins, 2006, Rieffel, 2014). C'est en effet sur YouTube, plateforme dédiée à la diffusion et au partage de contenus audiovisuels que l'on retrouve à l'heure actuelle un nombre croissant de chaînes dédiées à la vulgarisation scientifique de nombreuses disciplines. Au cœur de cette hypothèse, notre première sous-hypothèse soutient qu'il s'agit bien de contenus de vulgarisation scientifique et que l'objectif du discours reste celui de la transmission de connaissances scientifiques simplifiées à destination du plus grand nombre (Bensaude-Vincent, 2010).

La forme est toutefois différente. Les codes visuels et discursifs ne sont plus les mêmes qu'autrefois et, s'il n'est pas nouveau pour la vulgarisation scientifique d'utiliser de procédés visant à captiver le lectorat (Jacobi, 1985), ces procédés correspondent ici aux normes de YouTube, à l'heure où les sollicitations cognitives se multiplient et complexifient les capacités attentionnelles du cerveau (Citton, *ibid.*). De fait, divers procédés sont mis en place pour maintenir l'attention du spectateur, tel que le montage qui est nécessaire aujourd'hui pour coller aux codes des adolescents. L'économie de l'attention est le nouveau modèle cognitif (Citton, *ibid.*) et les Youtubeurs sont « obligés » d'utiliser de ces procédés pour être suivis. Ces codes audiovisuels doivent ainsi être interrogés au regard de la nouveauté du support et de ses usages et fonctionnements.

En outre, YouTube est un média social, au même titre que le sont les blogs, les réseaux socio-numériques et les forums notamment (Stenger & Coutant, *ibid.*). Une spécificité majeure des médias sociaux est d'avoir permis l'émergence de nombreuses écritures de soi (Cardon, *ibid.*). Les interactions sont plus riches, plus nombreuses et les réseaux socio-numériques, en ce qu'ils offrent un éventail de possibilités de communication riche (recoupant photos, vidéos, commentaires, discussion en ligne, etc.), sont les premiers artefacts d'une culture de la « convergence » (Jenkins, *ibid.*). Ainsi, à l'heure où les dispositifs techniques de l'information et de la communication ont modifié en profondeur les façons de s'exprimer et de produire du contenu, et puisque la communauté « est une logique culturelle constitutive de l'esprit de YouTube, apportant avec elle des connexions entre fans, publics et autres Youtubers » (Burgess & Green, 2015), notre seconde sous-hypothèse propose l'idée que les médias sociaux ont modifié la réception des savoirs en permettant un partage plus rapide des contenus de vulgarisation scientifique sur YouTube et une interaction riche entre créateurs et spectateurs.

En somme, nous sommes face à une vulgarisation scientifique qui est fortement influencée par son support, YouTube, et in extenso les médias sociaux. Une vulgarisation qui a muté et cette mutation n'est pas seulement le fait des publics, ni seulement des auteurs mais aussi de son support ; il s'agit là de notre hypothèse principale.

Ensuite, nous posons ici l'hypothèse que le statut professionnel connu d'un vidéaste influence la réception des vidéos de vulgarisation scientifique. Selon que le vidéaste est un professionnel des sciences ou un amateur, le spectateur ne recevra pas l'information de la même manière. Dans le document « YouTube à l'école ! » proposé par le ministère français de la culture, sont référencés de nombreux vidéastes qui revendiquent leur amatorat, mettant ainsi en avant leur qualité de passionné (Flichy, 2010). Ainsi, durant une vidéo « FAQ » (Foire aux questions, ou Frequently asked questions en anglais), le vidéaste Nota Bene y revendique sa non-appartenance au monde universitaire :

« Depuis le début je le dis et je le répète, je ne suis pas un historien. Et donc il est fort probable que je puisse, à un moment donné, passer à côté de quelque chose. »²

Cela interroge forcément lorsque l'on connaît la difficulté à acquérir une reconnaissance scientifique dans le monde de la recherche et le constant souci de validation par les pairs pour produire de la connaissance scientifique (Latour & Woolgar, 1988). Si la vulgarisation ne produit pas de connaissance mais en établit une synthèse à destination des non-savants (Raichvarg & Jacques, 1991), le besoin de validité du propos reste nécessaire, faute de quoi l'inexactitude et l'imprécision peuvent potentiellement ternir le discours scientifique. Il est important d'interroger la manière dont ces vidéastes voient leur légitimité et leur influence grandir : Bourdieu (1976) explique que tout jugement sur la production d'un discours scientifique est « contaminé » par la connaissance de la position de son auteur. De fait, celle des producteurs des contenus qui nous intéressent ici.

Cette redéfinition des rôles au sein des pourvoyeurs des connaissances scientifiques, dont la dichotomie expert/profane devient poreuse grâce à l'émergence du professionnel-amateur (Leadbeater & Miller, 2004), interroge quant au regard porté sur les vulgarisateurs par leur audience. Les notions de proximité et de légitimité sont à interroger au regard du statut amateur des producteurs de contenu et nous pensons que le statut a effectivement une influence réelle sur le regard porté sur les vulgarisateurs et, in extenso, sur la réception des connaissances apportées.

Enfin, nous émettons ici l'hypothèse que l'économie de l'attention façonne les contenus de vulgarisation scientifique sur YouTube, en poussant les créateurs d'une part à innover et disposer de singularités discursives ou visuelles et d'autre part à inviter leurs publics à partager les contenus produits sur les réseaux socio-numériques et à suivre leur actualité.

Ces éléments diégétiques créent naturellement une « mise en récit » et l'on observe une « sérialisation » de la vulgarisation scientifique. S'opère alors une dialectique entre économie de l'attention et sérialité des vidéos de vulgarisation scientifique sur YouTube, l'un étant moteur de l'autre et inversement. En somme, ce triptyque séquentiel « introduction-développement-conclusion » balisé par les vidéastes permet de chercher du sens dans les choix qui sont faits : quelle mise en place d'éléments diégétiques pour quelle réception par les publics ?

² C'est quoi l'histoire ?, <https://youtu.be/KiuoF-Bh0f0>, Nota Bene, page consultée le 22/09/2018

Méthodologie

I. Analyse de contenu (hypothèse 1)

1. Choix de la méthode

Si le montage et la scénographie peuvent avoir une fonction rhétorique et argumentative (Barthes, 1964; Soulez, 2013), une analyse sémiotique de l'image permet d'analyser l'image, de « lire l'audiovisuel » (Leconte, 2001) et ainsi trouver du sens dans l'image. L'approche socio-sémiotique (Davallon, 1984), quant à elle, met en lumière les fonctions sociales des données fournies par une analyse de contenu. Concernant notre objet d'étude, l'approche socio-sémiotique permettra d'interroger les fonctions sociales assurées par la sérialité des vidéos de vulgarisation scientifique.

Par le découpage séquentiel des contenus audiovisuels du corpus auquel nous avons procédé durant la phase de pré-étude se sont dégagés trois séquences majeures dans la structure narrative des vidéos. La première est l'introduction, durant laquelle le vidéaste annonce le sujet (l'introduction se termine lorsque vient le générique de lancement). La seconde, bien plus longue, est le développement du discours de vulgarisation scientifique. Enfin, une conclusion adressée au spectateur vient ponctuer la vidéo. La méthode retenue ici s'appuie donc sur l'analyse de chaque contenu du corpus.

II. Enquête quantitative

1. Choix de la méthode

Nous souhaitons ici retirer des informations permettant de décrire le phénomène de la vulgarisation scientifique sur YouTube à travers les pratiques des acteurs sociaux de la réception de ces contenus audiovisuels. Il s'agit, suivant la distinction proposée par Lapointe et rappelée par Vilatte (2007), d'une enquête descriptive à démarche longitudinale, au sein de laquelle les enquêtés seront interrogés sur un ensemble de pratiques communicationnelles autour de la réception de la vulgarisation scientifique sur YouTube. L'enquête quantitative « permet de mesurer l'intensité et la fréquence des attitudes au sein d'une population donnée » (Mayer, 1987) et nous pensons que la multitude de réponses obtenues nous permettra de tester notre hypothèse.

2. Objectifs de l'étude

A travers ce questionnaire, nous souhaitons tester deux concepts sur les réseaux socio-numériques. Le premier est la fréquence de l'interaction entre créateurs et spectateurs, le second est la fréquence de partage des contenus visionnés par les spectateurs. L'entretien qualitatif ne renseignera pas quant aux intentions des créateurs mais il montre un ensemble de pratiques communicationnelles en réception. Les résultats obtenus permettront de savoir dans quelle mesure les spectateurs se réapproprient l'information scientifique en la partageant, en l'interrogeant et en interagissant avec celles et ceux qui la diffusent.

3. La distribution de l'enquête et l'échantillon

Afin d'obtenir un échantillon représentatif de la mini-population ciblée (les publics de la vulgarisation scientifique sur YouTube), l'enquête sera administrée sur Internet, plus précisément via les réseaux socio-numériques. Puisque nous cherchons à savoir comment sont utilisés les RSN par les publics de la vulgarisation scientifique, nous pensons qu'aller chercher les publics « qui nous intéressent, là où ils sont » reste le meilleur moyen de les atteindre directement. Ainsi, l'enquête sera diffusée sur Facebook, Twitter et Instagram. Ces trois réseaux sociaux sont, d'après notre pré-étude, les trois plateformes sur lesquelles les producteurs de contenu interagissent le plus avec leurs publics.

4. Les axes

L'enquête sera établie autour de trois axes. Une double démarche de typologisation des producteurs comme des récepteurs des vidéos fera d'abord l'objet de plusieurs questions permettant de mieux définir un ensemble de profils-type de ces acteurs sociaux de la communication scientifique (âge, sexe, catégorie socio-professionnelle, niveau d'études...). Ensuite, il sera intéressant dans le cadre de notre étude de savoir quels contenus de vulgarisation sont regardés par quelles parties du panel interrogé, en quelle quantité et pour quelles raisons : en somme, nous souhaitons répondre à la question « qui regarde quoi ? ». Enfin, puisque selon notre hypothèse il ne s'agit plus transmission des connaissances linéaire d'un émetteur vers un récepteur mais qu'il est désormais question d'interactions et d'échanges entre les deux, l'enquête permettra de proposer, via des questions consacrées, une analyse et une typologie des interactions sur les réseaux socio-numériques. Quelles interactions retrouve-t-on majoritairement ? Ne concernent-elles que YouTube ou existe-t-il des ramifications sur d'autres réseaux, et dans quelles proportions ?

III. Etude qualitative (publics)

1. Choix de la méthode

L'entretien qualitatif semi-directif nous semble approprié ici pour mieux comprendre l'influence du statut du vidéaste auprès des publics. Cette méthode permet une grande liberté d'expression pour l'enquêté tout en assurant à l'enquêteur un cadre dans lequel peut évoluer l'interview.

2. Le choix de l'échantillon

Il s'agit ici d'interroger un échantillon représentatif des publics concernant la relation entretenue avec le vidéaste et le rôle de l'amatorat dans la transmission du savoir sur Internet. Cet échantillon aura au préalable été obtenu par l'enquête quantitative.

3. Les variables

La variable indépendante Amatorat (X) permettra de tester l'ampleur des variations des variables dépendantes Proximité (Y) et Légitimité (Z).

Il s'agira de tester :

- 1) Si la proximité ressentie (Y) dépend de l'amatorat (X).
- 2) Si la légitimité (Z) accordée au vidéaste dépend de son statut amateur (X).

5. Le guide d'entretien

Les questions devront mener peu à peu à comprendre l'influence sur la réception des connaissances des variables Y et Z. L'entretien sera mené de sorte que la personne interrogée ne se sente pas visée personnellement ou accablée par des questions personnelles.

IV. Enquête qualitative (spécialistes)

1. Objectifs de l'étude

Cette enquête a pour but d'évaluer la teneur scientifique des discours émis et des connaissances vulgarisées. Puisque nous n'avons ni les compétences ni la légitimité pour mesurer cet aspect des vidéos, des entretiens non-directifs seront menés auprès de spécialistes de chaque discipline scientifique présente dans notre corpus d'analyse. Durant l'entretien, un.e spécialiste visionnera une vidéo. A la suite du visionnage, nous recueillerons les retours et suggestions du ou de la spécialiste concernant ce qu'il aura vu, compris et relevé. Ces entretiens permettront de mesurer la qualité vulgarisatrice des vidéos.

2. Choix de la méthode

A travers ces entretiens non-directifs seront observés plusieurs points-clés concernant la médiation des savoirs. Le premier est la qualité du travail de vulgarisation (reformulation, explication, simplification étant des procédés cruciaux d'un point de vue didactique) ; le second est celui de la transmission : le support ou la façon de montrer et d'expliquer les phénomènes sont-ils en adéquation avec ledit phénomène (par exemple, comment vulgariser le spin des particules ?) ? Enfin, il s'agira de savoir, selon le ou la spécialiste, à quel(s) public(s) ce contenu est adapté. Il sera intéressant, à cet endroit de la recherche, de croiser les résultats avec l'enquête quantitative qui aura au préalable montré quels publics regardent quels contenus et d'observer s'il y a, ou non, corrélation entre ces deux items. L'échantillon d'experts sera établi après une prise de contact auprès de chacun d'eux, l'entretien étant basé sur le volontariat de ces spécialistes.

Références bibliographiques

- Amancio, M. (2017). "Put it in your Story": Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories. Consulté à l'adresse <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-324812>
- Augier, M. (2016). *La société numérique*. Paris: L'Harmattan.
- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications*, 4, 40-51.
- Boss, J.-F., & Kapferer, J.-N. (1978). *Les français, la science et les media. Une évaluation de la vulgarisation scientifique et technique*. Paris: La documentation française.
- Bourdieu, P. (1976). Le champ scientifique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2(2-3), 88-104.
- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet*. Seuil, La République des Idées.
- Citton, Y. (2014). *L'économie de l'attention*. Paris: La découverte.
- Davallon, J. (1984). Sociosémiotique des images. *Langage et société, Sociosémiotique*(28 (2)), 111-140.
- Flichy, P. (2010). *Le sacre de l'amateur*. Paris: Seuil, La République des Idées.
- Latour, B., & Woolgar, S. (1988). *La vie de laboratoire: la production des faits scientifiques*. Paris: La découverte.
- Leconte, B. (2001). *Lire l'audiovisuel. Précis d'analyse iconique*. Paris: L'Harmattan.
- Leiduan, A. (2016). Introduction. Sérialité narrative : enjeux esthétiques et économiques. *Cahiers de Narratologie. Analyse et théorie narratives*, (31). Consulté à l'adresse <http://journals.openedition.org/narratologie/7561>
- Livingstone, S., Mascheroni, G., & Murru, M. F. (2015). Utilisation des réseaux sociaux numériques par les jeunes européens. *Hermès, Identités numériques*(59), 89-97.
- Macedo-Rouet, M., & Rouet, J.-F. (2009). Vulgarisation scientifique : les revues en ligne. *Hermès, Sociétés de la connaissance*, 67-82.
- Marti, M. (2016). Logique imaginaire et logique de marché : analyse d'une création de fans dans le jeu vidéo. Le cas de España en llamas sur Call of Duty 2. *Cahiers de Narratologie. Analyse et théorie narratives*, (31). <https://doi.org/10.4000/narratologie.7547>
- Pélissier, N., & Gallezot, G. (2013). *Twitter, un monde en tout petit ?* Paris: L'Harmattan.
- Raichvarg, D. (2005). *Sciences pour tous ?* Paris: Gallimard.
- Raichvarg, D., & Jacques, J. (1991). *Savants et ignorants. Une histoire de la vulgarisation scientifique*. Paris: Seuil.
- Rieffel, R. (2014). *Révolution numérique, révolution culturelle ?* Paris: Folio Actuel.
- Soulez, G. (2013). La délibération des images. Vers une nouvelle pragmatique du cinéma et de l'audiovisuel. *Communication & langages*, N° 176(2), 3-32.
- Stiegler, B. (2011). Le temps de l'amatorat. *Alliage, Amateurs ?*(69), 161-179.
- Verdina, Z. (2013). *A Picture is Worth a Thousand Words: Storytelling with Instagram* (PhD Thesis). Universiteit Antwerpen.
- Vilatte, J.-C. (2007). *Méthodologie de l'enquête par questionnaire*. 56.

Intégration des dispositifs numériques d'information et de communication dans les universités béninoises : cas de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC)

Integration of digital information and communication devices in Beninese universities: case of the University of Abomey-Calavi (UAC)

Carole Fagadé

doctorante en SIC

MICA, Université Bordeaux-Montaigne

cariroz2@yahoo.fr

Mots clés : WhatsApp, usages, mobilité de l'information, Bénin

Keywords: WhatsApp, uses, mobility of information, Benin

Résumé

À l'Université d'Abomey-Calavi, malgré l'effectif pléthorique des étudiants qui est de 86 694 en 2018¹, les stratégies de communication de l'administration restent classiques : affichage ou « bouche à oreille ». Face à cette réalité, les responsables de classe et les étudiants ont créé des groupes de classe sur WhatsApp. Cette étude veut montrer les usages de ces groupes chez ces étudiants. Elle s'appuie sur la sociologie des usages.

Summary

At the University of Abomey-Calavi, despite the plethoric student population of 86,694 in 2018, the communication strategies of the administration remain classic: display or «word of mouth». Faced with this reality, class leaders and students have created class groups on WhatsApp. This study wants to show the uses of these groups in these students. It is based on the sociology of uses.

¹ <https://www.uac.bj/chiffres-cles-2/>, consulté le 12/05/18

Intégration des dispositifs numériques d'information et de communication dans les universités béninoises : cas de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC)

La révolution numérique a été qualifiée par la Banque Mondiale de révolution « la plus importante de l'histoire de l'humanité » (Banque Mondiale, 2016 : v). D'après les données de l'agence internationale We are Social publiées en janvier 2019, 45% de la population mondiale sont des utilisateurs actifs des médias sociaux. Parmi les applications de messagerie instantanée, c'est WhatsApp qui s'affiche en tête avec 1,5 million d'utilisateurs².

En général, les études sur les médias sociaux numériques sont organisées autour des pratiques de la sociabilité et l'expression de soi chez les adolescents sur Facebook, Twitter, Snapchat etc. On rencontre également les usages commerciaux et les usages liés à la sociabilité en ligne à travers l'échange, la participation à des groupes de discussion. Les applications de messagerie telles que WhatsApp s'utilisent en fonction des groupes sociaux. La préférence pour cette application de messagerie instantanée se justifie chez les classes moyennes africaines précisément par la possibilité de communication vocale, une habitude qui fait déjà partie des habitudes culturelles locales (Jimbira et Bangali, 2018 : 181).

Chez les étudiants par exemple, on observe le développement d'un nouvel écosystème de la consommation d'information au sein duquel les réseaux sociaux numériques occupent une place centrale (Mercier, Ouakrat et Pignard-Cheynel, 2018 : 175). Les facteurs qui motivent les étudiants à partager l'information sur Facebook et Twitter sont respectivement l'importance de l'information et son originalité. De plus, ces médias « sociaux » possèdent des valeurs d'immédiateté et de régulation des échanges qui participent à l'implication de l'apprenant lui-même en tant qu'acteur actif au système de communication dans la formation. Ils garantissent ainsi la circulation de l'information dans les groupes et entre les groupes (Bonfils et Peraya, 2016 : 59). D'autres travaux ont montré que l'utilisation d'une gamme des réseaux sociaux respectivement Snapchat, Instagram, Whatsapp, Twitter et Facebook chez des étudiants en apprentissage du Français Langue Etrangère s'inscrit dans deux logiques à savoir : la collaboration à des projets de groupe et le partage de documents à des fins de mise à jour pour les différents cours (Xavier, Martin, 2016 : 156-157).

Toutefois, ces différents médias ont des représentations bien distinctes chez les apprenants, alors que Twitter est un « média d'information » et Facebook un « site de rencontre », WhatsApp est sollicité pour ses fonctionnalités rares. Il permet de créer des groupes « privés de discussion » dont tous les apprenants sont membres. WhatsApp est dit une application « plus pratique », « plus personnel », « plus privé » et sans publicité. Nous considérons une application de messagerie instantanée mobile comme un logiciel adapté aux appareils électroniques mobiles permettant l'envoi et la réception de messages de manière immédiate. Dans le cadre de cette étude, nous nous intéressons aux usages de WhatsApp dans le contexte de Pays en Voie de Développement (PVD).

Dans ces pays en général et au Bénin en particulier, le nombre d'utilisateurs des médias sociaux ne cesse d'accroître. Le Bénin compte 11,5 million d'habitants en 2017³. Les abonnés à la téléphonie mobile représentent 80% de la population. Le taux d'utilisateurs de l'internet est évalué à 33% et 11% d'entre eux sont inscrits sur les médias sociaux.

² <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>, site de l'agence internationale qui publie régulièrement des données sur l'internet et les réseaux sociaux numériques dans plusieurs pays à travers le monde, consulté le 12 avril 2019.

³ INSAE-Bénin, 2017réseaux sociaux numériques dans plusieurs pays à travers le monde, consulté le 12 avril 2019.

Notre étude porte sur le Bénin. Elle est basée sur un travail de thèse qui vise à étudier les usages de WhatsApp à l'Université d'Abomey-Calavi (UAC) dans un contexte marqué par trois faits nouveaux au cours de ces dernières années. Il s'agit :

- d'abord de l'absence d'un système d'information cohérent⁴ face aux effectifs croissants d'étudiants ;
 - ensuite de l'interdiction par les autorités de l'éducation d'utiliser le téléphone mobile en classe ;
 - enfin de la constitution des groupes WhatsApp par les responsables d'étudiants qui en sont les administrateurs.
- Après avoir présenté le cadre théorique et précisé quelques concepts clés de cette étude, nous nous intéresserons aux questions de la recherche. Nous exposerons ensuite la méthodologie et les résultats et nous finirons par la discussion.

1. Cadre conceptuel et théorique

Cette étude s'inscrit dans l'approche constructiviste avec notamment la sociologie des usages développée autour des concepts de l'usage, de l'appropriation, des représentations et du contexte socioculturel. D'après cette approche, l'usage est représenté comme une interaction, une négociation entre la technologie et l'utilisateur (Perriault, J., 2008). Ainsi, l'usage d'une technologie doit être conçu comme le processus d'interaction entre une logique d'offre et une logique d'utilisation (Vidal, G, 2012). Il se heurte aux résistances du corps social, au poids des habitudes et de la tradition qui contrecarrent la diffusion rapide de l'innovation⁵. La formation des usages constitue en une sédimentation selon les sphères sociales (Flichy, P., 2003). Ces tactiques consistent par ailleurs en une construction de soi, des formes de collaboration (De Certeau, M., 1990) et de détournement (Akrich, M., 1998) qui sont autant de logiques d'actions dans lesquelles les usages contribuent à s'intégrer, se connecter, s'outiller et se construire/s'autonomiser.

Selon Akrich M. (1998), l'usage ne renvoie pas à l'appropriation. L'appropriation révèle d'une question de processus. Elle se déroule dans le temps. Elle est l'action de l'utilisateur sur les dispositifs techniques à travers quatre (4) phases : le déplacement, l'extension, le détournement et l'adaptation. Que constitue précisément chacun de ces temps ? Au cours du déplacement, l'utilisateur modifie le spectre des usages sans introduire de modifications majeures dans le dispositif technique. Pendant l'adaptation, l'utilisateur modifie le dispositif pour l'ajuster à son usage sans changer la fonction originelle de l'objet. Durant l'extension, l'utilisateur ajoute des éléments au dispositif permettant d'enrichir la liste des fonctions du dispositif. Tout au long du détournement, l'utilisateur se sert du dispositif pour un propos qui n'a rien à voir avec les usages prévus.

Proulx, S. (2005 : 4) réunit par la suite quatre conditions essentielles à une définition rigoureuse de l'appropriation. Ainsi, pour parler d'appropriation, il faut que les situations suivantes soient réunies : (1) l'usager doit faire preuve d'une maîtrise technique et cognitive de l'artefact, (2) l'objet doit faire preuve d'une intégration significative dans la pratique quotidienne du sujet, (3) l'usage de la technologie doit être répété car la répétition ouvre vers des possibilités de création (actions qui génèrent de la nouveauté dans la pratique sociale) et (4) l'usage doit se situer finalement à un niveau plus proprement collectif, l'appropriation sociale. En un mot, l'appropriation va au-delà de l'usage et de la pratique. C'est une sorte de « flexibilité » de l'objet à travers l'usage et la pratique (usage en tant que détournement, réinvention et pratique en tant que attitudes, comportements, représentations). Il s'agit, pour Proulx S., de la manière par laquelle un individu acquiert, maîtrise, transforme ou traduit les codes, les protocoles, les savoir-faire nécessaire pour transiger correctement avec l'outil technique⁶.

⁴ MESRS, <http://mesrs-bj.org/htdocs/enssup/politiquesup/>, vu le 10/02/2019

⁵ Yves, Toussaint, Philippe, Mallein, « L'intégration sociale des technologies d'information et de communication. Une sociologie des usages », *Technologies de l'information et société*, n°4, 1994

⁶ -Serges, Proulx, cité par Françoise, Millerand et alii, *La culture technique dans l'appropriation cognitive des TIC. Une étude des usages du courrier électronique*, Acte du colloque international, ICUST, 2001, Paris, p. 408

L'acte de l'appropriation représente pour Jouët, J. (2000) l'acte de se constituer un soi. C'est un procès et le procès nous renvoie à un processus. La sociologie des usages est donc un courant socio-technique qui entend expliquer que l'adoption de technologies nouvelles s'articule autour de pratiques antérieures. Elle défend l'idée selon laquelle le développement de nouveaux usages n'émergent pas ex nihilo de même que face à l'innovation, le bouleversement de l'espace professionnel ou domestique ne se produit pas brutalement. « L'apparition de nouvelles pratiques se greffe sur le passé, sur des routines, sur des survivances culturelles qui perdurent et continuent à se transmettre bien au-delà de leur apparition⁷».

Concernant, les réseaux sociaux numériques deux chercheurs Stenger T. et Coutant, A. (2015) ont montré trois niveaux essentiels à l'appropriation de ces outils. Ils parlent d'abord d'un premier niveau axé sur le « donné » que sont des éléments de stratégies ; ensuite d'un deuxième niveau axé sur les « actions » que sont les performances des usagers et enfin d'un troisième niveau axé sur les « significations d'usage ». Dans le cadre de notre étude, nous utiliserons les termes des usages, de l'appropriation et des pratiques pour renvoyer à un même phénomène qui est l'usage.

2. Questions de recherche

Notre objectif de comprendre les usages de WhatsApp chez les étudiants béninois nous a poussé à nous poser trois questions. Elles sont relatives aux contenus des usages, aux représentations et aux facteurs qui participent à la persistance des usages de WhatsApp, autrement dit, la motivation de l'usage de WhatsApp. La question principale est liée aux contenus des usages. Elle se présente de la suivante : sur quelles motivations se fondent les usages de WhatsApp par les étudiants béninois ? Les deux questions secondaires sont respectivement liées aux représentations et aux facteurs d'ordre social, scolaire, culturel et économique qui pourraient influencer considérablement les usages et l'appropriation de WhatsApp au sein de la communauté étudiante au Bénin.

Pour répondre à ces différentes questions, nous avons émis trois hypothèses. L'hypothèse principale est la suivante : les usages des applications de messagerie mobile dans le domaine éducatif pourraient être liés à l'absence de confiance individuelle (Hosmer, 1995 : la confiance est fondée sur des attentes et des résultats) à réussir une formation dans un environnement peu informatif et collaboratif. Les deux hypothèses secondaires sont les suivantes :

- les étudiants qui se représentent WhatsApp comme un outil d'accès à l'information et un dispositif de partage du savoir sont ceux qui utilisent le plus souvent cette application de messagerie à travers les groupes de classe;
- les usages de WhatsApp se construisent dans une dynamique impliquant les responsables de classe d'une part et d'autre part l'étudiant qui décide d'utiliser l'outil.

3. Méthodologie

En fonction de nos questions et de nos hypothèses d'étude nous avons choisi une étude mixte. Mais seules les données de l'approche quantitative par le questionnaire seront exploitées dans le cadre de cet article. L'approche quantitative nous situe dans la sociologie explicative. Elle constitue une « excellente méthode pour l'explication de la conduite » (De Singly, 2012 : 17).

⁷Mallein & Toussaint, 1994, *op. cit.*

Les variables du questionnaire

Les questions sont regroupées autour des usages, des représentations, des besoins d'apprentissage, de la qualification des services de l'administration et de la qualification de l'environnement.

La taille de l'échantillon et la technique d'échantillonnage

L'échantillon est de 442 étudiants de 18 à 34 ans en années de Licence et en Master. Il est constitué à partir de quatre facultés et trois écoles de l'UAC. Cet effectif d'étudiants a été retenu sur la base de l'estimation du nombre de l'échantillon proposée par Le Roy et Majorie (2012 : 28). A l'UAC le nombre d'inscription au cours de l'année académique 2017-2018 était de 86 694⁸.

En raison de quelques contraintes liées aux données statistiques sur le terrain, la technique d'échantillonnage appelé échantillonnage de volontaires nous a semblé pertinente. En effet, la technique d'échantillonnage de volontaires est une méthode non aléatoire le plus souvent utilisée dans les expériences psychologiques ou médicales ou dans les enquêtes sur les habitudes de consommation car, dans ces cas de figure « il ne serait pas pratique de choisir au hasard des individus dans toute la population »⁹. Nous présentons ci-dessous les principaux résultats.

4. Résultats

Les histogrammes et diagrammes suivants présentent quelques résultats de notre enquête.

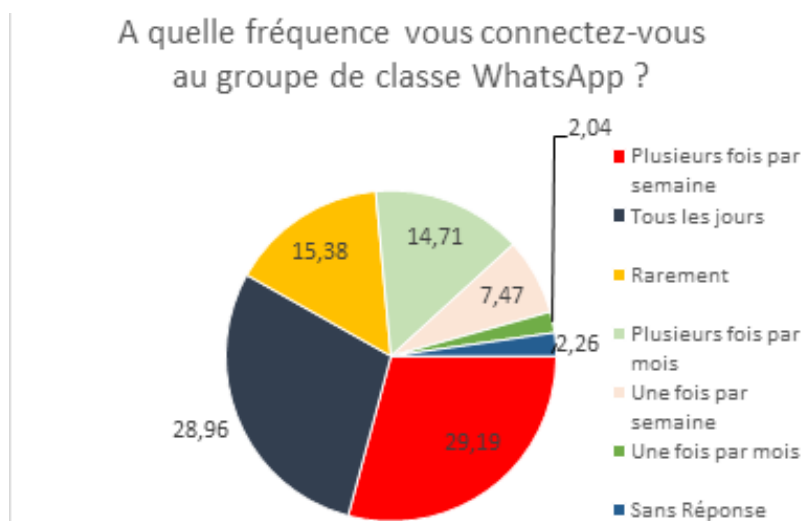


Fig. 1 a : Les usages, sources : Enquêtes

Les étudiants se connectent assez fréquemment à leur groupe WhatsApp. On observe deux différentes proportions d'étudiants approximativement égales qui se connectent à leur groupe de classe respectivement tous les jours et plusieurs fois par semaine.

⁸ <https://www.uac.bj/chiffres-cles-2/>, consulté le 12/05/2018

⁹ Colin, Lavoie, Delisle, Montreuil et Payette, C., *Initiation aux méthodes quantitatives en sciences humaines*, Paris, Gaetan Morion, 1995

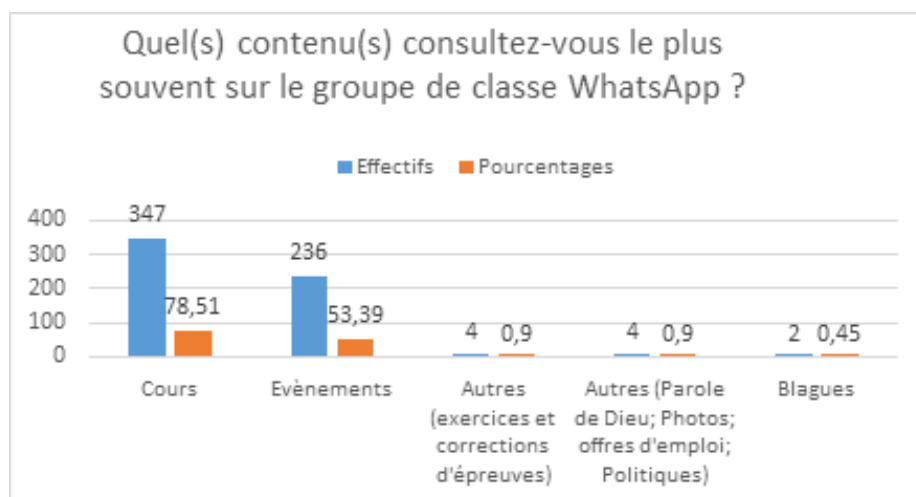


Fig. 1 b : Les usages, sources : Enquêtes

Les étudiants se connectent majoritairement pour consulter des contenus liés au cours. Mais, plus de la moitié des étudiants est aussi intéressée par des contenus non liés au cours, comme les évènements qui concernent toute l'université.

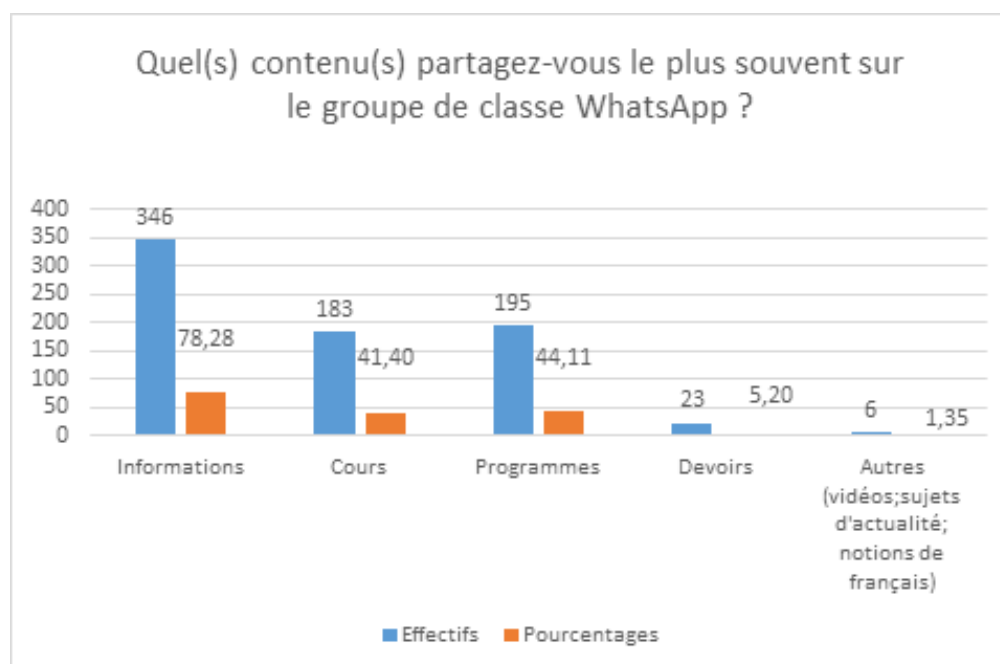


Fig. 1 c : Les usages, sources : Enquêtes

Sur le groupe WhatsApp, les étudiants participent au partage de l'information à 78% et au partage d'éléments relatifs aux contenus de formation à 41,40%. D'après les figures 1b et 1c, les deux principales pratiques sont la consultation des cours (78,51%) et le partage de l'information (78,28%). Autrement dit, la recherche de l'information (cours mis aussi tout ce qui va avec ;

Par exemple l'emploi de temps, la programmation des examens, la modification des horaires de cours par un professeur, l'organisation des devoirs, les épreuves de devoir, la recherche de salles de cours pour faire le cours) et la communication (partage de l'information). J'analyse, dans une perspective sémiologique, le geste graphique sur les planches produites en lien avec le discours des interlocuteurs qui l'accompagne en transposant, pour l'analyse de ces planches, l'usage de la notion de « graphiation » (ou « énonciation graphique ») proposée par Philippe Marion pour approcher la bande dessinée. L'instance de graphiation serait donc :

« cette instance énonciatrice particulière qui "traite" ce matériau graphique constitutif de la bande dessinée et lui insuffle, de manière réflexive, l'empreinte de sa subjectivité singulière, la marque de son style propre ». (Marion, 1993 : 30

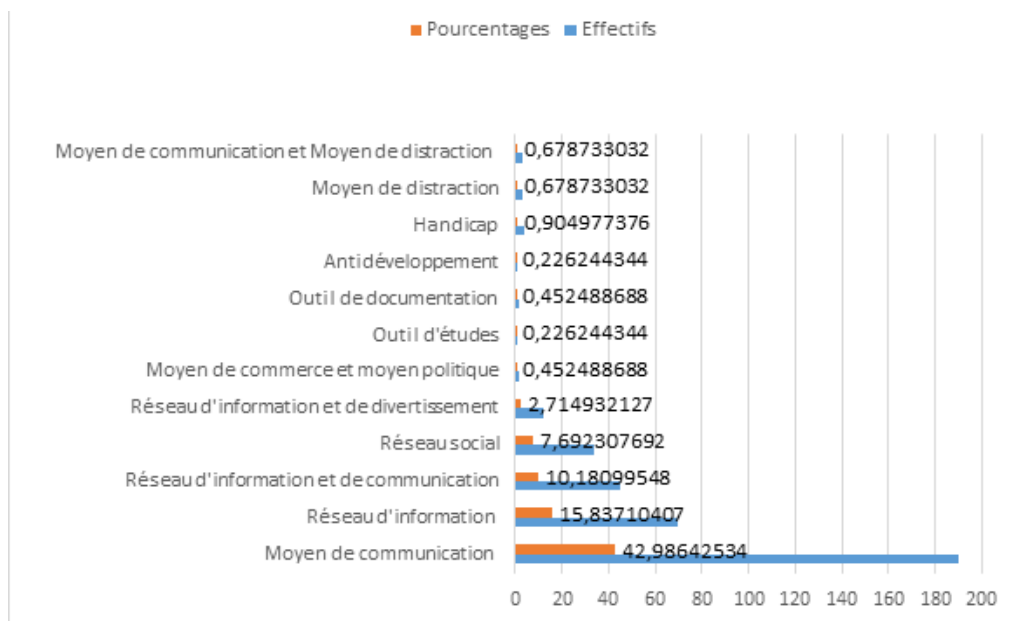


Fig. 2 : Les représentations, sources : Enquêtes

WhatsApp est représenté comme un moyen de communication par plus de 42% des étudiants. Ici on peut comprendre que WhatsApp est un moyen de communication en termes de partage de cours et de partage d'autres contenus relatifs au cours (cf. le commentaire de la fig. 1c). Par ailleurs, pour plus de 15% des étudiants WhatsApp représente un moyen d'information. Ce pourcentage peut renvoyer au fait que 78,28% des étudiants ont affirmé qu'ils partagent principalement des contenus informatifs sur les groupes.

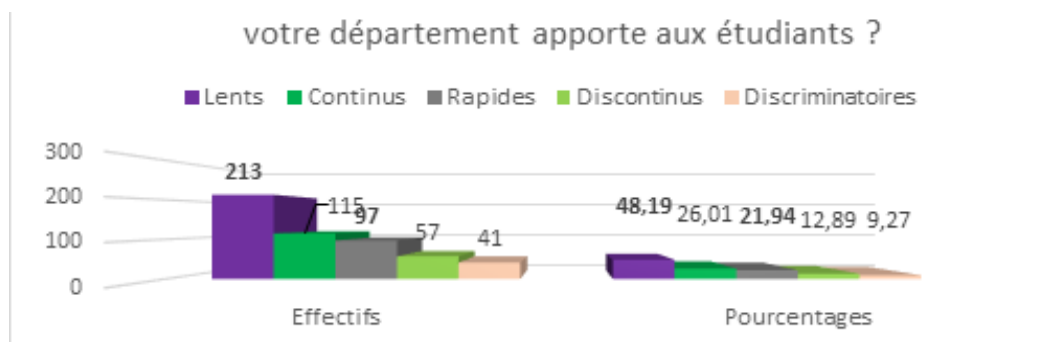
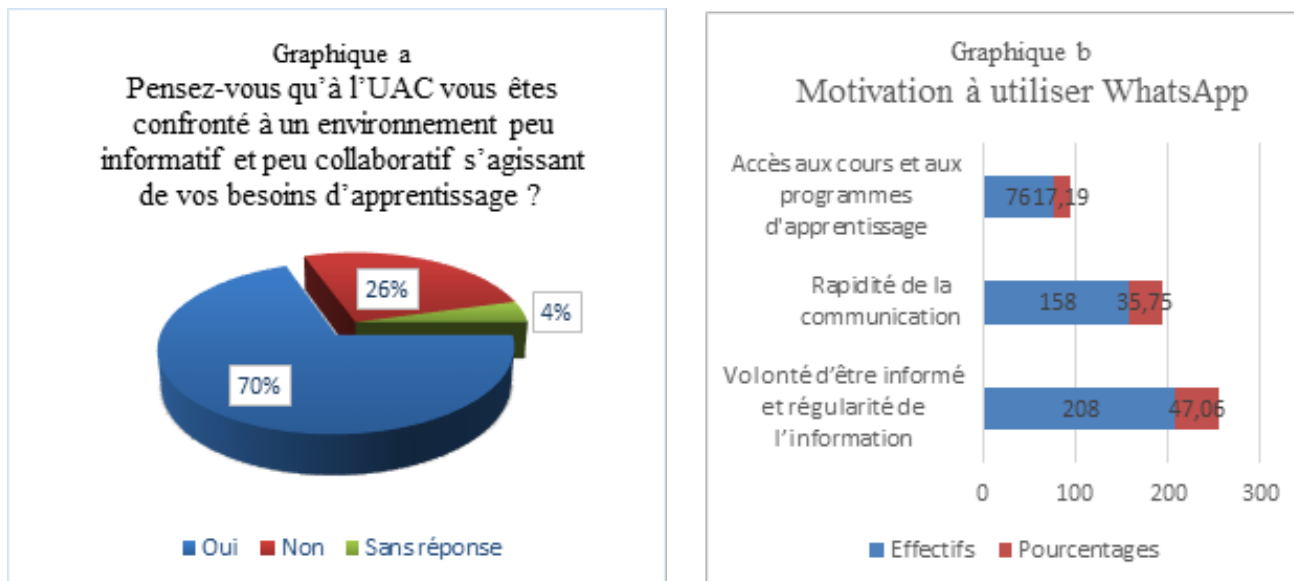


Fig. 3 : Les facteurs scolaires, sociaux et culturels, sources : Enquêtes

Les données de cet histogramme montrent que 48% des étudiants qualifient de lents les services de leur département contre seulement 21% qui les trouvent rapides. Pour le reste des étudiants les avis sont partagés entre les caractères discontinus, continus et discrétaires.



Graphiques a et b : Les motivations

Les graphiques a et b ci-dessus montrent respectivement qu'un pourcentage élevé d'étudiants (70%) pensent qu'ils sont confrontés à un environnement peu informatif et peu collaboratif face à leur objectifs d'apprentissage et que le principal facteur des usages de WhatsApp chez les étudiants est l'information et la régularité de celle-ci.

5. Discussion

Les résultats de cette recherche tentent de confirmer la « familiarisation à l'intégration de WhatsApp » chez les étudiants béninois (Attenoukon, Coulibally, Karsenty, 2016). La relation entre la recherche de l'information, la communication et les représentations de WhatsApp comme moyen de communication chez la plupart des étudiants nous permet de valider notre première hypothèse (les étudiants qui se représentent WhatsApp comme un outil d'accès à l'information et un dispositif de partage du savoir sont ceux qui utilisent le plus souvent cette application de messagerie à travers les groupes de classe).

De plus, La relation entre la perception des environnements d'apprentissage et l'usage de WhatsApp chez les étudiants béninois (i) et 'appropriation par le déplacement (ii) nous ont permis de valider notre seconde hypothèse (les usages de WhatsApp se construisent dans une dynamique impliquant les responsables de classe d'une part et d'autre part l'étudiant qui décide d'utiliser l'outil).

(i) La relation entre la perception des environnements d'apprentissage et l'usage de WhatsApp chez les étudiants béninois

La perception d'être confronté à un environnement peu informatif et peu collaboratif pour la plupart des étudiants est en rapport avec la volonté d'être informé et les avantages perçus de la régularité de l'information. Cette

même perception influence considérablement la consultation des contenus majoritairement liés au cours. Mais, les activités des étudiants sur les groupes WhatsApp ne se limitent pas seulement à la réception de l'information, l'apprenant lui-même devient acteur actif au système de communication. Il participe à garantir non seulement la circulation de l'information dans les groupes (Bonfils et Peraya, 2016 : 59) mais aussi la recomposition des formes structurelles dans la circulation de l'information (Roland Janvier, 2008).

Par ailleurs, le responsable de classe voit son rôle devenu plus important. Contrairement aux trois principales fonctions de relation et de communication, d'animation et de représentation qu'on peut lui accorder, il se doit de veiller aux contenus qui sont partagés sur l'espace virtuel. Cette tâche "ajoutée" est très importante dans la mesure où la disponibilité de l'information est devenue une des caractéristiques importantes de certaines technologies de messageries instantanées surtout dans les organisations (Metzger et Cléach, 2004). Cette disponibilité de l'information favorise par ailleurs un sentiment d'urgence permanente (Jauréguiberry, 1998).

(ii) L'appropriation par le déplacement

Les usages de WhatsApp à l'UAC peuvent être considérés comme un acte de déplacement. Akrich, M. (1998 : 81) définit le déplacement comme l'action qui consiste « à modifier le spectre des usages prévus d'un dispositif, sans annihiler ce en vue de quoi il a été conçu, et sans introduire de modifications majeures dans le dispositif ». Ce type d'appropriation se manifeste à travers la flexibilité relative du dispositif technique. Elle est anticipée par le concepteur du produit qui prévoit un scénario de ses usages possibles. Le concepteur va précisément inscrire dans le dispositif certains éléments relatifs aux utilisations qu'il a prévu mais il va aussi laisser la liberté aux différents utilisateurs d'en inscrire d'autres. C'est cette incomplétude de l'objet, qui offre à l'utilisateur l'exploration d'autres possibilités autres que celles strictement prévues.

Le contexte dans lequel les étudiants béninois doivent se former leur paraît caractérisé par la lenteur des services de l'administration, une insuffisance d'informations et une insuffisance de collaboration. Ainsi, le déploiement de ces étudiants de leur « art de faire » face à la technologie pour pallier ces manques constitue principalement le déplacement.

Conclusion

En résumé, les logiques des usages de Whatsapp chez les étudiants béninois se présentent sous trois aspects importants : d'abord, la volonté mentionnée de besoin d'information et de communication entre les étudiants eux-mêmes. Ensuite, la disponibilité et la régularité de l'information. Enfin, l'organisation de l'information et de la communication par l'apprenant.

Les usages de WhatsApp chez les étudiants béninois sont essentiellement orientés vers l'information et la communication. Ces usages sont observés au quotidien (plusieurs fois par jour) mais aussi plusieurs fois par semaine. Ils sont par ailleurs considérablement influencés par des facteurs scolaires, sociaux et culturels.

Bibliographie

- Akrich M. (1998). Les utilisateurs, acteurs de l'innovation. *Education Permanente*, n°134, p.79-89
- Arnaud M. & Nathalie P. (2018). #info. Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook. Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Banque Mondiale. (2016). Rapport sur le développement dans le monde. Les dividendes du numérique.
- De Certeau M. (1990). *L'invention du quotidien. Arts de faire*. Paris, Gallimard.
- De Singly F. (2012). *L'enquête et ses méthodes : le questionnaire*. Paris, Armand Colin. 3ème éd.
- Flichy, P. (2003). *L'innovation technique: Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*. Paris, La Découverte
- Gillet P. & Li N. Des environnements personnels d'apprentissage et leur intégration dans la formation universitaire. *Sticef*. n°21, p. 347-367
- Hosmer L. T. (1995). Trust: the connecting link between organizational theory and philosophicalethics. *Academy of Management Review*. n ° 20 (2), p. 379-403
- Janvier R. (2008). *Recompositions organisationnelles et évolution de la catégorie d'“usager” dans le contexte de la “société de l'information” : l'exemple des usagers des services sociaux et médico-sociaux*. Université Rennes 2
- Jimbira M. & Cissé H. (2018). L'usage d'internet dans les classes populaires sénégalaises: Le cas de marabouts, marchands ambulants et femmes de ménage. *Réseaux*, n°208-209 (2), p. 173-193
- Jouët. J. (200). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, volume 18, n°100, p. 487-521
- Le Roy J. & Majorie P. (2012). *Petit manuel méthodologique du questionnaire de recherche : de la conception à l'analyse*, Paris, Enrick B Editions
- Martin X. (2016). *Apprentissage informel et réseaux sociaux : une expérimentation de Twitter en cours de FLE*. *Synergies Turquie*, n° 9, p. 147-160
- Perriault. J. (2008). *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*. Paris, Éd. L'Harmattan
- Proulx. S. (2005) *Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances. Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels*. t. 1, p. 7-20
- Stenger T. & Coutant, A. (2015). L'appropriation des réseaux socio-numériques et les arts de l'encadrer : pour une prise en compte des rapports de force entre utilisateurs et dispositifs. *Systèmes d'information & management*, n°2015/2. 20, p. 89-122
- Vidal. G. (dir.). (2012). *La sociologie des usages. Continuités et transformations*. Paris, Lavoisier, coll. « Environnement et services numériques d'information »

Définition des leviers de l'engagement pour les thérapeutes et les patients dans un contexte de rééducation cognitive médiée par le Serious Game S'TIM

Definition of engagement levers for therapists and patients in a context of cognitive rehabilitation of executive functions mediated by the Serious Game S'TIM

Julie Golliot

doctorante en SIC

Ingénieure en Cognitive

Laboratoire IMSIC Toulon

julie.golliot@ensc.fr

Mots-clés : Engagement, Serious Game, Organisation de santé, Communication Médiatée

Keywords: Engagement, Serious Game, Health Organization, Mediated Communication

Résumé

Notre travail mobilise le concept d'engagement autour d'un dispositif numérique dans le cadre d'un processus de rééducation cognitive au sein d'une structure médicale. Poussés à innover technologiquement par les réformes touchant les organisations de santé, les thérapeutes sont ici impliqués et engagés en tant que coconcepteurs de leur Serious Game. Le dispositif agit ensuite comme un médiateur entre les patients (au cœur de leur rééducation du fait des choix de game design à travers la communication persuasive et engageante) et leurs thérapeutes, garants de la contextualisation du savoir et du transfert des compétences.

Abstract

Our work about the concept of engagement with a numeric device for cognitive rehabilitation in medical clinics. As therapists are invited to innovate with technologies by reforms which impact health organizations, they are in this work implicated and engaged as co-creators of the serious game. The device is a mediator between patients (at the heart of their rehabilitation through game design and persuasive and engaging communication) and their therapists who are responsible of knowledge contextualization and skills transfer.

Définition des leviers de l'engagement pour les thérapeutes et les patients dans un contexte de rééducation cognitive médiée par le Serious Game S'TIM

Introduction

Ce travail, porté sur un dispositif nommé S'TIM, vise à s'interroger sur les leviers de l'engagement sollicités lors de l'introduction d'un dispositif numérique dans un contexte médical, plus précisément au sein d'un centre de rééducation. Ce jeu vidéo thérapeutique (Serious Game ou SG) permet des changements socio-cognitifs et socio-affectifs et présente un double enjeu communicationnel : engager les thérapeutes autour de cet outil afin qu'il soit adapté au contexte et correctement utilisé, et engager les patients pour qu'ils soient acteurs et ainsi qu'ils (ré)acquérir ces compétences. Nos travaux se situent dans la continuité de ceux de trois chercheurs. Tout d'abord, ceux d'Anne Mayère sur la place des technologies informationnelles et communicationnelles dans le déploiement des logiques gestionnaires et de la rationalisation des entreprises de santé. Ensuite, ceux de Didier Courbet sur la communication persuasive pour la santé ainsi que les effets des SG sur les processus socio-cognitifs et socio-affectif. Enfin, ceux de Julian Alvarez sur la conception, l'analyse et l'usage des SG. Notre approche pluridisciplinaire permet d'enrichir le cadre théorique, de lier différents concepts et apporte un nouvel éclairage SIC dans ce contexte. Nous nous proposons ici de présenter le contexte de la recherche avant de traiter de notre méthodologie de Recherche Action et de Recherche Intervention nous permettant une co-conception, un engagement et une appropriation du dispositif développé par les différents acteurs. Enfin, nous exposerons et discuterons notre dispositif au regard des perspectives qu'ils offrent au sein des SIC.

1. Un contexte médical en proie à de profondes mutations et questionnements

Les innovations technologiques participent aujourd'hui à la réforme du système de santé. Les professionnels de soins les considèrent tantôt comme des menaces qui remettent en cause leurs pratiques et tantôt porteuses d'espoir pour les patients souffrant de maux encore non ou mal solutionnés. La politique nationale portée par la Haute Autorité de Santé (HAS) met en avant les enjeux que représente l'innovation pour la prise en charge des patients tout en rappelant les lourdes contraintes économiques. Elle entend développer la qualité du système de santé et elle reconnaît la nécessité de mettre en place des outils de démocratie participative afin de récolter des données pour évaluer la qualité, l'efficacité et l'efficacité du système de santé.

Depuis les années 2000, les politiques publiques de santé ont œuvré pour rationaliser les établissements et le travail de la santé, non sans tensions puisqu'il est difficile de procéder alors que ce travail ne peut être pleinement maîtrisé en raison de ses multiples contingences (Mayère 2013). La rationalisation des activités de soins recherchée par les politiques à l'image de celle appliquée dans les industries est donc difficile et implique des problématiques propres aux SIC.

Les établissements poussent ainsi leurs employés à suivre des normes organisationnelles et processus « orientés patients », ces derniers étant par ailleurs invités à remplir des questionnaires de satisfaction et à siéger à certaines instances de pilotage. Cet empowerment des patients leur permet d'être ponctuellement sollicités pour des décisions-clés les concernant.

L'innovation, tout en n'étant pas une fin en soi, est un instrument au service des uns et des autres et l'administration doit être un accélérateur de la compétitivité ce qui sous-entend une relation de confiance entre les parties prenantes.

L'implication des thérapeutes est capitale pour évaluer de nouveaux dispositifs médicaux mais également pour guider leur conception.

Nous nous focalisons ici sur une pathologie cognitive spécifique, touchant les fonctions exécutives. Elles permettent le contrôle cognitif intervenant dans les situations nécessitant une articulation des actions ou pensées dirigées vers un but (Godefroy et GREFEX 2004). Cela peut donc entraîner des difficultés à s'adapter au quotidien et à gérer des situations nouvelles, empêchant la production de réactions adaptées, de passer d'un comportement à un autre en fonction des exigences de l'environnement, d'effectuer deux tâches en même temps, d'organiser une série d'action en une séquence optimale visant un but, de planifier à l'avance et de choisir le meilleur plan d'action parmi les différents plans d'action ou encore en d'initier le plan d'action sélectionné tout en tenant compte d'incidents ou de changements nécessaires à l'atteinte du but fixé. La non-reconnaissance de leurs troubles par les patients (anosognosie) limite leur implication, le transfert des connaissances et l'utilisation d'aides externes ou de stratégies de compensation. Les tests sur papiers connaissent des limites (jugés longs et stressants par les patients, voire impossibles en cas d'illettrisme ou de difficultés à écrire) et les exercices classiques sont jugés infantilissants et lassants. Les mises en situation écologiques ne sont pas toujours possibles. Les situations sont de plus difficiles à standardiser et les mesures peu objectivables. Les dispositifs numériques créés et utilisés (Ricciardi, Paolis, et Tommaso 2014) permettent de s'exercer sur des fonctions spécifiques mais le transfert en vie quotidienne reste à démontrer (Cicerone et al. 2011). Aujourd'hui, seuls 10% des patients retrouvent une autonomie suffisante pour leur retour à domicile.

Face aux limites dans la prise en charge des patients et dans un contexte économique en tension, les organisations de santé et les thérapeutes cherchent ainsi à innover pour opérer différemment et être attractif, tout en plaçant les patients au cœur de la construction de leur prise en charge afin qu'ils soient impliqués et engagés, deux vecteurs de la réussite de leur rééducation.

Les SG présentent pour cela un triple intérêt (Courbet et al. 2013). Ils fournissent un environnement virtuel interactif facilitant le processus de (ré)apprentissage de comportements de manière opérante et ludique (Kato 2010). D'autre part, leur caractère divertissant, interactif et les défis ludiques permettent la répétition de la tâche sans que cela n'entraîne lassitude ou frustration. De plus, la personnalisation selon chaque profil permet des retours adaptés ce qui augmenterait l'implication et faciliterait les changements effectifs de comportement (Thompson et al. 2010). Enfin, l'engagement du patient à travers le SG est actif : il se mobilise, teste la fiabilité de ses connaissances sans rester dans l'illusion d'un savoir, ce qui est essentiel à l'apprentissage (Dehaene 2013).

Nous proposons ainsi de revenir ici sur ce concept d'engagement. Dès 1957, Foote l'utilisait dans le cadre de trajectoires d'activités cohérentes, semblant adéquates avec un but personnellement satisfaisant. Peu après, Kiesler et Sakumura (1966) formulent que « L'engagement est le lien qui unit l'individu à ses actes comportementaux ». Le paradigme de communication engageante est défini par la suite (Bernard et Joule 2004) comme l'association et l'articulation des enjeux du lien, du sens et de l'action. S'il y a engagement, un lien pourra s'établir entre l'individu et ses actes, ce qui rend essentiel la mise en place des conditions permettant aux agents de prendre librement des décisions. Nous partons ainsi de la persuasion (sensibilisation, traitement des informations persuasives) pour aller sur l'engagement, en rendant les patients acteurs et non uniquement récepteurs.

En impliquant cet engagement, un SG peut ainsi nous permettre de porter un double regard sur les pratiques des soignants ainsi que sur leurs perceptions, l'un et l'autre étant indissociables et influant sur les dynamiques et les spécificités thérapeutiques.

Pour cela, la spécification du dispositif ne peut se faire sans une étroite collaboration entre chercheurs et experts médicaux, suivant une méthodologie spécifique que nous nous proposons d'explicitier ci-après.

2. Une méthodologie ancrée dans l'organisation

Notre cheminement profondément pluridisciplinaire mettant la communication engageante au service des méthodes et des techniques de conception vient étayer et prolonger une approche info-communicationnelle en s'inspirant de différentes théories. Elles sont notamment issues des domaines de la psychologie, des sciences cognitives ou encore des sciences de l'éducation mais nous nous restreindrons ici principalement aux théories nourries par les SIC.

Du fait d'une convention CIFRE avec une clinique de rééducation et dans la mesure où cette recherche occasionne un changement organisationnel avec la production d'un résultat tangible (le SG) venant s'inscrire dans les pratiques au sein de l'organisation, une méthodologie de recherche-action a été mise en œuvre afin que les différents acteurs (thérapeutes, patients et chercheurs) puissent s'engager dans une dynamique d'action. Ce travail de recherche s'effectue ainsi en étroite collaboration avec les patients eux-mêmes, des auxiliaires médicaux chargés de la rééducation en centre spécialisé (ergothérapeutes et neuropsychologues), des praticiens (médecins rééducateurs) et des référents administratifs (direction de l'établissement).

Au sens de Kurt Lewin, « à certains moments, le chercheur se transforme en formateur et en agent de changement. Il intervient directement auprès des populations pour modifier leur comportement » (Rémi Hess cité par Meyer 2006). S'il s'engage ainsi sur des objectifs définis portant en outre des implications sociales, organisationnelles et pédagogiques, il lui faut toutefois garder une certaine objectivité et limiter son influence propre. Agissant sur le milieu tout comme le milieu agit sur lui, il doit s'en imprégner, s'engager et se désengager, se transformer et le transformer, alternant entre distanciation et convivialité (Morin 1985). La collaboration entre chercheurs et experts implique de plus une relation de coopération où chacun apprend de l'autre, le chercheur se nourrissant de l'expérience des professionnels et ces derniers découvrant des méthodologies et techniques propres à la recherche. En tant que processus démocratique de participation, elle permet ainsi un débat, une distanciation tout en étant spécifique aux besoins des professionnels dans le contexte.

Le dispositif que nous co-concevons de manière itérative selon un processus cyclique, nous place en tant que chercheur engagé dans la construction concrète de la réalité, proposant une formalisation du changement et la contextualisation de modèles et d'outils. Cela permet de plus de gérer et d'améliorer de façon continue les processus, dans notre cas à travers l'accompagnement des acteurs au cours de leur appropriation de l'outil et de son utilisation avec les patients. En cela notre Recherche-Action est une Recherche Intervention avec un processus participatif (Gonzalez-Laporte 2014). Nous suivons pour cela cinq principes méthodologiques : le principe de rationalité accrue (démarche de rationalisation et non rationalisme universel), le principe d'inachèvement (non spécification du chemin ou du résultat mais recherche d'évolution de l'organisation), le principe de scientificité (esprit critique), le principe d'isonomie (compréhension par tous les acteurs) et enfin le principe de deux niveaux d'interaction (recherche de dispositif d'intervention mais également démarche de connaissances). Les différents acteurs jouissent donc d'une grande autonomie au sein d'un processus participatif, entraînant une libération tant individuelle que collective et un changement dans les relations entraînant à son tour des transformations concrètes.

Nous avons élaboré notre canevas de recherche grâce à la collecte de données sur le terrain puis à une analyse, dans une approche inductive (Hlady Rispal, 2002).

Fortement engagés, les différents acteurs ont ainsi participé activement pendant deux ans à la spécification du SG à travers des observations, des entretiens libres et semi-directifs ainsi que des séances de créativité (brainstorming et focus group). Cela a permis à toute action, potentiellement source de connaissance, d'être réinvestie dans l'activité mais également d'éviter une confrontation entre « savoir savant » et « compétences profanes ». La confrontation des savoirs sur un même terrain organisationnel permet ainsi le rassemblement de connaissances opérationnalisables tout en tenant compte des complexités des pratiques sociales et des approches scientifiques (Meyer 2006). Il est de cette manière possible d'agir tant de manière organisationnelle que de manière institutionnelle. Nos développements ont ainsi été définis et ajustés selon une démarche d'essais-erreurs, sans qu'aucune direction n'ait été négligée. Nos hypothèses générales à vérifier sur le terrain ont été élaborées en nous rendant compte des expériences vécues dans leur dynamisme et leur complexité (d'Arripe, Oboeuf, et Routier 2014). Les niveaux de littéracie numérique et de santé ont également été pris en compte, tant pour les thérapeutes que pour les patients.

Notre méthodologie de recherche nous a ainsi conduit à une co-conception du dispositif nommé S'TIM, suivant une démarche centrée utilisateurs cyclique afin d'en valider, invalider et affiner tous les aspects pour qu'il permette un renouvellement de l'offre de soin.

3. Un renouvellement de l'offre de soin via un dispositif médiateur

A travers S'TIM, les patients effectuent des actes concrets. Ils incarnent un avatar et, activement impliqués, ils portent un affect découlant des mécaniques, des dynamiques et de l'esthétique (émotions subjectives). Un scénario de 12h les transporte dans un univers riche avec une narration prenante qui les rendra plus sensibles aux influences du message thérapeutique contenu dans le récit. Leurs choix ont de plus une réelle action sur la suite de l'histoire, ce qui leur permet de s'en sentir les co-auteurs. A travers les challenges, leur sentiment de contrôle est ainsi plus fort, les encourageant à s'investir de plus en plus. Le design des mondes, des objets qui y sont présents et des intrigues proposées, très réaliste, permet au patient une expérience crédible, cohérente et significative de la réalité. L'expérience, équilibrée et plaisante, est ponctuée de feedbacks agissant comme récompense et contribuant à leur persévérance et à leur engagement et ce à trois niveaux : émotionnel, comportemental et cognitif. Ceci apparaît notamment au niveau de l'interface, de la tâche à effectuer et du comportement adopté. S'TIM a ainsi été élaboré pour faciliter et mettre en valeur l'élaboration de comportements spécifiques et ce de manière intrinsèque (Golliot 2018).

D'autre part, les thérapeutes restent engagés en gardant leur rôle fondamental avec les patients notamment dans la contextualisation des connaissances pour favoriser le transfert en vie réelle (action didactique et non plus transmissive) et la récupération d'une autonomie suffisante pour un retour à domicile. L'analyse des données quantitatives et qualitatives, jusqu'à présent inaccessibles, pourra également améliorer leur compréhension et leur suivi thérapeutique. En outre, les interactions avec les patients permettent à ces derniers une co-construction et une co-élaboration du savoir. Leur thérapie, médiée par le dispositif, vient ainsi enrichir leur offre de soin en leur permettant d'aborder les difficultés cognitives des patients sous un nouvel angle.

Une analyse mixte auprès des patients et des thérapeutes s'appuyant sur le modèle TAM3 (Venkatesh et Bala 2008) est à venir et permettra une mesure de l'acceptabilité sociale en termes de perception (affects et utilisabilité, hédoniques, affectifs et auto-efficacité perçues) et de jugements (utilité, attrait).

Enfin, d'un point de vue organisationnel, le dispositif peu onéreux pour les organisations de santé et inédit présente un potentiel médiatique d'une part auprès des différents centres de rééducation à la recherche d'outils qui leur permettront de se différencier et d'autre part au près du grand public à travers le relais effectué par les médias. Mis à l'honneur, ces retombées renforcent également l'engagement de la hiérarchie des établissements et des thérapeutes.

Conclusion

En conclusion, cette approche innovante ancrée en SIC s'appuie sur une méthodologie permettant d'agir sur les leviers d'engagement de différents acteurs à travers la co-conception d'un dispositif utilisant une communication persuasive et engageante pour mettre les patients au cœur de leur rééducation cognitive. Elle constitue en cela un fort enjeu pour renforcer cette thérapie en favorisant les principes d'autonomie et de participation active. Elle implique de plus d'autres fonctions de médiation pour les soignants qui endossent ainsi un rôle d'accompagnant impliqué auprès des patients.

Ce triptyque participation/engagement, nouvelles médiations et autonomie permet aux SIC de trouver toutes leur place en complément des disciplines ancrées dans la cognition ou les sciences de l'éducation.

S'TIM contient ainsi des clés d'action, des moyens de mobiliser ces clés, et des stratégies pour les utiliser de manière pertinente. Il emmagasine et articule donc un savoir-faire, un savoir-comprendre et un savoir-combiner qui le positionnent en tant que pièce maitresse de l'expertise. Cette approche peut également être appliquée dans d'autres contextes, multiples, où l'engagement est la clé de voute du projet.

Bibliographie

- Arripe, A. d', Oboeuf A. & Routier C. (2014). L'approche inductive : cinq facteurs propices à son émergence. *Approches inductives : Travail intellectuel et construction des connaissances* 1(1): 96-124
- Bernard, F. & Joule R.-V.. (2004). Lien, sens et action : vers une communication engageante. *Communication et organisation*, no 24
- Cicerone, K. D., Langenbahn D. M., Braden C., Malec J., Kalmar K., Fraas M., Felicetti T. et al. (2011). Evidence-Based Cognitive Rehabilitation: Updated Review of the Literature From 2003 Through 2008. *Archives of Physical Medicine and Rehabilitation* 92 (4): 519-30
- Courbet, D., Fourquet-Courbet M.-P., Bernard F. & Joule R.-V. (2013). Communication persuasive et communication engageante pour la santé Favoriser des comportements sains avec les médias, Internet et les serious games. *Concept Psy. Publicité et Santé : des liaisons dangereuses ? Le point de vue de la psychologie.*
- Godefroy, O., et GREFEX. (2004). Syndromes frontaux et dysexécutifs. *Rev Neurol*, 2004, sect. 160 : 10.
- Golliot, J. (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
- Gonzalez-Laporte, C. (2014). Recherche-action participative, collaborative, intervention... Quelles explicitations ? [Rapport de recherche] Labex ITEM.
- Kato, P. M. (2010). Video Games in Health Care: Closing the Gap. *Review of General Psychology* 14 (2): 113-21
- Kiesler, C. A. & Sakumura J. (1966). A test of a model for commitment. *Journal of Personality and Social Psychology* 3 (3): 349-53
- Mayère, A. (2013). Communication organisationnelle et organisations de santé : enjeux et perspectives. Conclusion. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, no 8 (janvier): 99-111
- Meyer, V. (2006). De l'utilité des recherches-actions en SIC. *Communication et organisation*, no 30 (octobre): 89-108
- Morin, A. (1985). Critères de « scientificité » de la recherche-action. *Revue des sciences de l'éducation* 11 (1): 31-49
- Ricciardi, F., De Paolis & Tommaso L. (2014). A Comprehensive Review of Serious Games in Health Professions. Research article. *International Journal of Computer Games Technology.*
- Stanislas Dehaene. (2013). Les quatre piliers de l'apprentissage, ou ce que nous disent les neurosciences
- Thompson, D., Baranowski T., Buday R., Baranowski J., Thompson V., Jago R. & Juliano Griffith M. (2010). Serious Video Games for Health How Behavioral Science Guided the Development of a Serious Video Game. *Simulation & Gaming* 41 (4): 587-606
- Viswanath V. & Bala H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39: 273-315.

« Je me dis que ça commence à être un peu long » : une recherche concernant l'expérience vécue des élèves du secondaire dans les classes de néo-enseignants
“I was thinking to myself: this is going to be long”: a research concerning student's lived experience in newly appointed secondary teachers' classrooms

Laurent Heiser

doctorant en SIC

IMSIC, Université de Toulon

laurent.heiser@univ-cotedazur.fr

Mots clefs : porosité, culture numérique, éducation, savoir

Keywords: porosity, digital culture, education, knowledge

Résumé

Un enseignant doit maîtriser des contenus et les mettre en œuvre d'un point de vue pédagogique. Les élèves ont, de leur côté, acquis des usages personnels du numérique qui peuvent rendre cette tâche plus complexe. En équipant les élèves de lunettes caméras nous avons pu mettre en avant les décalages entre les intentions des néo-enseignants et l'expérience vécue des élèves. C'est un enjeu de taille pour le système éducatif qui se retrouve questionné, au fond, sur sa légitimité à transmettre le savoir.

Abstract

A teacher must master content and implement it from a pedagogical point of view. The students, for their part, have acquired personal uses of digital technology that can make this task more complex. By equipping the pupils with camera-glasses we were able to bring into relief the discrepancies between the intentions of the newly appointed teachers and their pupils' lived experience. This is a major challenge for the education system, which is basically questioned about its legitimacy to transmit knowledge.

« Je me dis que ça commence à être un peu long » : une recherche concernant l'expérience vécue des élèves du secondaire dans les classes de néo-enseignants

Actuellement, la jeunesse développe en dehors des murs de l'école des usages réguliers et hétérogènes du numérique. Les enseignants intègrent certains équipements comme le vidéoprojecteur et les environnements numériques de travail, des usages leur permettant de maintenir le contrôle sur la classe et de mener un enseignement relativement collectif et simultané. Dans les classes du secondaire, mais également du primaire, où les élèves sont de plus en plus équipés de smartphones, la pédagogie se risque peu à questionner le modèle de ces technologies (mis à part dans certaines disciplines comme les sciences de l'ingénieur). Pourtant l'école pourrait jouer ce rôle singulier tout en maintenant sa spécificité (Durampart, 2018) comme forme sociale de la transmission du savoir. Certains chercheurs soulignent depuis longtemps la nécessité d'éduquer les élèves à mieux comprendre la dimension sémiologique des médias, à faire en sorte que les situations de classe puissent rétablir certains déséquilibres par rapport aux pratiques non formelles et contribuent à enrichir le futur citoyen de compétences regroupées sous le terme de littératie numérique (Saemmer, 2011).

Pour des raisons variées, les néo-enseignants débutent le métier en mettant d'autres enjeux au premier plan comme le respect du programme et le maintien de leur autorité. Nous avons inventé un protocole de recherche afin de raconter l'expérience vécue d'élèves pendant que les néo-enseignants du secondaire leur font cours. Le début de carrière représente, selon nous, un terreau fertile car les individus, encore en formation, recherchent les clefs d'une pédagogie efficace et font des choix qui les amènent soit à s'identifier à un certain productivisme soit à envisager certains compromis.

1. Ancrage théorique

Dans notre thèse, la classe est abordée de manière heuristique. Professeurs et élèves sont perçus comme des pôles séparés : le pôle des concepteurs pour les néo-enseignants et celui des récepteurs pour les élèves. De plus, chaque pôle communique avec le dispositif pédagogique imaginé par l'enseignant (ou concepteur). Notre phase exploratoire nous a permis de repérer que les néo-enseignants sont des individus préoccupés par l'efficacité pédagogique, le maintien de leur autorité et le respect des programmes. Rajoutons le fait qu'ils ne souhaitent pas utiliser les smartphones des élèves ni les réseaux socio-numériques. En classe, les usages pédagogiques numériques sont peu développés ou reposent principalement sur des usages gestionnaires d'un environnement numérique de travail, d'une plateforme de communication éducative ou d'un Moodle¹ pour distribuer des documents numérisés, communiquer les notes aux élèves, informer les familles de la progression pédagogique et signifier aux familles que le cahier de textes en ligne est soigneusement rempli ainsi que communiquer avec l'inspection (Costa, Peraya, & Rizza, 2016). Nos premières données, qui ne seront pas développées faute de place dans cet article, ont contribué à élargir notre vision heuristique de la classe et mieux cerner les contraintes (Odin, 2011) qui impactent l'activité des néo-professeurs. Nous avons ensuite émis l'hypothèse que l'expérience vécue des élèves se déploiera pour adhérer aux prescriptions des néo-enseignants tout en cherchant à rester attachée à ses habitudes du numérique, hypothèse qui nous a conduit à formuler le questionnement suivant :

Dans quelle mesure les outils et dispositifs numériques des élèves et leurs habitudes personnelles idoines peuvent-ils influencer les dispositifs pédagogiques des néo-enseignants ?

¹ une solution open source également appelée Learning Manager System

2. La collecte de données

Pour y répondre, nous avons voulu interroger l'expérience vécue des élèves. Interroger l'expérience relève d'un processus complexe nécessitant des conditions particulières (Pogent, Albero, & Guérin, 2019). C'est pourquoi, nous avons demandé aux élèves de jouer un rôle actif pendant la collecte de données. Équipés de lunettes caméras, ils ont procédé à la collecte de vidéos subjectives puis ont participé à un entretien de remise en situation afin de commenter ces dernières. Attardons-nous sur le protocole.

Nous avons contractualisé avec 9 néo-enseignants du secondaire. Notre collecte de données a nécessité l'accord du chef d'établissement, l'autorisation de l'enseignant et celle des parents de ou des élèves concernés par l'équipement. Pendant que l'élève (N=17) filmait son expérience (cf. figure 2), nous avons le droit de patienter dans une salle annexe et préparer l'entretien : chaises placées devant un bureau, ordinateur situé entre l'apprenti chercheur et l'élève, caméra placée à l'arrière pour filmer les gestes du sujet (en particulier vers l'écran) et smartphone pour sécuriser l'enregistrement des données de verbalisation.



Fig. 1 - vision en perspective située de G (4ème)



Fig. 2 - entretien en rappel stimulé avec DK (2nde Pro)

Le néo-enseignant, partenaire de notre recherche, a toujours réussi à proposer un élève (au maximum deux) à équiper pendant sa séance pédagogique. Nous avons fait en sorte de venir équiper le ou les élèves avant l'entrée en classe et discuter brièvement avec lui (ou eux). A la fin du cours, nous venions le (ou les) déséquiper et rappeler le lieu de rendez-vous pour réaliser notre entretien. Il était primordial d'instaurer ce premier lien de confiance pour contribuer à la réminiscence du sujet pendant l'entretien. Ce dernier a toujours eu lieu dans la foulée de la séance, en moyenne quinze minutes après la fin du cours. En déclenchant la vidéo subjective dès le moment où le (ou les) sujets avaient été équipés, les élèves ont pu commencer par évoquer leur surprise et s'entraîner à raconter ce qui s'était passé un peu avant l'entrée en classe. Ils ont souvent donné l'impression de prendre leur rôle de réalisateur de leur propre expérience au sérieux, par exemple en racontant qu'ils ont expliqué aux autres leur rôle dans le protocole de recherche ou en racontant qu'ils ont cherché à filmer au mieux leurs interactions avec les autres. Ci-dessous, G procède à un retour sur son entrée en classe (D. est utilisé pour doctorant et G. pour le prénom de l'élève équipé).

D : Si tu veux on peut même s'entraîner raconter, tu peux même t'avancer si tu veux hein on peut même s'entraîner un peu, là tu peux déjà commencer à raconter si tu veux, là tu vois par exemple tu déjà tu peux [...] décrire la scène

G : Je vais rentrer en classe donc là on se met en rang pour pouvoir rentrer en cours ils étaient curieux (ses camarades) parce que c'est pas tout le temps qu'on a des lunettes qui filment ça c'est le prof (geste à l'écran) on vient le voir là si on a des problèmes ou fin par exemple si on a loupé un cours

D : D'accord

G : Ou des trucs comme ça

D : C'est pas ton cas là ?

G : Non fin j'avais loupé un cours mais pas (...)

D : Pas aujourd'hui ?

G : Oui donc là on s'installe

D : Ouais

G : Pour pouvoir commencer le cours donc c'est un peu bruyant au début parce que on vient se sortir de récré (...) du coup bin donc là y'a quelqu'un de ma classe (geste à l'écran) qui va dire quelque chose au tableau Nous avons pu rassembler un corpus d'entretiens composé des verbalisations des élèves. Dans le projet REMIND, qui a servi à alimenter notre protocole, Schmitt et Aubert (2017) procèdent à une analyse catégorielle des données de verbalisation des visiteurs du musée. Comme ils le proposent, ces catégories constituent un langage fertile que l'on peut superposer sur la vidéo de l'entretien, sous la forme d'annotations, à l'aide du logiciel Advène (source Advène.org)². Les étapes sont les suivantes :

1) La transcription est saisie dans la fenêtre appelée 'Prise de Notes'

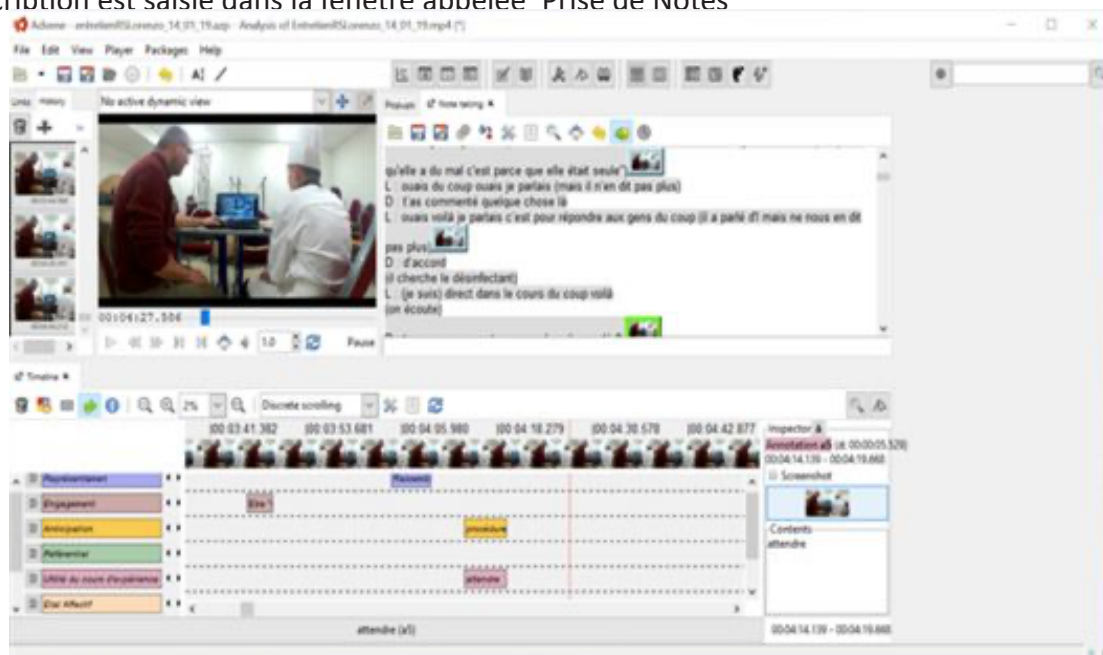


Fig. 3 - annotation des données issues de la verbalisation

2) Le langage de description est composé de six USE (Unités Significatives Élémentaires) (cf. figure 4 en bas de l'écran).

² Un projet qui a démarré en 2002 avec Y. Prié et P.A Champin (source : http://olivieraubert.net/talks/20190628-dahlia_workshop/presentation.html)

Il s'agit de superposer les USE directement sur la vidéo en utilisant la fonctionnalité 'Chronologie': le Représentamen, l'Engagement, l'Anticipation, le Référentiel, l'Unité du Cours d'Expérience, l'Interprétant. Nous retrouvons l'enchaînement des USE pour rendre compte du cours d'expérience de l'élève. La proposition de Schmitt et Aubert de traduire les USE sous la forme de questions a été retenu pour enrichir notre travail d'annotations :

- Qu'est-ce qui a attiré l'attention du sujet ? (R)
- Quelles sont ses anticipations par rapport à cet événement ? (E)
- Quelles sont ses attentes ? (A)
- Utilise-t-il un réservoir d'expériences passées (ou son savoir propre) ? (R)
- Que se dit le sujet, que fait-il ? (UCE)
- Invalide-t-il un savoir propre ou construit-il un nouveau savoir ? (I)

Nous avons systématiquement commencé par repérer le R. Dès lors, nous avons essayé de retrouver les autres USE et les classer selon un ordre que fournit un langage théorique appelé le signe hexadique (Theureau, 2015). Ce dernier, en filiation avec la philosophie de C.S. Peirce, est un outil composé de trois structures, la Réaction, la Circonscription et l'Interprétant dans lesquelles nous retrouvons les six USE. Nos signes hexadiques, pour être réutilisés, n'ont pas été systématiquement composés des six USE.

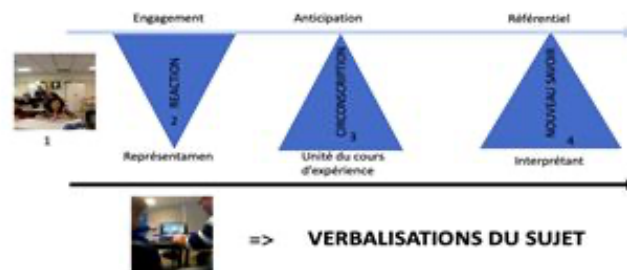


Fig 4 - représentation d'un signe hexadique

3) L'ensemble des signes hexadiques permet de retrouver la chronologie complète du cours d'expérience de l'élève. Nous avons obtenu une structure informationnelle (Prié, 2011) qui nous a permis, ensuite, 4) de produire des récits du cours d'expérience des élèves équipés :

Composantes du cours d'expérience de L_12_12_18 (classe de BF_T1)	
<ul style="list-style-type: none"> - Durée de la captation : 00:59:56 - Durée de l'entretien : 00:47:22 <p>Entretien réalisée x minutes après la captation.</p> <p>Age de l'Elève 17 ans, passions non connues (vient de loin, prend le bus)</p> <p>Représentamen et lien avec les autres unités significatives</p> <p>E : engagement (lien sujet situation, préoccupations avec le R)</p> <p>A : anticipation (attentes vs. au R)</p> <p>ER : référentiel (savoir mobilisé)</p> <p>UCA : unité de cours d'expérience (ce que pense le sujet)</p> <p>(+ EEA : échelle des états affectifs)</p> <p>I : interprétant (ce que le sujet valide ou invalide/ construit de nouveau)</p>	<p>Tout le monde le regardait</p> <p>A : il attendait que son professeur arrive</p> <p>R : Elle leur avait dit que la paire de lunettes serait discrète</p> <p>Ses camarades le comparent à un super héros</p> <p>I : Les autres ont raison, c'est pas discret (flagrant), par contre la comparaison avec le super héros est « bizarre »</p> <p>Ses camarades tentent d'attirer son attention</p> <p>E : ils font des bruits bizarres pendant les dix premières minutes de la séance</p> <p>UCA : c'était pas très intéressant</p> <p>(hyp : ça le gêne un peu)</p> <p>I : ça le mettait mal à l'aise</p> <p>B.F pose des questions</p> <p>E : il sait qu'elle ne s'attend pas à des réponses</p> <p>R : il est du genre "j'apprends en faisant"</p> <p>I : c'était donc surtout pour ceux qui n'ont pas compris (et c'est un outil pour la prof aussi « afin de les canaliser ») ; il a l'habitude d'être pragmatique avec les maths ; il ne cherche donc pas à participer à ces petits « rappels »</p> <p>BF lance le premier exercice de manière collective</p> <p>E : il se lance dans un calcul</p> <p>A : il s'attend à ce que cela donne -8/3</p> <p>R : Cela lui convient bien d'amorcer le travail ainsi car il a parfois du mal, comme les autres, à se lancer</p> <p>UCA : il est plus concentré car les autres ont cessé de se comporter comme des « idiots »</p> <p>I : il reconnaît une erreur et pense qu'il aurait pu s'en rendre compte avant (quand même). Cela va l'obliger à gommer mais aussi à élever son niveau de concentration</p>

Fig. 5 – Grille réalisée après l'export des signes hexadiques

Les néo-enseignants ont reçu le récit et les élèves rencontrés de nouveau ont confirmé que notre analyse avait été fidèle à leur expérience vécue.

3. Les résultats significatifs

Les verbalisations des élèves ont permis de relever des pratiques personnelles du numérique, comme l'utilisation de Youtube ou de Snapchat, en dehors de la classe. Pendant la classe, les pratiques personnelles du numérique sont généralement interdites mais cela n'empêche pas certaines représentations positives de s'exprimer : quand le professeur raconte une anecdote ou lorsqu'on leur autorise à conduire un travail en groupe. En revanche, lorsque le dispositif pédagogique les contraint à la soumission (ce qui ne veut pas dire l'accepter), des élèves ont exprimé une certaine frustration, voir raconté leur lassitude ou ont décrit la manière dont ils ont essayé de s'en émanciper.

Nous avons tenté de formuler quatre catégories interprétatives que nous considérons comme des « zones de la pensée » :

- 1) Les pratiques personnelles du numérique
- 2) Les jugements des élèves
- 3) La recherche de co-construction
- 4) Le développement de compétences personnelles

Au sein de ces zones, la pensée de l'élève va se déployer de manière fluctuante, ce qui fait l'objet d'une discussion en cours dans notre thèse. Nous distinguons :

- 1) Le niveau où l'élève se conforme aux prescriptions (petit ellipse).
- 2) Celui où il cherche à se maintenir en équilibre (ellipse intermédiaire).
- 3) Celui de l'adhésion qui lui permet de développer des compétences personnelles (grande ellipse, non renseignée dans le schéma ci-contre).



Fig. 6 - petit ellipse et ellipse intermédiaire représentant le déploiement de la pensée de l'élève

Le niveau 1 (ou petite ellipse) correspond à l'élève dit conformiste. Quand ce dernier se sent fragilisé, sa conscience se déploiera vers le niveau appelé ellipse intermédiaire, là où l'élève va avoir recours à 1) des pratiques du numérique personnelles, notamment en dehors du temps scolaire, pour lui permettre de subjectiver les consignes de l'enseignant, parfois les détourner ou se les approprier. Au niveau de l'ellipse intermédiaire, nous avons pu remarquer des élèves qui se mettent à 2) la recherche de certaines simplifications : recherche d'une aide de la part d'un autre élève, repérage d'une anecdote ou encore qu'ils expriment 3) frustration et lassitude quand l'enseignement est plutôt descendant ou unidirectionnel. C'est également à ce niveau, intermédiaire, que les élèves équipés ont évoqué 4) tenter de se créer une autre expérience. Pour illustrer ce dernier point, nous présentons un extrait de l'entretien de remise en situation de L. (contexte : cours de mathématiques en classe de première) :

D: Là t'as envie d'aller encore plus vite là ?

L: Ouais là j'ai envie de finir avant tout le monde toujours dans cet esprit-là. Là je demande juste vérification pour le premier parce que du coup bin elle a pas expliqué pour l'exercice trois qui était différent et vu que je l'ai déjà fait l'an dernier j'avais un souvenir mais j'étais pas sûr de moi du coup je l'appelais pour être certain que j'avais la bonne

D: D'accord (on l'écoute s'adresser à son enseignante). Alors ?

L: Là je me suis trompé j'étais parti du centre à zéro alors qu'il fallait juste partir de l'ordonnée à l'origine

D: D'accord

L: Et c'était juste un doute quand je l'ai marqué du coup j'avais hésité entre les deux et du coup voilà

D: Donc t'as eu ta réponse ?

L: Oui là oui en fait c'est pas vraiment fin juste une vérification juste pour être certain de moi

D: Donc c'est bon ?

[...]

L: Oui oui ouais ouais ouais

D: Tu poursuis là ?

[...]

L: Bin la prof elle continue à faire la correction pour l'exercice deux

D: Sur quoi t'es le plus concentré là ?

L: Sur le cours fin c'est pas que j'ignore mais j'écoute à peine d'une oreille

D: Ouais

L: Ce que la prof elle dit là parce que de toute façon elle a dit que c'était bon le fait de ce que j'ai fait pour l'exercice deux du coup bin je continue le cours j'ai pas besoin d'écouter quoi

Dans l'extrait ci-dessus, nous pouvons repérer plusieurs composantes du signe hexadique :

1) L. est attiré par l'évènement exercice trois (R).

2) Il est envahi par un doute qu'il veut rapidement lever (E et A).

3) Il fait appel à ses connaissances du passé (Réf).

4) Il questionne son enseignante (UCE).

5) Puis valide un choix et poursuit sa marche en avant (I).

Ce cours d'expérience montre que L. conduit son action de manière à envisager une victoire. Son cours d'action traduit sa philosophie du cours de mathématiques : les exercices sont des obstacles à franchir, sa concentration doit être optimale, ses camarades sont décrits comme des concurrents potentiels et il attribue à son professeur le rôle de coach pour débloquer une situation complexe.

4. Conclusion

La culture du numérique des élèves cherche à modifier certaines caractéristiques de la séance pédagogique. Les élèves cherchent à éprouver une satisfaction minimale pour adhérer pleinement aux prescriptions et le font avec des habitudes hétérogènes. Les élèves ont donné l'impression de chercher à jouer un rôle plus actif en classe et à vivre une expérience d'apprentissage. Saisir cette opportunité permettrait de les faire passer à une satisfaction plus élevée. Les cours d'expérience des élèves sont des ressources potentiellement utiles pour la formation des futurs enseignants.

Références

- Costa, P., Peraya, D., & Rizza, C. (2016). L'usage du cahier de texte numérique dans l'enseignement secondaire français: un objet-frontière ? In P. Bonfils, P. Dumas, & L. Massou (Series Ed.), *Questions de Communications Série Actes: Vol. 29. TICE & multiculturalité; Usages, publics et dispositifs*, sous la direction de Philippe Bonfils, Philippe Dumas et Luc Massou.
- Durampart, M. (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*, (24). Retrieved from <http://journals.openedition.org/dms/3205>
- Odin, R. (2011). *Les Espaces de communication : Introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Pogent, F., Albero, B., & Guérin, J. (2019). Transformations professionnelles et personnelles en situation de formation hybride.. Le cas d'une professeure des écoles aux prises avec la plateforme M@gistère. *Distances et médiations des savoirs. Distance and Mediation of Knowledge*, (26). <https://doi.org/10.4000/dms.3604>
- Prié, Y. (2011). *Vers une phénoménologie des inscriptions numériques. Dynamique de l'activité et des structures informationnelles dans les systèmes d'interprétation*. (PhD Thesis). Université Claude Bernard-Lyon I.
- Saemmer, A. (2011). L'intégration des pratiques créatives dans l'enseignement de la culture informationnelle. *Spiral-E-Revue de Recherches En Éducation–Supplément Électronique Au*, (47), 19–31.
- Schmitt, D., & Aubert, O. (2017). REMIND : A method to understand the micro-dynamics of the museum visitors experience. *Revue Des Interactions Humaines Médiatisées (RIHM) = Journal of Human Mediated Interactions*, 17(2), 43–70.

Les pratiques info-communicationnelles des enseignants-chercheurs en médecine au Maroc au prisme du contexte socioculturel, numérique et politique
Information practices of medical university lecturers in Morocco through socio-cultural, digital and political context

Amal Jaouzi

doctorant en SIC

GRESEC – Université Grenoble Alpes

Amal.jaouzi@gmail.com

Mots-clés : Pratiques info-communicationnelles – contexte – Maroc - enseignants-chercheurs en médecine
Keywords: Information practices- context – Morocco – medical university lecturers

Résumé

Cette recherche s'intéresse à l'étude des pratiques info-communicationnelles des enseignants-chercheurs en médecine au Maroc. Nous nous attachons ici plus spécialement à la place du contexte socioculturel, numérique et politique et aux tensions perceptibles entre ces différentes dimensions et leurs éventuelles influences sur les pratiques info-communicationnelles. Cet article est le résultat de trois séries d'entretiens semi-directifs menés auprès d'enseignants-chercheurs de trois facultés de médecine marocaines (Rabat, Fès et Marrakech), des directeurs de laboratoire en médecine et des acteurs de la recherche scientifique au Maroc (CNRST, IMIST). Parmi les résultats obtenus, nous montrons que les injonctions d'usage du numérique par les politiques publiques marocaines se traduisent par une augmentation des échanges entre pairs via des réseaux socionumériques et non par une contribution aux archives ouvertes.

Abstract

In this study, we attempted to analyze the information practices of medical university lecturers in Morocco. We focus on the place of socio-cultural, digital and political context and the tensions between these different dimensions and their influences on information practices. This article is the result of three semi-structured interview with medical university lecturers from three Moroccan medical faculties (Rabat, Fez and Marrakech), medical laboratory directors and actors of scientific research in Morocco (CNRST, IMIST). The results of the conducted study showed that the injunctions of the use of digital technology in the Moroccan public policies increase the exchanges between peers on social media and not through a contribution to open archives.

Les pratiques info-communicationnelles des enseignants-chercheurs en médecine au Maroc au prisme du contexte socioculturel, numérique et politique

Notre étude doctorale repose sur deux objectifs principaux. Elle s'intéresse, dans un premier temps, à l'étude de la place des réseaux socionumériques grand public (WhatsApp) et de recherche (ResearchGate) dans les pratiques info-communicationnelles des enseignants-chercheurs en médecine au Maroc. Nous considérons les réseaux socionumériques comme des dispositifs numériques de partage et de diffusion de l'information, proposant un environnement favorable à l'échange entre pairs. Notre recherche s'attache, dans un deuxième temps, à analyser certains éléments contextuels d'ordre socioculturel, numérique et politique pour appréhender les pratiques info-communicationnelles dans leurs évolutions historiques et territoriales car nous considérons le contexte comme un facteur indispensable à leur étude.

Les "pratiques info-communicationnelles" telles que nous les concevons dans notre travail, englobent aussi bien les dimensions communicationnelles que les pratiques informationnelles. Les pratiques communicationnelles dont il est question ici concernent toutes les activités d'échange et de réseautage qu'entretiennent informellement les pairs pour partager l'information spécialisée (articles scientifiques, références bibliographiques, cas cliniques, etc.). Par pratiques informationnelles nous désignons « une manière concrète d'exercer une activité d'information visant des résultats [...] qui se manifeste par la présence de quatre phases récurrentes que sont la veille, la recherche, le traitement et la diffusion de l'information » (Couzinet, et al., 2010) et nous nous intéressons particulièrement aux facteurs influant sur la collecte de l'information spécialisée et susceptibles de provoquer des pratiques de contournement d'accès sur les réseaux socionumériques que nous aborderons plus tard dans cet article. Nous définissons ainsi les pratiques info-communicationnelles par "la manière dont un ensemble de dispositifs, de sources formelles ou non, d'outils, de compétences cognitives sont effectivement mobilisés, par un individu ou un groupe d'individus, dans les différentes situations de production, de recherche, d'organisation, de traitement, d'usage, de partage et de communication de l'information" (Chaudiron, Ihdjadene, 2010). Nous étudions les pratiques info-communicationnelles des enseignants-chercheurs en médecine. Or, nous savons que ces pratiques évoluent au fil des temps et peuvent être influencées par certaines tensions, contradictions, cultures ou politiques qui pourraient participer à leurs évolutions, à leurs éventuels remplacements ou à l'intégration de nouvelles pratiques. Nous mobilisons ces notions contextuelles, comme l'explique Céline Paganelli, pour « préciser le cadre dans lequel les phénomènes étudiés prennent place et ainsi de situer les matériaux recueillis ou encore de proposer des variables explicatives aux résultats observés » (Paganelli, 2016) et tenons par leurs biais à expliquer les pratiques info-communicationnelles observées lors de nos entretiens. En ce sens, nous formulons la problématique suivante : les pratiques info-communicationnelles des enseignants-chercheurs en médecine au Maroc sont conditionnées par des éléments contextuels d'ordre politique, socioculturel mais aussi numérique dans le sens de l'intégration du digital dans leurs activités professionnelles ou universitaires. La conséquence est donc une acculturation au numérique, qui semble favorable à l'émergence de nouvelles pratiques info-communicationnelles, voire de nouvelles formes de partage, d'échange, de réseautage entre pairs et de contournement d'accès à l'information spécialisée. Nous fondons notre recherche sur deux hypothèses principales :

- D'abord, les politiques nationales marocaines en matière de recherche scientifique sont à l'origine des pratiques informelles de réseautage entre pairs et de partage de l'information spécialisée sur les réseaux socionumériques.
- Les réseaux socionumériques sont une continuité des réseaux de collaboration entre les enseignants-chercheurs en médecine.

La méthodologie retenue dans le cadre de cette recherche s'appuie sur des entretiens semi-directifs. Nous avons mené trois séries d'entretiens (en mai 2018 et entre octobre et décembre 2018). La première série concerne les acteurs de la recherche scientifique au Maroc où quatre (4) acteurs principaux ont été interrogés, notamment, le responsable du département de la recherche scientifique du Centre National pour la Recherche Scientifique et Technique (CNRST), le directeur de l'Institut Marocain de l'Information Scientifique et Technique (IMIST), le responsable du service financement de la recherche au ministère de l'économie et des finances et le directeur du pôle recherche scientifique au ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique. La deuxième série se rapporte à trois (3) directeurs de laboratoire rattachés à la faculté de médecine et de pharmacie de Rabat, Fès et Marrakech. Finalement, la troisième série d'entretiens concerne quinze (15) enseignants-chercheurs en médecine des mêmes facultés.

Dans cet article, nous nous attardons, dans un premier temps, sur la question des pratiques informationnelles des médecins. Nous nous intéressons à certains éléments contextuels susceptibles de comprendre les pratiques : d'abord le mouvement des sciences ouvertes, en particulier les dispositifs numériques, qui ont influencé les formes de réseautage entre pairs. Ensuite, plus largement les politiques scientifiques en matière d'IST au Maroc qui ont également eu des effets sur l'accès à la documentation et le financement de la recherche. Nous nous penchons finalement sur la présentation des résultats de notre étude.

1-Etat des lieux des pratiques informationnelles des médecins

Les médecins (chercheurs et praticiens) sont confrontés au quotidien à l'obligation de mettre à jour leurs connaissances comme le souligne le conseil national de l'ordre des médecins. Cela se manifeste par la participation à des congrès médicaux, la lecture régulière de la presse médicale, la consultation des sources spécialisées, etc. (Balicco et al., 2007) et la formation médicale continue (FMC). Cette constante obligation est justifiée par l'accroissement des connaissances médicales et le caractère périssable des découvertes scientifiques (cinq années en moyenne, (Accart, 1994) ou un créneau de 7 ans (Paganelli, 2009). Elle se manifeste aussi par la fréquentation des bibliothèques (dans les centres hospitaliers universitaires, les facultés de médecine, etc.), l'abonnement aux bases de données spécialisées et l'organisation des staffs de bibliographie (réalisation des synthèses bibliographiques, discussion sur des cas cliniques) pour maintenir « les connaissances médicales au sein d'un service hospitalier » (Accart, 1994).

Les études sur les pratiques informationnelles des médecins spécialistes (ayant une activité régulière de recherche) ont montré que les enseignants-chercheurs en médecine lisent plus que la moyenne des scientifiques (Tenopir et al. 2004), se penchent sur les sources électroniques (De Groote, Dorsch, 2001), demeurent attachés aux circuits et sources validées et aux abonnements des revues de référence, en particulier spécialisées (Tenopir et al., 2004), (Balicco et al., 2007), (Paganelli, 2009), assurent régulièrement une veille scientifique dans leur spécialité et des discussions entre pairs (ibid.) et privilégient aussi les articles scientifiques en anglais.

Les pratiques informationnelles sous l'influence du numérique

Face au numérique et l'ouverture des données l'offre documentaire a beaucoup évolué. Nous citons l'avènement des archives ouvertes, des revues et livres électroniques, des médias sociaux, des bibliothèques numériques etc., proposant un large panel de choix pour les chercheurs. A leur tour les pratiques, informationnelles comme info-communicationnelles, ont connu certaines mutations.

L'intégration des revues électroniques dans les pratiques des chercheurs en sciences expérimentales en est un exemple (Chartron, et al., 2000), (Pignard et al., 2001) ; l'étude menée par Annaïg Mahé et Ghislaine Chartron auprès de chercheurs du Campus de Jussieu montre que les revues électroniques sont connues et utilisées par un grand nombre de chercheurs principalement les physiciens et les Chimistes (Chartron et al., 2000). A cela, nous ajoutons l'usage des réseaux socionumériques par les chercheurs qui ne cesse de croître (Bosman J., Kramer B., 2016). L'étude de la revue Nature menée auprès de 110 353 chercheurs -toutes disciplines confondues- montre une forte présence de ces derniers avec une activité régulière de discussion, de réseautage entre pairs, de partage et de demande d'information spécialisée, d'IST et/ou d'articles scientifiques (Van Noorden R., 2014). Un constat que nous avons aussi observé chez les enseignants-chercheurs en médecine au Maroc, avec un usage régulier des réseaux socionumériques dans le cadre de leurs activités professionnelles (partage, échange de l'information spécialisée).

2-Le contexte de la politique de l'IST au Maroc

Le concept de politique nationale d'IST diffère selon le contexte national auquel il s'applique (Moltchanova, 1997). Au Maroc, la politique nationale publique en matière d'IST est inspirée de celle de la France, mais sa mise en œuvre est différente. Les similitudes concernent par exemple l'organisation du système éducatif national, le statut de l'enseignant-chercheur, les organismes publics de recherche (CNRS en France et CNRST au Maroc, INIST en France et IMIST au Maroc). Or, depuis l'accession du Maroc à l'indépendance, la recherche s'est institutionnalisée et développée spontanément avec l'expansion du système éducatif. Les politiques nationales de recherche sont caractérisées par la mise en place de programmes de coopération bilatérale et multilatérale pour financer les projets de recherche, par les réseaux de collaboration entre pairs (Kleiche, 2007), par l'absence de stratégies permettant à l'activité scientifique d'exprimer sa capacité à contribuer au potentiel économique (El Adraoui, 2016) et par la diversité des acteurs de la recherche.

Conscient du rôle des TIC dans l'émergence de la société du savoir, le Maroc a mis en place une stratégie nationale pour la société de l'information et l'économie numérique : Maroc Numeric 2013 avec comme ambition de faciliter l'accès aux connaissances et développer la recherche dans les universités. Or, lors de nos enquêtes nous avons remarqué que les injonctions de la politique nationale marocaine en matière de numérique se traduisent parfois chez les enseignants-chercheurs en médecine par des pratiques d'accès, souvent contournées, et de réseautage informel, régulières sur les réseaux socionumériques.

3-Résultats des entretiens réalisés

3.1- Recours à la veille scientifique et aux sources d'information validées

L'ensemble des enseignants-chercheurs interrogés a une activité de veille scientifique régulière. Ils consultent quotidiennement les sites de certaines sociétés savantes, sont abonnés à des newsletters (majoritairement américaines) et lisent régulièrement les magazines scientifiques. Ils participent très souvent à des congrès, séminaires ou tables rondes et affirment que ces manifestations scientifiques leurs permettent de suivre l'actualité de leurs spécialités, de communiquer sur leurs études et de s'ouvrir sur la communauté scientifique à l'international.

L'attachement aux sources fiables et validées est remarquable : l'ensemble des sujets privilégient les sources d'information qualifiantes, principalement les revues à facteur d'impact élevé et les bases de données spécialisées notamment Pubmed et ClinicalKey qui reviennent le plus souvent.

Ils utilisent Google Scholar ou INIST pour la recherche d'articles scientifiques.

D'autres ressources sont citées par certaines spécialités comme : EMC, ScienceDirect, Inari, OMS, GFmer, etc. Plus de la moitié des sujets considèrent le réseau social de recherche ResearchGate comme source d'information intéressante et peu affirment avoir utilisé les plateformes pirates telles que Scihub.

3.2- Les retours « mitigés » sur la formation continue

La formation continue constitue un sérieux problème pour les enseignants-chercheurs en médecine. Plus de la moitié jugent que la formation continue assurée par leurs facultés de médecine de rattachement n'est pas suffisante et ne leurs garantit pas une certaine autonomie dans l'exercice de leurs fonctions de recherche, principalement dans la rédaction d'articles scientifiques. Par conséquent, certains favorisent l'auto-formation et sollicitent l'aide des pairs pour combler ce manque informationnel.

En revanche, la formation à la recherche documentaire constitue pour l'ensemble des sujets la force de la formation continue des facultés de médecine et de pharmacie.

Les staffs bibliographiques et les séminaires internes réalisés régulièrement aux centres hospitaliers universitaires sont pour la majorité des sujets l'occasion d'échanger sur des cas cliniques intéressants et d'assurer une formation continue pour l'ensemble de l'équipe hospitalière.

3.3- L'accès limité à l'information spécialisée

Les retours des enseignants-chercheurs interrogés sur l'accès à l'information sont partagés. Pour certaines spécialités (Dermatologie par exemple) l'accès aux productions scientifiques est plus restreint. Ils déboursent leur propre argent pour payer des abonnements ou acheter des ouvrages spécialisés.

Pour plus de la moitié des sujets, l'offre documentaire des bibliothèques des facultés de médecine demeure intéressante mais pas suffisante et trop générale.

Pour la majorité des enseignants-chercheurs, la langue de publication est citée comme principale barrière à l'accès à l'information spécialisée. Plus de la moitié des productions scientifiques sont éditées en anglais.

3.4- L'usage des réseaux socionumériques

Les réseaux socionumériques représentent pour l'ensemble des sujets un espace de communication, d'échange d'idées et de circulation de l'information à grande échelle. Ils leurs garantissent une certaine proximité avec la communauté scientifique internationale et une ouverture sur d'autres environnements de recherche. Cependant, les enseignants-chercheurs interrogés jugent que la quantité d'informations publiées sur ces réseaux est importante et nécessite un travail de tri régulier, « On y trouve tout et n'importe quoi ». Plus de la moitié des sujets pensent que le réseau social ResearchGate est plus adapté à la recherche.

Whatsapp reste le réseau social le plus utilisé et privilégié par les sujets pour sa simplicité d'usage et les facilités de communication et de réseautage qu'il présente. Cette pratique d'échange via Whatsapp est fréquente au niveau national et international : les sujets ne communiquent pas uniquement entre membres de la faculté mais aussi avec des chercheurs d'autres pays comme l'Inde, la France, l'Espagne et les pays du Maghreb à travers des groupes de discussion par thématique.

En revanche, pour la majorité des sujets, l'usage des réseaux socionumériques est motivé par le plaisir du partage et moins le besoin de visibilité : c'est une forme d'appartenance à une communauté scientifique et une continuité informelle des réseaux de collaboration disciplinaire et interdisciplinaire.

La peur de « louper quelque chose » est une des motivations d'usage citée par une minorité des enseignants-chercheurs interrogés.

3.5- L'éthique comme frein à l'usage des réseaux sociaux numériques

Les questions du secret professionnel, de l'intégrité scientifique ou simplement de l'éthique de la recherche reviennent assez souvent. Certains enseignants-chercheurs expriment leur réticence face à la diffusion des cas des patients publiquement et pensent que les réseaux sociaux numériques nuisent au secret professionnel qui est un devoir pour le médecin.

Outre le partage des cas cliniques, bien qu'ils soient conscients des circuits validés et éthiques d'acquisition de l'information, une minorité d'enseignants-chercheurs interrogés utilisent les plateformes pirates telles que SciHub.

4-Discussion et conclusion

L'intégration des éléments contextuels permettent d'expliquer et de comprendre certaines pratiques info-communicationnelles observées chez les enseignants-chercheurs interrogés.

Tout d'abord, les pratiques de réseautage sur le réseau social Whatsapp peuvent être expliquées par l'augmentation de l'usage des smartphones : 67% des individus âgés de 12 à 65 ans et 86% des individus âgés de 12 à 24 ans¹ avec la prédominance du recours aux réseaux sociaux. Outre les téléphones, nous ajoutons le fort usage des réseaux sociaux numériques par les chercheurs. Or, parallèlement, ces formes d'échange informelles via Whatsapp ne demeurent pas éthiques pour les enseignants-chercheurs interrogés. Cela crée certaines tensions entre la volonté de l'échange et la déontologie de la profession. La conséquence est que les pratiques info-communicationnelles ne sont pas toujours en adéquation avec les exigences de la profession. En outre, pour les enseignants-chercheurs interrogés, la formation continue n'est pas en mesure de les former. Cela explique la formulation des pratiques informationnelles « à la débrouille » et d'auto-formation et le recours aux plateformes pirates des articles scientifiques telles que Sci-hub. A la lumière de ce contexte politique, socioculturel et numérique, instable et parfois dissuasif, l'activité scientifique des enseignants-chercheurs en médecine est évaluée par des indicateurs d'évaluation internationaux, notamment le facteur d'impact (FI) principalement dans les passages de grade.

L'ensemble de ces éléments constituent pour les enseignants-chercheurs en médecine un contexte marqué par :

- Une réappropriation des pratiques informationnelles des pairs (fidèle aux particularités de la profession médicale) qui participent au cadrage de leurs pratiques info-communicationnelles,
- Des contradictions et tensions résultant des politiques nationales de recherche scientifique qui peuvent favoriser la formulation de nouvelles formes de pratiques de contournement d'accès et de partage de l'information spécialisée et l'intégration de nouvelles pratiques info-communicationnelles,
- Un espace numérique favorable à la circulation de l'information spécialisée et aux échanges informels entre pairs (entrer en contact avec les auteurs, former des groupes de partage) marqué par une forte présence des communautés scientifiques internationales et susceptible de garantir la visibilité, l'appartenance et la sociabilité entre pairs.

Ces éléments constituent aussi des contraintes qui ne favorisent pas une activité scientifique importante conforme aux standards des pays développés et par conséquent une instabilité scientifique s'installe.

¹ Enquête réalisée au cours du 1er trimestre de 2017, auprès de 2520 ménages dont 980 en milieu rural par l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT)

Bibliographie

- Accart, J-P. (1994). L'Enseignement de la documentation en médecine. Bulletin des bibliothèques de France (BBF), n° 4, p. 111-113.
- Battisti, M. (2005). Séminaire GFII: Faut-il une politique nationale de l'information scientifique et technique ? Documentaliste-Sciences de l'Information, vol. 42, n°3, p. 217-221.
- Chaudiron S., Ihadjadene M. (2010). De la recherche de l'information aux pratiques informationnelles. Études de communication, vol. 35, n° 2, p. 13 30.
- Chartron, G., Mahé, A., Andrys, C. (2000). How french research scientists are making use of electronic journals: a case study conducted at Pierre et Marie Curie University and Denis Diderot University. Journal of Information Science, vol. 26, n°5, p. 291-302.
- Clavier, V., Paganelli, C., Staii, A., Balicco, L., Bertier, M. (2007). « Les pratiques informationnelles des médecins dans les centres hospitaliers universitaires : au croisement de la logique scientifique et de la culture professionnelle ». Dans Actes du 35e Congrès annuel de l'Association canadienne des sciences de l'information, de l'Université McGill, Montréal (Québec), Canada.
- CN-FMC, (2005). L'obligation de formation médicale continue : historique, état des lieux et perspectives. Rapport du conseil national de la FMC des praticiens hospitaliers.
- Coutant A., Stenger T. (2010). Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques. Les Enjeux de l'information et de la communication, n°1, p. 45-64.
- Gardiès C., Fabre I., Couzinet V. (2010). Re-questionner les pratiques informationnelles. Études de communication, n° 35, p. 121 132.
- Jeanneret Y. (1996). L'analyse des pratiques de communication. Communication et langages, vol. 107, n° 1, p. 4 10.
- Kleiche, M., Waast, R. (2008). Le Maroc scientifique. Paris : Publisud
- Kleiche, M. (2007). La recherche scientifique au Maroc. Rapport de synthèse. Paris, IRD.
- Le Deuff, O., Gallezot, G. (2009). Chercheurs 2.0. Les Cahiers du numérique, vol. 5, n°2, p. 15-31.
- Mahé A., (2002). L'intégration des revues électroniques dans les pratiques : un processus d'appropriation observé auprès de chercheurs du Commissariat à l'Energie Atomique (CEA). Dans Ghislaine, C., Les chercheurs et la documentation numérique : nouveaux services et usages, Editions du Cercle de la Librairie, p. 173-187.
- Mounier, E., Paganelli, C. (2009). « Pratiques et usages de l'information spécialisée chez les médecins spécialistes : place et rôle des structures documentaires ». Dans Tracer l'horizon informationnel du XXIe siècle : Frontières, passerelles et carrefours : 37ème congrès annuel de l'Association Canadienne des Sciences de l'Information, mai 2009, Université Carleton, Ottawa, Ontario, Canada.
- Paganelli, C. (2016). [Réflexions sur la pertinence de la notion de contexte dans les études relatives aux activités informationnelles]. Études de communication, vol. 46, n°1, p. 165-188.]
- Simonnot, B. (2018). « Conduire des recherches en régime numérique : vers un cadre conceptuel de réflexion éthique ». Dans L'éthique en contexte info-communicationnel numérique. Déontologie, régulation, algorithme, espace public : actes du colloque « Document numérique et société » d'Echirolles, sous la direction de Laurence, B. et al. p. 11-21. Paris : De Boeck supérieur.
- Tenopir, C., King, D.W., Bush, A. (2004). Medical faculty's use of print and electronic journals: changes over time and comparison with other scientists. Journal of the Medical Library Association, vol. 92, n°2, p. 233-241.
- Waast, R., Rossi, P-L. (2008). « La production scientifique du Maroc. Données récentes ». Dans Communication faite en séance plénière à l'Académie Hassan II des Sciences et des Techniques, Rabat.]

Intégration des dispositifs communicationnels numériques dans les pratiques des enseignants de Nouvelle-Calédonie

Practical integration of digital communication devices by teachers in New Caledonia

Jean-François Loisel

Laboratoire Interdisciplinaire de Recherche en Education (LIRE)

Université de la Nouvelle-Calédonie

jean.loisel@etudiant.unc.nc

Mots-clefs : Dispositifs numériques de communication, usages, enseignants, Nouvelle-Calédonie.

Keywords: Digital communication devices, uses, Teachers, New-Caledonia.

Résumé

Dans le milieu éducatif, le numérique est omniprésent pour améliorer, entre autres, l'aspect organisationnel et communicationnel. A travers une approche compréhensive et à la croisée de théories en sociologie et en SIC¹, cette thèse se penche sur la façon dont les enseignants de lycées néo-calédoniens intègrent individuellement et collectivement les dispositifs numériques de communication pour faire émerger des usages communs dans l'établissement et dans certaines équipes d'enseignants.

Abstract

In the educational environment, digital technology is omnipresent to improve, among other things, its organizational and communicational aspect. Through a comprehensive approach and at the crossroads of theories in sociology and ICS², this thesis examines how teachers in New Caledonian high schools integrate individually and collectively digital communication devices to bring out common uses in high schools and within various educational teams.

¹ SIC : Sciences de l'Information et de la Communication.

² ICS : Information and Communication Sciences.

Intégration des dispositifs communicationnels numériques dans les pratiques des enseignants de Nouvelle-Calédonie

Introduction

Problématique et hypothèses de recherche

Le Projet Éducatif de la Nouvelle-Calédonie intègre dans son orientation l'insertion du numérique pour « ouvrir l'école sur la région Océanie et sur le monde »³. L'objectif prioritaire est de « Réduire les inégalités d'accès aux ressources numériques et en développer les usages »⁴. Concernant les enseignants, ces derniers sont amenés à se saisir des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) et sont encouragés par l'institution à communiquer et travailler collectivement avec les dispositifs présents dans les établissements, tel que l'ENT (Espace Numérique de Travail). Pour D.Bessières, « les TICE (Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Éducation), traduisent des enjeux de politique publique, tout en exigeant des enseignants une nouvelle professionnalité. » (Bessières, 2012 : 3).

Dans ce contexte éducatif où le numérique est de plus en plus présent, ce projet de thèse propose de comprendre comment les enseignants calédoniens de lycées intègrent individuellement et collectivement les dispositifs de communication numériques. A travers cette problématique, l'enjeu est de saisir les formes d'automatisation, c'est-à-dire la façon dont ils définissent d'une part, de manière individuelle, leurs propres usages par rapport à leur environnement technique et leurs intérêts personnels. En effet, il s'agit de comprendre comment les enseignants se familiarisent individuellement et empiriquement aux TIC pour faire converger des façons de faire répondant à leurs propres besoins. D'autre part, nous nous attachons à saisir la façon dont les acteurs tentent de stabiliser et co-construire un espace technique à travers l'émergence d'usages partagés dans l'établissement et dans les équipes d'enseignants observées. Il est ici question de coordination entre l'environnement technique et les acteurs qui s'approprient les dispositifs, d'abord de manière individuelle, puis par des phases de mise en commun.

Dès lors, nous avons formulé l'hypothèse initiale selon laquelle les acteurs partageaient peu de manières de faire communes avec les différents dispositifs. Il était estimé que l'intégration des TIC se faisait de manière individualisée et que les usages communs étaient en balbutiement. D'autre part, il était supposé que des groupes d'utilisateurs appartenant à la même chaire étaient présents dans les établissements. Au sein de ces groupes les enseignants développeraient des normes d'usages partagées et rationalisées collectivement pour former des collectifs de travail.

Inscription théorique

Afin de répondre à la problématique, plusieurs champs théoriques sont abordés. Tout d'abord, nous nous appuyons sur la théorie de l'acteur réseau qui nous amène à considérer humains et non humains comme étant des actants qui interagissent. La théorie de l'acteur réseau nous permet ainsi de saisir « l'étendue et à la forme des réseaux dans lesquels l'utilisateur se trouve pris au travers de son utilisation. » (Akrich, 1993 : 44). En s'appuyant sur la théorie de l'acteur réseau nous pouvons prendre en considération les interactions et « les inévitables négociations et ajustements entre actants humains et non humains. » (Callon, 2006 : 271)

³ <https://www.ac-noumea.nc/spip.php?article4813>

⁴ https://www.ac-noumea.nc/IMG/pdf/charte_d_application_de_la_deliberation_no106.pdf

Concernant la mise en œuvre des usages numériques individuels et collectifs, les travaux en Sciences de l'Information Communication (SIC) et en sociologie nous amènent à penser et observer l'intégration des TIC dans des groupes d'acteurs qui se les approprient individuellement et collectivement. Nous pouvons citer entre autres, J. Denouël et F. Granjon qui nous rappellent que « Les modalités d'appropriation sociale tiennent aussi aux significations d'usage et aux stratégies de distinction auxquelles les usagers associent les dispositifs techniques. » (Denouël, Granjon, 2011 : 17). E. Codrenu, C. Michel, M-E. Bobillier-Chaumon, O. Vigneau précisent que « L'utilisateur a un objectif précis, le réalise en utilisant des instruments et s'inscrit socialement dans une communauté [...]» (Codrenu, Michel, Bobillier-Chaumon, Vigneau, 2017 : 19). Par ailleurs, pour J-C. Domenget (2015), les médias socio-numériques peuvent être des espaces de développement d'usages professionnels partagés.

A travers ces approches croisées, nous pouvons ainsi saisir le processus d'intégration des dispositifs de communication chez les enseignants qui stabilisent l'environnement technique qui les entoure et font émerger des significations individuelles d'usages et des usages sociaux au sein de l'établissement et dans des collectifs plus restreints.

Méthodologie

Saisir le déterminisme technique

Tout d'abord, les discours des diffuseurs d'outils (institutionnels/industriels) sont analysés par le prisme du déterminisme technique dans l'objectif de comprendre quelles sont les transformations attendues par ces acteurs. B. Miège (2007) précise que les volontés d'insérer des dispositifs techniques dans un milieu sont souvent accompagnées par une idéologie techniciste.

Approche compréhensive et méthode de terrain :

Par ailleurs, cette thèse s'inscrit dans une approche compréhensive admettant que les hommes ne sont pas de simples porteurs de structures mais des producteurs actifs du social (Weber 1992). Dans cette approche, les acteurs sont placés au cœur du processus d'enquête et de la problématique de recherche. J-C. Kaufmann considère que « l'homme ordinaire a beaucoup à nous apprendre. » (Kaufmann, 2014 : 23). Ainsi, on comprend que « le positionnement compréhensif entend que la réalité humaine est une réalité de sens liée aux significations, construite de façon collective et constante par les acteurs.» (Bocquet, 2013 : 2).

A travers cette approche, des enquêtes qualitatives ont été réalisées par le biais d'entretiens semi-directifs in situ au sein de quatre lycées situés en zone rurale et urbaine. Deux établissements ont été investigués à Nouméa (capitale de la Nouvelle-Calédonie) et deux autres en zone rurale. Dans les lycées de Nouméa des entretiens ont été menés auprès des membres de la direction (trois acteurs), des Référents au Numérique Educatif (RNE) et informaticiens (deux acteurs) ainsi que des enseignants des filières STMG⁵, STI2D⁶ et STD2A⁷ (quinze acteurs). Concernant les lycées ruraux, deux membres de la direction ont été rencontrés dans un établissement (dans l'un des lycées, la direction n'était pas présente ou indisponible pour me rencontrer), les RNE et les informaticiens (cinq acteurs) ainsi que dix enseignants des filières STI2D, STMG et S⁸.

S'agissant des membres de la direction et des informaticiens, les questions s'orientaient sur des aspects techniques et stratégiques concernant le numérique dans l'établissement et plus encore sur les dispositifs de communication de la structure. Pour les RNE, l'objectif était de comprendre quels étaient leurs rôles et comment est-ce qu'ils favorisaient l'intégration du numérique auprès des enseignants.

⁵ STMG : Sciences et Technologies du Management et de la Gestion

⁶ STI2D : Sciences et Technologies de l'Industrie et du Développement Durable

⁷ STD2A : Sciences et Technologies du Design et des Arts Appliqués

⁸ S : Scientifique

Concernant les enseignants, nous évoquons la façon dont ils intégraient les dispositifs dans leurs pratiques professionnelles et donnaient du sens à l'environnement technique dans lequel ils sont inscrits. Les questions s'orientaient également sur l'aspect individuel et collectif des usages mis en place par les acteurs dans l'établissement mais également au sein de leur équipe.

Ancrage disciplinaire

Dans cette thèse qui porte un regard sur l'intégration des TIC, il s'agit de saisir la façon dont les individus (enseignants) et le système peuvent réagir face aux transformations issues de l'arrivée des objets ou des usages présents mais évolutifs de ceux-ci (Ollivier 2000). Dès lors, en adoptant une approche empirique reconnue dans les SIC, il s'agit d'enquêter au sein d'un monde social (établissement, équipe d'enseignants) pour percevoir et interpréter quelques aspects ou une dynamique plus générale. Dans cette approche, l'objectif est « d'analyser la connaissance produite et exprimée par les sujets dans une démarche rigoureuse de collecte et de la replacer dans un processus maîtrisé de production de propositions interprétatives. » (Derèze 2009 : 40).

F. Marty s'appuie sur J. Perriault et D. Wolton pour rappeler que « l'enjeu des Sciences de l'Information et de la Communication est de tenir en cohabitation l'observation « des instruments et leurs usages, des pratiques fonctionnelles et symboliques, des langages, des dispositifs, des circulations d'information et de savoirs, des polémiques, des stratégies et des politiques. » » (Marty, 2013 : 2). En somme, l'apport des SIC, « s'exprime ici précisément dans la capacité de réunir et de penser des apports complémentaires pour permettre un regard à perspectives multiples, [...] avec la particularité qu'ils mettent au centre le fait communicationnel de l'usage, celui des acteurs et des dispositifs, concepts au cœur des approches en SIC. » (Collet, Wilhelm, 2015 : 16).

Synthèse des résultats

Déterminisme technique

A l'instar d'autres technologies, les TICE font l'objet de discours de la part des diffuseurs, institutionnels et industriels. De la part des institutionnels, les dispositifs comme l'ENT sont perçus comme étant des vecteurs de lien social entre les membres de la communauté éducative. Ces dispositifs seraient le liant associant les différents acteurs inscrits dans l'environnement scolaire et favoriseraient les échanges et le travail commun entre les professionnels. Du côté des industriels, le site internet du logiciel de gestion (Pronote) présent dans les établissements calédoniens définit le dispositif comme étant un facilitateur de gestion de la vie scolaire. Il est défini comme étant riche en fonctionnalités (pédagogiques, gestion, communication) et facile d'utilisation. Dans cette approche, nous comprenons que pour les diffuseurs « l'intégration des TICE améliore automatiquement la société » (Bellair, 2016 : 182) et dans notre cas, la gestion, la pédagogie et la communication chez les acteurs de l'établissement.

Intégration individuelle des TIC

Munis d'une panoplie de dispositifs de communication (ENT, mail académique), les enseignants intègrent ceux-ci d'abord de façon individuelle. Inscrits dans cet environnement technique, les enseignants passent par une phase où ils « fabriquent leur propre façon d'emprunter les médias et de les intégrer à leur mode de vie. » (Jouet, 1993 : 106).

En effet, les enseignants font des expériences avec les TIC mis à leur disposition pour faire ressortir au fur et à mesure des usages qui se stabilisent dans leur quotidien professionnel. Ainsi, « ils définissent eux même leurs propres usages [...] » (Collard, Jacques, 2015 : 1) par rapport aux techniques présentes. Cette autonomie des acteurs, qui se traduit par un bricolage individuel des TIC, est également due au peu de formations suivies. J-F. Ceci note, « à l'ère du numérique et de l'hypermodernité, les injonctions institutionnelles sont fréquentes et il semblerait pourtant que les enseignants ne se forment que très peu. » (Ceci, 2018 : 6). Durant les entretiens, les enseignants expliquent que le peu de formation les amène à devoir explorer les dispositifs seuls et comprendre ce qui fonctionne ou ne fonctionne pas pour faire ressortir des significations d'usages.

Intégration collective des TIC dans l'établissement et dans les groupes enseignants

Toutefois, cette intégration individualisée se fonde également dans le social entre les membres de l'établissement. Par rapport à notre hypothèse initiale erronée vis-à-vis des observations, nous remarquons que les enseignants intègrent et stabilisent l'environnement technique en développant individuellement et collectivement des usages communs au sein de l'établissement. En effet, E. Codreanu, C. Michel, M-E. Bobillier-Chaumon, O. Vigneau (2017) expliquent que les manières de faire avec les TIC sont négociées de manière individuelle mais également dans le social. En nous appuyant sur la théorie de l'acteur réseau, il apparaît que les actants (enseignants-TIC) forment un réseau qui se stabilise à travers différentes phases de traduction entre les acteurs, ce qui amène à des usages communs. En effet, on retrouve une hybridation des dispositifs utilisés avec des logiques d'usages partagées chez les enseignants. On peut ajouter que cette intégration collective est le fruit d'une double médiation admettant que « si une technologie offre un certain nombre d'actions possibles et en interdit d'autres, les usages concrets trouvent leur justification et leur sens dans des logiques sociales. » (Coutant, 2015 : 5).

Cette intégration collective des TIC est également négociée au sein de certains groupes d'enseignants. J-C. Domenget explique que « le processus d'appropriation conduit à la formation progressive de collectifs d'usagers, autour d'usages et de significations partagés ainsi que la cristallisation de normes politiques et morales. » (Domenget, 2013 : 66). En effet, nous retrouvons cette tendance chez certains groupes d'enseignants dans lesquels les acteurs partagent des savoirs faire et stabilisent entre eux un environnement technique et des normes d'usages communes. Les enseignants se transmettent des façons de faire avec les dispositifs numériques et on assiste à une forme de « circulation sociale de l'expertise » (Cordier, 2015 : 142). A-F. De Saint-Laurent Kogan, C. Grenier, C. Peyrard, M. Durampart (2007) précisent qu'il y a un apprentissage des façons de faire avec les TIC qui se compose collectivement.

Dans le cadre de cette thèse nous pouvons comprendre que les enseignants intègrent les dispositifs de manière individuelle pour former une automatisation des usages avec l'environnement technique dans lequel ils sont inscrits. Par ailleurs, nous constatons qu'ils intègrent collectivement les dispositifs communicationnels pour former un réseau d'actants stable dans lequel des usages communs se forment. Ces usages sociaux sont également visibles au sein de groupes d'enseignants qui établissent des façons de faire et des normes d'usages partagées.

Afin de poursuivre cette recherche, il serait pertinent de se pencher à long terme sur les stratégies établies par les industriels vis-à-vis des dispositifs qu'ils diffusent et qu'ils semblent faire évoluer en fonction des retours des acteurs. Ainsi, en s'axant sur la théorie de l'acteur réseau, l'objectif serait de comprendre la façon dont les objets techniques et les usages évoluent en fonction des interactions entre ces différents actants (utilisateurs, concepteurs, objets techniques).

Bibliographie

- Akrich M. (1993). Les objets techniques et leurs utilisateurs, de la conception à l'action. Bernard Conein, Nicolas Dodier, Laurent Thévenot. Les objets dans l'action, 4, Raisons Pratiques. Editions de l'EHESS, p. 35-57.
- Bellair A-S. (2016). Approche sémiotique des formes de résistances liées aux usages des supports numériques dans l'éducation. Linguistique. Thèse de doctorat. Université de Limoges, 2016. Français. ffNNT : 2016LIMO0056ff. fftel-01435946f.
- Bessières D. (2012). Sociologie de l'appropriation des TICE : peut-on parler d'une culture informationnelle partagée ou de genèse d'usage ? Études de communication n° 38
- Bocquet M. (2013). Dynamiques sociosémiotiques : compréhension, processus, diachronie et fractales. Revue française des sciences de l'information et de la communication. N° 3
- Callon M. (2006). Sociologie de l'acteur réseau. Sociologie de la traduction. Textes fondateurs. Paris, Presses des mines. p. 267-276
- Ceci J-F. (2018). Analyse des pratiques numériques des enseignants, du collège à l'université, au prisme du genre. International journal of Applied Research and Technology, Vol n° 1, Edition spéciale du colloque JIP'2018, Sousse-Tunisie, www.jip.ieee.tn.
- Codreanu E, Michel C, Bobillier-Chaumon M-E. & Vigneau O. (2017). L'acceptation et l'appropriation des ENT, (Espaces Numériques de Travail) par les enseignants du primaire. Sciences et Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Education et la Formation, Vol. 24, n° 1, Sélection de la conférence EIAH 2015, p. 13-49.
- Collard A-S. & Jacques J. (2015). Appropriation des réseaux sociaux numériques et compétences médiatiques. Actes de Colloque Ludovia 2015, Les objets numériques : appropriations & détournements, Ax les Thermes, Ariège.
- Collet L. & Wilhelm C. (2015). Introduction. Numérique, éducation et apprentissage, enjeux communicationnels. Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication. L'Harmattan, p. 11-17.
- Cordier A. (2015). La co-construction du numérique comme objet d'enseignement –apprentissage. Apports d'une recherche étudiant les inter-relations entre imaginaires et pratiques au sein d'un cadre socio-technique. Numérique, éducation et apprentissage, enjeux communicationnels. Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication L'Harmattan, p. 133-144.
- Coutant A. (2015). Les approches sociotechniques dans la sociologie des usages en SIC. Revue française des sciences de l'information et de la communication n° 6
- Denouël J. & Granjon F. (2011). Penser les usages sociaux des technologies numériques d'information et de communication. Communiquer à l'ère du numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages. Paris, Presses des mines. p. 7-43
- Derèze G. (2009). Méthodes empiriques de recherche en communication. De Boeck.
- De Saint Laurent-Kogan A-F, Grenier C, Peyrard C. & Durampart M. (2007). Apprentissage des TIC et changement permanent. Où va le travail à l'ère du numérique ? Ecole des mines de Paris, p. 109-129.
- Domenget J-C. (2013). La fragilité des usages numériques. Une approche temporaliste de la formation des usages. Les Cahiers du numérique, 2013/2 Vol.9, p. 47-75.
- Domenget J-C. (2015). Usages professionnels et figures d'utilisateur des médias socionumériques. Revue française des sciences de l'information et de la communication n° 6
- Jouet J. (1993). Pratiques de communication et figure de la médiation. Réseaux, vol.11, n° 60, Les médiations, p.99-120.

- Kaufmann J-C. (2014). L'enquête et ses méthodes, l'entretien compréhensif. 3ème édition Armand Colin.
- Marty F. (2013). Les études des outils et médias éducatifs : une approche composite. Communication et organisation n° 43
- Miège B. (2007). La société conquise par la communication. Tome III. Les TIC entre innovation technique et ancrage social. Presses universitaires de Grenoble.
- Ollivier B. (2000). Observer la communication. Paris, CNRS Editions.
- Weber M. (1992). Essais sur la théorie de la science.
- RAKOTOARY (S.), 2013, La circulation des formes culturelles dans les dispositifs techniques : le réseau social et les jeunes immigrés, Université Grenoble Alpes, Grenoble, 99p
- SIMMEL (G.), 2013, Sociologie : études sur les formes de socialisation, Presses Universitaires de France, Paris, cop. 1999, 756p.
- VIDAL (G.), 2013, « Présentation », in Instabilités et permanence du numérique, Les Cahiers du numérique, 9, Ed Lavoisier, pp 9-46.
- ZEITOUN (J.), 1996, « Nouvelles représentations de l'espace et matérialité du territoire », in Territoires éclatés, le rôle des technologies de communication, Quaderni, La revue de la communication, 30, pp 93-10.

**Étude d'une expérimentation « tablette » en collège :
entre appropriation et résistance**
Study of a « digital tablet » experiment in middle school :
between appropriation and resistance

Ariane Picard

doctorante en SIC

CIMEOS

Université de Bourgogne

ariane.picard@u-bourgogne.fr

Mots-clés : Tablette numérique / Innovation / Appropriation / Pratiques pédagogiques instrumentées

Keywords : Digital tablet / Innovation / Appropriation / Instrumented teaching practices

Résumé : Prenant appui sur des observations de terrain conduites de 2013 à 2016 dans un collège impliqué dans une expérimentation visant l'intégration de tablettes numériques, cette communication a pour objectif de documenter la construction de pratiques pédagogiques instrumentées. L'étude d'un objet technique, spécifiquement conçu pour un usage éducatif dans un contexte scolaire, est l'occasion d'interroger les manières dont les utilisateurs élèves et enseignants s'en emparent et se l'approprient. Les processus d'innovation et d'instrumentation pédagogiques, de même que les trajectoires d'usage, plus instables et plus floues qu'attendues, sont étudiés.

Abstract : Based on the conclusions of a field research conducted from 2013 to 2016 in a middle school experimenting the use of digital tablets, this communication aims at documenting the construction of instrumented teaching practices. The study of a technical device, specifically designed for educational use in a school environment, is an opportunity to question the ways in which both student and teacher users seize and appropriate it. The processes of educational innovation and instrumentation, as well as the usage trajectories, more unstable and more vague than expected, are studied herein.

Étude d'une expérimentation « tablette » en collège : entre appropriation et résistance

Cette communication s'intéresse aux processus d'innovation et d'appropriation d'un objet technique à des fins éducatives. Dans le cadre d'un travail de doctorat, nous avons suivi une expérimentation « tablette » de grande ampleur, retenue au titre du volet e-éducation du Programme français d'investissements d'avenir et conduite dans 15 collèges de Saône et Loire de mars 2013 à juin 2015. L'objectif principal du projet Tablette pour une Éducation Digitale (TED) était de concevoir une tablette spécifiquement dédiée à un usage éducatif pour participer ensuite au grand plan d'équipement en tablettes prévu dans la politique nationale de relance du numérique éducatif, initiée en 2010. Comme tous les projets interministériels relevant de l'e-éducation, l'expérimentation TED est fondée sur une démarche de recherche-action, avec tests auprès des utilisateurs et prise en compte de leurs retours d'expériences, dans le but de développer une solution efficace et pérenne, pédagogiquement et économiquement. Ayant pour contexte et objet d'étude cette expérimentation, notre recherche permet d'analyser la genèse des pratiques pédagogiques instrumentées. Nous étudions la manière dont s'élaborent, se développent, se transforment et éventuellement se stabilisent de nouvelles pratiques pédagogiques, en lien avec un objet technique dit innovant. Les thématiques de l'innovation (que celle-ci soit technique ou pédagogique), des pratiques, des usages et de l'appropriation d'un objet technique par les utilisateurs sont ainsi au cœur de ce travail en Sciences de l'Information et de la Communication. Qu'est-ce qui fait qu'un objet technique est éducatif ou qu'il le devient ? Comment la volonté des concepteurs de l'objet technique se combine-t-elle avec celle des utilisateurs ? L'invention d'un objet, élaboré ici pour être éducatif et innovant, suffit-elle à générer, comme espéré, des pratiques pédagogiques innovantes ? Comment l'objet, construit pour un contexte et un usage déterminés, évolue-t-il au contact de ses utilisateurs ? Les manières de faire avec l'objet sont-elles prévisibles ou inédites, conformes aux projets initiaux ou révélatrices de multiples adaptations, contournements ou détournements ? Prenant appui sur l'étude d'un objet technique spécifique et sur la manière dont les utilisateurs le mobilisent, nous formulons l'hypothèse que son intégration dans les pratiques pédagogiques est complexe et suit des trajectoires imprévues. Nous postulons que l'insertion scolaire de la tablette résulte, non pas seulement de la performance de l'objet technique, mais de l'association entre des fonctionnalités et leur exploitation, dans un certain contexte et sous condition d'une acceptation des usagers. Après avoir précisé le cadre théorique choisi pour l'analyse, nous présenterons la méthodologie retenue avant de souligner les éléments relatifs au projet des concepteurs et au processus d'appropriation de la tablette éducative.

Cadre théorique

Nous étudions cette expérimentation au moyen du concept de dispositif initialement défini par Foucault (1977). Utilisée dans des contextes disciplinaires divers, cette notion, mobilisée ici sous l'angle des Sciences de l'Information Communication (Couzinet, 2009), nous semble opérante pour caractériser ce projet expérimental qui fonctionne comme un ensemble hétérogène de discours, d'objets, de pratiques et de représentations. Conformément à cette approche, nous présentons comme dispositif la manière dont s'articulent et se combinent entre eux, un objet technique (la tablette TED) ; les pratiques des utilisateurs enseignants ou élèves ; les discours et les représentations autour de l'objet, tels qu'ils se donnent à voir dans ce que disent ou font les acteurs du projet. Nous nous attachons à rendre apparent le dit et le non-dit et dans l'observation de cette tension entre le visible et le caché, l'attendu et le réalisé, nous cherchons à cerner les processus progressifs d'élaboration et d'appropriation d'un objet technique éducatif et innovant.

Les caractéristiques techniques des tablettes définissent l'objet dans sa matérialité et déterminent la façon dont elles fonctionnent. L'assemblage fonctionnel de l'objet induit, pour les utilisateurs, une représentation des activités possibles en suggérant des utilisations et en encourageant davantage certaines formes d'accès et d'usage. Cette capacité d'un objet à suggérer sa propre utilisation est exprimée sous le terme d'affordance (Hammond, 2010). Il est désormais acquis qu'un objet technique peut suggérer des utilisations mais qu'il ne se limite pas à son cadre de fonctionnement ou son cadre d'usage (Flichy, 2003). Dès l'instant où il est utilisé selon une logique, dans un objectif et un contexte identifiés, il se modifie avec et par le projet de l'utilisateur qui fait évoluer les usages initialement prescrits par l'objet lui-même et par les concepteurs (Akrich, 1998). Les courants français de la sociologie des usages et de l'innovation convergent ainsi autour de l'idée que des liens complexes se tissent entre les individus et les objets techniques et entre les concepteurs et les utilisateurs, dans une dynamique d'interactions ou d'innovations multiples. La manière dont les utilisateurs considèrent et s'approprient les caractéristiques techniques de l'objet, lui confère une portée sociale et l'inscrit dans une dimension sociotechnique nouvelle. L'objet technique est en perpétuelle tension entre les caractéristiques qui lui sont propres, les fonctionnalités qui lui sont attachées et le projet de l'utilisateur, qui suit sa propre logique (Perriault, 1989). Considérée comme un processus dynamique, l'appropriation de l'objet technique s'inscrit dans une généalogie d'usages (Jouet, 2000).

Pour comprendre le fonctionnement du processus d'appropriation de la tablette TED, nous proposons d'étudier l'objet technique tel qu'il est voulu par les concepteurs et la façon dont les utilisateurs le reçoivent, le perçoivent, l'évoquent et l'exploitent dans des situations scolaires.

Méthodologie de l'enquête

Durant plus de trois ans, de mars 2013 à novembre 2016, nous avons rassemblé des données sur l'expérimentation TED au moyen de la fréquentation longue et régulière d'un collège périurbain d'un peu plus de 500 élèves, entré dans le projet en juillet 2013 et engagé jusqu'à son terme en octobre 2015. Pour rendre apparente la combinaison des différents éléments imbriqués dans le dispositif expérimental, nous avons fait le choix d'une méthode de type ethnographique qui multiplie les points de vue et les sources de données (Fluckiger, 2007). Cette méthode est selon nous la plus à même d'englober la complexité d'un assemblage d'éléments divers et permet par ailleurs de saisir le social en train de se faire plutôt que le social consolidé (Coulon, 1997). Nous avons diversifié les méthodes et les terrains d'enquête, de même que le type de données collectées, dans le but de trouver la bonne focale (Becker, 2016). L'ensemble des données recueillies par observation directe ou indirecte a été consigné dans un journal de terrain complété durant toute la recherche (Peretz, 2004).

Au sein du collège de terrain, nous avons étudié l'insertion scolaire de la tablette telle qu'elle était en train de s'opérer. Nous avons observé ce que les utilisateurs élèves et enseignants disent - ou ne disent pas - de l'objet, ce qu'ils font - ou ne font pas avec, ce qu'ils en attendent, ce qui leur convient et ce qui les déçoit. L'observation rapprochée des acteurs permet d'investiguer la question des divergences potentielles entre les pratiques réelles et les pratiques imaginées et entre les utilisations inscrites et prescrites.

Dans cet objectif, nous avons observé l'activité instrumentée des élèves et des enseignants lors de séances pédagogiques mettant en œuvre la tablette éducative. Nous avons administré à trois reprises un même questionnaire d'enquête auprès des élèves de deux classes de 6^{ème} équipées, ce qui a notamment permis de recueillir des informations sur les temps de l'appropriation. Des entretiens semi directifs avec une vingtaine d'élèves de ce même niveau de classe ont également été conduits.

De manière complémentaire à l'observation de l'activité pédagogique des enseignants, nous avons eu de nombreux échanges informels avec eux pour informer leurs intentions d'action. Nous avons enregistré les fils de discussion d'un forum dédié : ouvert toute la durée de l'expérimentation, le Basecamp TED avait pour objectif de récolter les retours d'expérience, utiles à la conception de la tablette. Les données collectées sur le terrain principal ont été complétées par l'étude des nombreux projets tablettes existant ailleurs, au moyen de l'analyse des comptes rendus mis en ligne sur le portail de l'Education nationale ou sur les sites académiques.

Nous proposons dans cette communication d'exploiter plus particulièrement les données relatives à l'objet technique et à la manière dont les utilisateurs exploitent ses propriétés et à la façon dont ils mobilisent la dimension éducative de l'objet.

Le projet des concepteurs : l'invention d'un nouvel objet technique et éducatif

Le projet TED repose sur la volonté d'inventer un objet technique nouveau qui soit en adéquation totale avec le contexte scolaire. Sur le portail de l'Education nationale, la tablette TED est présentée comme une « tablette dédiée au milieu éducatif, évolutive, associée à un contenu digital adapté et à des fonctions interactives dont l'ambition est d'améliorer l'enseignement et l'apprentissage en collaboration avec élèves et enseignants. ». Cette brève synthèse ne s'attache pas à présenter les caractéristiques que sont la portabilité, le tactile et l'interactivité, éléments propres aux tablettes et qui les définissent habituellement. Ce qui conditionne l'agencement matériel et logiciel de ce nouvel objet est sa dimension éducative.

A partir de 2010, les tablettes se déploient massivement sur le marché public et dans les établissements scolaires (Miguet, 2015). Les témoignages collectés sur les sites internet académiques démontrent que l'objet est perçu par les enseignants comme étant pédagogiquement attrayant. Estimé maniable, rapide, facilement transportable, convivial, intuitif et performant, il permettrait de développer la créativité des élèves, de gagner du temps, de faciliter certaines tâches et de décroquer les temps et les espaces scolaires. Mais ces mêmes retours d'expérience pointent les difficultés relatives à la mise en œuvre des tablettes grand public dans un contexte scolaire : indépendantes du réseau des établissements qui contrôlent l'accès à internet au moyen de « listes noires », elles donnent accès à un internet ouvert, potentiellement nuisible pour de jeunes élèves et facilitateur d'une dispersion de l'attention profonde (Hayles, 2007).

Conçue pour éviter ces risques, la tablette TED propose un accès contrôlé à internet : par défaut, tous les sites internet sont interdits, sauf ceux qui sont momentanément ouverts à la consultation, selon le choix des enseignants. Quand ils le décident, les professeurs peuvent également verrouiller les tablettes pour empêcher les élèves de faire une activité différente de celle qui est prévue. Ces fonctionnalités, spécifiquement créées pour s'adapter au collège, sont présentées comme innovantes et par nature éducatives. Ainsi, la tablette serait éducative parce qu'elle est dite éducative et construite pour l'être : l'intention fait le projet et l'objet fait le projet. La tablette apparaît sous l'angle performatif de l'intention du concepteur, qui devance celle de l'utilisateur. Or cette approche omet ou minimise la place pourtant essentielle de l'utilisateur qui est le seul à pouvoir conférer à l'objet une dimension éducative (Moeglin, 2005).

Les utilisateurs et leurs pratiques : l'objet technique mis en tension

Dans la réalité des pratiques, l'accès contrôlé à internet, voulu par les inventeurs et plébiscité par les utilisateurs adultes, pose de nombreux problèmes à la fois techniques et pédagogiques.

Un dysfonctionnement perdure tout au long de l'expérimentation : bien que l'accès au logiciel scolaire utilisé dans l'établissement soit autorisé, l'environnement numérique de travail demeure inaccessible via les tablettes, ce qui est particulièrement gênant pour les élèves qui ont l'habitude de consulter leurs emplois du temps et leurs devoirs grâce à ce service. Par ailleurs, d'un point de vue pédagogique, le verrouillage systématique d'internet oblige les enseignants à choisir en amont toutes les ressources dont les élèves ou eux-mêmes pourraient avoir besoin durant l'activité d'enseignement-apprentissage. Mais l'observation des pratiques prouve que cette anticipation complète est difficile à réaliser, ce qui a pour conséquence ici de réduire les possibilités d'exploitation pédagogique. D'autre part, la question de savoir ce qu'il convient ou non d'autoriser, dans quelles limites et sous quelles conditions, divise les enseignants entre eux et fait émerger des dissensions entre utilisateurs adultes et concepteurs, notamment autour de la question des jeux éducatifs. Certains y sont favorables quand d'autres y sont opposés et le signalent avec véhémence sur le forum dédié.

Les problèmes techniques, nombreux et répétés sur cette tablette en cours de conception et encore inaboutie, gênent les utilisateurs et entravent l'appropriation de l'objet : le tactile fonctionne mal et le clavier virtuel apparaît ou disparaît sans raison, ce qui agace beaucoup les élèves qui l'expriment avec franchise dans les questionnaires écrits et dans les entretiens. L'objet technique résiste aux utilisateurs et à leurs projets. Ne pouvant pas l'utiliser comme ils le souhaitent, de nombreux élèves et enseignants le délaissent, tandis que d'autres utilisateurs cherchent à contourner les contraintes imposées.

Une appropriation complexe

Les pratiques observées et les propos entendus sur le terrain principal montrent que les utilisateurs ont besoin, pour se l'approprier, d'utiliser l'objet et de le paramétrer selon leurs envies. Les élèves aimeraient pouvoir personnaliser l'écran d'accueil ; les enseignants impliqués voudraient que soient rajoutées des applis qu'ils trouvent intéressantes et ils demandent à « avoir la main sur ce qui est présent ou non, de façon temporaire ou définitive, sur la tablette en terme de cours ET d'exercices. » (Forum, 03/02/2014). Mais bien qu'ils soient associés à la conception, les utilisateurs ne maîtrisent pas l'objet : il est administré par les concepteurs et ceux-ci sont eux-mêmes confrontés à des difficultés de mise en œuvre technique ou de droits négociés avec les éditeurs, qui les empêchent de répondre aux demandes aussi vite qu'espéré.

Les élèves contournent la dimension éducative de la tablette et en font un objet qu'ils apprécient pour sa dimension distractive et relationnelle : ils l'utilisent pour passer le temps, dessiner ou consulter l'appli de vidéo satellite. La taille et la portabilité de l'objet leur permettent de se regrouper à plusieurs autour d'une même tablette ; avec la tablette ils ont le sentiment de travailler en s'amusant ou de travailler différemment qu'en cours et le tactile leur évite l'usage de la feuille et du stylo.

L'intégration de la tablette dans les pratiques pédagogiques est peu étendue et demeure très occasionnelle : sur le terrain d'enquête moins de 10% des enseignants a utilisé la tablette au moins une fois durant les deux années de l'expérimentation. Les activités réalisées avec la tablette sont d'autre part moins innovantes qu'attendu : la plupart des professeurs utilisateurs transpose sur la tablette des activités familières et déjà bien maîtrisées, comme par exemple pour les professeurs de langue l'enregistrement de petites séquences audio.

Le processus d'appropriation s'avère ainsi complexe et plus aléatoire qu'attendu : il y a moins d'utilisateurs que prévu et des résistances ou des contournements non prévisibles sont observés. Le traitement des observations révèle des pratiques instrumentées en tension permanente et une appropriation pédagogique incertaine.

Il apparaît que les utilisateurs, élèves et adultes, sont confrontés à un objet qui leur résiste et auquel ils résistent eux-mêmes, de même que s'opposent souvent les projets des concepteurs et des utilisateurs. La dimension éducative de l'objet est par ailleurs diversement appréciée et acceptée selon les publics : les enseignants la revendiquent mais peinent à la mettre en pratique, tandis que les élèves s'en détournent ou la contournent. Les transformations demandées ou effectuées par les utilisateurs révèlent leur entrée dans une phase d'adoption de l'objet et montrent que le processus d'appropriation est en œuvre. Il n'est toutefois pas achevé : l'intégration scolaire de l'objet n'est pas stabilisée et les pratiques pédagogiques sont peu renouvelées. En revanche, les retours d'expérience et les échanges entre les concepteurs et les utilisateurs ont permis de concevoir un objet technique nouveau, à défaut d'avoir inventé comme espéré, un objet capable de générer de l'innovation pédagogique.

Bibliographie

- Akrich, M. (1998). Les utilisateurs, acteurs de l'innovation. *Éducation permanente*, n°134, p.79-90.
- Becker, H. (2016). *La bonne focale : de l'utilité des cas particuliers en sciences sociales*. Paris, Editions La Découverte.
- Certeau de, M. (1990). *L'invention du quotidien. 1, Arts de faire*. Paris, Gallimard.
- Coulon, A. (1997). *Le métier d'étudiant : l'entrée dans la vie universitaire*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Couzinet, V. (dir.). (2009). *Dispositifs info-communicationnels : questions de médiations documentaires*. Paris, Hermès Sciences, Lavoisier.
- Flichy, P. (2003). *L'innovation technique : récents développements en sciences sociales, vers une nouvelle théorie de l'innovation*. Paris, Editions La Découverte.
- Fluckiger, C. (2007). *L'appropriation des TIC par les collégiens dans les sphères familiales et scolaires* (Thèse de Doctorat en Sciences de l'éducation, sous la direction d'Eric Bruillard). ENS CACHAN.
- Foucault, M. (1977). *Dits et Ecrits, Tome 2 : 1976-1988*. Paris, Gallimard.
- Hammond, M. (2010). What is an affordance and can it help us understand the use of ICT in education?. *Education and Information Technologies*, 15(3), p. 205-217.
- Hayles, K. (2007). Hyper and Deep Attention: The Generational Divide in Cognitive Mode. *Profession*, (13), p. 187-199.
- Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), p. 487-521.
- Marquet, P. (2004). *Informatique et enseignement : progrès ou évolution ?*. Spimont, Belgique, Mardaga.
- Miguet, M. (2015). Usages des tablettes et liseuses en contexte d'apprentissage : prescription technologiques ou pédagogique ? In Pirolli, F. (Dir.). *Le livre numérique au présent : pratiques de lecture, de prescription et de médiation*. Dijon, Editions universitaires de Dijon, p. 75-90.
- Moeglin, P. (2005). *Outils et médias éducatifs : une approche communicationnelle*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Peretz, H. (2004). *Les méthodes en sociologie : l'observation*. Paris, Éditions La Découverte.
- Vidal, G. (2013). Présentation: Instabilité et permanence des usages numériques. *Les Cahiers du numérique*, vol. 9(2), p. 9-46.

III. Média et Société

Compréhension du contexte socioprofessionnel et expérimentation de dispositifs info-communicationnels participatifs en milieu hospitalier : le cas de la sensibilisation au respect des procédures pour la réduction du risque d'infections associées aux soins
Understanding of the socio-professional context and experimentation of participatory information-communication devices in hospitals : the case of awareness of the respect of procedures for the reduction of the risk of infections associated with care.

Thibaut Albertini

Doctorant, IMSIC, Aix-Marseille Université – thibaut.albertini@gmail.com

Fidélia Ibekwe-Sanjuan

Professeure, IMSIC, Aix-Marseille Université- fidelia.ibekwe-sanjuan@univ-amu.fr

Françoise Bernard

Professeure, IMSIC, Aix-Marseille Université- francoise.bernard@univ-amu.fr

Mots-clés : Communication sanitaire, Communication engageante, Hygiène des mains, Infections nosocomiales

Résumé

Dans le cadre d'une thèse financée, nos travaux sont consacrés à l'enjeu de la réduction des Infections Associées aux Soins (IAS), problème de santé publique international. Cette question a fait l'objet d'études dans le champ des Sciences humaines et notre état de l'art permet de synthétiser certains effets des incohérences des messages liés à l'hygiène des mains et à la traçabilité des actes de soins.

Cette contribution questionne les processus info-communicationnels impliquant les soignants pour la réduction des IAS. En mobilisant le cadre théorique et méthodologique de la communication engageante, nous concevons des dispositifs collaboratifs et participatifs susceptibles d'améliorer les pratiques des soignants.

Summary

As part of a funded thesis, our work focuses on the issue of reducing Healthcare Associates Infection (HAI), an international public health problem. This question has been studied in the Human Sciences research and our state of art can synthesize some effects of inconsistencies messages related to hand hygiene and traceability of acts of care.

This contribution questions the information-communication processes involving healthcare workers for the reduction of HAI. By mobilizing the theoretical and methodological framework of binding communication, we design collaborative and participative devices that can improve healthcare workers practices.

Compréhension du contexte socioprofessionnel et expérimentation de dispositifs info-communicationnels participatifs en milieu hospitalier : le cas de la sensibilisation au respect des procédures pour la réduction du risque d'infections associées aux soins

Les infections associées aux soins (IAS), plus généralement appelées Infections Nosocomiales, sont des infections contractées lors d'un séjour dans une structure de soins (Bocquet et al., 2007). En 2017, Santé Publique France (SPF) révèle dans une enquête que 5% des patients hospitalisés en France seraient concernés par une IAS (Daniau et al., 2018). En 2012, l'Institut National de Veille Sanitaire (InVs) annonçait que 4000 décès seraient directement imputables aux IAS. L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) précise que 8.7% des patients hospitalisés dans le monde seraient concernés par les IAS (World Health Organization., 2008), et estime une incidence économique allant de 13 à 24 milliards d'euros en Europe (WHO, 2009).

L'on estime que la moitié des IAS pourraient être évitées grâce à l'hygiène des mains. Les mains, principal vecteur de micro-organismes, sont le sujet de nombreuses recommandations éditées par l'OMS, relayées dans les structures de soins par les protocoles de soins qui sont des « descriptions de techniques élaborées en suivant une méthodologie précise » (infirmier.com, 2018). Malgré les nombreuses preuves de l'efficacité de l'hygiène des mains face aux IAS, l'observance (rapport entre ce qui est fait et ce qui devrait être fait) des soignants aux mesures associées reste faible (Erasmus et al., 2010) et les IAS continuent de prospérer dans les hôpitaux, au détriment de la santé de nombreux patients et des dépenses publiques effectuées.

Cette problématique internationale mobilise des équipes de recherche issues de domaines variés, en sciences médicale et en sciences humaines, et donne lieu à des interventions et innovations (Boudjema, 2016) qui permettent une amélioration de l'observance. Mais les bénéfices obtenus restent transitoires et limités dans le temps (King et al., 2016; Kirkland et al., 2012; Marra et al., 2011) ce qui conduit les équipes de recherche à questionner la pertinence des relevés effectués par observations directes. En effet, elles peuvent introduire des biais qui conduisent les individus à se conformer à ce qu'ils pensent que l'on attend d'eux.

S'appuyant sur les résultats d'investigations anthropologiques et sociologiques menées au sein du Service des Maladies Infectieuses Tropicales (URMITE, AMU-CNRS IDR INSERM) à l'Institut Hospitalo-Universitaire Méditerranée Infection (IHU) de Marseille, les Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) ont été invitées à prendre part à la réflexion autour des IAS et de l'Hygiène des mains. Dans une organisation de soins où les savoirs, les pratiques et les pressions évoluent constamment, le personnel de soin éprouve un besoin de cohérence vis-à-vis des protocoles et des recommandations. Ce besoin non satisfait, les conduit à inventer leurs propres protocoles, souvent incompatibles avec les données de la science (Amiel, 2005; Boudjema et al., 2017) et potentiellement dangereux pour les patients.

Il convient alors de questionner les dispositifs info-communicationnels liés à l'hygiène des mains et à la prévention du risque d'IAS : Qui construit les messages et comment sont-ils diffusés et appliqués ? Est-il possible d'appliquer les recommandations diffusées ? Peut-on agir sur les comportements en clarifiant les messages et les enjeux ?

Ces questions constituent la base du projet de thèse que nous portons avec l'Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information et de la Communication (IMSIC), l'IHU Méditerranée et la Région-SUD, financeur de la thèse dans le cadre des Emplois-Jeunes-Doctorants. Porteur d'enjeux et d'innovations importants, le projet nous amène à collaborer avec MediHandTrace, start-up spécialisée dans le développement de systèmes d'observation automatisés de l'hygiène des mains et de la traçabilité des soins, et qui permet de réduire les biais d'observation.

Afin d'apporter une réponse aux questions précédentes, nous avons développé notre projet sur deux grands axes : la compréhension des processus de création et de diffusion des protocoles liés à la sécurité des soins, et l'utilisation de cette vue d'ensemble, pour apporter aux soignants un processus de communication plus pertinent, plus facile à comprendre et à mettre en parallèle avec les motivations de chacun, en mobilisant le cadre conceptuel de la communication engageante développé par Bernard (Bernard, 2006) sur la lecture et le respect des protocoles de soins. Nous présentons dans cette communication, une étape importante de nos travaux en cours de réalisation.

Maîtrise du risque infectieux et environnement à haut risque

Maîtriser le risque infectieux demande une modification des comportements des soignants. L'urgence de la situation est caractérisée par la nature de la problématique et ses répercussions sur la santé publique tant par les effets sur la santé que sur l'organisation des soins ou sur l'économie de la santé à échelle internationale. Notre contribution présente une nouvelle voie de communication aux soignants, en adéquation avec leurs attentes et leurs motivations et ce, dans le but d'éveiller les esprits sur les possibilités de réaliser les soins dans les normes recommandées par les sociétés savantes et les Comités de Lutte Contre les Infections Nosocomiales (CLIN) qui œuvrent chaque jour pour améliorer la qualité et la sécurité des soins dispensés aux patients.

Pour mener à bien notre projet, nous sommes accueillis au sein de l'IHU. C'est un centre spécialisé sur les maladies infectieuses qui combine soin et recherche de haute technologie avec une forte dynamique de recherche interdisciplinaire pour réduire les IAS en agissant sur l'hygiène des mains et la traçabilité des soins. L'IHU, par sa spécialisation dans les maladies infectieuses, est une structure qui traite des pathologies à fort potentiel contagieux. Les soignants qui y évoluent sont exposés en permanence à ces risques.

Dans une démarche d'amélioration continue des soins et de maîtrise du risque infectieux, l'IHU et MediHandTrace ont développé des dispositifs techniques qui automatisent les relevés d'observance et de traçabilité des soins. Ils entraînent une réduction des biais d'observation liés à la présence de l'observateur et permettent des investigations plus rigoureuses (Boudjema et al., 2014).

Les soignants de l'IHU sont habitués aux démarches expérimentales. Leur lieu de travail est le théâtre d'investigations visant à comprendre les comportements, à développer de nouvelles stratégies de lutte contre les IAS, notamment par la caractérisation des pathogènes et l'émergence de nouveaux dispositifs. Venant en complément des investigations anthropologique et sociologique, notre travail se focalise sur les dispositifs info-communicationnels vus comme une problématique pouvant expliquer l'incompréhension des soignants vis-à-vis des recommandations sur l'hygiène des mains et la traçabilité des soins, les poussant à contourner les règles élémentaires et à inventer de nouvelles pratiques, alors même qu'ils sont dans un environnement à haut risque infectieux.

Afin de travailler avec eux, il nous fallait dans un premier temps, comprendre le système dans lequel évoluaient les soignants et le circuit de l'information qui leur est transmise.

Comprendre pour co-créer : Savoirs, participation et comportements

Les investigations anthropologiques et sociologiques conduites en milieu de soins nous apportent des connaissances sur le sens que les soignants donnent aux risques auxquels ils s'exposent dans l'exercice de leurs fonctions.

On se heurte à un écueil comportemental : en dépit d'une bonne connaissance des risques, les soignants n'appliquent pas correctement les recommandations éditées par les instances de veille et de prévention. Ils tentent, par contournement des recommandations, de maîtriser les risques auxquels ils sont exposés. Ainsi, patients et soignants se trouvent exposés aux IAS. Certains soignants déclarent se sentir immunisés contre les IAS car en contact permanent avec elles. Cette relation à l'exposition aux risques est appelée optimisme comparatif. C'est une attitude répandue consistant à sous-estimer l'occurrence d'évènement négatif pour soi au profit de l'idée que « cela n'arrive qu'aux autres » (Roques et al., 2017). Quand bien même, pourquoi les recommandations et protocoles de soins ne sont pas appliqués ?

Pour comprendre l'environnement des soignants, nous nous sommes placés dans une perspective exploratoire. Après des entretiens avec les prescripteurs de l'information au niveau du groupement hospitalier, nous avons établi une carte du circuit de l'information depuis les plus hautes instances (OMS, ministère et HAS) jusqu'aux services de soins.

L'intérêt de nos rencontres avec le CLIN, prescripteur des protocoles, réside dans notre volonté de nous adapter aux connaissances des soignants. Alors même que sa mission est de veiller au bon déroulement des soins, le CLIN est perçu comme un organisme de contrôle, dont les observations vont introduire un biais : les observés vont naturellement se conformer à ce qu'ils pensent que l'on attend d'eux. Les prescripteurs de recommandations et de protocoles sont des praticiens ou des anciens praticiens. Ils éditent de nombreux protocoles en adaptant les recommandations de l'OMS et des politiques de santé. Ils connaissent la réalité générale du terrain mais ne sont pas au fait des spécificités et des contraintes locales (sur les services) qui entravent l'application des règles. Des dispositions sont alors prises pour que les protocoles soient modifiés en fonction des besoins sous réserve d'une validation a posteriori par ces mêmes prescripteurs.

Nous avons adopté une méthodologie collaborative dans nos recherches. Notre participation aux réunions des soignants sur l'hygiène et la sécurité des soins nous a permis de constater que les interactions soignants/hiérarchies sont faibles. Les soignants reçoivent de l'information qu'on leur donne qui soulèvent des problématiques plus pragmatiques : le manque de personnel, le manque de matériel et plus généralement, les conditions de travail. Nous avons rencontré les cadres de santé qui sont les responsables hiérarchiques directs des soignants qui sont dans une situation particulière car ils font office d'interface entre les salariés et l'administration hospitalière. Les problématiques soulevées par les soignants ne leur sont pas inconnues mais ils font face à des situations difficiles de pénurie, tant en matière de ressources humaines que matérielles.

Nos rencontres avec les soignants ont permis de dévoiler leur réalité. Evoluant dans un environnement à risque et sur des postes à responsabilités, ce sont des professionnels qui possèdent une grande technicité et qui accordent beaucoup d'importance à la relation avec les patients. La charge de travail pour le personnel augmente avec en parallèle, les problématiques de ressources humaines citées précédemment qui ne laisse pas assez de temps pour, d'abord prendre connaissance de toutes les recommandations et protocoles, ensuite les mettre en application. Les protocoles qui sont connus sont contestés car mal adaptés pour une application sur le terrain et les possibilités de modification des protocoles en fonction des services sont soit méconnues, soit contestées, car le processus est long et fastidieux.

Etant intégré dans une structure de recherche et possédant une meilleure connaissance de l'environnement de travail des soignants, nous participons également aux groupes de travail pour le développement des projets de recherche empirique et développons avec eux des projets spécifiques visant une modification des comportements des soignants en matière d'hygiène et de sécurité des soins.

Analyse des pratiques et amélioration de la pertinence

Les IAS sont un problème spécifique d'ordre comportemental auquel des investigations issues du champ des sciences humaines tentent de répondre. La modification des comportements est, depuis longtemps, associée au postulat selon lequel les comportements découlent des idées. Ainsi, la sensibilisation, la prévention, l'information et la formation peuvent apporter à leurs sujets récepteurs, de nouvelles connaissances dans l'espoir d'influencer leurs comportements. Mais ces stratégies sont avant tout persuasives et entraînent une forme de résistance à l'information et aux changements de comportements (Girandola, 2003). La persuasion a montré ses limites depuis longtemps. Citons l'exemple d'une étude sur la prévention aux méfaits du tabac. Menée pendant neuf ans sur des élèves scolarisés (65 séances de sensibilisation et d'information), elle ne modifie pas la probabilité que ces mêmes élèves soient fumeurs à l'âge de 17 ans (Peterson et al., 2000). Le constat est identique dans le cadre de la prévention du VIH/SIDA, qui améliore les connaissances sur les moyens de prévention de la maladie, mais non les comportements à risque (Girandola et al., 2012). Plusieurs autres approches ont été testées : la déviance positive par la psychologie (Létourneau et al., 2013), l'économie comportementale, la théorie des nudges (Thaler, RH, Sunstein, CR, et Pavillet, M., 2010), les technologies de l'informatique, la gamification (Kerbaj et al., 2017; Thompson, 2012), l'OMS, les stratégies multimodales (Pittet, 2004) mais la problématique du maintien des effets dans le temps reste un défi en dépit de toutes ces approches déployées par les études précédentes.

Nous avons décidé de porter notre attention en premier lieu sur les comportements liés au respect des protocoles en général en axant notre démarche empirique sur la conformité à la traçabilité des soins, avec comme projet futur, de le décliner sur l'hygiène des mains.

Le déploiement des outils de mesure automatisés fournis par MediHandTrace pour la traçabilité des soins demande une implication des soignants. Cet outil a été développé pour permettre la saisie des informations relatives au patient et aux soins, directement à son chevet, écartant les erreurs et oublis de saisie sur un poste informatique éloigné et minimisant les interactions avec l'environnement extérieur de la chambre afin de contenir le risque infectieux. Il est issu de la recherche en pathologie humaine et mis à disposition des soignants pour faciliter l'exercice de leurs fonctions en réduisant les risques. Cependant, on observe que cet outil est utilisé en deçà de ses possibilités.

Avec nos connaissances sur le circuit de l'information, sur les problèmes rencontrés par les prescripteurs de recommandations et par les soignants, nous souhaitons mettre en place un dispositif nouveau pour les soignants, en matière de communication. Notre étude de la littérature nous a orienté vers le cadre de la communication engageante car il représente, un cadre approprié au besoin de changement en créant du lien entre les savoirs déjà acquis et les comportements tout en encourageant l'engagement des sujets dont on souhaite qu'ils changent de comportement. Cette approche a fait ses preuves dans le cadre des dons d'organes (Joule et al., 2010), de la prévention du VIH (Marchioli and Courbet, 2010) et de la lutte contre le cancer (Courbet and Marchioli, 2014) et permet de redonner sa place à l'information comme « un moyen de combler nos lacunes et de rattacher le présent au passé et au futur » (Ibekwe-Sanjuan, 2014).

Avec l'équipe de recherche de l'IHU, nous avons développé un protocole appliquant la communication engageante à la traçabilité des soins. Nous procédons à une étude analytique de l'effet d'une intervention engageante sur la traçabilité des soins par l'outil automatique. L'étude est de type « avant/après/après » dans le sens où nous observons les pratiques des soignants avant l'intervention, puis en deux périodes après l'intervention, le tout, sur sept mois. Nous avons souhaité un schéma reproductible afin de décliner le concept sur d'autres services et structures en cas de succès.

Les soignants ont été exposés à une intervention de groupe de type « formation aux pratiques professionnelles », au même titre que d'autres qu'ils reçoivent, en intégrant les composantes essentielles à l'engagement décrites par Bernard et Joule (2004): contexte de liberté dans la réalisation des actions proposées, répétition des actions, cohérence des actes avec le comportement final attendu, aspect public dans la réalisation des actes, augmentation du coût des actes et absence de motivation compensatrice (Bernard and Joule, 2004). La communication engageante a pour objectif d'amener les individus cibles à effectuer une série d'actes qualifiés de soubassement comportemental engageant (Joule and Beauvois, 2014) dans les conditions décrites ci-dessus, afin de créer une cohérence entre ce que pensent les individus et ce qu'ils font effectivement.

La seule contrainte dans la mise en place de ce dispositif est l'information qui doit être donnée aux soignants concernant le dispositif lui-même, notamment au niveau de l'exploitation des données récoltées par les outils automatisés. Nous avons utilisé cette contrainte comme étant le premier acte. Il a été réalisé dans les conditions d'exercice : les soignants ont été conviés par le chef de service à participer à une réunion d'information sur l'étude. Ils ont ensuite été invités à se prononcer sur leur participation par la signature d'un consentement éclairé, qui décrit l'étude, ses objectifs, sa durée, la nature des données récoltées et leur traitement. Ce consentement nous a permis d'exploiter les données antérieures, relatives à chaque soignant, pour établir une carte de contrôles. Chaque soignant devient ainsi son propre contrôle. Il est indispensable de disposer d'informations concernant notre variable dépendante (la conformité à la traçabilité) avant l'intervention afin de pouvoir observer les effets produits par elle. Les conformités à la traçabilité sont calculées par un rapport entre les relevés directs des actes journaliers à réaliser effectivement sur un soin précis (pose, entretien et ablation des cathéters veineux périphérique et urinaires) et les données issues de l'outil automatisé.

Une fois les consentements signés, les soignants ont été invités à participer à une intervention unique, conduite par une infirmière formatrice d'un autre service, formée à l'intervention. La session d'une durée de 45 minutes, est décomposée en trois parties de 15 minutes et fait succéder différents actes engageants de natures différentes.

Premièrement, les participants ont été invités à débattre sur les intérêts d'utiliser un outil comme celui présent dans leur service. Globalement, ils sont au courant des problématiques véhiculées par l'absence de traçabilité et l'intérêt de la mise en place d'un outil automatique pour la traçabilité.

Deuxièmement, l'intervenant a introduit une partie de description des problèmes rencontrés lors de l'utilisation de l'outil en précisant que ces problèmes seraient notés afin de faire remonter les informations à la société pour améliorer ou adapter l'outil. Les soignants se sont exprimés sur les raisons qui conditionnent la non-utilisation de l'outil. Durant cette partie, nous (investigateurs) souhaitons exposer l'engagement de la structure dans l'amélioration de la sécurité des soins et faire en sorte que les soignants se sentent écoutés et compris dans leurs problématiques quotidiennes.

Dernièrement, les soignants ont été amenés, toujours en précisant le contexte de liberté de participation dans lequel ils se trouvent, à synthétiser en trois phrases les intérêts évoqués lors de la première partie sur un document. Ces documents ont été agrégés par l'intervenant et lus à haute voix à l'ensemble du groupe qui devait alors se prononcer sur l'assertion. Cela nous a permis de trouver des redondances dans les intérêts cités. Ces redondances ont été inscrites sur un document titré en fonction de la théorie de l'identification de l'action (Meineri and Guéguen, 2014) : « Je prends soin de mes patients, en utilisant mon PSR » (pour identifier des actions qui parlent à l'individu) et comportant la phrase « La traçabilité de chacun, c'est la sécurité pour tous » (pour inscrire l'action dans un contexte plus global). Ce document fait office de charte d'engagement aux bonnes pratiques. En fin de session, nous avons proposé à chaque soignant de signer ce document en leur précisant qu'il serait affiché dans un lieu commun à tous les soignants du service et leur avons proposé de prendre un badge spécialement conçu pour l'investigation et reprenant les niveaux d'identification de l'action, à épingle sur la blouse (ou non -contexte de liberté).

En amont de l'intervention, nous avons réalisé une « grille d'engagement » qui nous a permis de relever les actes réalisés par chacun. Par exemple, certains soignants n'ont pas souhaité participer à l'intervention, d'autre n'ont pas souhaité participer aux débats ou encore prendre le badge, le porter, etc. A ce jour, nous continuons les relevés de port de badge journaliers, pour comprendre si le nombre d'actes réalisés agit proportionnellement sur les taux d'observance.

Nous avons deux phases d'observation : une première afin d'atteindre une stabilité des effets sur chacun et une deuxième pour étudier le maintien des effets dans le temps.

Conclusion

A ce stade, nos résultats sont très préliminaires. Les observations indiquent que les soignants qui portent quotidiennement le badge sont ceux qui ont réalisé l'ensemble des actes en amont de l'intervention et pendant l'intervention mais nous ne pouvons pas nous avancer sur les données relatives à la conformité à la traçabilité.

Cette étude est à compléter par des entretiens individuels avec les soignants afin d'avoir un retour sur expérience. Ces entretiens seront proposés, sans obligation de participation, aux soignants ayant participé à l'intervention. Ils ont un double intérêt. Tout d'abord, ces entretiens seront le dernier acte engageant de la part des soignants et devraient agir comme une « piqûre de rappel » des actes déjà réalisés. Ensuite, ils permettront d'obtenir des informations qualitatives sur la perception de ce type de formation, de son utilité dans l'amélioration des pratiques professionnelles, et de sa possible déclinaison pour d'autres formations.

Nous souhaitons ainsi comprendre, par auto-déclaration, les facteurs de résilience et d'engagement qui conditionnent les comportements qui suivent une intervention mobilisant le cadre conceptuel de la communication engageante.

Bibliographie

- Amiel, C. (2005). « On sait qu'il n'y a pas de "vrais" risques ». *Discours et pratiques de soignants autour des infections nosocomiales. Sciences Sociales et Santé* 23, 37–58.
- Bernard, F. (2006). Organiser la communication d'action et d'utilité sociétales. Le paradigme de la communication engageante. *Communication et organisation* 64–83.
- Bernard, F., and Joule, R.V. (2004). Lien, sens et action : vers une communication engageante. *Communication et organisation*.
- Bocquet, P., Branger, B., Caron, F., Cassou, B., Cazauran, M.-F., Chalfine, A., Cordonnier, C., Wazières, B.D., and Comité technique des infections nosocomiales et des infections associées aux soins (2007). Actualisation de la définition des Infections Nosocomiales. 43.
- Boudjema, S. (2016). Infections nosocomiales, comportement soignants et technologies innovantes. thesis. Aix-Marseille.
- Boudjema, S., Dufour, J.C., Aladro, A.S., Desquerres, I., and Brouqui, P. (2014). MediHandTrace®: a tool for measuring and understanding hand hygiene adherence. *Clinical Microbiology and Infection* 20, 22–28.
- Boudjema, S., Tarantini, C., Peretti-Watel, P., and Brouqui, P. (2017). Merging video coaching and an anthropologic approach to understand health care provider behavior toward hand hygiene protocols. *American Journal of Infection Control* 45, 487–491.
- Courbet, D., and Marchioli, A. (2014). Risques et communication de santé publique en contexte méditerranéen. Deux expérimentations en région PACA.
- Daniau, C., Léon, L., Blanchard, H., Bernet, C., and Caillet-Vallet, E. (2018). Enquête nationale de prévalence des infections nosocomiales et des traitements anti-infectieux en établissement de santé, France, Mai-Juin 2017. Saint-Maurice : Santé Publique France ; 2018. 12 p.hb.
- Erasmus, V., Daha, T.J., Brug, H., Richardus, J.H., Behrendt, M.D., Vos, M.C., and van Beeck, E.F. (2010). Systematic Review of Studies on Compliance with Hand Hygiene Guidelines in Hospital Care. *Infection Control & Hospital Epidemiology* 31, 283–294.
- Girandola, F. (2003). *Psychologie de la persuasion et de l'engagement* (Besançon: Presses universitaires de Franche-Comté).
- Girandola, F., Joule, R.-V., Bernard, F., and Souchet, L. (2012). Prévention du risque infectieux : pour une communication engageante. *Hygiènes* 20, 283–287.
- Ibekwe-Sanjuan, F. (2014). Les SIC et la technique : une filiation embarrassante. In *XIXème Congrès de La Sfsic. Penser Les Techniques et Les Technologies : Apports Des Sciences de l'Information et de La Communication et Perspectives de Recherches.*, (Toulon, France), pp. 1–8.
- infirmier.com (2018). *Protocoles et conseils pour prendre en soins les patients*.
- Joule, R.-V., and Beauvois, J.-L. (2014). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens* (Grenoble: Presses universitaires de Grenoble).
- Joule, R.-V., Bernard, F., Geissler, A., Girandola, F., and Halimi-Falkowicz, S. (2010). Binding communication at the service of organ donations. *Revue internationale de psychologie sociale* Tome 23, 211–238.
- Kerbaj, J., Toure, Y., Soto Aladro, A., Boudjema, S., Giorgi, R., Dufour, J.C., and Brouqui, P. (2017). Smartphone text message service to foster hand hygiene compliance in health care workers. *American Journal of Infection Control* 45, 234–239.
- King, D., Vlaev, I., Everett-Thomas, R., Fitzpatrick, M., Darzi, A., and Birnbach, D.J. (2016). "Priming" hand hygiene compliance in clinical environments. *Health Psychology* 35, 96–101.

- Kirkland, K.B., Homa, K.A., Lasky, R.A., Ptak, J.A., Taylor, E.A., and Splaine, M.E. (2012). Impact of a hospital-wide hand hygiene initiative on healthcare-associated infections: results of an interrupted time series. *BMJ Qual Saf* 21, 1019–1026.
- Létourneau, J., Alderson, M., Caux, C., and Richard, L. (2013). La déviance positive : analyse de concept selon l'approche évolutionniste de Rodgers. *Recherche en soins infirmiers* N° 113, 19–33.
- Marchioli, A., and Courbet, D. (2010). Communication de santé publique et prévention du sida. *Hermes, La Revue* n° 58, 167–174.
- Marra, A.R., Reis Guastelli, L., Pereira de Araújo, C.M., Saraiva dos Santos, J.L., Filho, M.A.O., Silva, C.V., Kawagoe, J.Y., Cendoroglo Neto, M., Pavão dos Santos, O.F., and Edmond, M.B. (2011). Positive deviance: A program for sustained improvement in hand hygiene compliance. *American Journal of Infection Control* 39, 1–5.
- Meineri, S., and Guéguen, N. (2014). Foot-in-the-door and action identification. Binding communication applied to environmental conservation. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée/European Review of Applied Psychology* 64, 3–11.
- Peterson, A.V., Kealey, K.A., Mann, S.L., Marek, P.M., and Sarason, I.G. (2000). Hutchinson Smoking Prevention Project: Long-Term Randomized Trial in School-Based Tobacco Use Prevention—Results on Smoking. *J Natl Cancer Inst* 92, 1979–1991.
- Pittet, D. (2004). The Lowbury lecture: behaviour in infection control. *Journal of Hospital Infection* 58, 1–13.
- Roques, M., Passerault, J.-M., Esnard, C., and Béaur, J.-C. (2017). Optimisme comparatif en matière de risque de stress professionnel = Comparative optimism for risk of occupational stress. *Canadian Journal of Behavioural Science / Revue Canadienne Des Sciences Du Comportement* 49, 41–50.
- Thaler, RH, Sunstein, CR, et Pavillet, M. (2010). *Nudge : La méthode douce pour inspirer la bonne décision* (Paris : Vuibert).
- Thompson, D. (2012). Designing serious video games for health behavior change: current status and future directions. *J Diabetes Sci Technol* 6, 807–811.
- WHO (2009). WHO Guidelines on Hand Hygiene in Health Care: First Global Patient Safety Challenge Clean Care Is Safer Care.
- World Health Organization. (2008). *Prévention des infections nosocomiales : guide pratique*, 2nd. ed. Genève : Organisation mondiale de la Santé.

Proposition d'approche communicationnelle de la radicalité

Proposal for a communicational approach to radicality

Billel Aroufoune,

doctorant contractuel en SIC

IMSIC, Université de Toulon et Aix-Marseille Université

billel.aroufoune@univ-tln.fr

Mots-clés : radicalité, représentation, communication radicalisée, Liban.

Keywords: radicality, representation, radicalized communication, Lebanon.

Résumé

Notre recherche s'intéresse à la radicalité. Cependant, nous ne travaillons ni sur le terrorisme, ni sur l'islam radical, ni sur les processus de radicalisation correspondant à une quelconque religiosité (Khosrokhavar, 2014). Nous souhaitons comprendre la radicalité véhiculée par des objets communicationnels, et notamment audiovisuels, en tant que phénomène de communication ayant pour caractéristiques la rupture du contrat de communication et le déni de l'autre. Ainsi, nous avons fait le choix d'un terrain qui conjugue tension et apaisement, « où se joue l'enjeu d'une guerre des mémoires, d'une tentative d'échapper à la radicalisation en s'exprimant sur le web » (Durampart, 2012). Le Liban, mosaïque communautaire, identitaire, religieuse et confessionnelle, affiche des contradictions. Nos questionnements s'articulent autour d'une communication radicalisée par l'image.

Abstract

Our research focuses on radicality. However, we do not work on terrorism, nor radical Islam, nor on processes of radicalization corresponding to any religiosity (Khosrokhavar, 2014). We wish to understand the radicality conveyed by communication objects, and especially audiovisual objects, as a communication phenomenon whose characteristics are the breaking of the communication contract and the denial of the other. Thus, we have chosen a terrain that combines tension and peace, «where the challenge of a war of memories, an attempt to escape radicalization by expressing themselves on the web» (Durampart, 2012). Lebanon, a community, identity, religious and confessional mosaic, displays contradictions. Our questions focus around a communication radicalized by the image.

Proposition d'approche communicationnelle de la radicalité

L'ambition de cette recherche est de questionner le phénomène de la radicalité au sein des sciences de l'information et de la communication (SIC). Quand bien même la radicalité a déjà été étudiée dans de nombreuses disciplines, des ambiguïtés et des confusions apparaissent dans les récents débats politiques et médiatiques. Par exemple, la querelle médiatique entre les politologues et islamologues, Gilles Kepel¹ et Olivier Roy², qui a pris l'allure d'une controverse scientifique, nous invite à interroger les définitions et acceptations de ce qu'est la radicalité. C'est vers la radicalisation et le radicalisme que convergent ces débats, souvent associés au terrorisme et au processus de violence. Pour ne pas aboutir à une infécondité discursive, il est pertinent selon nous d'appréhender la radicalité sous le prisme d'une approche infocommunicationnelle. Nous avançons l'hypothèse que la radicalité serait la rupture du contrat de communication dans le sens de Patrick Charaudeau. À cet effet, nous proposons d'étudier ce phénomène à partir de l'image, car elle exprime à la fois la pluralité et la singularité de ceux qui en font usage, et en même temps la complexité libanaise, notre terrain d'observation, s'agissant des représentations religieuses, communautaires, médiatiques etc., de certains acteurs socio-politiques.

Afin de saisir le terrain investi dans ce travail nous faisons, d'abord, un bref rappel du contexte en formulant les questions de recherche. Ensuite, nous apportons un éclairage sur la radicalité au prisme des SIC. Il est évident qu'on ne puisse pas discuter tous les résultats et faire l'économie de la méthode mobilisée en quelques lignes, en revanche nous appuierons notre analyse sémio-pragmatique des images par quelques données probantes.

Une radicalité patente dans un espace arabo-musulman en transformation

En marge des révolutions populaires et des manifestations survenues ou en cours dans l'espace public du monde arabo-musulman – Égypte, Syrie, Bahreïn, Tunisie, Algérie, etc., – le Liban se caractérise par son aspect multiconfessionnel, rassemblant des cultures, des croyances, et se présentant comme un conglomérat politique. Par ailleurs, il existe une équation propre à ce pays et selon Abdallah (2013), les dix-huit communautés religieuses sont un phénomène historique qui se perpétue dans le présent. Est-ce que le modèle libanais est impérissable, inaltérable ? Notre propos n'est pas de discuter l'efficacité ou l'obsolescence du modèle confessionnel, même si quelques pays du Moyen-Orient tentent de faire l'expérience libanaise, à l'instar de l'Irak. Le tissu social libanais est complexe, sa mosaïque communautaire l'est d'autant plus, en cela que les religions sont géographiquement localisables. Le confessionnalisme libanais, grosso modo l'histoire du Liban depuis l'empire ottoman jusqu'aux guerres intestines des plus récentes, a montré que le communautarisme politique pouvait être source de discordes et singulièrement de formation de groupes subversifs au sein même des mouvements et factions alors cobelligérants (Mermier & Varin, 2010). De même, la prépondérance de la religion et de l'appartenance politico-confessionnelle ne peut être contesté de peur que l'équilibre social soit menacé (Picard, 1988). À rebours de cela, le pays du Cèdre a toujours été considéré comme une terre de coexistence, du vivre ensemble, mais aussi de clivage (Corm, 2007). C'est un environnement où la radicalité est patente. Une récente enquête, menée sur la base d'entretiens semi-directifs, confirme l'hypothèse selon laquelle les dispositifs médiatiques se confondent avec l'appareil politique libanais. Ainsi, l'indépendance des médias est quasi impossible, il y a un lien indéfectible entre les partis politiques et les médias, de tous les supports, traditionnels comme nouveaux.

¹ Gilles Kepel est politologue, spécialiste du monde arabe et de l'islam. Dans une tribune de Libération 14/03/2016, il fustige O. Roy, en remettant en cause sa crédibilité scientifique. Pour comprendre ses postulats, lire : *À l'ouest d'Allah* (1994), *Jihad* (2003), *Terreur dans l'Hexagone* (2015).

² Olivier Roy est philosophe, politologue et spécialiste des religions comparées. Il répond à l'attaque de G. Kepel dans un entretien accordé au journal *l'Obs* du 07/04/2016. Pour aller plus loin : *L'islam mondialisé* (2004), *L'échec de l'islam politique* (2015), *Le jihad et la mort* (2016).

Autrement dit, l'influence politico-médiatique sur l'opinion publique est avérée. Qui plus est, les acteurs politico-confessionnels que nous avons pu approcher témoignent de cette mainmise. Lors de notre dernier déplacement au Liban, en octobre 2018, le responsable d'une radio affiliée à un parti chrétien nous disait : « Parler de média au Liban c'est parler de l'influence directe des partis politiques et de l'argent dans la nomenclature médiatique [...] si un parti politique n'a pas une télé, c'est que forcément il a ou bien des actions dans la télé ou bien des donations directes ou indirectes à ces télévisions. On ne peut pas parler de télévision indépendante³ ». Le contexte est très particulier. Même si en Occident les médias sont souvent financés par des groupes économiquement puissants, dans un pays comme le Liban il est difficile de s'adresser à toute la société, au grand public. Le rédacteur en chef d'un journal musulman sunnite affirmait : « Mais comme [notre] journal [...] fait partie d'un parti politique, nous avons un socle politique particulier, nous sommes objectifs mais notre socle politique ne me permet pas de critiquer [le leader communautaire]⁴ ». Ainsi, le paysage médiatique libanais s'exprime en caisse de résonance du système politico-confessionnel. Il régit la société libanaise et oriente les discours et les représentations de ses communautés (Jreijiry & Abi Tamer, 2018), et participe à la communautarisation et la « fragmentation de la scène publique » (Kerbage, 2014 : 107).

C'est à partir de ces constats et de l'imaginaire politique, social et religieux du Libanais que nous interrogeons la radicalité d'un point de vue infocommunicationnel, et plus particulièrement comment l'image, en tant que catalyseur des représentations, véhicule-t-elle une forme d'expression spécifique qu'on propose d'appeler communication radicalisée ?

Penser la radicalité en SIC : une tentative de définition

Le terme de radicalité signifie le retour aux sources, au fondement, mais peut aussi désigner une forme d'extrémisme, et renvoyer à une négation, à un déni. Nous prenons en compte, ici, les critiques des sciences sociales quant à l'étiquetage sémantique que connaît aujourd'hui ce concept (Guibet, 2016), ainsi que la faillibilité du modèle théorique sur lequel se basent quelques études concernant le sujet (Bulinge, 2016). À cela, il faut ajouter qu'aujourd'hui, les discours et représentations des médias traditionnels et nouveaux influencent de facto l'opinion publique dans une forme de cacophonie de messages où terrorisme, islamisme, radicalisme sont univoques et en permanente interaction. Or, une analyse de contenu des éditoriaux d'un journal libanais d'expression française (Aroufoune & Bou Dagher, 2019), que nous avons menée, montre que l'orientation de l'éditorialiste et sa vision de la radicalité, par conséquent du média, se fonde principalement sur l'appartenance communautaire de l'énonciateur.

Les récentes recherches en SIC autour de la question des radicalités se sont essentiellement intéressées aux interactions numériques et aux stratégies de communication des groupes radicaux, terroristes en l'occurrence. Dans ce sens, le numéro 12 des cahiers de la SFSIC (2016), et notamment dans la rubrique « terrorisme et médias », abordait le rapport entre les radicalités religieuses et les dispositifs numériques de médiatisation servant à la circulation des messages de « terreur » via la propagande et la manipulation. Franck Bulinge (2012) propose un outil d'analyse permettant l'identification et la classification de « contenus manipulateurs » affichés sur des sites web extrémistes. La lecture d'autres travaux suggère qu'il est question essentiellement de radicalisation. Depuis les premiers attentats terroristes perpétrés en France (décennie 1990), on s'accorde à dire que la radicalisation gagne du terrain. Pour Khosrokhavar (2014 : 7) elle « désigne le processus par lequel un individu ou un groupe adopte une forme violente d'action » appelant au désordre.

³ Entretien réalisé à Beyrouth (quartier chrétien), le 18 octobre 2018.

⁴ Entretien réalisé en arabe, à Beyrouth (quartier musulman) le 10 octobre 2018. Traduction de l'auteur.

Afin de sortir des sempiternels débats et polémiques sur la radicalisation, nous soutenons une approche infocommunicationnelle du phénomène de la radicalité sous l'angle de la notion de contrat. En effet, pour qu'il y ait contrat de communication il faut que les protagonistes en acceptent les termes parfois implicites réciproquement. Selon notre hypothèse, la communication radicalisée serait la rupture de ce contrat. C'est-à-dire que la radicalité est négation, récusation, déni et non prise en compte de l'altérité.

Quelques chercheurs utilisent le terme de « contrat » pour désigner un rapport de réciprocité entre les acteurs d'une situation de communication, en d'autres termes entre locuteur et interlocuteur. Rodolphe Ghiglione (1984) a théorisé dans ses travaux les situations potentiellement communicatives prises dans le cadre de la notion de contrat de communication. Pour lui, il y a contrat dès lors où les « sujets A et B » partagent des enjeux identiques, des contraintes. Ce contrat ne s'applique pas uniquement sur des situations de communication interpersonnelles, où il y a échange, mais également dans des situations « unilatérales ». Ainsi, Charaudeau (2011) explique que le contrat de communication opère dans tous les actes de langage, y compris quand le locuteur s'adresse à un public qui ne rentrera pas en conversation ou discussion. De cette manière, il propose trois « lieux de pertinence » : la production, la réception et le produit. Nous nous intéressons aux trois dans le cadre d'une analyse sémio-pragmatique où le récepteur est au centre de l'analyse.

Analyse sémio-pragmatique des formes d'expression radicalisée dans des images en mouvement

Maîtrisant la langue arabe nous avons pu approcher des acteurs – chrétiens et musulmans – politiques, religieux et issus de la société civile. Notre corpus se délimite à deux groupes de supports⁵. Le premier, que nous qualifions de confessionnel, met en évidence des marqueurs religieux, identitaires et politiques. Le second non-confessionnel, donnant l'impression d'être apolitique et areligieux, laisse voir des éléments observables au sein des mouvements sociaux contestataires dans leurs différentes formes d'expression (soulèvement, engagement, etc.). Intéressons-nous au premier dont les résultats exploratoires sous-tendent une distinction dans l'expression de la radicalité. Pour autant, dans les deux cas des traces d'expression radicalisée s'établissent au sein des espaces communicationnels.

La méthodologie appliquée pour l'analyse des documents audiovisuels retenus s'intègre dans une approche sémio-pragmatique. Roger Odin explique que l'espace de communication est « un espace à l'intérieur duquel le faisceau de contraintes pousse les actants (E) [émetteur] et (R) [récepteur] à produire du sens sur le même axe de pertinence » (Odin, 2011 : 39). Ce point de rencontre délimite, à notre sens, les questions qui préfigurent la « boîte à outils » (Odin, 2000), qui se doit d'associer l'analyse de discours et l'analyse de contenus multimédias (Collet, 2018). La batterie de question qui nous aide à élaborer la grille d'analyse se présente sous quatre niveaux permettant de circonscrire : le type d'espace de communication, la mise en forme argumentative, le rapport entre le produit et le récepteur, enfin la forme d'énonciation.

Une veille permanente des supports numériques, et notamment des images fixes et animées, du mouvement politique musulman chiite Amal, dirigé par le président de la chambre parlementaire Nabih Berri, affiche un mode de communication constitutif de la radicalité :

- L'espace de communication est caractérisé par une double fonction, d'une part de diffusion de contenus textuels et audiovisuels. La page Facebook du mouvement, comptant plus de 322 000 abonnés, a été créée en février 2017 d'abord sous le nom « Harakat Amal ». La latinisation cédera sa place à la transcription arabe « لم أة كرح » pour « mouvement Amal [espoir] ». C'est un espace d'interaction car la plateforme Facebook est par définition un lieu de sociabilité.

⁵ Nous appelons supports les sites web et pages sur les réseaux sociaux numériques (RSN) que nous analysons.

Cependant, l'énonciateur n'invite pas son public à l'échange, à la discussion, il se place dans une perspective de diffusion uniquement. Il faut noter que la plateforme est administrée localement, c'est-à-dire au Liban. D'autre part, le site web du parti politique est en maintenance depuis notre première connexion en mars 2017. Nous avons constaté, qu'en moyenne, il y est diffusé un document audiovisuel par jour.

- L'argumentation repose sur des formes et procédés relatifs au triptyque politique, confessionnel et communautaire construisant l'identité libanaise. Dans quelques documents l'énonciateur profite des fêtes religieuses et notamment de Achoura, pendant laquelle les chiites duodécimains (ou imamites) en deuil, commémorent la mort de l'imam Hussein dans la bataille de Karbala. Il rappelle aux « fidèles » l'importance de la communauté et le devoir de chacun vis-à-vis d'elle. D'autre part, le sang des « martyrs » est célébré. Des rituels sacrés spectaculaires (sang, pleures, cris) à la commémoration des « héros » tombés au cours des conflits intercommunautaires. Cela ne fait que raviver la haine et attiser les tensions.

- Dans nombre de ces documents analysés, le cadre d'expérience du sujet (destinataire indirect dans notre cas) est soumis à une esthétique d'images d'archives. Soit, les détails techniques (couleurs, éclairage, cadrage, etc.) sous-entendent à la fois les conditions difficiles parfois insoutenables du tournage et les effets manipulatoires du montage (musique, bruitage, voix-off, etc.). Nous avons pu observer qu'il y est fait référence à la période de guerre, à la mémoire, au passé. De nouveau, des hommages aux « martyrs chiites » sont célébrés. Des images de la guerre fratricide (1975-1990) et des batailles contre « l'ennemi » israélien voisin circulent de manière récurrente. Cette répétition fait partie d'une stratégie de propagande. L'énonciateur utilise des images subjectives qui interpellent. Ainsi, avec l'usage du pathos il s'inscrit dans une logique de recherche d'adhésion ou de reconnaissance via des effets d'ordre émotionnel.

- L'énonciateur s'adresse à sa communauté et ne focalise son attention que sur elle. Sa voix narrative diffère d'un document à un autre. Tantôt il est intra-diégétique, faisant passer des messages à travers des personnages et figures historiques de confession chiite. Tantôt il est extra-diégétique, ne faisant pas partie de l'univers narratif, il n'empêche qu'il oriente le public (voix-off, texte, etc.). L'usage du « nous » global traduit une parole collective, partagée, cela étant son emploi n'est pas fréquent, contrairement au pronom « vous » interpellatif. Aussi, l'absence de pronom est remarquable dans certains documents. La visée discursive de l'énonciateur est de restituer le passé et de faire perdurer la mémoire historique correspondant aux défaites, victoires et pertes, en l'occurrence humaines, du parti.

Ce texte aura permis de s'éloigner des débats, des discours et controverses liés à la radicalité envisagée à partir de l'extrémisme religieux et des violences qui en découlent pour s'inscrire dans une perspective infocommunicationnelle. Ainsi, l'approche proposée démontre la portée globale et significative de la sémiopragmatique et de son « modèle de non-communication qui implique de s'interroger sur les contraintes qui permettent la communication » (Odin, 2011 : 142) dans divers contextes, y compris de non-communication. Il semble alors que l'apport de l'analyse de la radicalité dans le cadre des SIC soit indéniable.

Références bibliographiques

- Abou S. (2008). De l'identité et du sens. Beyrouth. Presses de l'Université Saint-Joseph.
- Aroufoune B. & Bou Dagher E. (2019). Les radicalités dans la presse libanaise pendant la dernière crise institutionnelle. REFSICOM [en ligne], Varia, consulté à l'adresse <http://www.refsicom.org/577>
- Assi J. A. (2009). Les médias libanais. Confluences Méditerranée, n°69, p.49-59.
- Bulinge F. (2012). Un outil de décryptage de contenus manipulateurs : cas des groupes islamistes radicaux. Communication & organisation, n°42, p.175-190.
- Bulinge F. (2016). La radicalisation en prison : mythe ou réalité ? ESSACHESS – Journal for Communication Studies, 9 (2), 173 195.
- Charaudeau P. (2011). Les médias et l'information. Bruxelles [Bry-sur-Marne] : De Boeck INA éditions.
- Charaudeau P. (2017). Le débat public, entre controverse et polémique : enjeu de vérité, enjeu de pouvoir. Limoges : Lambert-Lucas.
- Collet L. (2018), « Analyse de la performance dynamique des agences de communication : expérience utilisateur et formes multimédias interactives », Mémoire d'habilitation à diriger des recherches, Lyon.
- Corm G. (2007). Le Proche-Orient éclaté : 1956 - 2007. Paris : Gallimard.
- Durampart M. (2012). Expression et engagement sur le Web et les réseaux : une polarisation. Multimed, n°2, p.37 51.
- Guibet-Lafaye C. (2016). Approche critique des sociologies de la radicalisation. Consulté à l'adresse <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01381974/document>.
- Iskandar-Kerbage R. (2014), Les jeunes libanais face à l'information télévisée : ouverture sur le monde ou repli communautaire (thèse de doctorat, en SIC). Disponible sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-00969040>.
- Jreijiry R. & Abi Tamer J. (2018). Le discours des journaux télévisés libanais : prolifération des références religieuses et confessionnelles. Revue française des sciences de l'information et de la communication, n°13. Disponible sur <https://doi.org/10.4000/rfsic.3677>, consulté le 10 avril 2019.
- Khosrokhavar F. (2014). Radicalisation. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Mermier F. & Varin C. (dir.) (2010). Mémoires de guerres au Liban : 1975-1990. Arles : Actes sud.
- Odin R. (2000). La question du public. Approche sémio-pragmatique. Réseaux. Communication - Technologie - Société, 18(99), p.49-72.
- Odin R. (2011). Les Espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique. Grenoble.
- Picard E. (1988). Liban, état de discorde : des fondations aux guerres fratricides. Paris : Flammarion.

**Détournement du genre dans la lutte contre les violences envers les femmes :
processus créatifs et intentions d'influence**
Gender diversion in persuasive communication for public utility combatting vio-
lence against women : creative processes and intentions of influence

Evi Basile-Commaille

doctorante en SIC

IMSIC, Ecole de Journalisme et de Communication d'Aix-Marseille Université

evi.creation.imp@gmail.com

Mots-clés

Détournement du genre ; communication persuasive et d'utilité publique ; processus créatifs et intentions d'influence ; lutte contre les violences faites aux femmes

Keywords

gender diversion ; persuasive communication for public utility ; creative processes and intentions of influence ; combatting violences against women

Résumé

Dans la communication persuasive et d'utilité publique contre les violences faites aux femmes, des créatifs mobilisent une stratégie créative de « détournement du genre ». Les entretiens avec ces créatifs révèlent : leurs intentions d'influence réflexives (non injonctives) sur un public-cible large (femmes et hommes) ; et leurs processus créatifs, une imitation-reproduction des violences et leurs transformations, misant sur l'efficacité de la déstabilisation et révélation des récepteur-trice-s.

Summary

In the field of persuasive communication for public utility combatting violence against women, producers use « gender diversion » as a creative strategy. Interviews with these producers reveal: a reflexive (non injunctive) intentions of influence on a wide target (women and men) ; and their creative processes, a copy of gender violences and their transformations, producers relying on effectiveness in destablisation and reveal on the audience.

Détournement du genre dans la lutte contre les violences envers les femmes : processus créatifs et intentions d'influence

1. Ampleur des violences faites aux femmes et limites de la communication contre celles-ci

En France, les femmes sont dix fois plus exposées que les hommes aux injures sexistes. Une femme sur sept a été victime de violences sexuelles au cours de sa vie (et un homme sur vingt-cinq)¹. La grande majorité des auteurs de violences sexuelles sont des hommes (Debauche et al., 2017).

En France, l'enquête VIRAGE (Violences et Rapports de Genre) de 2015 actualise la première enquête nationale sur les Violences Envers les Femmes, l'ENVEFF (2001). Celle-ci révélait l'ampleur du phénomène et notamment des violences conjugales, reprises par l'Etat Français dès les campagnes du premier plan triennal (2005-2007).

Les violences faites aux femmes désignent « toutes les violences commises par les hommes en tant qu'hommes envers les femmes en tant que femmes » (Bereni et al., 2012). La sociologue et féministe Jalna Hanmer (1977) explique que les actes violents d'un homme « sont au nom de tous les hommes », ce qui peut « paraître osé, ou même absurde, tellement nous avons individualisé ce phénomène social important. »

L'analyse d'Hernandez Orellana et Kunert (2014) sur la communication de l'Etat Français contre les violences faites aux femmes (2005-2013) rejoint cette critique : désignant la responsabilité des individus, elle en élude la dimension structurelle. Les femmes y ont pour injonction de « libérer la parole ». D'autres limites sont pointées : la quasi-absence des hommes violents dans le champ de la caméra ou en tant que cible. « Dans quelle mesure ces campagnes de prévention servent-elles alors à prévenir les violences si leurs auteurs ne sont quasiment jamais la cible de la prévention ? » questionnent les chercheuses.

2. Dispositifs créatifs persuasifs et d'utilité publique de détournement du genre (DDG)

Partant de ces constats, nous avons regroupé des dispositifs communicationnels et créatifs prenant le contre-pied de ces manques -incluant et ciblant les hommes- et mobilisant une stratégie créative : le « détournement du genre » (DDG). Nous définissons cette notion comme perturbation des relations, normes ou représentations socialement construites, dans une réalité socio-historique située, de ce qui relève du masculin ou du féminin, des hommes ou des femmes (sans que ces bi-catégorisations se superposent exactement (Coulomb-Gully, 2010)). Cette stratégie créative hypertextualise, au sens de Genette (1982), le genre. Par ces leviers, les intentions des créatifs pourraient différer de la communication étatique : « saisir » les violences par le prisme du genre, mettre la lumière sur les femmes et les hommes (dans le champ et en tant que cible) et se différencier de l'injonction.

Des notions proches du DDG sont développées dans la littérature, telles que « le dégenrage des codes » (Kunert, 2012), « la parodie de genre » (Trépanier-Jobin, 2013) ou « hacker le sexisme » (Dayer, 2014).

Ces créations persuasives et d'utilité publique sont collectées puis méta-analysées (base de données critérisée par violences et formes de DDG). Le DDG est mobilisé ici dans des dispositifs parfois communicationnels et artistiques, illustrant ces « emprunts réciproques des répertoires d'action au travail similaire de manipulation des symboles » entre « les formes collectives d'action contestataire dans les mondes de l'art et les influences artistiques sur les mouvements sociaux » (Balasinski, 2009).

¹ Secrétariat d'Etat chargé de l'Egalité entre les femmes et les hommes. (2018). Chiffres clés - Vers l'égalité réelle entre les femmes et les hommes https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2018/09/29474-DICOM-CC-2018-essentiel_BD.pdf

Le DDG se décline en inversion du genre simple (ex. court-métrage dystopique « Majorité Opprimée », 2010, E. Pourriat) ou appropriationnelle (ex. clip musical, pastiche satirique « C.L.I.T », 2016, E. D. Charles et S. Constantin). Il peut être d'amplification par transposition : zoomorphisme (ex. BD « Les Crocodiles », 2013, T. Mathieu), oxymore et collage (ex. revue « PorntoShop », 2016) ou diégétique avec retournement final (ex. clip « Les Clients », 2013, P. Jean). Enfin, il se matérialise par des imitations-pièges tels que les faux avec révélation finale (ex. application « Girls of Paradise », 2016, G. Ollier et C. Rambaux), charge polémique (ex. court-métrage « La Prostitution, un métier ? », 2013, F. Pollet-Rouyer) et transvalorisation (ex. affiches « Les hommes s'engagent », 2005, 2009, CFCV). Tous jouent et réécrivent des violences genrées³ sur différents supports⁴ et proposent donc une double lecture (versions « originale » et détournée) dénaturalisant et anormalisant ces comportements violents.

3. Problématique, méthodologie et analyses de la production-création

Notre problématique consiste à mieux comprendre les processus créatifs et les intentions persuasives du DDG. Nous nous focalisons ici sur la création et non les créations.

Premièrement, pourquoi est-il mobilisé par les créatifs, i.e. quelles sont les intentions persuasives, les effets visés et le public-cible ? A travers le DDG les créatifs, « doté[s] d'intentionnalités, cherchent à orienter les comportements des publics, également dotés d'intentionnalités, de manière à ce que les comportements contribuent à réaliser les objectifs [des premiers] » (Chabrol et al. 2004). Nous questionnons les effets socio-cognitifs et socio-affectifs visés par les créatifs par le DDG, pour un changement d'attitudes (objet cognitif et jugement évaluatif, support au comportement (Michelik, 2008)) sur les violences.

Deuxièmement, alors que le DDG est mobilisé dans une visée persuasive et d'utilité publique, comment est-il conçu, i.e. quels sont ses processus créatifs ? Il s'agit ici des « processus de décision au cours de la production » à l'aide « de représentations sociales et de théories implicites » (Courbet & Fourquet-Courbet, 2005), soient les « savoirs courants (...) socialement élaborés et partagés par un groupe d'individus » et « des théories non scientifiquement fondées auxquelles les acteurs sociaux ont recours pour expliquer la réalité sociale. » Quelles représentations et théories implicites communes sont-elles à l'œuvre dans la production du DDG ? Quelle est la « base » créative du genre (hypotexte) détournée ? Comment sont opérés les DDG ? Quelles limites ou critiques sont rencontrées ?

Nous avons conduit une méthodologie qualitative sur la base de 18 entretiens semi-directifs avec 23 créatifs aux profils variés : 8 réalisateur·trice·s, 5 coordinateur·trice·s de campagne et annonceurs, 3 directeur·trice·s artistiques, 4 comédien·ne·s, 2 artistes photographes et 1 BDiste. Ils et elles sont en majorité à l'origine de l'idée créative et issu·e·s de la société civile organisée, certain·e·s pouvant être qualifié·e·s de « contre-public subalternes » (Fraser, 2001). Chaque entretien est combiné avec une phase d'explicitation, pendant laquelle ils et elles sont exposé·e·s à leur création, afin de faciliter l'émergence de la mémoire du moment créatif.

Les analyses sont lexicale, sémantique, cognitivo-discursive et thématique. Au total, 3712 assertions thématiques traitées, 16 982 substantifs sémantiques classés⁴ et 518 relations⁵ significatives sont analysés. Nous privilégions une analyse transversale (inter-entretien) pour déceler les processus et intentions communs aux enquêté·e·s.

² *Violences transversales : 8 dispositifs, prostitution : 7, sexisme et représentation : 7, agression sexuelle : 5, harcèlement 4.*

³ *9 clips de sensibilisation, 3 clips musicaux, 4 court-métrages dont 1 animé, 1 long-métrage, 2 site ou application, video case et spot radio, 2 séries photographiques, 4 affiches, 1 BD, 1 publicité, 1 sac.*

⁴ *Occurrences de noms communs, issues de l'analyse lexicale et sémantique, classées dans un scénario que nous avons construit avec le logiciel Tropes.*

⁵ *Cooccurrences dans une même proposition, dans le logiciel Tropes*

4. Processus créatifs et intentions persuasives des créatifs mobilisant le DDG

Intentions persuasives

Les intentions persuasives des créatifs par le DDG -les « effets, impact, influence et retours » sont majoritairement réflexives (et non injonctives), socio-cognitives et socio-affectives. Il s'agit « d'interpeller » (16/18⁶), de faire « sentir et ressentir » (17/18) des affects négatifs, tels que de « faire éprouver aux hommes les violences, qu'ils s'identifient », de « mettre le-la récepteur·trice mal à l'aise, le-la gêner » ou encore de « faire ressentir un trouble » (7/18) ou « monter crescendo, du sourire puis mettre mal à l'aise ». L'effet visé est aussi de « révéler » (16/18) « la violence et le sexisme » de ce qui semble « normal » avant détournement et dans une moindre mesure, de « faire parler » (8/18) : créer un « débat public » ou aider les femmes victimes à « libérer la parole ».

Parallèlement, les créatifs assertent les violences et le monde dans lequel elles s'inscrivent, c'est une « réalité à affirmer », quand par ailleurs, la réalité est « à construire » ou un « univers possible » lorsqu'elle est mise en scène par le DDG⁷. Par exemple, l'utilisation de deux verbes exprime cette double perspective d'assertion/projection : « montrer » (18/18) une autre/la réalité des violences à travers une fiction ; « imaginer » (17/18) un monde différent, y être à la place de.

Ce résultat corrobore avec notre idée initiale : le DDG diffère de la stratégie des campagnes de l'Etat Français en n'étant pas injonctif, mais en invitant le public à revoir ses représentations sur les violences et le sexisme sur la base d'une nouvelle lecture de la « réalité » réécrite.

En revanche, concernant le public-cible, il est plus large empiriquement que nous l'avions construit : le public-cible exclusif « hommes » (8/18) est précédé des « femmes et des hommes, la société, tout le monde » (15/18). D'autres cibles sont exprimées : « les jeunes » (7/18), les « industries de la pub, musique, culture » (5/18) ou encore les « femmes » (5/18). Le DDG et l'inclusion des hommes dans le champ procèdent ainsi d'une cible inclusive (hommes et femmes) et généralisante (la société), il est un moyen de s'adresser à un public-cible large.

Dépasant les intentions, le DDG s'inscrit dans le champ sémantique des « actions, choix, changement et capacité d'agir » (18/18) pour les « femmes ». La « lutte » (18/18) en général est caractérisée par le « féminisme », le « combat » et « l'égalité ». Les femmes restent au centre du discours : première référence discutée, suivies des « gens » et des « hommes ». Les relations « femmes-hommes » dominent le discours, reflétant à la fois l'objet décrié et détourné : l'asymétrie dans la construction et les relations genrées. Ces relations sont suivies des violences faites aux femmes et la lutte contre celles-ci.

En s'exprimant sur leurs créations, les violences et la lutte, les créatifs tiennent un discours argumentatif renforcé par une prise en charge par le narrateur et à l'aide du « je », i.e. ils et elles « s'engagent, argumentent, expliquent ou critiquent pour essayer de persuader », établissant « un rapport d'influence », révélant leur « point de vue⁸ ».

Ainsi, les femmes continuent d'être le sujet principal dans les communications mobilisant le DDG et dans les préoccupations des créatifs en entretien. Ils et elles les placent au cœur de leur discours, décrivent les relations asymétriques et violentes, exposent la lutte comme féministe, visent des effets réflexifs, socio-cognitifs et socio-affectifs en faveur d'une perception des conditions d'existence des femmes et prennent en charge et argumentent leur position. Le DDG incarne une position engagée et des intentionnalités d'assertion, de projection et de changement social, par effet de renversement où le monde se donne à voir selon le prisme des femmes.

⁶ Sur les 18 entretiens, 16 recensent ce thème

⁷ Programmes cognitivo-discursifs basés sur des indicateurs langagiers combinés (Trognon & Ghiglione, 1993, p. 47)

⁸ "Manuel de Tropes V8." 2013.

Processus créatifs

Pour construire ces formes de DDG, le processus d'actions s'apparente à celui exposé par Dayer (2014) « analyser la manière dont le sexisme se construit (...) pour mettre en lumière ses différentes traductions mais également pour actualiser les moyens de le prévenir et de l'enrayer », de « trouver les failles d'un système pour le déjouer tout en évitant de le consolider ». Pour Genette (1982), « tout texte dérivé d'un texte antérieur par transformation (...) ou imitation ».

La « base » créative repose des « reprises » (16/18) d'éléments du monde social genré : de « clichés, représentations, discours justifiant les violences et expériences issues de connaissances pratiques » (12/18) analysés par les créatifs et de « témoignages récoltés et retranscrits » (6/18). L'idée amorcée du DDG est de reproduire, imiter, jusqu'à « plagier ». Enrichissant les intentions persuasives, la force argumentative tient à ce que les histoires narrées par le DDG sont issues d'histoires vraies, pouvant même paraître « fausses, caricaturales, dépasser la fiction » (6/18). Lorsque les créatifs s'expriment sur les violences, il s'agit des « actes » (18/18), i.e. prostitution, agression sexuelle, harcèlement ; de « leur dimension collective » (18/18), liée à la société, au système, au sexisme ; et des « auteurs » (14/18), i.e. client, agresseur, harceleur, violeur. Second élément, les transformations opérées. Il s'agit de « pointer, montrer et renverser » (17/18) les « hommes violents, complices, responsables » (6/18), de « renvoyer la responsabilité sur les auteurs » (6/18) ou de les « transformer en bête » (9/18). L'objet est alors le reflet de l'anormalité de leurs comportements violents. Les créatifs cherchent, à travers l'idée qu'ils et elles se font de l'horizon d'attente du public, à le « mettre en suspens puis de choquer » (14/18). L'idée est donc de ne pas révéler leurs intentions pour qu'elles émergent progressivement dans l'esprit des récepteur·trice·s ou par révélation explicite. La théorie implicite et ses réponses créatives sont les suivantes : « les gens s'habituent aux messages, tous se ressemblent, ils ne sont donc plus efficaces, d'où le besoin d'en trouver de nouveaux » (7/18). Le DDG apparaît alors comme solution, il « embarque » son public (10/18) sans lui révéler ses intentions, mais « son degré de clarté est fort » après la révélation. Le DDG est un moyen évalué positivement : « il permet de capter l'attention » (6/18) et il est jugé « efficace » (12/18). Il est pour certain·e·s un outil qui se mobilise « dans la vraie vie, comme arme pour se défendre » (6/18).

D'autres transformations sont opérées : « défaire » (14/18) en brouillant les frontières du genre (8/18), créer un « décalage, une distance » avec l'objet (7/18) ; « projeter » dans des « mondes dystopiques » (6/18) ; « être dans la pensée des hommes complices, machistes ou harceleurs » (5/18) ou « du point de vue de la victime » (4/18). « Extrémiser » (8/18) ou « rapprocher » (9/18) en jouant de contraste ou d'absurde est aussi une forme de transformation.

La dernière étape du DDG sont ses effets visés exposés plus tôt. Nous nous intéressons ici aux évaluations au cours du processus créatif jusqu'à sa fin. Si la majorité des créatifs évaluent le DDG positivement, ils et elles lui reconnaissent des limites, lesquelles sont déjouées en cours de création ou non. Premièrement, le DDG n'est pas un procédé « radical ou autosuffisant, mais ponctuel, événementiel » (7/18). Cette théorie implicite fait écho à leur stratégie pour favoriser la circulation : « faire quelque chose qui se voit médiatiquement, circule et touche un large public » (11/18).

Autre limite, le DDG peut « retourner la violence, être approprié par la cause adverse ou créer de nouvelles violences » (4/18). Une attention particulière est portée sur ces points pour les déjouer : « se réapproprier des codes et affirmer une puissance du féminin » (5/18), ou des « impératifs » (8/18) de ne pas utiliser de discours culpabilisant les femmes, de clichés « pornifiant » ou de stigmatiser d'autres groupes.

Paradoxalement, si le DDG est parfois qualifié de « procédé simple, rapide » (8/18), les créatifs reconnaissent sa construction « émergente » (10/18), un processus itératif d'ajouts/suppressions progressif et leur « vigilance, souci du détail, soin et préparation en amont » (7/18). Les principaux retours négatifs (15/18) (versus positifs (16/18)) des publics aux créatifs, via les commentaires en ligne, les projections, sont ceux d'hommes (4/18) ou ceux « violents, racistes ou culpabilisant » (6/18). Les créatifs répondent qu'ils montrent bien « l'utilité », encore aujourd'hui, de lutter.

Le DDG est ainsi conçu en imitant la réalité sociale genrée et ses violences et en la transformant, sans prévenir le public ; ses créatifs jugeant la déstabilisation et la révélation efficaces sous certaines conditions.

Bibliographie

- Balaskinski, J. (2009). Art et contestation. In O. Fillieule, M. Lilian, & C. Péchu, *Dictionnaire des mouvements sociaux*. Paris, Presses de Sciences Po, 67-73
- Bereni, L., Chauvin, S., Jaunait, A., & Revillard, A. (2012). Introduction aux études sur le genre. De Boeck.
- Chabrol, C., Courbet, D., & Fourquet-Courbet, M.-P. (2004). Psychologie sociale, traitements et effets des médias. *Questions de communication*, (5), 5-18.
- Coulomb-Gully, M. (2010). Féminin/masculin : question(s) pour les SIC. *Questions de communication*, (17), 169-194.
- Courbet, D., & Fourquet-Courbet, M.-P. (2005). Les processus psychologiques lors de la création publicitaire. *Hermès, La Revue*, n° 41(1), 67-74.
- Dayer, C. (2014). *Sous les pavés, le genre hacker le sexisme*. Éd. de l'Aube.
- Debauche, A., Lebugle, A., Brown, E., Lejbowicz, T., Mazuy, M., Charruault, A., ... Hamel, C. (2017). Présentation de l'enquête Virage et premiers résultats sur les violences sexuelles. *Documents de travail* 229.
- Fraser, N. (2001). Repenser la sphère publique: une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement. Extrait de *Habermas and the Public Sphere*, MIT Press, 1992, p. 109-142 (M. Valenta, Trad.). *Hermès, La Revue*, (3), 125–156.
- Genette, G. (1982). *Palimpsestes: la littérature au second degré*. Paris: Edition du Seuil.
- Hanmer, J. (1977). Violence et contrôle social des femmes. *Questions Féministes*, (N°1), 68-88.
- Hernandez Orellana, M., & Kunert, S. (2014). *Quand l'Etat parle des violences faites aux femmes*. Ed. Lussaud.
- Jaspard, M., Brown, E., Condon, S., Firdion, J.-M., Fougeyrollas-Schwebel, D., Houel, A., ... Schiltz, M.-A. (2001). Nommer et compter les violences envers les femmes : une première enquête nationale en France. *Population et sociétés* (N° 364).
- Kunert, S. (2012). Dégenrer les codes : une pratique sémiotique de défigement. *Semen*. (34).
- Michelik, F. (2008). La relation attitude-comportement : un état des lieux. *Éthique et Économique / Ethics and Economics* n° 6(1)
- Trépanier-Jobin, G. (2013). *Le rôle de la parodie dans la dénaturalisation des stéréotypes de genre : l'exemple du soap opera et de la série Le coeur à ses raisons* Thèse de doctorat en Communication, Université du Québec.
- Trognon, A., & Ghiglione, R. (1993). *Où va la pragmatique ? De la pragmatique à la psychologie sociale*. Presses Universitaires de Grenoble.

La vie religieuse et ses hybridations en Afrique à l'heure des réseaux et des transformations anthropologiques en cours. (Contribution à une stratégie d'adaptation à partir du cas de la Congrégation des Filles du Saint-Cœur de Marie au Sénégal)
The religious life in Africa, its hybridizations at the time of the networks, and anthropo-technical transformations.

Bassene Jeannette

doctorante en SIC

IMSIC, Université de Toulon

soeurtoutiane@yahoo.fr

Mots clés : Vie religieuse - Afrique - Hybridations - Réseaux numériques - Dynamique anthropologique - Foi et savoir.

Keywords: Religious life - Africa - Hybridations - Digital networks - Anthropological dynamics - Faith and knowledge.

Résumé : Ce que l'on appelle le cybermonde (Internet, les écritures hypermédia, télévision-radio numérique, la réalité virtuelle...) est au cœur des transformations anthropologiques majeures et de la « noosphère ». Tous ces changements affectent le rapport à la Foi, à l'Église, le fonctionnement des communautés religieuses partout dans le monde, y compris à fortiori en Afrique. L'objet de cette recherche est d'analyser les changements qui s'opèrent au sein des communautés religieuses africaines en nous appuyant sur la Congrégation des Filles du Saint Cœur de Marie au Sénégal.

Abstract: What is called the cyberworld (the Internet, hypermedia writings, digital television-radio, virtual reality ...) is at the heart of major anthropological transformations and of the "noosphere." All these changes affect the relationship to the Faith, to the Church, to the the movements of subjectivation and the economies of Desire. They affect the functioning of religious communities all over the world, especially in Africa. The purpose of this research is to analyze the changes taking place in African religious communities by relying on the Congregation "Daughters of the Holy Heart of Mary in Senegal."

La vie religieuse et ses hybridations en Afrique à l'heure des réseaux et des transformations anthropologiques en cours. Contribution à une stratégie d'adaptation à partir du cas de la Congrégation des Filles du Saint-Cœur de Marie au Sénégal

Le cybermonde, tel que grossièrement qualifié plus haut complique les territoires traditionnels de la communauté. Prises dans ces devenirs les communautés religieuses africaines sont traversées par des débats et des tourments relativement profonds, d'où le titre de la recherche : « La vie religieuse en Afrique et ses hybridations à l'heure des réseaux et des transformations anthropologiques en cours. » Ses territoires sont de plus en plus hybrides, et tendent à remettre en cause les notions hérités de Dedans et de Dehors. De plus les notions de connectivité et d'interfaces ici comme ailleurs, perturbent le vaste système de relations internes des communautés religieuses, voire du monde religieux en général.

Cependant les manières dont sont évoquées à l'heure actuelle ces évolutions, nous semblent, partisans. Ici et là on parle de communautés virtuelles qui remettraient en cause des communautés réelles et créeraient de l'individualisme et de l'isolement. De même la clôture qui servait à limiter l'accès à l'intérieur aux personnes extérieures à la communauté s'est également fissurée et aujourd'hui une jeune sœur peut facilement exploiter pour elle-même les porosités de plus en plus fortes entre des territoires autrefois étanches ou interdits. Comment, la possibilité de naviguer hors des communautés religieuses grâce à internet et les réseaux, affectent-elles le système de fonctionnement des Congrégations en Afrique sera, un des fils conducteurs de notre interrogation ?

Pour notre étude nous avons choisi comme nous l'avons cité au départ, les filles du Saint Cœur de Marie. Cette Congrégation est une institution religieuse, catholique et autochtone, fondée au Sénégal en 1858 par Mgr Aloys Kobès, évêque de la Sénégambie de l'époque. Les raisons de cette fondation étaient, selon lui, de faciliter l'évangélisation du continent. Le choix de cette Congrégation n'est rien d'autre que stratégique, parce que faisant nous même partie de cette institution, l'accès à la communauté et aux membres reste un avantage dans notre travail de terrain, sachant que les communautés religieuses en générale et celles de l'Afrique en particulier demeurent encore des milieux très fermés aux personnes extérieures. Notre recherche vise encore (sur le plan méthodologique) à mettre à l'épreuve la question de « l'immersion sur le terrain » comme construction problématique. Dans toute recherche ou pensée, il n'y a pas de transparence de soi à soi et de soi à l'Autre.

Notre propre situation et écologie est de ce point de vue, presque caricaturale. D'où la menace toujours renouvelée d'effondrement qui pèse sur cette recherche et la tension qui la traverse. Nous essayons d'élargir tant soit peu les conditions de possibilité d'une enquête ouverte dans les habits d'une scientificité compliquée et incertaine.¹

Nous avons également constaté qu'il y a un manque extraordinairement fort d'analyse concernant les traces numériques dans les univers religieux, leurs conditions de production, de circulation. Les traces numériques (pourraient être) dans le religieux, nombreuses. Mais elles ne le sont pas pour des raisons profondes, liées entre autres à la clôture et aux dispositifs de contrôle et d'auto-contrôle des communautés. La question n'est pas seulement d'affirmer qu'elles sont peu ou pas du tout analysées, traitées, exploitées. Elles ne sont simplement pas « obtenues » fabriquées. On pourrait d'ailleurs en partant de cette non-fabrication même, redéfinir la réflexion critique ou dit autrement la réflexivité que désirent faire émerger (ou pas) les communautés sur elles-mêmes. Ou encore ce serait là une manière de faire face pour partie et en ce qui nous concerne, à notre propre condition structurale de visibilité. Comme le dit Kipling : « l'obscurité est toujours sous la lampe »

¹ Nous développons dans notre travail un certain nombre de réflexions critiques sur la notion « d'observation participante ». Nous avons aussi élaboré un questionnaire d'enquête adresse aux sœurs du Saint Cœur de Marie. Des enquêtes difficiles à mener parce que, par exemple, la non-explicitation par les religieuses de leur « nomadisme » hors du site internet de la Congrégation., est la règle. Comment contourner l'obstacle d'observer un monde aussi spécial que les communautés religieuses, quand on doit construire une méthodologie dans un monde habité par le secret, la pudeur, la distance, la clôture ?

Dans les revues de sociologie de la religion il y a en effet très peu de travail sur la constitution de corpus numériques originaux (ou pas), comportementaux, sémantiques... donc d'exploitation de ces corpus (Datamining divers, Cartographies complexes des relations) réalisé.² Nous avons toutefois enquêté sur le terrain de manière classique (interviews, et enquêtes dans les communautés et en dehors) et à partir de notre immersion dans les populations religieuses. Immersion à la fois point de force et obstacle, définissant notre visible comme notre invisible. Voir sans être vu et ne pas voir parce que trop invisible. Être l'expression et l'exprimé de ce milieu au point de ne pas pouvoir revendiquer simplement la recherche d'une position critique ou porteuse d'une certaine scientificité, de ne pouvoir habiter une sorte « d'hétérotopie conceptuelle interne »³. Nos postures et positions, religieuses et scientifiques étant définie par leurs tensions mêmes, et par les propres tourments de notre parole religieuse (Latour, 2002) nous avons abordé donc de manière rapide et synthétique le travail en cours.

La vie religieuse en Afrique et ses hybridations

La vie religieuse, au sein de l'Église catholique, peut être définie comme une vie à la suite du Christ par la profession des conseils évangéliques de chasteté, pauvreté et obéissance. Elle est observée par des hommes et des femmes, qui choisissent librement de tout quitter pour vivre en communauté au service de l'Église. Importée d'Europe, elle s'est propagée en Afrique grâce à l'arrivée des premiers missionnaires, eux-mêmes venant à la suite des expansions coloniales européennes. De ce fait, vous conviendrez avec nous que parler de la vie religieuse aujourd'hui en Afrique, c'est réfléchir sans doute, déjà et nécessairement sur l'évolution de la société actuelle et son impact sur la vie religieuse en Afrique. Dans « Vita consecrata », le Pape Jean Paul II souligne que : « grâce à la profession des conseils évangéliques, les traits caractéristiques de Jésus chaste, pauvre et obéissant deviennent visible au milieu du monde de manière exemplaire et permanente ».

Mais s'il y a l'affirmation et le désir « d'une seule et même vie religieuse dans l'Église catholique inspirée de l'Évangile », l'expression de la vie religieuse en Afrique est complexe et soumise à des influences venant d'horizons hétérogènes. Dans le contexte africain marqué par la multiplicité, l'hétérogénéité et de profondes mutations culturelles, les choses sont moins simples et dogmatiques. La vie religieuse en Afrique fait face à de nombreux défis. Quelques-uns sont particuliers au continent, alors que d'autres découlent de la Vie religieuse elle-même comme état de vie en communauté. Les nouveaux moyens de communication, les nouvelles mémoires et écritures en réseau, les accès faciles aux narrations concurrentes et aux controverses religieuses et /ou sociétales « travaillent » les forces et les désirs des consacrées, par-delà les valeurs et les dogmes. Jamais depuis bien longtemps, la co-construction plus ou moins conflictuelle des narrations religieuses n'a été aussi marquée.

Les débats qui ont eu lieu au cours du récent Synode sur l'Église en Afrique (2009) en sont le témoignage. Le Synode a certes mis en exergue le dynamisme et la vitalité de ces jeunes Églises qui disposent d'un nombre croissant de vocations religieuses, mais cela n'a pas empêché que soient mentionnées les difficultés et les problèmes propres à la vie religieuse dans ce continent. Ainsi et de manière relativement convenue, il a été souligné, l'instabilité vocationnelle, l'exigence d'une formation solide des membres des instituts, le manque d'une autonomie matérielle, l'importance de développer une culture et une spiritualité de communion dans des milieux troublés par des tensions tribales, ethniques et raciales, la prise en compte des problèmes liés à la sorcellerie, au maraboutage, au fétichisme, au monde occulte. Et ce dans le cadre des processus de mondialisation, du choc des cultures et des modes d'addiction attachés aux marchés sûrs d'eux-mêmes et dominateurs, de la domination de la Pulsion sur la Sublimation.

² Pour ce qui est des méthodes d'analyse issues des sciences de l'information, (analyse de corpus, de textes analyse de la sphère Twitter, de la Blogosphère...) nous sommes conscientes de leur grand intérêt mais elles demandent des moyens d'investigations relativement importants de capture des données, de constitution de bases de données et de traitements informatiques et sémantiques forts. Donc une approche transdisciplinaire complexe et un travail collectif consistant. Ce travail dans le cadre des sciences humaines et sociales, est un travail complexe.

³ Voir ici les travaux de Michel Foucault et François Jullien

Domination portée entre autres par le marketing aussi bien que par les machines à désirs de l'Entertainment. Il y a en Afrique (mais aussi ailleurs) une autre formule provocante qui exprime la grande confusion des pulsions à l'œuvre : « Youtube, Youporn, Youpray ».

On assiste donc à une érosion-altération de certaines des valeurs traditionnelles de la vie religieuse. L'ébranlement en cours est grand et face à cette situation les supérieures majeures sont en grand désarroi. Comment être dans le monde, dès lors que ce monde est face à des mutations anthropotechniques, biopolitiques, urbaines et agricoles inédites, à la montée de grandes crises écologiques (Ressources, Climat et Biodiversité, mais encore de l'Esprit et du Socius, avec la différenciation inégalitaire des revenus)⁴ ? Comment être dans le monde face à la montée de narrations religieuses rivales, tantôt archaïques tantôt futuristes (trans et post-humanistes) ?⁵

La question n'est donc pas tellement de maintenir une qualité et intensité de la vie communautaire qui serait de tout temps et toute éternité « sub speciae aeternitatis » (sous la forme d'éternité) mais de la refonder en redéfinissant son rapport avec les nouvelles forces du Dehors.

L'impact du cybermonde dans la vie des communautés religieuses en Afrique

Pendant longtemps, la communication de l'Eglise catholique a été pour part essentielle très verticale et « top-down » (de haut en bas). Elle était centralisatrice et descendante, en appui sur des appareils de capture et des moyens de pilotage sémiotique sous hyper-contrôle. Ce type de communication singulièrement pauvre, et à sens unique, fut modifié avec Vatican II qui proposa un nouveau modèle d'Eglise. Les communautés religieuses continuent de fonctionner sur le même modèle, « top-down » avec les mêmes contraintes sémiotiques. Et les Congrégations en Afrique, ont encore plus de difficulté à autoriser une communication horizontale transversale. Mais avec l'ère du numérique, les transformations déjà évoqués et le déploiement des réseaux sociaux ont affecté ces modes d'organisation, de communication, d'intelligence collective de façon radicale.

D'un autre point de vue Jacques Derrida a mis en évidence « une sorte de logique générale de l'auto-immunisation, et il s'en sert pour penser les rapports entre foi et savoir, religion et science ». Selon lui, « la machine télé-techno-scientifique ne cesse de produire des phénomènes de dislocation, d'expropriation, de déracinement, de délocalisation, de mettre en œuvre des distances et des vitesses qui délocalisent, éloignent ou rapprochent, actualisent ou virtualisent, accélèrent ou ralentissent les espace-temps. Ce mouvement produit une réaction et un ressentiment, par lesquels la religion s'indemnise dans une dynamique à la fois immunitaire et auto-immunitaire. La religion s'allie donc à la télé-technique, mais en même temps elle réagit de toutes ses forces à son emprise par un processus d'indemnisation qui est lié à toutes les formes de propriété (propriété de l'idiome, lien au sol et au sang, à la famille et à la nation.) » (Derrida 1996)

Que peut signifier donc pour les congrégations et pour l'église le passage d'une communication verticale à une communication horizontale ? Y-a-t-il un « Désir » pour cela ? Y-a-t-il une « complexion passionnelle » pour cela ? Y-a-t-il une Foi pour cela ?⁶

⁴ Voir la lettre encyclique « *Laudato Si* » du Saint-Père François sur la sauvegarde de la maison commune (http://w2.vatican.va/content/dam/francesco/pdf/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si_fr.pdf)

⁵ Bruno Latour « *Si tu viens à perdre la Terre, à quoi te sers d'avoir sauvé ton âme ?* » (Science PO) avec en exergue « *Et l'Eglise ne se défend pas seulement par ses docteurs, par ses saints, par ses martyrs, par le glorieux Ignace, par l'épée de ses enfants fidèles, Elle en appelle à l'univers ! Attaquée par les brigands dans un coin, l'Eglise catholique se défend avec l'univers !* » (Paul Claudel *Le Soulier de satin* 2ème journée scène V (<https://hal-sciencespo.archives-ouvertes.fr/hal-00972980> et <http://www.bruno-latour.fr/node/150>))

⁶ Première lettre aux Corinthiens où l'on peut lire aussi une profonde conscience médiologique et une réflexion organisationnelle stratégique dont on retrouve des échos puissants dans les organisations révolutionnaires contemporaines, les organisations totalitaires

L'Église a sur ces questions une position fragile, craintive, prudente. Certes elle a souvent exprimé sa conviction que les médias sont, selon le Concile Vatican II, de merveilleuses découvertes techniques. Elle ne condamne pas les moyens de communication, qui sont « des dons de Dieu », mais invite à aborder avec réalisme et prudence ces moyens qui peuvent comporter certains risques pour la vie intérieure des communautés religieuses.

Elle reconnaît que les instruments de communication peuvent certainement être d'un grand apport au renforcement des relations humaines : mais si la préparation morale et intellectuelle est déficiente, ou s'il manque la bonne volonté, leur usage peut produire un effet contraire, créant ainsi des incompréhensions et une distanciation entre les personnes d'une même communauté (Eilers & Giannatelli 1996, p. 30).

Du point de vue du champ d'immanence doxique des congrégations religieuses africaines, « on parle de la dépravation des mœurs à travers un certain relativisme dans le comportement » : fréquentation de sites non appropriés, visionnage de films pornographiques ou sans objet ; perte du savoir vivre, impolitesse et indiscipline, manque de respect dans les relations fraternelles. De même sont pointés du doigt, la passion ou l'obsession de certains films peu recommandés (télénovela, feuilletons divers et variés). On insiste également sur le coût élevé de ce type de de communication qui mettrait à mal le vœu de pauvreté » ! Culpabilisation infantile d'un certain point de vue et qui trahit encore une fois la peur et le désarroi face à la montée de ce qui vient. Alors on enfonce le clou si nous osons le dire et l'on met en avant le coût pour l'église et les congrégations du numérique. La haute technologie des nouveaux réseaux, l'extension des nouveaux espaces, lieux de la Foi, impliquent des investissements économiques.

Tout est perçu comme menace, diabolisé à priori : la fréquentation des jeux du hasard ; les conflits relationnels et les tensions provoqués par les crises mimétiques amplifiées (Girard 1972) (incompréhensions et jalousies), le risque de conflits de génération ; le contre-témoignage en ce qui concerne religieux et clergé dans l'utilisation du téléphone portable, le harcèlement ; la floraison de cadeaux douteux de portables cellulaires, de différentes qualités ; la concurrence d'acquisition d'ordinateurs portables, le mensonge, les tromperies ; le jeu de cache-cache ; le « trop de bruit, la difficulté de faire silence » qui viennent troubler la méditation et le recueillement... Bref une capture de l'attention détournée de son objet religieux, les conversations insomniaques ne cessant d'être disruptives. Nous pouvons continuer ainsi la liste des griefs, des rejets perturbateurs venant troubler un ordonnancement idéalisé pour la Foi. L'indiscrétion avec la tendance de court-circuiter les relations hiérarchiques ; le risque de perdre la maîtrise de ce qu'on veut communiquer, divulgation des confidentialités par mauvaise utilisation de la diffusion. Mais pendant que les unes pensent que le développement du cybermonde est lourd de conséquences pour l'avenir des communautés traditionnelles dont les Eglises et les communautés religieuses africaines, les autres se réjouissent enfin de pouvoir obtenir un outil qui leur permet de s'exprimer et d'engager leur vie religieuse dans le processus de la vie. On parle de transformations souterraines et silencieuses. Ce que les religieuses ne peuvent pas dire tout haut, aux supérieures elles le disent bruyamment dans le brouhaha d'internet. L'autorité qui châtiât jadis celles qui n'obéissaient pas est maintenant châtiée pour ses écarts, ses manquements et ses dérives (Bechtel, 1994). Les modes communicationnels de l'internet ont ainsi différencié et mis à l'épreuve, l'autorité et la fiabilité des sources. Ce sont aujourd'hui les médias qui poussent les communautés religieuses à se redéfinir sur la place publique, en amplifiant les contradictions dont elles sont animées. Il arrive souvent que les communautés religieuses, suscitent les débats sur le web. Dans ce nouveau contexte les sujets importants de l'Institution cessent d'être confinés dans le cercle fermée des supérieures majeures. La loi du silence se trouve ainsi mis à l'épreuve, contestée.

Force donc est de constater que les lignes volcaniques de la rébellion contre l'autorité ne cessent de se développer en prenant appui sur le déploiement des réseaux. L'arrivée d'internet dans les communautés créent à n'en pas douter une prolifération des formes subversives et des chemins de traverses pour des tactiques de dénonciation plus ou moins élaborées. Une sorte de guérilla souterraine, faisant circuler des micro-agencements collectifs d'énonciations, à même « le Désir ». La parole se libère petit à petit, certains sujets commencent à être discutés, et paradoxe, la dénonciation comme modalité communicationnelle oblige au dialogue et se révèle avoir des vertus libératrices. Facebook est de ce point de vue, un espace lisse (au sens de Deleuze & Guattari, 1980), pour les Sœurs.

Conclusion provisoire

Comme nous l'avons déjà exprimé l'objectif de cette recherche est de suivre le travail des régimes de connectivité entre les transformations du Dehors et du Dedans, à travers les nouveaux types des réseaux. Ceci dans le but d'approfondir encore les régimes de la visibilité et les régimes de désir qui sont au cœur des congrégations religieuses africaines. Ces interrogations sont au travail, dans le cadre africain qui suppose que nous prenions en compte la spécificité de la culture africaine dans ces tensions même, avec l'Eglise de Rome. Nous espérons aussi pouvoir à la fin de ce travail de recherche et parce que nous sommes religieuses, portant la foi, membre du dispositif théologico-politique de l'église catholique, faire un certain nombre de recommandations sur les stratégies possibles pour l'Eglise aujourd'hui dans ce Devenir.

Bibliographie

Debray R. (2003). *Le Feu sacré. Fonctions du religieux*, Paris : Fayard

Deleuze G., Guattari F. (1981), *Mille Plateaux*, Paris : Minuit

Derrida J., « Foi et savoir », in Jacques Derrida et Gianni Vattimo (dir.), *La religion. Séminaire de Capri*, Paris, Seuil, 1996

Eilers J. Giannatelli R. (1996). *Chiesa e comunicazione sociale. I documenti fondamentali*. Rome, Editrice Elle Di Ci

Girard R. (1972), *La violence et le sacré*, Paris, Grasset

Latour B. (2002). *Jubiler ou les tourments de la parole religieuse*, Paris : Les Empêcheurs

Les données personnelles à l'épreuve du Big Data : étude des pratiques d'information et de communication des usagers des applications mobiles de santé au Maroc.
Personal data versus Big Data: a study of the informational and communicational practices of mobile health application users in Morocco.

Hatim Boumhaouad

doctorant en SIC.

CREM, Université de Lorraine

hatim.boumhaouad@univ-lorraine.fr

Mots-clefs : Big Data ; Données personnelles ; Pratiques d'information ; Pratiques de communication.

Key words: Big Data; Personal data; Informational practices; Communicational practices.

Résumé :

Les applications mobiles peuvent-elles changer nos pratiques d'information et de communication ? Notre communication se propose de présenter les résultats de notre étude préliminaire des pratiques d'information et de communication des usagers des applications mobiles de santé au Maroc. Notre étude explore les aspects sociotechniques importants du développement des pratiques d'information et de communication des usagers, et ce à travers les propos d'une trentaine d'usagers recueillis lors d'une enquête réalisée entre 2017 et 2019.

Summary:

Can mobile applications change our information and communication practices? Our paper proposes to present the results of our preliminary study about the information and communication practices of mobile health applications users in Morocco. Our study explores some important sociotechnical aspects of the development of user's information and communication practices. Through the interviews of some 30 users gathered during our survey conducted between 2017 and 2019, we study the relationships built within these technical devices.

Les données personnelles à l'épreuve du Big Data : étude des pratiques d'information et de communication des usagers des applications mobiles de santé au Maroc.

Construction de la problématique et du sujet de recherche

Nous nous sommes intéressés au domaine de l'information de santé qui est en mutation avec l'arrivée et l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC), étant donné que l'usage des applications mobiles de santé s'est démocratisé au Maroc et ailleurs au point de devenir un vécu quotidien et permettre aux individus de mieux suivre leur état de santé, acquérir de nouveaux savoirs dans le domaine de la santé, échanger entre eux ou avec les professionnels de santé, et donc changer la manière d'aborder notre propre santé. L'e-santé est mise à la disposition des Marocains que ce soit au niveau de leurs mobiles, ordinateurs ou autres dispositifs numériques.

Dans ce contexte, en 2016¹, le Maroc comptait 18,5 millions d'internautes², soit 58,3% des Marocains qui ont utilisé des dispositifs numériques (Agence nationale de réglementation des télécommunications, 2017 : 32). La majorité d'entre eux (84,8%) préfèrent recourir à des connexions mobiles pour accéder à internet (Agence nationale de réglementation des télécommunications, 2017 : 33), 36,6% s'intéressent au domaine de la santé en général (Agence nationale de réglementation des télécommunications, 2017 : 40) et 6,2% utilisent des applications mobiles de santé (Agence nationale de réglementation des télécommunications, 2017 : 63).

Ces applications mobiles constituent, des espaces sociaux pour les usagers et sollicitent des pratiques renouvelées, à la fois de l'ordre du cognitif et de l'affectif (Bilal, 2005). En raison de leurs capacités technologiques, le traitement de quantités massives de données met de l'avant l'utilisation de données personnelles informatisées et leur partage de manière intentionnelle ou non intentionnelle par l'utilisateur (Lancelot Miltgen, 2010). Les traces numériques collectées permettent de construire et de notifier des informations aux usagers et leur offrir des services personnalisés. C'est ainsi que la datafication des données des usagers peut changer leurs pratiques d'information et de communication classiques, et répondre rapidement à leurs actions et à leurs préférences. Ceci nous interpelle sur la manière dont les pratiques d'information et de communication ont changé. De quelle façon la datafication des données personnelles a-t-elle une incidence sur les pratiques d'information et de communication des usagers des applications mobiles de santé ? Utilisent-ils ces dispositifs numériques tout en étant prudent à l'égard du dévoilement de soi ? Ou sont-ils obligés d'utiliser certaines fonctionnalités de ces dispositifs et de partager leurs vraies données personnelles ?

Pour ce qui est de l'objet de recherche, l'originalité des SIC ne consiste pas seulement en l'objet qu'elles étudient, mais par « leur manière de constituer l'objet en articulant des problématiques » (Ollivier, 2001 : 352). Pour examiner le rapport entre l'utilisateur et le dispositif info-communicationnel, nous nous concentrons sur les pratiques d'information et de communication de ces usagers mobilisant des applications mobiles de santé à l'ère des données massives. Notre terrain d'étude se focalise sur les usagers marocains ; à ce jour peu d'études ont été réalisées sur ce point au Maroc alors que les applications mobiles de santé ont pris une place importante dans le quotidien des Marocains.

La construction de notre objet de recherche a reposé sur différentes tâches, notamment les allers et retours entre le terrain, le passage en revue des recherches antérieures (Arruabarrena, 2016 ; Fox & Duggan, 2012, 201 ; Simon & Simonnot, 2016), l'analyse de la littérature scientifique (Certeau, 1990 ; Georges, 2010 ; Jeanneret, 1996 ; Le Coadic, 2004 ; Simonnot, 2008) et la définition du cadre théorique.

¹ Date de commencement de notre travail de thèse.

² Individus âgés de 5 ans et plus qui se sont connectés à internet au cours des trois derniers mois de l'année 2016 quel que soit le lieu et le type d'accès utilisé.

Nos observations quasi-continues du terrain ainsi que les entretiens semi-directifs exploratoires que nous avons effectués nous ont été utiles non seulement pour délimiter notre objet de recherche, mais également pour nous montrer que les pratiques d'information et de communication au niveau des applications mobiles sont complexes et dépendent de divers facteurs.

La nature de notre travail est de comprendre les pratiques au sein des applications mobiles, les rôles des usagers, les éléments ayant une influence dans l'intégration de l'usage des applications dans les pratiques d'information et de communication des usagers, et analyser les recherches d'information et les échanges entre les usagers sur ces applications. Pour cela, nous avons essayé d'appréhender les pratiques d'information et de communication des usagers pour voir comment elles s'articulent.

Notre question principale de recherche est la suivante : Comment appréhender les pratiques d'information et de communication des usagers des applications mobiles de santé ? Apportent-elles de la nouveauté ? Et est-ce que ces pratiques sont influencées par la datafication de leurs données personnelles ?

Pour répondre à cette question centrale, nous devons tout d'abord décrire et analyser les pratiques des usagers ; puis, analyser les relations qui se construisent au sein de ces dispositifs techniques : étant donné que l'utilisateur peut échanger des informations avec d'autres usagers mais également – dans le cas des forums (Paganelli & Clavier, 2011) et réseaux sociaux – au sein de cercles d'individus préconstitués, regroupés par affinités ou intérêts communs quant aux questions de santé, nous devons analyser leurs habitudes relationnelles et communicationnelles en tenant compte des facteurs socioculturels qui leur sont propres. De surcroît, notre travail s'appuie sur l'analyse des discours avancés par les applications mobiles et leurs concepteurs en les croisant avec les perceptions des usagers pour comprendre comment se tissent les pratiques d'information et de communication dans le domaine de la santé.

Nos questions de recherche s'organisent selon trois sous-thématiques :

1. Il s'agit de repérer la manière avec laquelle les applications sont abordées par les usagers et savoir pourquoi ces derniers s'intéressent à une application plutôt que d'autres, et ce en répondant à la question suivante : quels sont les discours qui circulent autour de ces applications au niveau du web et des plateformes de téléchargement ?

2. Nous souhaitons comprendre comment le collectif (usager + dispositif numérique + concepteurs) et la datafication des données personnelles sont perçus par les usagers et/ou les éventuels changements de leurs pratiques d'information et de communication en répondant aux questions suivantes : Quelle est la nature des relations qui s'établissent via ces dispositifs ? Comment les usagers appréhendent-ils leurs pratiques et la captation de leurs données personnelles ?

3. Nous mobilisons la théorie de l'acteur-réseau (ANT) (Callon, 2006) afin d'appréhender les pratiques d'information et de communication dans le cadre d'un réseau constitué de « collectifs hétérogènes » qui sont composés d'humains et de non-humains. Nous cherchons à répondre aux questions suivantes : Quels sont les acteurs qui contribuent à la constitution des réseaux ? Comment s'accomplissent les moments de traduction afin de rendre le réseau intelligible ? Quels sont les différents porte-paroles qui contribuent aux pratiques de ces acteurs ?

Partie de la problématique de la préoccupation des usagers par leurs données personnelles, notre thèse s'appuie sur des méthodes qualitatives. Nous signalons que nous ne faisons pas peser la question uniquement sur les personnes (considérées individuellement), mais nous prenons en compte également l'environnement : les dispositifs sociotechniques, les discours ambiants auxquels les usagers sont confrontés et la manière dont ils interviennent dans leurs choix et positions.

Hypothèse

Notre problématique centrale contient trois principaux axes : le premier axe consiste à identifier les différentes pratiques d'information et de communication des usagers des applications mobiles de santé dans le contexte marocain, ainsi que la manière dont les utilisateurs nouent et développent une relation avec ces artefacts ; aussi, plus largement, analyser en quoi cela permet de développer collectivement ou non, via ces artefacts, des connaissances, des soutiens, des échanges, ... sur les questions de santé. Le deuxième axe concerne l'analyse des propos des usagers marocains pour voir s'il y a un changement de leurs pratiques d'information et de communication ou non ; dans l'affirmative, voir s'il est dû à la datafication de leurs données personnelles ou aux discours des développeurs d'applications. Le dernier axe concerne l'analyse des discours des développeurs des applications mobiles de santé, notamment leurs stratégies discursives à l'égard des usagers.

Notre thèse repose sur trois hypothèses. La première, que nous avons déjà citée, suppose que la datafication des données de santé a modifié les pratiques d'information et de communication des usagers. L'usage des applications mobiles augmente les possibilités de datafication des données des utilisateurs et impacte leurs pratiques. Il sera utile de déterminer en quoi cela a une influence sur leurs pratiques et quel sens ils donnent à ces dernières.

La deuxième hypothèse consiste à considérer que le partage des données personnelles constitue un sujet de préoccupation pour les usagers. Il s'agit de vérifier jusqu'à quel point ils sont prêts à sacrifier leurs données pour un confort numérique.

La dernière hypothèse souligne le fait que les entreprises détentrices des applications mobiles de santé optent pour certaines stratégies discursives pour convaincre voire rassurer l'utilisateur à partager ses vraies données personnelles. Nous allons analyser les conditions générales d'utilisation (CGU) des applications ainsi que les promesses véhiculées par ces dernières.

Description de l'approche méthodologique

Un premier volet de notre travail de recherche a été mené entre juillet 2017 et janvier 2019. Dans un premier temps, nous avons distribué et mis en ligne un questionnaire d'enquête, auquel nous avons obtenu de 384 réponses. Il nous a permis de repérer 20 applications mobiles de santé utilisées par nos enquêtés ainsi que des cas ou situations nécessitant un approfondissement pour mieux comprendre les pratiques d'information et de communication des Marocains. Dans un deuxième temps, et afin de mieux comprendre leurs pratiques, nous avons réalisé des entretiens semi-directifs exploratoires avec 30 usagers³ qui laissent entrevoir des pratiques d'information et de communication très disparates et qui ont des positions différentes autour du partage de leurs données personnelles. Ils sont des usagers puisque tous utilisent au moins une application mobile de santé. Ces entretiens ont été menés en langue française et en dialecte marocain. Puis, nous avons analysé les applications qu'ils ont déclarées utiliser et où les questions de santé sont abordées. Nous avons exploré les discours qui circulent au sein et autour de ces dispositifs, ainsi que les services que ces derniers mettent en œuvre au profit des usagers. Nous avons examiné les points de vue des usagers à l'égard de ces applications et nous avons exploré les CGU, la politique de confidentialité et les stratégies discursives de ces applications. Notre analyse des discours a pour but d'appréhender ces textes comme des discours entiers : positionnement de l'énonciateur, nature de support, structuration du discours, ce qui est mis en avant par les développeurs, ce qui est minimisé, etc.

³ Qui ont répondu au questionnaire et sont les premiers à avoir manifesté leur intérêt d'être interviewé. Ils ne sont pas représentatifs de l'ensemble de la population des usagers marocains.

Notre étude est alors à la croisée de « ce qui se joue en ligne et ce qui se joue dans d'autres contextes » (Pastinelli, 2011 : 48)

Notre étude privilégie une épistémologie compréhensive qui oriente notre attention sur les discours des usagers interviewés dans le contexte marocain. En appliquant le cadre théorique de la sociologie de la traduction, cette recherche permet de mieux appréhender les pratiques d'information et de communication dans le cadre d'un réseau constitué d'un ensemble d'acteurs (usagers, objets techniques et développeurs). Un espace numérique où l'utilisateur est appelé à prendre une place importante, active, dans le processus d'informer et de communiquer, au point où il souhaiterait tirer profit des bénéfices des dispositifs numériques de santé sans vouloir sacrifier la confidentialité de ses données personnelles.

Délimitation du terrain

Pour définir un espace matériel et spatiotemporel d'enquête où les usagers concernés par notre étude se trouvent en possibilité d'interagir, de communiquer et d'échanger des informations et leurs expériences de santé, et afin de comprendre leurs pratiques d'information et de communication, nous avons, dans un premier temps, examiné les espaces en ligne où les questions de santé sont abordées. Ces derniers sont abondants et variés : des groupes sur les réseaux sociaux (comme BBG régime), des portails généralistes de santé (ex. Doctissimo.fr), des forums dispersés sur certains sites web (ex. Aufeminin.com) et les plateformes de téléchargement des applications mobiles (PlayStore). L'objectif est de recueillir les discours des usagers marocains autour des applications mobiles de santé utilisées et analyser les CGU de ces dernières.

Pour construire notre terrain, nous avons dû nous inscrire dans certaines communautés d'utilisateurs (ex. groupes et pages de réseaux sociaux, forums, plateformes de téléchargement d'application) qui s'intéressent aux applications mobiles de santé, et ce afin d'y publier notre questionnaire, d'observer et analyser les discours ambiants qui circulent en ligne à propos de ces applications et de recruter des interviewés pour approfondir certains questionnements.

Cette opération nous a permis de situer les applications, de savoir pourquoi une personne s'intéresse à une application par rapport à une autre du même type et d'observer comment les acteurs inscrivent des relations au sein d'un collectif hétérogène.

Pour ce faire, nous avons créé plusieurs pseudonymes avec une fausse identité pour observer les discussions au niveau de ces plateformes, et surtout pour ne pas dévoiler notre intention d'étudier le sujet de cette thèse afin d'éviter d'influencer les interviewés ou d'orienter leurs réponses lors des entretiens.

Ainsi, notre projet prend forme à partir de ce terrain dont les spécificités amènent à une recherche exploratoire afin de décrire les pratiques d'information et de communication des usagers de ces technologies.

Corpus de l'étude et cadre théorique

Afin de mieux comprendre leurs pratiques, nous avons choisi un corpus diversifié, composé à partir des applications qui ont été mentionnées par les usagers interrogés : des applications mobiles de sport (ex. MyFitnessPal) aux applications qui gèrent le cycle de menstruation (ex. Flo) et celles qui aident l'utilisateur à maîtriser sa nutrition (ex. le Secret du Poids), mais nous avons pu aussi repérer des applications qui gèrent la sécurité sociale (ex. CNOPS) et un nombre important de forums dispersés sur des applications (ex. Club Doctissimo) qui offrent également des informations d'actualité sur la santé. Le corpus d'applications analysées concerne ces cinq thématiques.

Les discours que nous avons sélectionnés ne seront pas analysés de façon isolée mais en relation étroite avec leur contexte d'énonciation et les discours de ces contextes, et ce selon les travaux de Dominique Maingueneau (2012) qui considère que le discours est défini par plusieurs caractéristiques : il est transphrasique, orienté, interactif, contextualisé, pris en charge par le sujet, régi par des normes et interdiscursif (Walczak, 2014 : 113). Nous nous appuyons également sur les travaux de Patrick Charaudeau (1995) qui précise que les représentations sociales sont des mécaniques de construction du réel, et qui souligne que les stratégies discursives relèvent de l'espace de légitimation, de l'espace de crédibilité et de l'espace de captation. Le but de notre analyse est de décrypter le sens implicite contenu dans un discours. La thèse de Nathalie Walczak (2014) est aussi pertinente pour l'analyse des CGU des applications mobiles, notamment l'étude du parcours de navigation imposé par les développeurs qui rend ces textes difficilement compréhensibles par l'utilisateur. Nous avons interrogé des acteurs humains (usagers) qui constituent un collectif avec des acteurs non humains, et ce grâce à leur usage des applications mobiles dans le cadre de leurs pratiques d'information quotidiennes (McKenzie, 2003). Le modèle ELIS⁴ développé par Pamela McKenzie nous a permis d'identifier l'intention initiale des usagers qui est relative à l'exploration de deux modes de pratiques d'informations : une recherche d'informations active et une recherche d'informations secondaire/accidentelle.

Le sujet de notre thèse et les témoignages des usagers nous amènent à aborder les notions de traces numériques, d'identité numérique et de données personnelles. Nous nous appuyons alors sur les travaux de Béatrice Arruabarrena (2016) qui suppose que les pratiques numériques de quantification apparaissent comme des dispositifs orientés vers l'action ; ainsi, l'identité à laquelle nous nous intéressons dans ces pratiques est une identité numérique qui, selon Fanny Georges (2009 : 165), a pour fonction technique « l'identification et la mise en relation d'un individu avec la communauté ». Cette identité est le résultat des traces numériques laissées de manière intentionnelles ou non par l'utilisateur. Les travaux relatifs aux traces numériques de Louise Merzeau (2009, 2011) nous sont également utiles puisqu'elle s'intéresse aux traces vues par les individus et les entreprises d'internet. Selon elle, les traces sont détachées de toute énonciation et peuvent être séparées des usagers qui les énoncent. Les traces sont à la fois silencieuses, c'est-à-dire, elles n'ont pas de sens pour l'utilisateur qui les dépose, et signifiantes pour les entreprises qui peuvent s'en servir en dehors du contexte de leur production.

Cependant, pour enquêter sur les pratiques d'information et de communication des usagers, l'approche compréhensive est apparue comme la plus appropriée. Il s'agit d'approcher le vécu et le ressenti des usagers afin d'éclairer la manière dont ils utilisent ou non les applications mobiles de santé et le sens qu'ils donnent à leurs pratiques d'information et de communication, de prendre en compte chaque situation singulière afin d'en faire une analyse en profondeur.

Les entretiens sont ainsi notre matière première : ils forment, avec les résultats du questionnaire et les recherches connexes menées dans certains pays sur les pratiques d'information et de communication, le corpus de notre recherche. En nous basant sur les récits des acteurs humains et de leurs analyses et points de vue respectifs, nous évitons de tomber à la fois dans l'ethnométhologie, la démarche sociologique inductive et le fait de considérer l'acteur humain comme un « idiot culturel » (cultural dope) selon Harold Garfinkel (1967 : 68), l'un des fondateurs de l'ethnométhologie. Notre travail s'inscrit dans le même état d'esprit de Bruno Latour et Michel Callon, étant donné que selon le premier, toute analyse exige que l'on suive les acteurs, qu'on les entende et qu'on les respecte, tout en évitant la réplique « ils ne savent pas ce qu'ils font » (Latour, 1992 : 4).

Dans ce contexte, nous nous appuyons sur la théorie de l'acteur-réseau aussi connue sous l'abréviation ANT (Actor-Network Theory), et ce pour éclairer notre analyse des pratiques via les dispositifs numériques.

⁴ *Everyday-life information seeking.*

L'ANT est une théorie qui, non seulement permet d'étudier des phénomènes dynamiques, mais aussi suppose que tous les éléments d'un réseau, humains et non humains, peuvent et devraient être décrits dans les mêmes termes et sans catégorisation préétablie. C'est ce qu'on appelle le principe de la symétrie généralisée où on s'intéresse « aux dynamiques à travers lesquelles se constituent les agencements sociotechniques » (Simonnot, 2013). Etant donné que nous nous intéressons aux pratiques d'information et de communication des usagers au sein des dispositifs numériques, l'ANT s'avère utile car elle permettra de mettre les acteurs (usagers, objets techniques et plateformes) au cœur de nos investigations.

Enfin, nous signalons que les études réalisées spécifiquement sur les pratiques d'information et de communication sont, elles aussi, convoquées (Paganelli, 2012 ; Paganelli & Clavier, 2011 ; Paganelli, Clavier & Duetto, 2014 ; Paganelli & Evelyne, 2009). On ne craint guère le fait de multiplier les points de vue, partout où le débat a eu lieu et a pu faire sens, pour répondre à des questions similaires aux nôtres.

Principaux résultats

Selon notre première analyse des entretiens qu'on a effectués, la recherche d'information en santé chez les usagers interviewés se caractérise par une démarche informationnelle et émotionnelle. Les dispositifs offrant une information médicale apparaissent discrédités et les témoignages sur les plateformes de discussion ne sont pas perçus comme gage de légitimité ; sauf pour les applications qui sont, selon les usagers, gérées par des professionnels et auxquelles les utilisateurs accordent une confiance importante.

« Comme je viens de vous dire, je consulte mon médecin pour lever l'incertitude » (E3, homme, 28 ans, utilisateur de l'application mobile de mensuration Traceur de Mesures Corporelles et de l'application mobile d'actualité Club Doctissimo).

« Je fais bien confiance à ces dispositifs car je sais qu'il y a des professionnels de santé derrière, et donc, de l'information de qualité par rapport à ce qui existe dans certains blogs d'amateurs » (E3, homme, 28 ans, utilisateur de l'application mobile d'actualité de santé Club Doctissimo).

Mais, la réassurance relative à l'information de santé se fait auprès des praticiens ; étant donné que, contrairement à ce que nous pensions au départ, l'influence des informations consultées sur les usagers ne paraît pas considérable. C'est le point de vue émis par le médecin traitant qui leur permettra d'octroyer ou non un intérêt à cette information. Donc, dans un contexte de recherche d'information stressant, la présence physique du professionnel de santé se veut rassurante. Mais pour certains usagers, cela ne suffit pas et le besoin informationnel n'est satisfait qu'après avoir effectué des recherches complémentaires auprès des proches et d'autres sources d'information.

« Je vois des fois des gens de la médecine, des médecins et autres spécialistes qui partagent des trucs intéressants ou réagissent à ce que je poste. Mais en cas de doute, je vérifie dans d'autres sources sur internet » (E2, homme, 29 ans, utilisateur des applications mobiles d'actualité de santé Club Doctissimo et santé magazine).

Il reste à préciser si ce constat est valable uniquement aux domaines des applications mentionnées par les usagers : sport, nutrition, actualité de santé, etc. ; ou peut s'élargir vers d'autres recherches en santé. Ainsi, d'autres recherches sont requises pour en juger. En attendant, nous pouvons ici rendre compte d'une pratique inverse dans le rapport de l'utilisateur à l'application mobile de santé : ces dispositifs sont plébiscités, non plus pour évaluer ou comparer une information médicale, étant donné que la prise de décision de l'utilisateur ne se fait qu'après discussion avec le médecin, ce qui consolide la confiance qui leur est habituellement accordée.

« Si je veux échanger une information sur la santé, je préfère voir le médecin avec qui échanger qui va me dire un constat fondé, pas voir avec une personne normale [sur un forum] qui a, je sais pas qui a fait médecine ou non, donc je préfère voir un professionnel ! » (E7, Femme, 24 ans, utilisatrice des applications mobiles de suivi du cycle menstruel Mon Calendrier et Flo).

Les pratiques de recherche d'information en santé ne sont pas uniquement délibérées et directes, mais aussi ce sont aussi parfois des pratiques liées à des phénomènes de sérendipité (Aillerie, 2012). Apparaît là l'intervention des services recommandations et d'exploitation des données personnelles. Parmi nos constats préliminaires, nous remarquons qu'en plus du soutien informationnel, le soutien affectif (Battaïa, 2016) sous la forme d'encouragements et d'affirmations pour aider à motiver les autres usagers se trouve fréquemment dans les messages échangés dans les communautés. Certains usagers considèrent l'application qu'ils utilisent comme leur premier consultant en santé et déclarent qu'ils sont devenus « contrôlés » par ces applications à tel point qu'ils ne peuvent plus s'en passer.

Les pratiques de communication sont favorisées par les applications qui disposent de forums de discussion où les usagers bénéficient d'un soutien de leurs pairs, et communiquent avec ces derniers, et ce afin de demander des solutions à des problèmes de santé, des recommandations et des avis, etc. Ces échanges contribuent à la constitution d'un réseau d'usagers et d'applications mobiles, indispensable pour le fonctionnement de l'écosystème de soins de santé et pour l'autonomisation des usagers. Au sein de ce réseau, les usagers sont plus à l'aise au niveau de leurs discussions autour des sujets de santé qu'en face à face ; surtout avec l'anonymat offert par certaines applications.

Dans ce contexte, le recours aux connexions mobiles favorise le partage et l'exploitation des données personnelles des usagers. Certains d'entre eux ne s'inquiètent guère de la confidentialité et de la sécurité de leurs données, et partagent librement ces dernières au profit d'un confort numérique, mais la majorité des personnes que nous avons interrogées s'en préoccupent. Les raisons de préoccupation sont liées à la crainte de commercialisation des données personnelles et à leur usage à des fins publicitaires. Malgré cela, ils se sentent obligés de partager leurs données pour profiter pleinement des applications utilisées. Dans ce cas, la majorité partage le minimum de données personnelles demandées. Les usagers souhaitent bénéficier d'un confort numérique sans avoir à renoncer à la confidentialité de leurs données personnelles.

Enfin, notre analyse des GGU nous mène à dire que ces dernières sont difficiles à comprendre par le lecteur et qu'elles incitent l'utilisateur à révéler sa vraie identité pour bénéficier de services numériques fiables. Les CGU restent non consultées par la majorité des interviewés.

La suite de l'enquête

Nous envisageons mener des entretiens avec les développeurs des applications, dans l'objectif de concrétiser l'ANT dans notre travail et de ne pas négliger un acteur du réseau.

Nous devons également élargir les usagers interviewés : nous nous sommes aperçu que les personnes interviewées disposent des mêmes caractéristiques socio-éducatives et sont à l'aise avec les dispositifs numériques ; nous souhaitons interroger des personnes qui ne disposent pas de ces caractéristiques pour pouvoir apprécier d'éventuelles différences de pratiques. Notre étude dans son état actuel ne peut devenir représentative de la population marocaine si nous ne diversifions pas nos interviewés en fonction de leurs caractéristiques socioprofessionnelles et leurs niveau d'éducation.

Bibliographie

- Aillerie K. (2012). Pratiques juvéniles d'information : de l'incertitude à la sérendipité. *Documentaliste-Sciences de l'Information*, Vol. 49, n°1, p.62-69.
- Agence nationale de réglementation des télécommunications. (2017). Résultats de l'enquête annuelle de collecte des indicateurs TIC auprès des ménages et des individus - 2016. Rabat : ANRT.
- Arruabarrena B. (2016). Le Soi augmenté : les pratiques numériques de quantification de soi comme dispositif de médiation pour l'action. *Conservatoire National des Arts et Métiers*.
- Battaïa C. (2016). Information médicale et émotion dans les forums de santé. *Les Cahiers Du Numérique*, Vol. 12, n°1, p.51-72.
- Bilal D. (2005). Children's Information Seeking and the Design of Digital Interfaces in the Affective Paradigm. *Library Trends*, Vol. 54, n°2, p.197-208.
- Callon M. (2006). Sociologie de l'acteur réseau. *Sociologie de la traduction : Textes fondateurs*. Paris, Presses des Mines, p. 267-276
- Certeau M. de. (1990). *L'invention du quotidien, I : Arts de faire*. Paris, Gallimard.
- Charaudeau P. (1995). Une analyse sémiolinguistique du discours. *Langages*, n°29, p.96-111.
- Fox S. & Duggan M. (2012). *Mobile Health 2012*. Washington, D.C, Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Fox S. & Duggan M. (2013). *Health Online 2013*. Pew Internet and American Life Project. Washington D.C, Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Garfinkel H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. New Jersey, Prentice-Hall.
- Georges F. (2009). Représentation de soi et identité numérique : Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. *Réseaux*, Vol. 154, n°2, p.165-193.
- Georges F. (2010). Pratiques informationnelles et identités numériques. *Études de Communication*, n°35, p.105-120.
- Jeanneret Y. (1996). L'analyse des pratiques de communication. *Communication et Langages*, Vol. 107, n°1, p.4-10.
- Lancelot Miltgen C. (2010). Dévoilement de données personnelles et contreparties attendues en e-commerce : une approche typologique et interculturelle. *Systèmes d'information & Management*, Vol. 15, n°4, p.45-91.
- Latour B. (1992). *Aramis ou L'amour des techniques*. Paris: La Découverte.
- Le Coadic Y.-F. (2004). *Usages et usagers de l'information*. Paris : Armand Colin.
- Maingueneau D. (2012). *Analyser les textes de communication*. Paris: A. Colin.
- Mckenzie P. J. (2003). A model of information practices A model of information practices in accounts of everyday-life information seeking. *Journal of Documentation*, Vol. 59, n°1, p.19-40.
- Merzeau, L. (2009). Du signe à la trace : l'information sur mesure. *Hermès, La Revue*, Vol. 1, n°53, p.21-29.
- Ollivier B. (2001). Enjeux de l'interdiscipline. *L'Année Sociologique*, Vol. 51, n°2, p.337-354.
- Paganelli C. (2012). Une approche info-communicationnelle des activités informationnelles en contexte de travail : Acteurs, pratiques et logiques sociales. *Université Stendhal - Grenoble III*.
- Paganelli C. & Clavier V. (2011). Le forum de discussion : une ressource informationnelle hybride entre information grand public et information spécialisée. *Les forums de discussion : agoras du XXIe siècle ? Théories, enjeu et pratiques discursives*. p. 39-55.
- Paganelli C, Clavier V. & Duetto A. (2014). S'informer via des médias sociaux de santé : quelle place pour les experts ? *Le Temps Des Médias*, Vol. 2, n°23, p.141-143.

Paganelli C. & Evelyne M. (2009). Pratiques et usages de l'information spécialisée chez les médecins spécialistes : place et rôle des structures documentaires. Tracer l'horizon informationnel du XXIe siècle: Frontières, passerelles et carrefours : 37ème congrès annuel de l'Association Canadienne des Sciences de l'Information. p. 19.

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.

Simon E. & Simonnot B. (2016). Usages de l'internet pour l'accès à l'information de santé. Apports réciproques des approches anthropologiques et communicationnelles. Anthropologie/y & Communication. Intersections. p. 183-196.

Simonnot B. (2008). Être usager de l'information en ligne nécessite-t-il de nouvelles compétences ? Usages, usagers et compétences informationnelles au 21e siècle. p. 21-39.

Simonnot B. (2013). Appréhender l'innovation par l'usage des TIC dans l'enseignement supérieur : questions conceptuelles et méthodologiques. Distances et Médiations des Savoirs, Vol. 1, n°4, p -.

Walczak N. (2014). La protection des données personnelles sur l'internet : Analyse des discours

Assessing Diplomatic Impacts via Country Image Dimensions on Twitter: a country-based social network analysis

Giada Calamai

Département des sciences de la communication et des médias

Université de Fribourg (Suisse)

giada.calamai@unifr.ch

Keywords: country image, public diplomacy, Twitter, two-step flow model, social network analysis

This paper presents a study of Twitter-based communication in order to assess the impacts of digital diplomacy and communication on country images. The analysis is based on a two-month dataset comprising all tweets including the hashtags of three selected countries: Austria, Switzerland, and the Netherlands. Following a two-step flow model of communication, we initially identify the influential Twitter users for all three countries based on their centrality measures. Subsequently, we carry out a content analysis of tweets sent by the key influencers applying the 4D model of country image. Finally, we assess the similarities and differences across the cases. This paper provides insights on the factors that influence a country's image and representation on social media and it proposes an innovative method to assess the impacts of public diplomacy projects by creating a link between social media communication campaigns and the perception of nations by audiences.

Ces travaux ont été présentés lors des Doctorales 2019 de la SFSIC à Mulhouse. Néanmoins, l'auteur.e a choisi de ne pas transmettre le texte final ou celui-ci n'a pas été transmis dans les délais indiqués pour publication au sein de ces actes.

Que peut le service public de l'audiovisuel pour susciter l'engagement citoyen des jeunes ?

What can public service broadcasting do to encourage young people's civic engagement?

Laurent Chomel

doctorant en SIC

CEMTI, Université Paris 8

laurent.chomel@etud.univ-paris8.fr

Mots clefs : Jeunes, vidéo, service public audiovisuel, engagement, puissance d'agir,
Keywords: Young adults, video, public broadcasting service, empowerment.

Résumé

L'objet de cette recherche doctorale est d'étudier certains programmes diffusés sur Youtube et coproduits par France Télévisions, qui revendique stimuler l'esprit critique, à travers la masse de datas disponibles.

L'hypothèse de ce travail est que la vidéo, si elle répond à certaines conditions, est un ressort d'engagement citoyen qui peut susciter l'empowerment du public et sa participation à un processus d'intelligence citoyenne, et en particulier celui des jeunes, qui délaissent la télévision en linéaire.

Abstract

The purpose of this doctoral research is to study some Youtube programs, co-produced by French public broadcasting television, which claims to stimulate the critical spirit, through the available data mass.

The hypothesis of this work is that video, in certain conditions, is a trigger of citizen engagement that can generate public empowerment and participation in a process of citizen intelligence and in particular for young people, who forsake linear television.

Que peut le service public de l'audiovisuel pour susciter l'engagement citoyen des jeunes adultes?

Avant-propos

Mon parcours professionnel de plusieurs décennies m'a conduit à confronter mes aspirations de citoyen aux productions audiovisuelles que j'étais amené à produire. Travaillant pour le service public autant que pour les chaînes privées, la distinction des émissions diffusées devenait de plus en plus floue entre ces deux grands types d'opérateurs. Le succès des programmes que je devais livrer étant jugés suivant les seuls critères d'audience, mes mécaniques de pensées devaient se soumettre à cette grille d'analyse, au risque de ne plus apparaître comme un professionnel de confiance.

Je me posai pourtant la question de savoir quelle utilité pour les citoyens avaient mes programmes, bien que le public semblait les regarder massivement et que je réussissais à capter son attention pour satisfaire aux besoins de l'audience. Le fait de «choisir» un programme plutôt qu'un autre signifiait-il une volonté délibérée, un choix éclairé, dans une perspective de découvrir des horizons nouveaux, d'apprendre les rouages du monde ou de la société, de réfléchir à des situations personnelles... ou bien de se «divertir» d'un quotidien dont on aime à s'échapper et oublier presque immédiatement le contenu visionné ?

Certainement les deux.

Mais je me rappelai mon expérience de téléspectateur regardant par exemple un reportage ou un documentaire très critique sur un phénomène sociétale et tentai de me replonger dans mes souvenirs pour savoir si ces programmes avaient pu déclencher en moi un déclic qui me fit agir pour modifier la situation décrite.

Pas si simple...

Certainement que ces émissions avaient participées à mon évolution citoyenne, mais j'ai du mal à me souvenir que l'une d'elles me bouleversa au point de prendre une décision radicale et de passer à l'action. Sans doute, serait-ce donner trop de pouvoir à un document audiovisuel que de lui conférer cette capacité ? Pour autant, plusieurs écoles de chercheurs semblent acter le pouvoir d'influence de la télévision sur les comportements des téléspectateurs (Breton, 1997) ou en tout cas, leur capacité à capter leur attention au détriment d'autres activités (Citton, 2014), ce que les publicitaires doivent probablement vérifier compte tenu de l'argent investi chaque année dans les campagnes commerciales ?

C'est donc cette question d'empowerment de la télévision qui s'est peu à peu développée dans mon esprit. Les téléspectateurs, et les jeunes en particulier, peuvent-ils être influencés par un programme au point de passer à l'action ? Questionner plus particulièrement le service public sur cette question sera un moyen de préciser son analyse sur le sujet et les stratégies adoptées pour reconquérir un auditoire qui disparaît progressivement de ses écrans radar.

Étudier précisément les effets d'engagement des jeunes en rapport avec les images qu'ils reçoivent sera le point de départ de ce travail. En partant de quelques programmes qui leur sont dédiés, nous regarderons la place que ceux-ci prennent dans leur vie et s'ils les aident à se construire une image du monde dans lequel ils souhaitent participer comme citoyens actifs.

Cet article décrit les premiers résultats obtenus après 18 mois de recherche et développe les axes de recherche qui seront mis en place pour réussir à valider (ou invalider) l'hypothèse initiale.

Nous établirons dans un premier temps l'environnement théorique dans lequel nous nous inscrivons pour nous focaliser ensuite sur les terrains d'exploration et les premiers résultats esquissés.

I. Appuis théoriques pour aborder les conditions de l'engagement des jeunes à travers certains dispositifs numériques et de la vidéo en ligne

Ulrich Beck décrit l'époque contemporaine comme celle de la modernité réflexive, pour laquelle, les risques produits par le capitalisme total entraînent une incertitude mortifère sur la survie de l'humanité. « Il s'ensuit une diminution de la confiance dans la production de la connaissance et dans le progrès lui-même » (Beck, 2001) et l'individualisation des rapports sociaux. Le futur devient hypothétique et la socialisation professionnelle n'offre souvent que des débouchés précaires sans garantie, alors que le modèle traditionnel offrait aux jeunes des voies plus stables. Chacun est livré à lui-même. Les 18/25 ans, coincés entre une aspiration à orienter leur « propre vie », libérée des carcans institutionnels, et celle d'être protégés par les institutions, ont l'obligation de développer leur capacité réflexive pour s'informer, délibérer, choisir et négocier leur parcours de vie. La manière dont fonctionne le monde et dont ils se perçoivent à l'intérieur, déterminera la projection qu'ils se font de leur avenir. Pour se faire, l'expérimentation est l'élément central, accompagné par la multiplication des affiliations et identifications, même provisoires. Et la vie numérique peut les aider à apprendre à se reconnaître dans la communauté de leurs semblables. C'est dans ce contexte que Francine Labadie, en s'inspirant des travaux de Beck et Giddens et leur « modernisation réflexive », fait l'hypothèse d'une mutation citoyenne, qui ne tiendrait plus compte du politique comme associé à l'État et au système politique, mais comme une capacité d'auto-organisation, d'une construction de la société par le bas, une sorte de démocratisation de la démocratie, produit d'une démocratie et d'un État social accompli dans lesquels les citoyens peuvent se servir de tous les médiums de contrôle social et juridique et de tous les modes de participation pour faire valoir leurs intérêts et leurs droits. En reprenant Sébastien Schehr, « ceci a pour conséquence non seulement que le lien social n'est plus définissable en dehors de ou sans l'individu, mais aussi que l'appréhension des affiliations et, dans une certaine mesure, des identités, ne peut plus se faire sans tenir compte des capacités réflexives et délibératoires de chacun » (Schehr, 2002, 51). Pour devenir adulte, les jeunes, au sens générationnel du terme, ont donc la nécessité de s'engager délibérément dans la société, souvent en rupture avec la tradition politique de leur famille, en exprimant et en expérimentant des modes d'engagement originaux qui leur permettront de construire le monde social qui leur convient.

Internet, et les réseaux sociaux qui leur donnent la possibilité de se regrouper par affinités diverses, est un espace d'expérimentations sociales leur permettant de tester de nouvelles formes de discussion, de controverse et pourquoi pas, de délibération. Malgré les dénigrement ou la disqualification de certains politiciens à leur égard, l'utilisation de ces fonctionnalités produit une part de jugements critiques, note Franck Babeau. Les expressions politiques de tous les jours, d'usagers non militants, peuvent être ainsi présentes dans des fils de commentaires sur Youtube et présager des délibérations collectives.

Si engagement citoyen et production de soi ne cessent de se nourrir mutuellement comme l'analysent Julie Denouël, Fabien Granjon et Aurélie Aubert, nous privilégierons la notion d'engagement civique, citoyen et/ou politique des jeunes, comme le fait de vouloir participer à la réflexion et aux résolutions des questions qui touchent la société présente et future dans laquelle ils comptent faire leur place. L'engagement tel qu'il sera abordé dans nos travaux peut s'exprimer par l'entremise d'actions à portées individuelles ou collectives, qui visent principalement un certain niveau de transformation sociale ; c'est l'acte, comme l'écrit Lisbet Van Zoonen, ou l'attitude de toute personne membre d'une démocratie qui, ayant abandonné une position de simple bénéficiaire de droits, met sa pensée ou son action au service d'une cause collective dans le but de critiquer, réviser ou préserver ses institutions et ses règles. Ainsi, comme l'explique Yann Le Bossé, on peut considérer que l'engagement intègre la notion d'empowerment et renvoie globalement à un mouvement d'acquisition de pouvoir qui débouche sur un résultat tangible.

Contrairement au structuralisme qui dénonce le sujet comme une illusion au profit de structures comme seules instances pertinentes pour rendre compte de l'agir et de l'engagement humain, Émile Benveniste suggère que la subjectivité est une faculté inhérente au langage et que c'est par lui, donc par elle, que l'humain se constitue comme sujet. Si la citoyenneté moderne réside, comme le formule Claude Lefort, par le fait d'auto déclarer une somme de droits, et en particulier le droit d'énoncer ce qui est juste et injuste, alors c'est le pouvoir de la parole, condition d'un agir collectif, qui est ici promu et non un gouvernement particulier. C'est pourquoi il sera intéressant d'étudier comment les usagers de certaines plateformes de réseau social, éléments de l'espace public adopté par les 18/34 ans, communiquent entre eux, discutent, s'apostrophent et interagissent subjectivement, même si leur but n'est pas nécessairement de co-construire une pensée et des propositions qui soient mises en final au vote. La délibération discussionnelle d'Habermas servira de préambule à notre réflexion en considérant que délibérer commence par communiquer entre individus, dans la perspective initiale de faire entendre sa voix et de la confronter à celles des autres. La construction progressive d'une vision commune ne pouvant se faire que dans un deuxième temps.

Les recherches de Jennifer Stromer-Gallet sur les modalités d'utilisation des forums en ligne ont montré que les utilisateurs agrandissent leur diversité de point de vue grâce à l'échange avec d'autres citoyens d'horizons et de sensibilités politiques différentes. Si ces échanges ne sont pas délibératoires, ils semblent préparer le terrain pour y parvenir. Dans ces situations de dialogue, l'absence physique de l'autre est ressentie comme une protection par les usagers, très bien décrite par Sara Kiesler et Lee Sproull. L'impossibilité de se voir, de s'entendre et de percevoir les attitudes de ses interlocuteurs permettrait donc une participation plus large que dans des interactions menées en face-à-face. L'anonymat, ainsi que l'absence de marqueurs sociaux établis permettraient alors d'exprimer ses opinions plus facilement. Et c'est précisément ce qui se passe sur ces plateformes, et en particulier Youtube, où les webspectateurs s'anonymisent pour échanger plus librement.

Enfin, tout en prenant acte des réticences justifiées que peuvent avoir certains sur la notion d'intelligence collective, nous intégrerons les réflexions de Michael Hardt et Antonio Negri sur la transformation sociétale open source dans laquelle l'engagement des intelligences de chacun peut contribuer à une intelligence citoyenne encourageant un pouvoir d'agir collectif porté par les individus et leurs actions numériques. Le rêve d'intelligence collective de Pierre Levy ne sera pas notre horizon, nous le laissons aux managers des entreprises. En revanche celui d'intelligences citoyennes développé par Majo Hansotte nous aidera à comprendre comment se prend et s'invente la parole collective. L'intelligence n'est pas à prendre dans un sens élitiste mais dans son sens quotidien : avoir l'intelligence de la situation. De là, quatre types d'intelligence semblent activables dans l'espace public contemporain : l'intelligence argumentative, narrative, prescriptive et déconstructive. « Elles mobilisent des registres discursifs différents, actualisent des options politiques différentes, complémentaires ou opposées. Elles représentent les exigences méthodologiques par lesquelles la société civile peut advenir à elle-même ou avoir prise sur elle-même » (Majo Hansotte, 2004, 87).

II. Hypothèses de recherche, terrains et méthodologies

Cette recherche analyse certains programmes coproduits par le service public. La volonté du diffuseur et de ses producteurs de stimuler l'engagement citoyen de leur public sera une des questions initiales que nous leur poserons. Nous analyserons ensuite le contenu et la forme de ces programmes ainsi que les dispositifs de diffusion et de participation mis en place pour permettre au public d'augmenter son pouvoir d'agir.

L'hypothèse principale de cette recherche sera que certaines vidéos, produites pour le web et associées à des dispositifs de prises de paroles, peuvent, dans certaines conditions, provoquer l'engagement civique, citoyen et/ou politique de celles et ceux qui les regardent.

Pour nourrir ce concept, et en particulier concernant les jeunes adultes, nous ferons la sous hypothèse que cette tranche d'âge, si elle ne s'engage pas selon des modalités traditionnelles, s'investit à titre individuel et notamment à travers certaines pratiques numériques et que la vidéo peut en être le révélateur.

Pour tenter de mesurer ce type d'engagements citoyens et politique, nous construirons une grille d'évaluation afin de définir une échelle sur laquelle déterminer l'implication des individus : Du petit « like » aux partages de contenus, des commentaires aux discussions argumentées sur des forums ou des wiki, de la signature de pétitions, à l'implication dans des campagnes de boycott, voir à la participation physique à des manifestations... ce barème pourra alors associer un indice d'engagement citoyen à chaque webspectateur et à chaque vidéo étudiée, et ainsi valider ou pas leur pouvoir d'entraînement.

Pour ce faire nous étudierons le programme Datagueule, coproduit par France Télévisions, en analysant les comportements de ses webspectateurs. Ce programme analyse des sujets de société en puisant dans les datas disponibles sur le Net. De la question des Migrants, en passant par l'industrie carnée, l'agriculture industrielle, les algorithmes, la prison ou les impôts, près de 90 épisodes ont été produit et diffusés sur le Web, chacun d'une durée d'environ 10 minutes.

Diffusé sur une chaîne dédiée de Youtube, les producteurs y ont associé un wiki pour mettre à disposition les sources qui ont servi à écrire les épisodes, ainsi qu'un espace Agora pour que ceux qui souhaitent approfondir les discussions puissent le faire.



Nous nous focaliserons sur ce programme car ses auteurs axent leur ligne éditoriale sur la mise en lumière de données dispersées sur la toile, qui rassemblées et mises en perspective, permettent une compréhension du monde indispensable à chaque citoyen pour être un acteur responsable.



Fig.1 : Schéma du dispositif de diffusion de la chaîne Youtube #Datagueule

Afin d’atteindre le public de cette chaîne Youtube, objet de nos recherches, les producteurs nous ont autorisés à mettre en ligne sur l’espace communautaire de la chaîne Youtube de Datagueule une enquête ayant pour titre "Une vidéo en ligne peut-elle susciter un engagement citoyen ?".

Était demandé en préambule aux répondant.e.s leur genre, leur âge, leur niveau d’étude, leur type de ville d’habitation, leur département et leur statut socioprofessionnel.

Près de 2000 réponses ont ainsi pu être recueillies du 19 décembre 2018 au 21 avril 2019.

1879 furent conservées après suppression des doublons.

Afin de réduire les données aux profils qui nous intéressent (les 15/34 ans) nous avons mis à l’écart ceux dont l’âge était supérieur à 35 ans (124).

Sur les 1755 restants, 57, 5% ont entre 18 et 25 ans, tandis que les plus jeunes (15/18 ans) et les plus âgés (26/34 ans) représentent chacun environ 20%

Classement des participant.e.s par genre et ages

Age	Hommes		Femmes		Total général	
	Nb	%	Nb	%	Nb	%
Null						
15/18 ans	331	18,86%	61	3,48%	392	22,34%
18/25 ans	733	41,77%	276	15,73%	1009	57,49%
26/35 ans	273	15,56%	81	4,62%	354	20,17%
Total général	1337	76,18%	118	23,82%	1755	100,00%

Fig.2 : tableau de représentativité du genre des répondant.e.s et de leur âge

La différence entre le nombre d’hommes et de femmes est marquante puisque 76% de l’échantillon du public actif est masculine, contre 24%.

Nous avons simplifié au maximum les catégories socioprofessionnelles, en distinguant les actifs en deux groupes (CSP-, les CSP+) ainsi que les « en étude » entre les lycéen.ne.s et les étudiant.e.s, dont l’âge et la maturité ne sont forcément similaire. Le niveau d’étude étant pour des raisons relatives à l’engagement, une donnée intéressante à étudier, elle nous servira à affiner certains résultats.

Catégories Sociales professionnelles ¹	Avant Bac		Baccalauréat		Bac + 3		Bac + 5		Bac + 8		Total général	
	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%
Null												
Actifs CSP-	38	2,17%	85	4,84%	90	5,13%	46	2,62%	1	0,06%	260	14,81%
Actifs CSP+	5	0,28%	34	1,94%	92	5,24%	237	13,50%	27	1,54%	395	22,51%
Étudiant.e.s	106	6,04%	355	20,23%	252	14,38%	121	6,89%	5	0,28%	839	47,81%
Lycéen.ne	227	12,93%	34	1,94%							261	14,87%
Total général	376	21,42%	508	28,95%	434	24,73%	404	23,02%	33	1,88%	1755	100,00%

37,32% en activité
62,68% en étude

Fig.3 : tableau des Catégories sociales et éducatives des répondant.e.s

Niveaux D'études	Hommes		Femmes		Total général	
	Nb	%	Nb	%	Nb	%
Null						
Avant Bac	319	18,18%	57	3,25%	376	21,42%
Baccalauréat	388	22,11%	120	6,84%	508	28,95%
Bac + 3	294	16,75%	140	7,98%	434	24,73%
Bac + 5	310	17,66%	94	5,36%	404	23,02%
Bac + 8	26	1,48%	7	0,40%	33	1,88%
Total général	1337	76,18%	418	23,82%	1755	100,00%

Fig.4 : tableau des niveaux d'étude des répondant.e.s en fonction du genre

Le type de ville d'habitation ainsi que leur département nous semble une donnée qui peut avoir un intérêt afin de voir si des correspondances existent entre "la France périurbaine" des "gilets jaunes" et les webspectateurs de Datagueule ? Environ 40% des répondants habitent dans des villes ou villages de moins de 50 000 habitants quand environ 60% vivent dans une ville de plus de 100 000 habitants ou une grande agglomération.

Type de ville			
	%	Nb	
Null			
Dans un village ou un bourg de moins de 5 000 habitants	18,40%	323	40,57%
Dans une ville de moins de 50 000 habitants	22,17%	389	
Dans une ville de plus de 100 000 habitants	30,20%	530	59,43%
Dans une grande agglomération de plus de 1 million d'habitant	29,23%	513	
Total général	100,00%	1755	

Fig.5 : tableau du type de ville d'habitation des répondant.e.s

Outre les habitudes d'utilisation des réseaux sociaux, l'enquête avait pour but de demander aux répondants leur proximité avec une série de proposition d'engagements : du simple « like » à la signature de pétition ou à l'engagement associatif ou l'adhésion à un parti politique, les répondant.e.s ont mis en avant leur pratique de lecture des commentaires laissés à la suite de la diffusion des vidéos et ont éloigné l'écriture de note ou d'article sur le sujet traité.

La surprise vient du fait que « lire les commentaires » est l'action plébiscitée par les répondant.e.s alors que cela prend du temps, contrairement au fait de « liker » la vidéo, qui se trouve en seconde position avec 5% d'écart, sensiblement plus simple et rapide à activer. L'hypothèse à vérifier lors des entretiens individuels que nous ferons, est que le visionnage des épisodes interroge les Internautes plus qu'il ne fait appel à leurs émotions dont l'utilisation du "Like" est caractéristique (Cardon 2013).

Il est également intéressant de noter que la discussion avec leur entourage, sur le thème de l'épisode de Datagueule, arrive en 3ème position, avec comme présumé qu'elle est une action qui se passe hors de l'environnement numérique.

% d'individus qui s'engagent selon type d'action

Ordre	Type d'engagement des répondants (en % du total)	Nb d'individus	% d'individus
1	Lire les commentaires	1423	81,08%
2	Liker la vidéo	1338	76,24%
3	Discuter avec son entourage de la question traitée	1332	75,90%
4	Visionner une vidéo sur le même thème	1161	66,15%
5	Participer à un boycott	1037	59,09%
6	Lire des articles sur le même sujet	1010	57,55%
7	Rechercher les références qui ont servi pour écrire la vidéo	976	55,61%
8	Signer une pétition	889	50,66%
9	Partager la vidéo	846	48,21%
10	S'engager dans une association à but non lucratif	558	31,79%
11	Participer à un manifestation de rue	514	29,29%
12	Répondre aux commentaires des autres	436	24,84%
13	Ecrire un commentaire sous la vidéo	420	23,93%
14	Participer à un collectif (militant ou citoyen)	359	20,46%
15	S'inscrire et militer un parti politique	152	8,66%
16	Disliker	134	7,64%
17	Ecrire des slogans	124	7,07%
18	Adhérer à un syndicat	97	5,53%
19	Autre engagement (livres, reVISIONNAGE, spectacle...)	114	6,50%
20	Ecrire une note ou un article sur le sujet	61	3,48%
Nb des participant.es		1755	100,00%

Fig.6 : tableau des types d'engagement déclarés par les répondant.e.s

La différenciation entre les actions réalisées devant un écran (Liker, partager, lire des articles, signer une pétition...) et celles faites à l'extérieur, loin d'un écran (s'engager dans une association, un collectif, un parti...), est un point de nature à révéler des engagements puissants, capables de distinguer la pratique numérique des actions "dans le monde réel". On comprend bien que l'investissement individuel ne peut pas être le même entre toutes ces actions et qu'il sera nécessaire d'évaluer pour chacun leur degré d'investissement pour comparer leur intensité d'engagement. Dans un premier temps, le fait de comptabiliser le nombre d'individus s'étant déclaré actif dans les types d'engagements proposés a du sens. Cela permet de les hiérarchiser selon les usages des webspectateurs. La question de savoir si les répondant.e.s avaient envie de mieux connaître un sujet après avoir visionné un épisode de Datagueule est très significative.

En effet, plus de 81% d'entre eux déclarent avoir envie d'approfondir la question exposée dans l'épisode de Datagueule en citant de nombreux exemples de sujets les intéressants.

Certaines vidéos vous ont-elles donné envie d'approfondir le sujet traité ?

Ages	Null		Non		Oui		Total général	
	Nb		Nb	%	Nb	%	Nb	%
15/18 ans	6		71	4,05%	315	17,95%	392	22,34%
18/25 ans	1		190	10,83%	818	46,61%	1009	57,49%
26/35 ans			58	3,30%	296	16,87%	354	20,17%
Total général	7		319	18,18%	1429	81,42%	1755	100,00%

Certaines vidéos vous ont-elles donné envie d'approfondir le sujet traité ?

Niveau D'étude	Null		Non		Oui		Total général	
Null								
Actifs CSP-			46	2,62%	214	12,19%	260	14,81%
Actifs CSP+			63	3,59%	332	18,92%	395	22,51%
Etudiant.e.s	7		156	8,89%	676	38,52%	839	47,81%
Lycéen.ne.s			54	3,08%	207	11,79%	261	14,87%
Total général	7		319	18,18%	1429	81,42%	1755	100,00%

Certaines vidéos vous ont-elles donné envie d'approfondir le sujet traité ?

Niveau D'étude1	Null		Non		Oui		Total général	
Null								
Avant Bac			68	3,87%	308	17,55%	376	21,42%
Baccalauréat			100	5,70%	408	23,25%	508	28,95%
Bac + 3			78	4,44%	356	20,28%	434	24,73%
Bac + 5	5		69	3,93%	330	18,80%	404	23,02%
Bac + 8	2		4	0,23%	27	1,54%	33	1,88%
Total général	7		319	18,18%	1429	81,42%	1755	100,00%

Fig.7 : tableaux des réponses des répondant.e.s sur l'envie d'approfondir un sujet suite au visionnage d'un épisode de Datagueule.

Parmi eux : la démocratie, la fraude fiscale, les algorithmes, l'insécurité, les OGM, la monnaie, les inégalités Hommes/Femmes, la pornographie, les complots... Des sujets éminemment politiques qui traversent la société est provoqué le débat. La question de savoir comment si les répondant.e.s approfondissent réellement ces thèmes et de quelle manière ils opèrent pour le faire, sera posée dans un 2ème temps lors des entretiens individuels. Enfin, pour répondre à l'hypothèse de départ, à savoir que dans certaines conditions, des vidéos peuvent provoquer l'engagement civique, citoyen et/ou politique de celles et ceux qui les regardent près de 17% des répondants ont déclarés avoir manifesté suite au visionnage d'un épisode de Datagueule.

Avez-vous déjà participé à des rassemblements à la suite d'une vidéo sur Internet ?				
Age	Nb	% par tranche d'age	% des participants	Totaux
15/18 ans	57	14,54%	3,25%	392
18/25 ans	160	15,86%	9,12%	1 009
26/35 ans	81	22,88%	4,62%	354
Total général	298		16,98%	1 755

Fig.8 : tableaux des réponses des répondant.e.s sur leur participation à un rassemblement suite au visionnage d'un épisode de Datagueule

Les pourcentages par tranches d'âge montrent que les plus âgés sont plus enclins à participer à une manifestation que les plus jeunes. C'est pourquoi il faudra contextualiser ce genre de déclaration et préciser les éléments déclencheurs qui leur ont fait prendre cette décision lors des entretiens individuels, afin de comprendre si c'est le fait de vieillir qui entraîne les personnes à participer à une manifestation et que la décision se prend donc plus facilement en regardant un épisode de Datagueule, ou si c'est réellement la vidéo qui leur provoque le passage à l'acte ?

Si l'on regarde plus en détail les résultats obtenus des types d'engagement proposés en fonction de l'âge des répondant.e.s, on s'aperçoit que :

- L'engagement favori (celui qui domine les tableaux), varie en fonction de la tranche d'âge des répondant.e.s.
 - o Les plus jeunes préfèrent "Liker" les vidéos, mais aiment aussi lire les commentaires (qui suit à 1,3%) derrière.
 - o Les 18/25 ans, sont plus attirés par lire les commentaires, puis aiment discuter avec leur entourage des sujets qu'ils ont vu (à 3,1% derrière)
 - o Quand aux plus âgés, c'est la discussion qui l'emporte, et la lecture des commentaires vient à près de 4%
- Le pourcentage du nombre de personnes qui s'engagent décroît en fonction de l'âge.

Les plus jeunes à 88,5% pour le "Like", tandis que lire les commentaires concerne 81.7% des 18/25 alors que seulement 76.3% des plus âgés déclarent préférer discuter avec leur entourage.

		Ages 15/18 ans	
1	Liker la vidéo	345	88,46%
2	Lire les commentaires	340	87,18%
3	Visionner une vidéo sur le même thème	272	69,74%
4	Discuter avec son entourage de la question traitée	268	68,72%
5	Rechercher les références qui ont servi pour écrire la vidéo	239	61,28%
6	Signer une pétition	216	55,38%
7	Lire des articles sur le même sujet	202	51,79%
8	Participer à un boycott	202	51,79%
9	Répondre aux commentaires des autres	184	47,18%
10	Partager la vidéo	167	42,82%

		Ages 18/25 ans	
1	Lire les commentaires	824	81,67%
2	Discuter avec son entourage de la question traitée	792	78,49%
3	Liker la vidéo	744	73,74%
4	Visionner une vidéo sur le même thème	651	64,52%
5	Participer à un boycott	592	58,67%
6	Lire des articles sur le même sujet	572	56,69%
7	Rechercher les références qui ont servi pour écrire la vidéo	530	52,53%
8	Signer une pétition	505	50,05%
9	Partager la vidéo	474	46,98%
10	S'engager dans une association à but non lucratif	326	32,31%

		Ages 26/35 ans	
1	Discuter avec son entourage de la question traitée	270	76,27%
2	Lire les commentaires	257	72,60%
3	Liker la vidéo	247	69,77%
4	Participer à un boycott	241	68,08%
5	Visionner une vidéo sur le même thème	237	66,95%
6	Lire des articles sur le même sujet	236	66,67%
7	Rechercher les références qui ont servi pour écrire la vidéo	207	58,47%
8	Partager la vidéo	204	57,63%
9	Signer une pétition	167	47,18%
10	Participer à un manifestation de rue	123	34,75%

Fig.9 : tableaux des types d'engagement déclarés par les répondant.e.s en fonction de leur âge.

Si l'on regarde l'évolution des types d'engagement en fonction du niveau d'études des répondant.e.s, on constate que le fait de « liker » une vidéo diminue avec les diplômes obtenus. Il passe de la 1ère place chez ceux qui n'ont pas le Bac à la 10ème place chez les Bac+8, avec un pourcentage décroissant de 88,3 ; 78,9 ; 73,7 ; 66,8 et 43,7 suivant les catégories de diplômes.

		Ages 26/35 ans	
1	Discuter avec son entourage de la question traitée	270	76,27%
2	Lire les commentaires	257	72,60%
3	Liker la vidéo	247	69,77%
4	Participer à un boycott	241	68,08%
5	Visionner une vidéo sur le même thème	237	66,95%
6	Lire des articles sur le même sujet	236	66,67%
7	Rechercher les références qui ont servi pour écrire la vidéo	207	58,47%
8	Partager la vidéo	204	57,63%
9	Signer une pétition	167	47,18%
10	Participer à un manifestation de rue	123	34,75%

Types d'engagements		Baccalauréat	
1	Lire les commentaires	411	80,91%
2	Liker la vidéo	401	78,94%
3	Discuter avec son entourage de la question traitée	379	74,61%
4	Visionner une vidéo sur le même thème	347	68,31%
5	Participer à un boycott	289	56,89%
6	Lire des articles sur le même sujet	284	55,91%
7	Signer une pétition	282	55,51%
8	Rechercher les références qui ont servi pour écrire la vidéo	262	51,57%
9	Partager la vidéo	219	43,11%
10	S'engager dans une association à but non lucratif	151	29,72%

Types d'engagements		Bac +3	
1	Lire les commentaires	349	80,41%
2	Discuter avec son entourage de la question traitée	332	76,50%
3	Liker la vidéo	320	73,73%
4	Visionner une vidéo sur le même thème	275	63,36%
5	Lire des articles sur le même sujet	262	60,37%
6	Participer à un boycott	257	59,22%
7	Rechercher les références qui ont servi pour écrire la vidéo	242	55,76%
8	Signer une pétition	208	47,93%
9	Partager la vidéo	206	47,47%
10	S'engager dans une association à but non lucratif	132	30,41%

Types d'engagements		Bac + 5	
1	Discuter avec son entourage de la question traitée	324	80,20%
2	Lire les commentaires	309	76,49%
3	Participer à un boycott	273	67,57%
4	Liker la vidéo	270	66,83%
5	Visionner une vidéo sur le même thème	256	63,37%
6	Lire des articles sur le même sujet	249	61,63%
7	Partager la vidéo	231	57,18%
8	Rechercher les références qui ont servi pour écrire la vidéo	220	54,46%
9	Signer une pétition	171	42,33%
10	S'engager dans une association à but non lucratif	144	35,64%

Types d'engagements		Bac +8	
1	Discuter avec son entourage de la question traitée	25	78,13%
2	Rechercher les références qui ont servi pour écrire la vidéo	23	71,88%
3	Lire des articles sur le même sujet	22	68,75%
4	Participer à un boycott	22	68,75%
5	Lire les commentaires	22	68,75%
6	Visionner une vidéo sur le même thème	19	59,38%
7	Partager la vidéo	18	56,25%
8	S'engager dans une association à but non lucratif	18	56,25%
9	Signer une pétition	17	53,13%
10	Liker la vidéo	14	43,75%

Fig.10 : tableaux des types d'engagement déclarés par les répondant.e.s en fonction de leur niveau d'étude. De même, « lire les commentaires » plaît davantage à ceux qui ont juste le Bac ou viennent de finir leur licence alors que c'est la discussion qui l'emporte lorsque les répondant.e.s ont franchi le seuil du Master.

Enfin, si l'on distingue les actions se déroulant immédiatement après le visionnage d'un épisode sur la chaîne Datagueule (liker, disliker, partager, commenter, lire les commentaires ou répondre aux commentaires), de celles se déroulant sur le web et en dehors de la chaîne Youtube Datagueule (recherche des références, lecture d'articles complémentaire sur le sujet, visionnage d'autres vidéo sur le même sujet, écriture de notes ou d'articles) ou dans la vie réelle (écriture de slogans, pétition, boycott, discussion, association, collectif, parti, syndicat), on découvre que les action sur le web sont légèrement supérieures à celles sur la seule chaîne Youtube de Datagueule (+1,3%) et que les actions dans la vie réelle sont loin derrière les autres, car nécessairement plus impliquantes individuellement.

Age	Engagement immédiat sur Youtube après visionnage DTG		Actions d'approfondissement Hors chaîne DTG		Engagements dans la vie réelle	
	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage
Null			0		0	
15/18 ans	204	52,08%	173	44,05%	128	32,60%
18/25 ans	421	41,71%	445	44,09%	322	31,87%
26/35 ans	141	39,88%	171	48,31%	120	33,87%
Avant Bac	199	52,84%	168	44,55%	125	33,16%
Baccalauréat	223	43,86%	225	44,36%	162	31,96%
Bac + 3	174	40,05%	197	45,28%	135	31,08%
Bac + 5	160	39,56%	184	45,59%	135	33,44%
Bac + 8	11	33,33%	15	45,45%	12	37,04%
Dans un village ou un bourg de moins de 5 000 habitants	159	49,17%	147	45,61%	105	32,58%
Dans une ville de moins de 50 000 habitants	174	44,64%	171	44,04%	124	31,91%
Dans une ville de plus de 100 000 habitants	224	42,17%	232	43,74%	173	32,66%
Dans une grande agglomération de plus de 1 million d'habitants	210	40,97%	238	46,39%	167	32,51%
Total général	768	43,66%	789	44,93%	569	32,43%

Fig.11 : tableaux des types d'engagement déclarés par les répondant.e.s en fonction de leur âge.

Cela tendrait à montrer que l'effet des vidéos visionné est suffisamment fort pour solliciter chez les répondant.e.s du temps et de l'énergie supplémentaire pour approfondir le sujet traité dans l'épisode de Datagueule.

Notre deuxième hypothèse sera que les dispositifs d'interaction proposés par les plateformes numériques pour capter l'attention des utilisateurs, facilitent, peut être à leur insu, l'engagement citoyen et politique des jeunes, dans la mesure où la discussion citoyenne et la défense de leurs points de vue participent du besoin de reconnaissance, d'affirmations personnelles et d'expériences de soi énoncé par Julie Denouël. Nous regarderons si les incertitudes environnementales et professionnelles, comme la transformation radicale en cours de la société énoncées par Beck, sont des axes de réflexion autour desquels les webspectateurs de Datagueule se mobilisent.

Nous nous appuyerons sur les travaux de Ruth Amossy qui montrent que dans l'espace des commentaires en ligne sur Youtube, la confrontation violente des positions antagonistes peut autoriser, à défaut d'un accord sur le raisonnable, du moins un partage de la parole susceptible d'assurer une coexistence dans le désaccord. L'argumentation change alors de cap. Elle renonce à son idéal d'entente et de collaboration en cédant aux pressions du terrain qui le rendent impraticable. En même temps, elle remplit une fonction sociale : elle autorise, à travers l'échange verbal, une coexistence dans le dissensus.

Pour mettre en évidence ces interactions, nous ferons dans un premier temps une analyse multidimensionnelle des corpus de commentaires déposés par les webspectateurs grâce au logiciel Iramuteq¹.

Nous avons choisi un épisode qui a rencontré une forte audience et qui a été provoqué de fortes réactions par son nombre de « like » et de « dislike ».

L'épisode sur l'assistantat, diffusé en décembre 2016 a récolté au 20 mai 2019 plus de 733000 vues, a bénéficié de 24 000 « like », 1000 « dislike » et 3300 commentaires. Il nous semble pour ces raisons intéressant d'en ausculter les commentaires, le nombre de conversations qui se sont créées et sur quelles base d'échanges et d'argumentation.

Saison	N° Episode	Date	Titre épisode	Nb de vues au 20 mai 19	Nb de l'aime	Nb de je n'aime pas	écart d'appréciation	Nb Commentaires	Indice d'activité
5	66	déc.-16	Assistantat : un mythe qui ronge la solidarité	733 282	24 000	1 000	25 000	3 303	787%
4	50	nov.-15	Tout, tout, tout, vous saurez tout sur le complot	883 078	19 000	2 100	21 100	2 819	928%
4	55	janv.-16	Quand la boucherie, le monde pleure	679 568	16 000	516	16 516	2 731	715%
4	52	janv.-15	Migrants, mi-hommes	420 376	10 000	864	10 864	1 562	444%
7	81	oct.-18	Insécurité : peurs sur les chiffres	227 229	12 000	975	12 975	1 418	255%
5	69	févr.-17	Agriculture industrielle : produire à mort	430 897	14 000	155	14 155	1 371	461%
7	86	févr.-19	L'impôt, le peuple et le truand	274 391	15 000	963	15 963	1 351	308%
5	65	nov.-16	Ne voiture rien venir ?	500 510	12 000	518	12 518	1 315	527%
7	85	janv.-19	Datagueule et clitodonnées : le plaisir à la chaîne	269 093	11 000	838	11 838	1 271	294%
5	62	oct.-16	La faim du travail	500 093	15 000	250	15 250	1 241	532%
5	64	nov.-16	Franc CFA : une monnaie de plomb	493 498	12 000	323	12 323	1 192	519%
4	49	oct.-15	Climatosceptiques : la science, le doute et le désespoir	478 473	9 900	397	10 297	1 125	500%
4	57	févr.-16	Démocratie représentative : suffrage, O désespoir	401 948	11 000	114	11 114	1 100	425%
5	61	sept.-16	Prisons : l'écrou et ses vices	323 866	13 000	238	13 238	1 094	351%
4	48	oct.-15	Le changement (climatique) c'est maintenant	418 329	8 900	138	9 038	1 085	437%
7	83	nov.-18	Capitalisme : victoire par chaos climatique	242 949	13 000	253	13 253	1 081	271%
5	67	déc.-16	Eau rage, eau des espoirs !	388 661	10 000	142	10 142	1 076	410%
1	6	juin-14	Monsanto, sa vie son empire	938 630	8 500	193	8 693	1 028	957%
7	88	avr.-19	la République en marché	260 250	13 000	318	13 318	1 003	288%
7	82	nov.-18	Géoingénierie : dernier mirage avant la fin du monde	267 706	11 000	356	11 356	964	291%
6	72	juin-17	Régime représentatif, mais de quoi ?	236 554	11 000	215	11 215	887	260%
7	84	janv.-18	Algocratie : L'inégalité programmée	250 863	9 500	525	10 025	882	272%
7	87	mars-19	Tristes tropismes	244 211	10 000	177	10 177	818	265%
5	60	juil.-16	Sport mondialisé : du pain et des jeux	383 111	11 000	260	11 260	805	406%
5	63	oct.-16	Privés de savoir ?	636 101	17 000	157	17 157	759	671%
5	59	juin-16	Paradis fiscaux : évasion que j'te pousse !	348 122	11 000	133	11 133	693	371%
5	68	janv.-17	Marketing politique : Démocratie-ciblée	359 482	9 900	129	10 029	683	380%
6	74	juil.-17	Des mots, des mots... Démocratie ?	263 481	10 000	162	10 162	675	284%

Fig.12 : tableaux des épisodes de Datagueule classés en fonction de leurs nombres de vues et d'interactions

¹ <http://iramuteq.org/>

La dimension politique du sujet traité (l'assistantat) est également l'élément qui nous a décidé de choisir cet épisode. En effet, ce thème porte en lui les questions de solidarité qui divisent souvent les deux blocs historiques de la droite et de la gauche, même si ces partitions sont aujourd'hui obsolètes. Il n'empêche que la vision des pourfendeurs ou des défenseurs d'une solidarité pour les plus démunis, reste antagoniste, et présage que les réactions des webspectateurs seront plus facilement identifiables, ainsi que leurs arguments.

Bien sûr, comme le dit Marc Angenot, la parole polémique "suppose un contre-discours antagoniste [...] lequel vise dès lors une double stratégie : démontrer sa thèse et réfuter/disqualifier la thèse adverse"(Angenot 1982 : 34). Nous retrouverons ces dialogues de sourds dans les commentaires Datagueule, mais comme le décrit Sara Amadori, "Les internautes qui visitent Youtube sont tout à fait accoutumés à ce genre d'interactions et au fait que souvent de tels débats n'aboutissent pas à un accord."(Amadori 2011, conclusion). Les internautes ne s'intéressent pas spécialement aux règles de la Netiquette rédigé par V.Shea² en 1994. Les 10 règles de la Netiquette Guideline que sont (pour résumer), la prudence, le respect, la clarté, la concision et la courtoisie, semblent négligeables pour les internautes. Ceux-ci n'ont pas l'air de s'offusquer des quelques provocateurs qui sont dilués dans la masse des discussions et les commentaires déposés à la suite de chaque épisode. C'est en faisant l'analyse fine des commentaires que nous le montrerons.

Toutefois, à la lecture des résultats de l'enquête en ligne, il apparaît clairement que les commentaires dialogaux ne sont pas seulement destinés aux interlocuteurs qui prennent une part active à la discussion, mais à toute la communauté silencieuse qui lit les commentaires sans y participer. 81% des participant.e.s déclarent lire les commentaires sans pour autant y participer (ils ne sont plus que 24% à contribuer à la curie). La présence même de ces commentaires et leur nombre est un élément contributif à la formation des opinions des internautes qui, comme à la télé, regardent le spectacle "d'opposants" s'étrillant, en enregistrant les éléments de langage qui serviront ensuite leur propre argumentation. Nous vérifierons cette hypothèse plus tard, lors des entretiens semi-directifs que nous aurons avec certains participants de l'enquête qui ont laissé leurs coordonnées pour poursuivre nos recherches.

La classification hiérarchique descendante (suivant M. Reinert) de la première analyse multidimensionnelle des corpus de commentaires de l'épisode N° 66 sur l'assistantat, a permis d'identifier 8 classes lexicales, chacune porteuse d'un discours spécifique, comme le montre le dendrogramme ci-dessous :

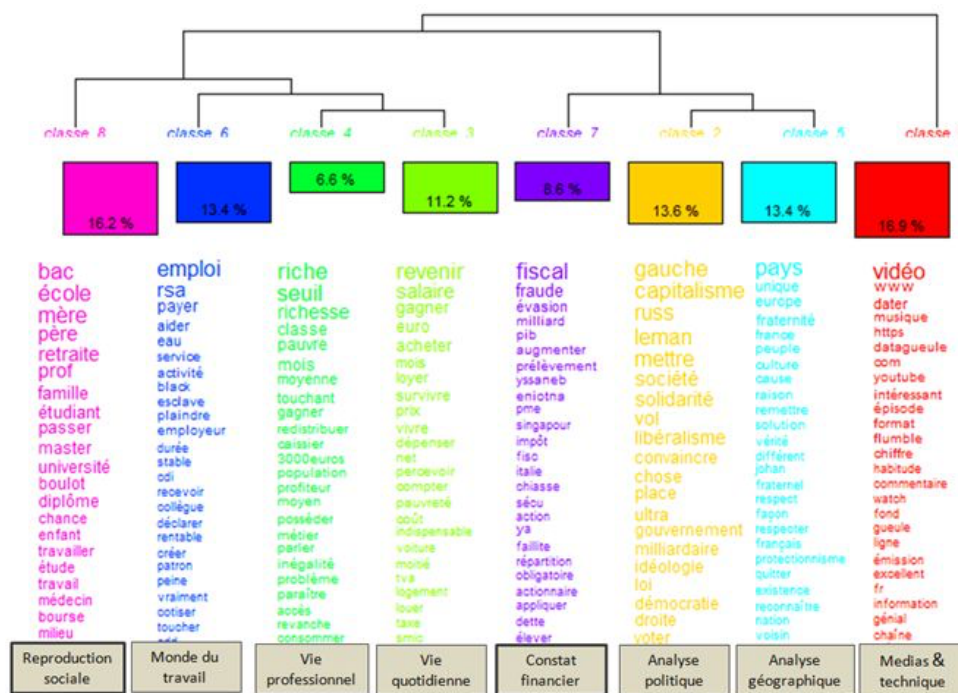


Fig.13 : Dendrogramme de la classification hiérarchique des commentaires de l'épisode sur l'Assistantat, suivant la méthode Reinert

² V. Shea, Netiquette Guidelines, 1994 (en ligne <http://www.albion.com/netiquette/corerules.html>)

Afin d’appréhender plus facilement les univers lexicaux utilisés par les Internautes, nous avons résumé leur sémiologie respective à travers des tendances dialogiques quelques peu lapidaires mais qui seront analysées dans le détail par la suite. L’analyse factorielle suivent le choix des commentateurs (AFC) fait apparaître que les discussions portant autour de la reproduction sociales (classe 8) s’opposent à celles sur les problématiques fiscales et financières (classe 7), tandis que ceux qui échangent sur les aspects plus techniques sont à l’écart des autres discussions (Classe 1)

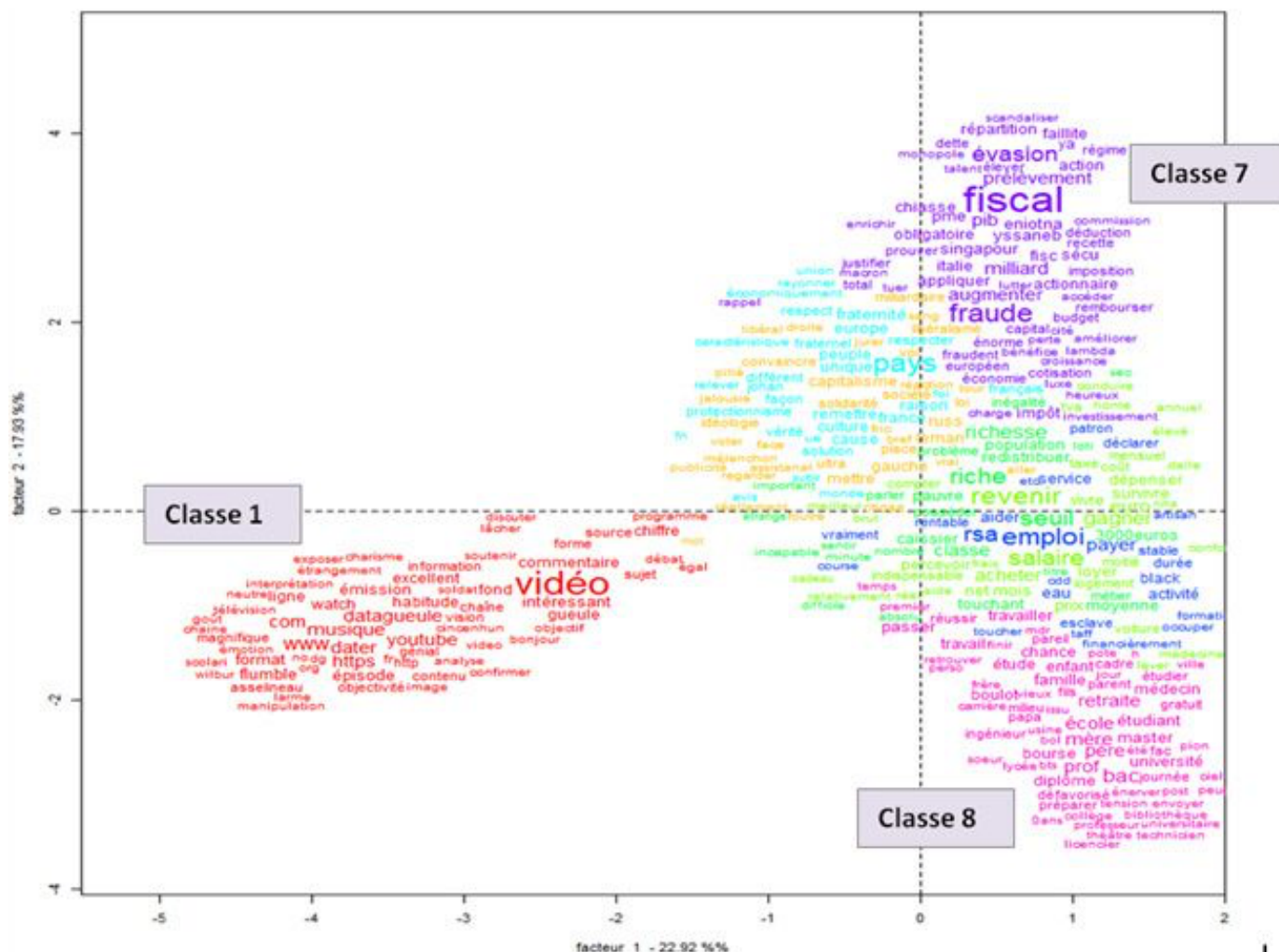
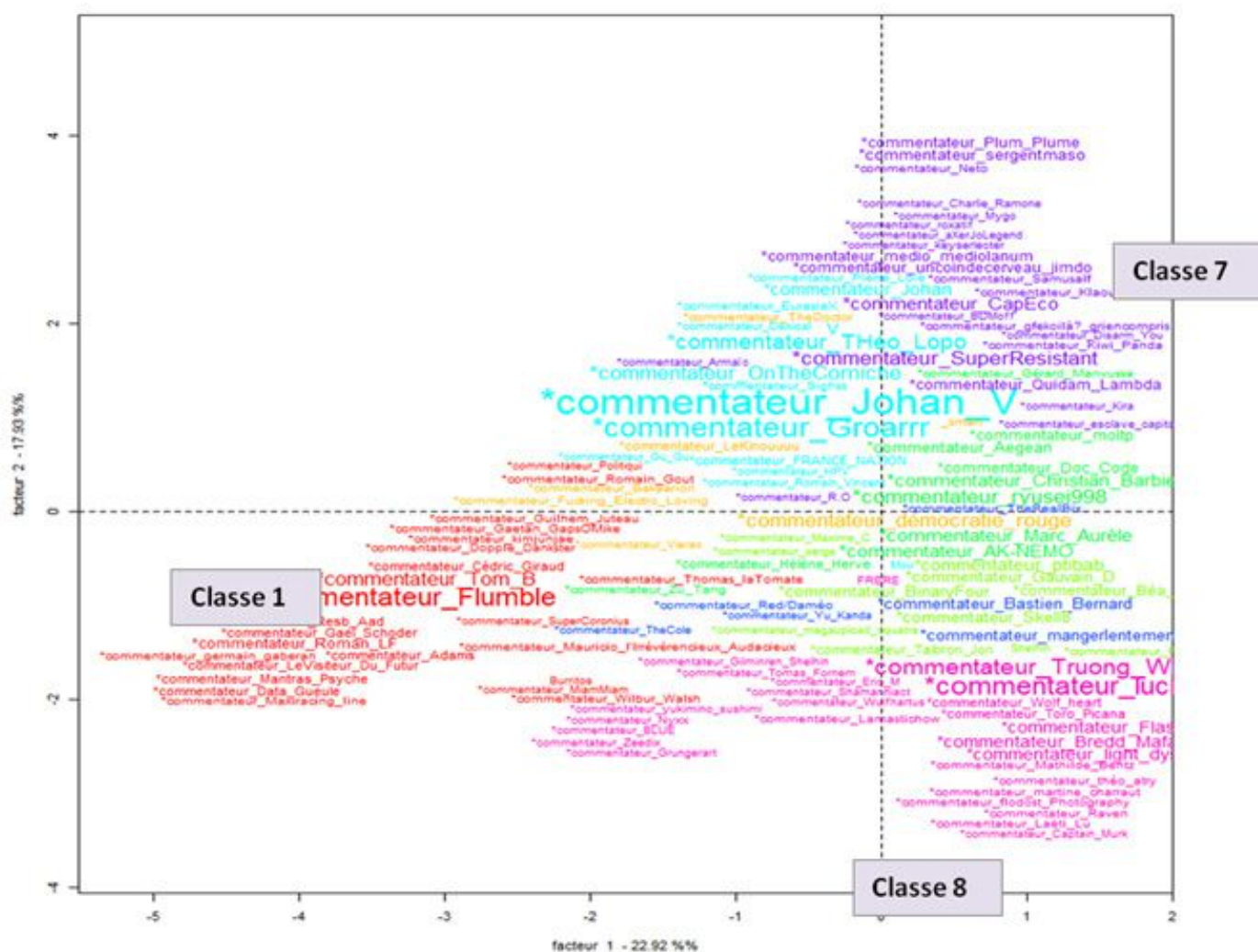


Fig.14 : Graphique AFC

Cette approche quantitative des traitements lexicométriques de corpus permet ainsi de se focaliser plus précisément sur les auteurs des commentaires dissensuels afin d’analyser plus en détail comment leurs expressions, et les relations dialogiques qu’ils tissent avec leurs interlocuteurs contribuent ou non à étendre le périmètre de réflexion générale. L’analyse ayant été faite en identifiant chaque commentateur, nous pouvons retrouver sur le tableau lexical agrégé le nom des commentateurs les plus actifs suivant les classes décrites.



Ce travail permet de nous focaliser sur quelques discussions caractéristiques afin d’analyser le degré d’écoute ou d’agressivité des participants, les arguments déployés, la longueur des commentaires et la fréquence des échanges. Ces extraits nous aideront à retrouver les bulles de discussions dans lesquelles les phrases ont été écrites et d’analyser leurs environnements d’interlocution, les expressions employées et les idées véhiculées. Nous étudierons sur quelles phrases commencent une discussion et comment elle se clôture. Les résultats obtenus seront ensuite étudiés afin de vérifier l’hypothèse de Majo Hansotte sur les 4 lignes de force des intelligences citoyennes que sont l’intelligence argumentative, narrative, prescriptive et déconstructive. Nous analyseront si ces intelligences sont mobilisées dans l’écriture des commentaires, de quelle manière elles le sont, comment elles s’interrogent et se répondent et comment ceux qui les produisent réagissent à celles des autres.

Segments de textes caractéristique Classe 8

**** *commentateur_Fusone_daniel

score : 581.00

si votre **papa** a fait toute sa **carrière** chez **psa** à l **usine** il doit avoir une **retraite** d environ 1200euros. j ajoute qu il pouvait **passer des diplômes** du **cap** au **bts** et même **devenir ingénieur** à l **école peugeot**

**** *commentateur_Lamastichow

score : 493.99

comme si la **charge** de **travail** était plus élevée pour un **étudiant** en **école** d **ingénieur** que pour un **bac bac** 2 qui **galère** à son **poste** de **technicien**

**** *commentateur_Bastien_Maury

score : 481.88

d une **école collège université gratuite** ne trouves tu pas ça plus juste que même un pauvre puisse à la base avoir les mêmes **chances** que toi de **réussir** ? n'a-t-on pas **besoin** des personnes les plus compétentes à leur **poste** plutôt que des **fil** à **papa**

**** *commentateur_démocratie_rouge

score : 470.15

je **connais** des **potes** qui les ont acheté leurs **parents** touchent le smic et oui pas de **bol** je vis vers **henin beaumont** mon **père** et **prof** a la **fac** de **douai** et ma **mère chef** d établissement à **henin beaumont** et son logement **professionnel** il est où

Segments de textes caractéristique Classe 7

**** *commentateur_SuperResistant

score : 967.24

eniotna yssaneb c est justement l **évasion fiscale** qui permet de mesurer le seuil de **prélèvement** maximal d un **état** au **delà** duquel il ne peut plus **prélever** sans **réduire** ses **recettes**

**** *commentateur_SuperResistant

score : 942.72

eniotna yssaneb ces **chiffres** ne sont pas comparable et ne peuvent pas être utilisé pour faire votre **raccourcis** je vais simplifier pour vous l argent ne **disparaît** jamais il est juste dépensé **autrement** qu en **impôts** tous les **pays** ont del **évasion fiscale** la **france** est en dessous de la moyenne

**** *commentateur_Chazia_Mamode

score : 935.44

par contre pour le 3ème argument je ne pense pas que les autres **fraudes** que tu as **cité** **représentent** une aussi grosse **perte** pour l **état** que les **évasions fiscales** après je ne suis pas non plus forcément pour le fait

**** *commentateur_Leman_RUSS

score : 922.20

superresistant il n y a aucune **évasion fiscale** elle est **sociale** mais cela va changer quand la **commission européenne** va obliger la **france** à **appliquer** les **directives européennes** sur la **sécurité sociale** plus besoin de partir pour se **dessolidariser**

Dans un troisième temps, lorsque nous aurons une vision plus précise de l'élaboration d'une construction de pensée par les webspectateurs commentateurs, nous ferons des entretiens semi-directifs avec une vingtaine d'entre eux, particulièrement actifs dans les engagements déclarés, afin de contextualiser leurs motivations, leurs rapports avec les sujets traités, leurs attentes de France télévisions, leurs usages des réseaux sociaux et de la plateforme Youtube.

Deux participants particulièrement actifs feront l'objet d'une socioanalyse des raisons d'agir (selon la méthode de Guy Bajoit) qui permettra de révéler les raisons profondes et sensibles qui les ont poussés à s'engager comme ils le font. Il s'agira là de découvrir que derrière leur parole consciente et maîtrisée se joue une autre scène que celle qu'ils veulent bien montrer, et ainsi de capter les éléments déclencheurs de leurs actions qui sont apparus à leur insu et voir comment la vidéo a pu être active dans ce processus.

La troisième hypothèse sera que la hiérarchisation des circuits de décision de France Télévisions pénalise l'innovation de nouveaux types de programmes et leur diffusion sur le net alors que les producteurs indépendants les expérimentent intuitivement. La structuration historique et les habitus hégémoniques de la télévision linéaire ont du mal à laisser émerger l'expression d'une multitude de "niches" lorsque le point focal d'appréciation reste toujours celui de la part de marché, structurée autour du "minutes par minute". Pour tester cette hypothèse, et comprendre le rapport qu'ont les directions des programmes avec le web, leurs visions de la problématique et leur réflexion sur les solutions à mettre en place, nous pratiquerons des entretiens qualitatifs en face à face avec les principaux décideurs des chaînes et des unités de programmes, qu'ils soient en poste ou qu'ils l'aient été au moment du lancement de la série Datagueule. Le point de vue des producteurs, auteurs et réalisateurs des épisodes permettra d'exprimer les visions de ceux pour qui le Web est l'espace de diffusion déterminant de leur modèle économique et leur relation à ce sujet avec France Télévisions. Connaître leurs motivations initiales concernant le développement du programme, l'historique des choix artistiques et éditoriaux ainsi que les stratégies de diffusion nous permettra de mesurer la distance et le chemin qui les ont rapprochés de leur public.

Enfin, notre quatrième hypothèse sera qu'un programme vidéo comme Datagueule peut permettre aux intelligences citoyennes, définies par Majo Hansotte, de délibérer sur le sujet exposé dans l'épisode, si un dispositif adapté le propose. La délibération ayant pour but de produire des conclusions écrites et approuvées par une majorité d'internautes. Pour tester cette hypothèse, nous proposerons une expérimentation grandeur nature qui permette aux webspectateurs ayant visionné un programme Datagueule spécifique (qui expose la démarche), de délibérer ensemble grâce à la plateforme d'intelligence citoyenne Assembl . Les conclusions ainsi produites dans un document écrit permettront de valider ou non le lien entre la vidéo et le résultat des étapes délibératives orchestrées par l'outil.

Ainsi, en partant d'un programme audiovisuel coproduit par France Télévisions, cette recherche doctorale pourra vérifier s'il est à même de susciter l'engagement citoyen de son public de jeunes adultes, et ainsi de renforcer leur pouvoir d'agir sur la société et sur le monde.

Les modèles étudiés de prise de parole, puis de délibération autour de vidéo en ligne pourront alors former un corpus méthodologique servant d'exemple au service public audiovisuel pour imaginer des dispositifs d'accompagnement qui permettent de remplir et d'élargir toutes ses missions : informer, cultiver, divertir et pourquoi pas, développer les intelligences citoyennes de son public ?

Conclusion

Le travail de cette thèse est ambitieux et souhaite produire des résultats tangibles élaborés à la suite du travail théorique, des analyses d'enquêtes, d'entretiens semi directifs et de la dissection de la parole récoltée sur Youtube.

Il permettra de comprendre le potentiel pouvoir d'engagement d'une vidéo, au sens de déclencheur d'actions citoyennes diverses, de définir les points nécessaires d'accroche de l'attention et leurs capacité à favoriser la puissance d'agir de leur public.

Par la production d'un document écrit, collectivement, élaborés par les webspectateurs de la série Datagueule et déclenché par un épisode spécialement conçu, il sera alors possible de matérialiser le résultat de l'empowerment produit. Cette production pouvant, dans un second temps, être mis en discussion plus largement par des non spectateurs de Datagueule intéressés par la thématique développée.

Ainsi, la boucle serait bouclée. L'expérimentation finale servant à vérifier une hypothèse qui validerait ou non la pertinence du rendu collaboratif.

Bibliographie

- Amadoni S. (2012). « Le débat d'idées en ligne : formes de la violence polémique sur Youtube », *Signe, discours, société*, n° 9 [en ligne : <http://www.revue-signes.info/document.php?id=2853>]
- Amossy R. (2011). « La coexistence dans le dissensus », *Semen*, n° 31. [en ligne : <http://semen.revues.org/9051>]
- Angenot M. (1982). *La Parole pamphlétaire. Typologie des discours modernes*, Paris, Ed Payot.
- Angenot M. (2008). « Le dialogue de sourd. Traité de rhétorique antilogique », Paris, Ed Mille et une Nuits.
- Babeau F. (2014/2). « La participation politique des citoyens "ordinaires" sur l'Internet. La plateforme Youtube comme lieu d'observation », *Revue Politiques de communication*, (N° 3)
- Bajoit G. (2009). *Socio-analyse des raisons d'agir*, Ed Presse Universitaire de Laval.
- Beck U. (2001). *La société du risque*, Ed Champs essais
- Beck U, Giddens A & Lash Scott. (1988). *Reflexive modernization, Politics, tradition and aesthetics in the modern social order*, Ed polity Press
- Breton P. (1997). *La parole manipulée*, Ed la découverte
- Bueveniste É. (1966). *Problèmes de linguistique générale*, Paris, NRF, Bibliothèque des sciences humaines
- Cardon D. (2013/2). « Du lien au like sur Internet. Deux mesures de la réputation », *Revue Communications*, (n° 93) [en ligne : https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_2013_num_93_1_2723]
- Denouel J, Granjon F et Aubert A. (2014). *Médias numériques et participation. Entre engagement citoyen et production de soi*, Ed Mare et Martin
- Flichy P. (2001). *L'imaginaire d'Internet*, Paris, Ed La Découverte.
- Habermas J. (1992). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge: Ed MIT Press
- Hansotte H. (2004). *Les Intelligences citoyennes, comment se prend et s'invente la parole collective*; Ed De Boeck
- Hardt M & Negri A. (2004). *Multitudes*, Ed La Découverte
- Kiesler S & Sproull L. (1999). "Cooperating with life-like interface agents", *Computers in Human Behavior*.
- Labadie F. (2005). Chapitre III. Modernité et engagement des jeunes. In: *Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires*. Paris : Ed L'Harmattan. pp. 55-68. (Débats Jeunesses, 16)
- Le Bossé Y. (2008). *L'empowerment : de quel pouvoir s'agit-il ?* *Changer le monde (le petit et le grand) au quotidien. Nouvelles pratiques sociales*, 21 (1), 137–149. [en ligne : <https://www.erudit.org/fr/revues/nps/2008-v21-n1-nps2477/019363ar.pdf>]
- Lefort C. (2001). *Essais sur le politique : XIXe-XXe siècle*, Ed Le seuil.
- Levy P. (2002). *Cyberdémocratie*. Paris, Ed Odile Jacob.
- Reinert M. (1983) Une méthode de classification descendante hiérarchique : application à l'analyse lexicale par contexte. *Les cahiers de l'analyse des données*, VIII, (2), 187-198.
- Schehr S, (2002) «Vers un nouvel individualisme juvénile ? L'individualisation réflexive et l'expérience juvénile», *Agora débats / jeunesse*, Paris, L'Harmattan, n° 27, pp. 46-57
- Stomer-Galley, J. (2003). « Diversité de la conversation publique sur Internet : perspectives des utilisateurs », *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 8, Issue 3
- Van Zoonen L, Vis, F. and Mihelj, S. (2010). *Performing citizenship on YouTube: activism, satire and online debate around the anti-Islam video Fitna*. *Critical Discourse Studies*.
- Weber, M (1971), *Économie et Société*, Paris, Plon

Enjeux éthiques et philosophiques de l'usage des réseaux sociaux numériques par les jeunes : étude comparative entre jeunesse sénégalaise et jeunesse française
Ethical and philosophical issues of the use of social networks: the comparative study between Senegalese youth and French youth

Mama Diouf Rose

doctorante en SIC

IMSIC, Aix-Marseille Université

rosemamadiouf@gmail.com

Mots-clés : Jeunesse/ RSN/Usage/Enjeux Ethiques

Keywords : Youth / Social networks / Use / Ethical Issues

Résumé

Cette recherche pense les enjeux éthiques liés à l'usage des RSN par les jeunes sénégalais en comparaison aux français. En observant leurs profil, publications, partages et commentaires, nous pensons comprendre l'identité de ces jeunes, mettre le doigt sur les implications négatives de leur usage et cerner leur mode d'être citoyen sur ces réseaux. Ainsi, l'analyse de l'identité numérique, des effets négatifs et de la citoyenneté numérique mis en jeu dans l'usage des RSN de ces jeunes nous mènera à la question d'une éthique des RSN et à sa place dans le débat public au Sénégal.

Summary

This research considers the ethical issues related to the use of RSN by young Senegalese compared to French. By observing their profile, publications, sharing and comments, we think we understand the identity of these young people, make them clear about the negative implications of their use and identify how they are citizens on these networks. Thus, the analysis of digital identity, the effects of digital identity have turned into RSN of our young children to the question of an ethics of RSN and its place of public debate in Senegal.

Ces travaux ont été présentés lors des Doctorales 2019 de la SFSIC à Mulhouse. Néanmoins, l'auteur.e a choisi de ne pas transmettre le texte final ou celui-ci n'a pas été transmis dans les délais indiqués pour publication au sein de ces actes.

Vers une mesure de la créativité publicitaire des marques sur les médias sociaux numériques

Toward a measurement of brands creativity in the social media advertising

Yasmine Faris

doctorante en SIC

Université de Bourgogne Franche-Comté

yasminafares67@gmail.com

Mots-clés : médias sociaux numériques, créativité, publicité, culture.

Keywords: social media, creativity, advertising, culture.

Résumé :

L'objectif de ce travail est l'élaboration d'une proposition de mesure de la créativité des marques sur les médias sociaux numériques. Alors que la créativité en publicité est mesurée par les professionnels et experts du domaine, notre démarche s'appuie sur l'évaluation faite par les usagers qui aiment (like), commentent et partagent un contenu publicitaire. Notre grille de mesure est composée de cinq dimensions : la nouveauté, la complexité, l'esthétique, l'interactivité et la temporalité.

Abstract :

The aim of this work is the elaboration of a grid to measure brands advertising creativity in the social media. While advertising creativity is measured by professionals and experts, our measure focuses on the evaluation made by users who like, comment and share an advertising content. Our grid is consisting of five dimensions: novelty, complexity, aesthetic, interactivity, temporality.

Vers une mesure de la créativité publicitaire des marques sur les médias sociaux numériques

Introduction

Depuis les années 2000, les auteurs, à la fois chercheurs et praticiens professionnels, ont vu l'internet comme le principal vecteur des transformations profondes des pratiques publicitaires (Bonhomme & Pahud, 2013 ; De Iulio, 2016). Et selon l'Observatoire de l'e-pub¹ édité en 2017, l'internet avec les objets connectés a constitué, pour la première fois, au niveau mondial le premier choix des annonceurs, devant la télévision et la presse. Le principal levier de cette irrésistible ascension du Web est le Smartphone. Ce dernier est devenu le principal usage numérique dans le monde et le premier média dans la plupart des marchés émergents. Son usage continue partout d'exploser, notamment grâce aux médias sociaux numériques.

Ainsi, dans une société dominée par l'immatériel, la créativité devient un enjeu majeur pour les annonceurs et une valeur ajoutée pour les marques. Ces dernières mutent progressivement vers un modèle social et culturel pour répondre à leur « crise de sens » (Semprini, 2005) et attirer l'attention des consommateurs sursollicités. Plus relationnelles que jamais, les marques se sont appropriées, aujourd'hui, les médias sociaux numériques comme nouveaux espaces de communication privilégiés pour générer de « l'interaction active » (Duteil-Mougel & Tsala-Effa, 2013) avec les usagers. Ces derniers, grâce à l'appropriation de ces médias peuvent désormais évaluer ou co-crée un contenu publicitaire, exprimer leur satisfaction ou insatisfaction et influencer les autres usagers. Le champ d'interaction marque/consommateur et consommateur/consommateur s'est donc élargi dans l'espace et dans le temps. Dans ce travail, nous nous intéressons à la mesure de la créativité des formes publicitaires circulant sur les médias sociaux numériques. Dans un premier temps, nous présenterons le cadre général de notre thèse, la problématique et les hypothèses. Nous synthétiserons, dans un deuxième temps, les recherches portant sur la créativité et nous élaborons une proposition pour mesurer la créativité des formes publicitaires circulant sur les médias sociaux numériques. Nous nous interrogerons, enfin, sur les intérêts et limites de la grille de mesure élaborée.

1. Le cadre général de l'étude

1.1. Contexte et problématique

Le périmètre des marques dans le contexte de la société postmoderne dépasse largement la sphère marchande (Semprini, 2005). Aujourd'hui, elles font de plus en plus appel à la créativité pour proposer des formes médiatiques dépublicitarisées (Marti De Montety, 2014), adaptées aux médias sociaux numériques.

Qu'est ce qui distingue une campagne publicitaire créative sur les médias sociaux numériques ? Quels outils, quelles représentations, quels choix esthétiques et quelles stratégies sémio-discursives les marques mobilisent-elles sur ces médias pour se démarquer et attirer l'attention d'un consommateur sur-sollicité ?

1.2. Cadre théorique et hypothèses

Ce travail s'inscrit dans la continuité et en écho à des recherches sur les modalités d'expression et la rhétorique des formes contemporaines de la publicité, qui s'appuient sur différents socles théoriques, notionnels et conceptuels qui nous seront utiles pour repérer et analyser les éléments distincts constituant une campagne publicitaire dite créative, circulant sur les médias sociaux numériques : la rhétorique de l'image publicitaire (Barthes, 1964), les actes de langage dans la publicité (Everaert-Desmedt, 1984), la rhétorique publicitaire actuelle (Bonhomme & Pahud, 2013), les « mondes possibles » des images de marques (Semprini, 2005, 2007),

¹ L'observatoire de l'e-pub du SRI est une étude de référence des investissements en publicité digitale réalisés en France et qui est publiée par le Syndicat des régies internet (SRI) en collaboration avec PWC et l'Union Des Entreprises de Conseil et Achat Média (UDECAM). En ligne : <https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2017/01/obs-e-pub-2016.pdf>

la dépublicitarisation du discours des marques, la publicitarisation des médias, la conversation (Berthelot-Guiet, Patrin-Leclère & Marti De Montety, 2011, 2013, 2014), l'« imaginaire discursif » dans le discours publicitaire (Soulage, 2013), les artefacts de la publicité (De Iulio, 2016), les modalités de dire et les tactiques rhétoriques des marques dans un contexte conversationnel (Duteil-Mougel & Tsala-Effa, 2013), la mesure de la créativité publicitaire (Mercanti-Guérin, 2008).

Notre travail partira des deux hypothèses suivantes :

Les marques dans leur évolution par le numérique et leur quête de sens, profitent de la grande capacité d'interactivité et d'interconnectivité offertes par les médias sociaux numériques pour se promouvoir, (re)construire et ajuster leur image de marque, en renforçant les liens de confiance avec les consommateurs/usagers. Elles introduisent pour cela des formes publicitaires créatives en s'appropriant les modalités de communication entre les usagers, en proposant une communication de nature plus interpersonnelle et dialogique, et en donnant une dimension humaine à la marque.

Les marques et les argumentations qu'elles déploient s'adaptent au contexte socioculturel et spatio-temporel du consommateur. Elles intègrent des signes culturels (aspect culturel et esthétique) pour compléter l'aspect technique. La culture est à la fois source d'identité et source de la créativité (Bô, et al. 2013).

1.3. Méthodologie de la recherche

Alors que la créativité en publicité est mesurée par les experts du domaine, notre démarche s'appuie sur l'évaluation faite par les usagers qui Like, commentent et partagent un contenu publicitaire créatif sur les médias sociaux numériques. Il s'agit, dans un premier temps, de l'élaboration d'une proposition pour mesurer la créativité des formes publicitaires recueillies. Ensuite, en nous appuyant sur une approche socio-sémiotique (Semprini, 2007) et communicationnelle (Berthelot-Guiet, 2015), nous examinerons le fonctionnement et les modalités d'expression de ces nouvelles formes de communication marchande dans deux sociétés différentes : la société française et la société marocaine, étant donnée que la communication publicitaire est un phénomène social lié à l'évolution et au changement des sociétés et des individus. L'approche socio-sémiotique, qui peut être considérée comme la branche de la sémiotique qui s'occupe de la dimension sociale de la discursivité, analyse la valeur sociale et culturelle des formes signifiantes, les enjeux sociaux et les croyances qui leur donnent sens et qualité. L'approche communicationnelle cherche à comprendre le phénomène repéré et lui donner une épaisseur scientifique en formalisant les situations sociales dans lesquelles il prend place, les habitudes et normes qui régissent sa pratique, les dispositifs et appareils qui structurent son agencement. Nous procéderons, en parallèle, à une vérification de la validité de l'échelle de mesure élaborée.

1.4. Nature et délimitation du corpus

Tout corpus est une construction reposant sur « le respect d'un certain nombre de règles tout en faisant preuve d'inventivité et de bon sens » (Berthelot-Guiet, 2015 : 115). Ainsi, cette étude se fonde sur un corpus numérique (Barats et al., 2016) constitué de données hétérogènes, issus des comptes officiels des marques sur les cinq médias sociaux numériques les plus adoptés par les marques : Facebook, Instagram, Youtube, Twitter et Snapchat. Afin de constituer un corpus valide et scientifiquement pertinent pour examiner nos hypothèses de travail, nous choisirons les marques en fonction de nombre de fans et de la créativité des pratiques communicationnelles mobilisées. Nous commencerons par l'élaboration d'une grille pour évaluer la créativité des formes publicitaires circulant sur les médias socio-numériques. De manière générale, nos objets d'étude sont des modèles publicitaires et des marques qui transcendent le « cadre primaire » (Goffman, 1991) de la transaction marchande dont ils relèvent pour épouser une logique davantage culturelle, sociale et médiatique.

La sélection de formes publicitaires sera opérée de façon analytique, en prenant en considération les interactions des usagers, qui correspondent au like, aux clics, aux partages et aux commentaires. Les formes publicitaires recueillies seront ainsi étudiées, comparées et analysées, en prenant en compte les caractéristiques des dispositifs sociotechniques des médias socionumériques.

2. Proposition de mesure de la créativité publicitaire sur les médias socio-numériques :

2.1. Le concept de la créativité : définitions et enjeux

La créativité est un des maîtres-mots caractérisant la société contemporaine (Florida, 2014 ; Miège, 2017). Toutefois, le domaine de la publicité est l'un des premiers à avoir favorisé l'émergence et la diffusion de ce concept, notamment par l'intermédiaire de plusieurs ouvrages publiés par le publicitaire américain Osborn (1959 ; 1963), qui est l'un des premiers théoriciens du raisonnement créatif.

Dès les années soixante, diverses définitions ont été proposées pour le concept de la créativité, des centaines d'ouvrages ont été écrits sur le sujet. Mais, les chercheurs de disciplines différentes (Boden, 1990 ; Lubart, 2003 ; Murray, 2004 ; Rouquette, 2007 ; Mercanti-Guerin, 2008 ; Kozbelt, Beghetto & Runco, 2010) ne s'accordent pas sur une définition unifiée du concept de créativité. Certains affirment que ce dernier est encore aujourd'hui mal compris et mal défini. Ainsi, il est difficile de dégager un consensus ferme sur la définition et les méthodes d'évaluation de la créativité. Cependant, les notions de « complexité », « nouveauté », « originalité », et « contexte » ou « environnement » traversent la majorité des définitions contemporaines du concept. Ces notions sont en soi génératrices d'une littérature riche et parfois contradictoire. Etymologiquement, le terme complexité renvoie au mot latin *complexus* qui signifie « ce qui est tissé ensemble ». Pour mieux cerner ce qui est « complexe », nous nous appuyerons sur la définition donnée par le sociologue Morin : « La complexité est un phénomène quantitatif dû à l'extrême quantité d'interactions et d'interférences entre un très grand nombre d'unités » (Morin, 2005 : 47). Il ajoute qu'elle contient aussi « des incertitudes et des indéterminations », c'est-à-dire des phénomènes aléatoires. En ce qui concerne le concept de nouveauté, le Trésor de la Langue Française le définit comme « Caractère de ce qui est récent, neuf » et, « Caractère de ce qui n'avait jamais été vu ou n'était pas encore connu ». La chercheuse en sciences cognitive Boden (1990), fait la distinction entre la nouveauté personnelle ou psychologique (*Psychological-novelty*) et la nouveauté historique (*Historical-novelty*). Il distingue également nouveauté et originalité. De son côté, Lubart (1995, 2003), professeur de psychologie différentielle et auteur de plusieurs ouvrages sur la créativité, souligne qu'une idée est créative si elle satisfait différentes contraintes liées à la situation. Elle n'est pas détachée de son contexte. C'est une « négociation » avec l'environnement socioculturel dans lequel elle se manifeste.

Ainsi, nous concluons que la créativité publicitaire est en changement permanent et l'évaluation d'une campagne publicitaire peut être subjective et variable selon le contexte et l'environnement socioculturel dans lequel la marque et le consommateur baignent. Cependant, la créativité est un enjeu toujours d'actualité qui permet de mettre en œuvre des démarches innovantes. Et, aujourd'hui, les marques dans leur évolution par le numérique et leur quête de sens, profitent de la grande capacité d'interactivité et d'interconnectivité offertes par les médias socionumériques pour créer, co-crée et diffuser des campagnes publicitaires à la bonne cible (citoyen engagé, individu hypermoderne, etc.), en employant une rhétorique adaptée (langages, esthétique, etc.) au contexte socioculturel et spatio-temporel.

2.2. L'élaboration de l'échelle de mesure de la créativité publicitaire

La créativité publicitaire est un domaine très peu abordé par les chercheurs. En effet, la recherche de « l'idée créative » qui permet à une marque de se démarquer durablement de ses concurrents a toujours été pour les publicitaires une quête particulièrement difficile car la créativité fait l'objet de travaux très insatisfaisants concernant son évaluation et sa modélisation (Collins, 1998 ; Reid et al., 1998 ; Mercanti-Guerin, 2008).

Pourtant, comme nous l'avons souligné ci-dessus, la créativité est depuis toujours au cœur de la communication publicitaire et les métiers liés à la conception de messages publicitaires sont réputés comme étant parmi les plus créatifs du domaine de la communication (Klebba & Tierney, 1995 ; Bernard, Courbet & Fourquet-Courbet, 2018). Il n'est donc pas anodin que l'un des plus grands festivals publicitaires au monde, qui se déroule chaque année à Cannes, a été renommé « Festival International de la Créativité » et non plus « Festival International de la Publicité ». Lors de ce festival, les experts du domaine choisissent les meilleures campagnes publicitaires en s'appuyant sur des critères liés notamment à l'émotion, à l'impact et la mémorisation.

Avec l'émergence des médias sociaux numériques, la créativité est plus que jamais une valeur ajoutée pour les marques qui cherchent des solutions originales pour communiquer différemment sur ces médias, se démarquer et maximiser l'impact d'une campagne publicitaire sur un public cible. Ce dernier, de son côté, peut désormais commenter, évaluer et diffuser un contenu publicitaire mais également participer à sa création. La créativité est ainsi sortie de l'emprise des experts pour toucher le grand public. Ainsi, nous avons tenté d'apporter notre éclairage à la question qui nous préoccupe : Comment peut-on mesurer la créativité d'une campagne publicitaire ? Nous précisons que notre posture de recherche s'est nourrie de deux lacunes. La première est le nombre très restreint de recherches scientifiques portant sur la mesure de la créativité. La seconde est la difficile appréhension de la créativité en publicité.

Pour choisir les critères et les éléments observables dans les formes publicitaires, nous avons :

- Identifié les échelles les plus pertinentes pour mesurer la créativité d'un message publicitaire telle qu'elle est perçue par les consommateurs. Deux échelles ont retenues notre attention. La première est l'échelle d'Haberland et Dacin (1992) qui repose sur deux dimensions : l'originalité et la pertinence. La deuxième est celle élaborée par Mercanti-Guerin (2008) qui repose sur trois dimensions : la nouveauté, la complexité et l'esthétique.
- Identifié les caractéristiques du discours publicitaires (Berthelot-Guiet, 2015) et de la publicité sur les médias sociaux numériques (Duteil-Mougél & Tsala-Effa, 2013) ainsi que les caractéristiques sociotechniques des médias sociaux numériques (Stenger & Coutant, 2010, 2011, 2013 ; Boyd & Ellison, 2007).
- Distingué les différentes dimensions composant la créativité publicitaire sur les médias sociaux numériques en étudiant des formes publicitaires virales, partagées, aimées (like) et commentées par les usagers.

Notre grille, en cours de construction, pour mesurer la créativité publicitaire sur les médias sociaux numériques comporte cinq dimensions : la nouveauté, la complexité, l'esthétique, l'interactivité et la temporalité (tableau 1).

Dimension « Nouveauté »	Dimension « Complexité »	Dimension « Esthétique »	Dimension « Interactivité »	Dimension « Temporalité »
En quoi la forme publicitaire présente-t-elle un caractère nouveau ?	En quoi peut-on dire que la forme publicitaire présente un caractère complexe	En quoi l'esthétique (plastique, scénique, iconique, linguistique, etc.) proposée est-elle originale ?	En quoi la forme publicitaire présente un caractère interactif ?	En quoi la temporalité proposée peut-elle être qualifiée d'originale ?
<p>Exemples :</p> <p>Traitement nouveau d'une problématique. Détournement/ création de nouveaux sens.</p> <p>Utilisation le dispositif sociotechnique d'une nouvelle façon.</p> <p>Intégration d'une nouvelle technologie.</p>	<p>Exemples :</p> <p>Message au premier ou deuxième degré. Il peut donc donner lieu à plusieurs interprétations.</p> <p>Message traite une problématique contemporaine complexe.</p> <p>L'accès au message publicitaire demande une volonté et des compétences techniques de la part de l'utilisateur.</p>	<p>Exemples :</p> <p>Agencement harmonieux des formes, des couleurs, des matières et de la lumière.</p> <p>Le cadre et le hors cadre.</p> <p>L'angle de prise de vue.</p> <p>Les plans utilisés.</p> <p>Composition et mise en page.</p> <p>Parcours de lecture.</p> <p>Répartition linguistique/ Iconique.</p> <p>Éléments graphiques : Types de graphisme.</p> <p>Élément linguistiques : langues employées et la composition des énoncés.</p> <p>Discours : rythme et sonorités, jeux de mots, position énonciative.</p>	<p>Exemples :</p> <p>L'interaction avec d'autres discours.</p> <p>L'orientation vers d'autres discours.</p> <p>La sollicitation ou l'anticipation de la réponse du destinataire cible.</p> <p>La connivence avec le destinataire cible (cultures, symboles).</p> <p>La frontière consommateur-marque s'estompe.</p> <p>La co-création.</p>	<p>Exemple :</p> <p>Répondre dans l'instantanéité aux questions et aux commentaires des usagers.</p> <p>Le message publicitaire est dévoilé en plusieurs parties.</p> <p>La relation marque-consommateur est tracée dans le temps.</p> <p>Prendre en compte à la fois les temporalités du dispositif sociotechnique et celles de l'utilisateur/ consommateur cible.</p>

Tableau 1 : Structure de la grille de mesure (en cours de construction) de la créativité publicitaire sur les médias sociaux numériques.

Conclusion

La grille d'évaluation présentée ici est synthétique et nous pensons qu'elle peut constituer un filtre pertinent et commode pour estimer scientifiquement la créativité d'une campagne publicitaire sur les médias sociaux numériques. Cependant, à ce stade de la recherche, il s'agit encore d'une proposition présentée à titre exploratoire. Elle n'a pas encore été éprouvée sur un corpus de recherche significatif. Elle sera donc susceptible d'être réorganisée, remaniée et amendée au fil de notre travail de thèse. Certes, la créativité comporte une part de subjectivité liée aux processus de réception et d'interprétation, mais nous pensons qu'elle est objectivable et observable. C'est tout l'enjeu de ce travail doctoral.

Bibliographie

- Barats, C. (2017). Manuel d'analyse du web. Paris, Armand Colin.
- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communication*, n°4, p.41-42.
- Bernard, P., Courbet, D., Fourquet-Courbet, M.-P. (2018). Créativité et socio-cognition des producteurs de communication persuasive : Enquêtes empiriques sur trois populations. *XXIème congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication : Création, créativité et médiations*, Vol. 2, p.30-40.
- Berthelot-Guiet, K. (2015). Analyser les discours publicitaires. Paris, Armand Colin.
- Berthelot-Guiet, K., Marti de Montety, C. & Patrin-Leclère, V. (2014). La fin de la publicité ?. Paris, Le Bord de l'eau.
- Boden, M. (1990). *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. London, Weidenfeld & Nicolson.
- Bonhomme, M. & Pahud, S. (2013). Un renouveau actuel de la rhétorique publicitaire ?. *Semen*, n°36, p. 21-38.
- Bô, D., De Mattieu, G. & Lellouche, R. (2013). *Brand culture*. Paris, Dunod.
- Boyd, D.M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, p. 210-230.
- Collins, E.L. (1998). *The Concept and Measurement of Advertising Creativity*. Thesis of the University of Calgary, Canada.
- De Iulio, S. (2016). *Étudier la publicité*. Paris : PUG.
- De Montety, C. & Patrin-Leclère, V. (2011). La conversion à la conversation. *Communication & langages*, n° 169, p.23-37.
- Duteil-Mougel, C., Tsala-Effa, D. (2013). Converser avec les marques. *Semen*, n°36, p. 85-102.
- Everaert-Desmedt, N. (1984). *La communication publicitaire : étude sémio-pragmatique*. Louvain-la-Neuve, Cabay.
- Florida, R. (2014). *The Rise of the Creative Class-Revisited and Expanded*. NewYork, Basic Books.
- Goffman, E. (1991). *Les cadres de l'expérience*. Paris, Minuit.
- Haberland, S. & Dacin, A. (1992). The Development of a Measure to assess Viewers' Judgments of the Creativity of an Advertisement: a Preliminary Study. *Advances in Consumer Research*. Vol. 19, p. 817-825.
- Klebba, J.M. & Tierney, P. (1995). Advertising Creativity: A Review and Empirical Investigation of External Evaluation. *Cognitive Style and Self-Perceptions of Creativity*. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, Vol. 17, p.33-52.
- Kozbelt, A., Beghetto, R. A., & Runco, M. A. (2010). Theories of creativity. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge handbook of creativity*, p. 20-47. New York, NY, US, Cambridge University Press.
- Lubart, T. (2003). *Psychologie de la créativité*. Paris, Armand Colin.
- Mercanti-Guérin, M. (2008). La créativité d'une annonce telle qu'elle est perçue par le consommateur : construction d'une échelle de mesure. *Recherche et Application en Marketing*, Vol. 23, p.97-119.
- Miège, B. (2017). *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Grenoble, Presse de l'Université de Grenoble.
- Morin, E. (2005). *Introduction à la pensée complexe*. Paris, Seuil.
- Murray, B. (2004). *Perceptions of creativity in a Fashion Design Course*. Mémoire de maîtrise. St. Catharines, Brock University.
- Osborn, A. (1959). *L'imagination constructive*. Paris, Dunod.
- Reid, L. N., Whitehill King K. & Delorme, D.E. (1998). Top-level agency Creatives look at Advertising Creativity then and now. *Journal of Advertising*, Vol. 27, n°2, p. 1-16.
- Rouquette, M.-L. (1973). *La créativité*. Paris, PUF.

Semprini, A. (2005). *La marque. Une puissance fragile*. Paris, Vuibert.

Semprini, A. (2007). *Comment analyser la communication dans son contexte socioculturel*. Paris, L'Harmattan.

Soulages, J.-C. (2013). « L'ordre du discours publicitaire ». *Semen*, n°36, p. 39-52.

Stenger, T. & Coutant, A. (2011). *Ces réseaux numériques dits sociaux*. Hermès, n° 59. Paris, CNRS édition.

Stenger, T. & Coutant, A. (2013). *La prescription ordinaire sur les réseaux socionumériques. Média 09, entre communauté et mobilité*, p. 1-24.

Analyse diachronique de la programmation télévisuelle destinée aux jeunes adultes (1958-2018)

Diachronic analysis of television programming for young adults (1958 - 2018)

Marion Ferrandery

doctorante CIM – CEISME, LabEx ICCA

Université Paris III Sorbonne nouvelle

marionferrandery@gmail.com

Mots-clés : Télévision, programmation, séries, jeunesse

Keywords: Television, programming, tv series, youth

Résumé :

Les professionnels de l'audiovisuel expliquent le manque d'attrait des jeunes pour la télévision par des exigences spécifiques en termes de format, de narration et de visionnage, auxquels le web répondrait mieux. Pourtant si nous revenons en arrière, nous constatons que les jeunes ont toujours été décrits comme éloignés de la télévision. Cela n'a pas empêché une programmation faste et des audiences importantes entre 1987 et 2005. Notre objectif est de relever les points d'ancrage et de rupture de la programmation destinée aux publics jeunes depuis les années 1960, grâce notamment à une analyse sémio pragmatique des séries adolescentes programmées depuis 1987.

Abstract :

Television professionals explain the lack of appeal of television among young people by specific requirements in terms of format, storytelling and uses, to which the web would respond better. Yet if we go back in time, we find that young people have always been described as distant from television. This did not preclude a thriving programming and important audiences between 1987 and 2005. The objective here is to show settlements and breaks in the programming for young public since the sixties, especially based on an analysis of teen series aired in France since 1987.

L'adolescence à l'ère du pharmaphone

Adolescence in the era of pharmaphone

David Galli

doctorant contractuel en SIC

IMSIC, Université de Toulon et Aix-Marseille Université

david.galli@univ-tln.fr

Mots-clés : Adolescence ; pharmaphone ; récit de vie ; embarras

Keywords: Adolescence ; pharmaphone ; life story method ; embarrassment

Résumé :

L'adolescence est un processus en tension entre information et communication. Au moment où la puberté bouleverse le corps et le rapport à l'autre, l'adolescent est contraint de procéder à un remaniement de ses relations d'attachement. Au cœur de ces enjeux de socialisation, le pharmaphone est un outil du quotidien qui s'improvise comme un remède aux inconvénients du face-à-face. Mais je rappelle ici l'ambivalence de l'appareil : en privilégiant les échanges informationnels, l'adolescent cède au poison par l'évitement d'éléments constitutifs de la communication humaine. Cet article vise à présenter l'intérêt d'une enquête progressive réalisée à partir de récits de vie d'adolescents français. L'inattendu dans la relation avec l'autre et la question de l'embarras sont abordés comme pistes de résultats.

Abstract :

Adolescence is a process in tension between information and communication. At a time when puberty is disrupting the body and the relationship with the other, the adolescent is forced to redesign his attachment relationships. At the heart of these socialization challenges, the pharmaphone is a daily tool that can be improvised as a remedy for the disadvantages of face-to-face contact. But I recall here the ambivalence of the apparatus : by favouring informational exchanges, the adolescent gives in to poison by avoiding the elements that constitute human communication. This article aims to present the progress of a progressive investigation based on the life stories of french teenagers. The unexpected in the relationship with the other and the question of embarrassment are addressed as possible outcomes.

L'adolescence à l'ère du pharmaphone

L'adolescence est un processus en tension entre information et communication. Par ses enjeux de régulation chez l'humain, je l'aborde comme une analogie de l'homéostasie. Au moment de la puberté, des bouleversements hormonaux jaillissent comme point de départ d'une transition décisive. Alors que le monde idéalisé de l'enfance s'écroule, l'individu communiquant (Renucci, 2015) se tourne vers l'autre. Le corps change en profondeur et l'être doit articuler les conflits du biologique, du psychologique et du social. Contraint de s'adapter à des désirs auxquels les parents ne peuvent fournir satisfaction, un remaniement des relations d'attachements (Delage, 2013) s'opère. L'adolescent se tourne vers des pairs qui peuvent devenir des amis et des relations amoureuses. Face à des émotions naissantes qu'il ne contrôle pas, il cherche la confiance d'un autre à l'extérieur de son environnement individuel. Sans cet épisode de socialisation résultant d'une pulsion affiliative, les humains ne pourraient faire société. Dans certaines cultures à travers le monde, des rites d'initiation (Le Breton, 2013) méthodiques encadrent ce surgissement du sexuel. Sur mon terrain de recherche français, c'est en revanche la technologie qui semble se substituer à une communication humaine nécessaire à l'attachement¹ (Bowlby, 2002). L'exploration en direction d'un autre ne peut se faire que par des corps qui se sentent, se comparent et se synchronisent. L'objectif de mon propos est d'engager une discussion sur ce basculement de l'individu vers des remèdes techniques, comme le pharmaphone². Dans quelle mesure le processus de l'adolescence tend-t-il vers le poison de l'information plutôt que la communication ? Après la présentation de mon approche méthodologique mobilisant les récits de vie d'adolescents, j'aborderai quelques pistes issues de mon enquête en cours.

Une méthodologie pour l'adolescence

Du latin *adolescens*, lui-même participe présent de *adolescere* qui signifie « grandir » (Le Breton et Marcelli, 2010, p. 15), l'adolescence est tournée vers l'avenir. Mais grandir et « devenir » dans ce corps en mutation, c'est aussi savoir composer avec une perte de contrôle dans les relations humaines. L'adolescence consiste à persévérer dans l'homéostasie : c'est un processus dynamique³ comparable à une marche en avant (Damasio, 2017) vers l'autre. Alors comment saisir les stratégies communicationnelles dont l'adolescent fait preuve au moment de son rapprochement avec ses pairs ? Loin d'une analyse de traces numériques qui ne pourraient dévoiler les logiques affectives, ma méthodologie mêle observations physiques sur le terrain et récits de vie (Bertaux, 2016). Selon une approche orientée vers les trajectoires des individus, la biographie permet de retracer la formation des relations d'attachement afin d'y déceler l'impact du pharmaphone.

En ce sens, mon enquête consiste d'abord à s'approcher des adolescents grâce à une observation de la communication humaine. J'intègre des projets pédagogiques⁴, des structures locales⁵, et profite de l'espace public de manière continue pour discerner des tendances. Par la prise de note systématique, je mobilise les apports de l'Anthropologie de la communication d'Yves Winkin (2001) et de l'ethnographie intime de Sherry Turkle (2015) en restant attentifs à la relation qu'entretient l'adolescent avec l'autre, mais aussi la machine. Une observation de la communication est donc une observation de l'humain qui est attentive à la tension entre les échanges informationnels (la machine) et la communication humaine (l'humain). Informer n'est pas communiquer (Wolton, 2011).

¹ Cette question fondamentale n'est pas abordée en sciences de l'information et de la communication. J'ai choisi d'en apporter un éclairage historique dans l'espace « Carte blanche aux jeunes chercheurs » du numéro 16 des Cahiers de la SFSIC (2019).

² J'ai proposé ce néologisme au sein d'un article du numéro 84 de la revue *Hermès*. Le téléphone n'est pas « smart » : il est un remède, mais aussi un poison. Le terme de « pharmaphone » permet de repenser cette ambivalence dans la recherche. Nous organisons un colloque éponyme à la Villa Tamaris (La Seyne-sur-Mer, 83) les 15, 16 et 17 janvier 2020.

³ L'approche du concept d'homéostasie défendue par Antonio Damasio et que je rejoins se distingue de la quête de l'équilibre statique qui a façonné la cybernétique (Escarpit, 1976) de Norbert Wiener à la suite des travaux de Claude Bernard et Walter B. Cannon.

⁴ Notamment le projet interdisciplinaire « Danse à l'Opéra » porté par le Lycée Dumont d'Urville à Toulon (83) et le projet « Web-documentaire » avec l'Académie de Nice.

⁵ Maison des Adolescents du Var, Association Nouvelles Mémoires, Association Gulliver, Horizon Multimédia (83).

Ces observations sur un temps long ne représentent cependant qu'une première partie de ma recherche. Pour approcher les trajectoires amicales et amoureuses, la parole reste nécessaire.

Le récit de vie d'un adolescent ne s'envisage pas de la même manière qu'un questionnaire. Or il renseigne davantage le chercheur sur les sensibilités de l'être qui s'exprime face à lui.

Si l'exercice est plus risqué, limité par sa nature qualitative, il est pour le moins nécessaire à l'appréhension de processus complexes qui articulent les liens affectifs. Ce type d'entretien de recherche est une expérience qui provoque la rencontre du présent et du passé (Stern, 2003) chez le sujet. Imprégnée du contexte de l'interview, l'histoire de vie est délivrée au cours d'un voyage émotionnel dans la mémoire autobiographique (Damasio, 2010) de l'interviewé. Mais il s'agit surtout d'un travail de co-construction avec le chercheur. Bien que j'intervienne peu dans la narration – pour conserver la construction de ses souvenirs – je participe à son déroulement. À tout instant, l'entretien peut se cristalliser, se rompre, et l'adolescent adoptera un discours conventionnel et distancié « comme pour se protéger » (Rufo, 2007 : 72).

Au centre de ma démarche, la question de la progressivité parcourt l'ensemble des étapes du protocole. Après chaque histoire enregistrée, une analyse est produite en aval, et ce dès le premier récit de vie (Bertaux, 2016). Je compare entretien après entretien. Une schématisation graphique de l'histoire est construite en révisant la structure diachronique des événements révélés. À chaque élément significatif, je notifie les éventuelles bifurcations qui correspondent à un évitement de la communication humaine au profit de la technique. Ainsi, des pistes émergent et sont confrontées à du matériel théorique pour établir de nouvelles hypothèses.

Ma recherche évolue dans un va-et-vient permanent entre le terrain et les lectures jusqu'à saturation de certaines hypothèses. Le modèle se renforce quand les données des entretiens n'apportent plus de valeur ajoutée. Mon corpus est en ce sens évolutif et s'étend au fil de l'approfondissement du travail d'analyse. La prise en compte des cas négatifs (Bertaux, 2016 ; Kaufmann, 2011) bouscule mes hypothèses et me permet d'apporter une rigueur qui rejoint historiquement les fondements de la méthode inductive depuis Glaser et Strauss (1967). À partir de mes cinquante entretiens effectués à ce jour, je propose d'illustrer brièvement la progressivité de mes hypothèses par les quelques lignes qui suivent.

La réduction de la communication humaine

Pour répondre aux enjeux des remaniements de l'attachement auxquels il est confronté, l'adolescent peut se tourner vers la technologie actuelle. Cette dernière offre une logique de simplification via des fonctionnalités qui permettent d'évacuer les inconvénients de la communication. En première ligne, le téléphone, compagnon quotidien (Turkle, 2015) des adolescents, et ses applications en constante augmentation.

Lorsqu'elle est en cours de mathématiques et qu'elle ne peut téléphoner, Adeline⁶ pose discrètement les mains sur son appareil et glisse un message à John, son bien aimé qu'elle « adore ». L'adolescente me confie que cette pratique va bien au-delà de l'interdiction d'utiliser son téléphone en classe : pour dévoiler un sentiment, « c'est tendu », elle préfère l'écrit. Par ailleurs, elle me précise plus loin dans son histoire que le passage de la marque affective « je t'adore » à « je t'aime » s'est d'abord constitué en ligne avant de surgir en face-à-face. À plusieurs reprises, le téléphone est propulsé au rang de remède technologique. Un antidote aux relations humaines. Mais Adeline semble négliger le fait que chaque remède est constitué du poison auquel il fait face. Et ce venin peut refaire surface. À la fois remède et poison, le téléphone est comme tout objet technique un pharmakon (Stiegler, 2018). Est-il « smart »⁷ comme on l'annonce jusque dans les écrits scientifiques ?

⁶ Entretien effectué le 15 janvier 2019 au Lycée Dumont d'Urville à Toulon. Adeline a quinze ans, le prénom a été anonymé.

⁷ David Pucheu souligne l'inflation du préfixe « smart- » pour nommer ces objets du quotidien dont on cherche à faire disparaître la dimension technique. Je conseille à ce propos l'article « L'altérité à l'épreuve de l'ubiquité informationnelle » (Hermès, La Revue, 2014).

Phone signifie « voix » en grec ancien, mais depuis son invention au XIX^{ème} siècle, le pharmaphone propose de moins en moins d'atteindre la voix de l'autre. Les constructeurs préfèrent mettre en place des fonctionnalités qui « simplifient » les rapports humains : ou qui les réduisent jusqu'au néant.

Dans mes résultats actuels, l'inattendu est un des éléments saillants que les adolescents souhaitent éviter dans la communication humaine. Lorsqu'une expérience est vécue, un marqueur somatique (Damasio, 1995) inscrit l'instant par l'émotion. Cette mémoire du corps interviendra dans les décisions futures, notamment lorsqu'il s'agira d'éviter le déplaisir d'un moment inattendu déjà vécu. Avec l'autre et sa singularité, l'individu ne peut ni contrôler ce qui est en train de se passer, ni prédire les suites d'une situation. L'événement inattendu impacte l'équilibre de l'adolescent, mais il est également nécessaire à son évolution.

Après l'inattendu, la cause, il y a la surprise, l'une des résultantes. La surprise est la base de toute émotion. Elle prend forme dans le corps avant de gagner l'esprit et se projeter en sentiment chez l'adolescent. La surprise fait référence au monde de l'enfance dont l'adolescent met tout en œuvre pour se détacher (Marcelli, 2006). Chercher à évacuer l'inattendu pourrait être une forme de rupture avec un environnement affectif antérieur, et une étape vers le contrôle de son corps. Le pharmaphone s'annonce alors comme un partenaire fidèle dans cette quête de stabilité. Mais la machine ne permet qu'un équilibre artificiel, voué à guider l'adolescent vers l'entropie, la solitude, voire l'autodestruction. Échanger avec l'autre à travers la machine revient à rester seul avec sa machine. Les corps ne s'affrontent pas, l'expérience de l'autre ne s'inscrit pas de la même manière dans l'histoire de l'adolescent.

En poursuivant cette problématique, l'histoire de Lenny⁸ m'a dirigé sur la piste du sentiment d'embarras (Galli, 2018). Les êtres humains partagent leurs émotions (Rimé, 2009) notamment par la verbalisation de la perception qu'ils en ont. Ce qui s'exprime par la parole, ce n'est pas que l'émotion dans la voix, mais surtout les sentiments à travers les mots. Or Lenny préfère l'utilisation de messages vocaux préenregistrés pour échanger avec une amie qui vient de se séparer de son petit-ami. Il choisit le pharmaphone plutôt que de devoir se confronter à une voix tremblante, peut être déroutante. S'il veut éviter la brûlante contagion émotionnelle en choisissant le texte glacial de la machine, Lenny souhaite surtout évacuer comme il dit la « gêne » dans les discussions. Il ne veut pas « perdre la face » dans son approche vers l'autre. Pourtant, l'embarras n'est finalement que ce moment de rupture des codes, où tout est encore réparable. Erving Goffman écrivait que l'embarras est nécessaire à l'organisation sociale (1974), j'ajouterai ici que l'embarras est intéressant car il résiste aux courroies informationnelles d'aspiration de données. C'est un point de butée (Renucci, 2018). Dans le sillage de l'inattendu, l'embarras devient un point d'appui pour la communication à l'ère du pharmaphone. Au moment où les relations humaines tentent d'être réduites à des transferts de texte sur des supports techniques.

Aujourd'hui, mes travaux se poursuivent, tout comme mes hypothèses. Je soutiens que l'adolescence mérite d'être pensée selon un processus complexe en tension entre les échanges informationnels et la communication humaine. La problématique est de voir l'adolescence tendre vers un circuit fermé, où l'homéostasie se rapproche du fonctionnement de la machine. L'homéostasie doit être dynamique, tournée vers l'autre. Le risque est d'entrer dans l'ère de l'homéostasie artificielle, emportant avec elle l'idée d'une empathie artificielle (Tisseron, 2015). Pour effectuer le remaniement des relations d'attachement, ce n'est pas la machine mais ce besoin de l'autre (Renucci, 2018) qui est décisif pour le développement de l'individu. Le pharmaphone me dirige ainsi vers une exploration des frontières de l'humain. Je mêle approches théoriques et ancrage anthropologique sur le terrain, au sein même de la culture adolescente. Il est urgent de repenser l'adolescence comme une question de communication.

⁸ Entretien effectué le 12 octobre 2018 au siège de l'Association Nouvelles Mémoires. Lenny a quatorze ans, le prénom a été anonymé.

Bibliographie

- Bertaux, D. (2016). *Le récit de vie* (4e édition). Paris, Armand Colin.
- Bowlby, J. (2002). *Attachement et perte. : Volume 1, L'attachement*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Damasio, A. (1995). *L'Erreur de Descartes. La raison des émotions*. Paris, Odile Jacob.
- Damasio, A. (2010). *L'Autre moi-même*. Paris, Odile Jacob.
- Damasio, A. (2017). *L'Ordre étrange des choses : La vie, les émotions et la fabrique de la culture*. Paris, Odile Jacob.
- De Biasi, P. (2018). *Le troisième cerveau. Petite phénoménologie du smartphone*. Paris, CNRS Editions.
- Delage, M. (2013). *La Vie des émotions et l'attachement dans la famille*. Paris, Odile Jacob.
- Dupuy, J.-P. (2005). *Aux origines des sciences cognitives*. Paris, La Découverte.
- Escarpit, R. (1976). *Theorie Generale de L'information et de la Communication*. Paris, Hachette.
- Galli, D. (2018). L'embarras en communication. *Hermès, La Revue*, 82(3), 21-29.
- Goffman, E. (1974). *Les Rites d'interaction*. Paris, Les Editions de Minuit.
- Kaufmann, J. C. (2016). *L'entretien compréhensif - 4e éd.* Paris, Armand Colin.
- Le Breton, D., & Marcelli, D. (2010) *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse*. Paris, Presses Universitaires de France - PUF.
- Marcelli, D. (2006). *La Surprise, chatouille de l'âme*. Paris, Albin Michel.
- Pucheu, D. (2014). L'altérité à l'épreuve de l'ubiquité informationnelle. *Hermès, La Revue*, 68(1), 115-122.
- Renucci, F. (2015). L'individu communiquant. *Hermès, La Revue*, 71(1), 164-171.
- Renucci, F. (2018). Le corps et ce besoin de l'autre. *Hermès, La Revue*, 80(1), 89-95.
- Rimé, B. (2009). *Le partage social des émotions*. Paris, Presses Universitaires de France - PUF.
- Rufo, M. (2007). *La vie en désordre*. Paris, Éditions Anne Carrière.
- Stern, D. N. (2003). *Le moment présent en psychothérapie*. Paris, Odile Jacob.
- Stiegler, B. (2018). *Qu'appelle-t-on panser ? Tome 1, L'immense régression*. Paris, Les liens qui libèrent.
- Tisseron, S. (2015). *Le Jour où mon robot m'aimera: Vers l'empathie artificielle*. Paris, Albin Michel.
- Turkle, S. (2015). *Seuls ensemble : De plus en plus de technologies, de moins en moins de relations humaines*. Paris, Editions L'échappée.
- Winkin, Y. (2001). *Anthropologie de la communication (Nouv. éd.)*. Bruxelles, Seuil.
- Wolton, D. (2011). *Informer n'est pas communiquer*. Paris, CNRS Editions.

Étudier le contemporain numérique : concepts et méthode pour des objets en extension

Studying the digital contemporary: concepts and method for objects in extension

Inès Garmon

doctorante en SIC

GRIPIC, CELSA – Paris Sorbonne

inesgarmon@hotmail.com

Mots-clés : Ecrans, Dispositifs médiatisés, Gestes, Ecriture numérique
Keywords: Screens, Digital device, Gestures, Digital writing

Résumé :

Cette communication présente les conditions d'élaboration d'une thèse en cours sur les petits gestes permettant la manipulation du bout du doigt des écrans tactiles et sa dimension épistémologique. Cristallisant plusieurs démarches au sein des sciences de l'information et de la communication, ce sont les cadres de la discipline et les possibilités d'analyses méthodiques qu'elle propose qui sont explorés. Induisant une souplesse des points de vue, c'est la façon dont les SIC permettent une compréhension inédite du monde contemporain qui est observée.

Abstract :

This communication deals with the conditions of elaboration of an ongoing thesis about the little gestures that enable the manipulation of screens with fingertips and its epistemological dimension. Since it pulls together/gathers several approaches within the sciences of information and communication, we aim to explore the frames of this discipline, as well as the possibilities of methodological analysis it conveys. Leading to a great flexibility of angles, these diverse approaches allow a brand-new understanding of nowadays society.

Etudier le contemporain numérique : concepts et méthode pour des objets en extension

1. Penser les cadres d'une recherche en SIC

La fréquentation des écrans tactiles nous a habitués aux procédures de glissé vertical ou horizontal, d'appui ou de pincement sur l'écran pour leur usage. Multiples – on sait qu'un swipe sur Facebook n'est pas un swipe sur Tinder – et séduisants, en apparence insignifiants, c'est quand on considère le statut de médiation de ces gestes qu'ils interrogent. Composés de formes gestuelles (Candel, 2016), sémiotiques et computationnelles, ces petits gestes que sont le swipe, le scroll ou le tap sont des objets captivants.

Nous avons élevé ces médiations tactiles permettant la manipulation des applications du web mobile et marchand en objet de recherche et tâchons de l'épuiser pour comprendre leur fonctionnement. Par leur qualité discrète et le point de vue central qu'elles proposent, elles sont heuristiques pour l'étude des médias informatisés et des pratiques normatives qui leurs sont associées. Si nous détaillons quelques résultats, nous proposons plutôt de retracer le parcours conceptuel et analytique des trois premières années de thèse. Cela en vue de préciser la spécificité du regard info-communicationnel, de permettre une réflexion sur les SIC et la façon dont elles permettent de s'emparer des objets contemporains numériques.

Dans quelle mesure les Sciences de l'Information et de la Communication permettent-elle de déconstruire la complexité d'objets en apparence insignifiants et insaisissables ? Comment porter sur eux un regard scientifique évitant le déterminisme technologique, l'euphorie du numérique ou les appréciations subjectives ? On montrera que les cadres, les démarches et le regard des SIC permettent la problématisation d'objets réels et concrets, naturalisés et peu questionnés.

Nous reviendrons d'abord sur l'élaboration de cet objet réel et concret (Davallon, 2004) que sont ces gestes en objet de recherche et sur les questionnements élaborés. Puis, nous insisterons sur la méthodologie et l'extension des corpus qu'ils impliquent. Enfin, rendant compte des possibilités d'une anthropologie communicationnelle des gestes des applications, nous montrerons que les SIC proposent les outils les plus adaptés à la compréhension de ces gestes infra-ordinarisés (Souchier, 2012).

2. Faire du minuscule un objet de recherche

L'investigation a d'abord consisté à dénaturiser ces gestes routinisés et à élaborer les conditions d'un regard scientifique, de type socio- et techno-sémiotique (Cotte, 2004).

Leur caractère instable constitue le point de départ. Ces gestes outillent autant la manipulation de programmes que d'écriture (Jeanneret & Souchier, 2005) au sein de plateformes web et marchandes, qui en font des écritures de la réalité sociale. Pourtant, les noms pour les désigner dans les modes d'emploi sont identiques : un glissé sur l'écran est désigné par le terme *swipe*, quel que soit le projet de communication de l'utilisateur (Gomez-Mejia, 2016). Observant ensuite les occurrences de ces termes, leur force de circulation et de transformation se révèle : le syntagme populaire de « scroll infini » suggère un usage répété du geste mais aussi l'abondance des contenus sur Facebook ou Instagram. Sur-signifiante, la terminologie les rend « fuyants » (Jeanneret & Souchier, 2002) et confus. Enfin, ils sont investis de stratégies diverses par quantités d'acteurs. Ils assurent la rétention de l'utilisateur par un travail de développement soigné ; les utilisateurs les mettent à profit pour construire leurs représentations numériques ou même pour passer le temps ; les plateformes enfin monétisent ces traces laissées par ces procédures qu'elles intègrent à des profils statistiques et monétisables (Alloing & Pierre, 2017).

Insaisissables, plastiques et polymorphes, investis stratégiquement, ils sont polychrésiques (Jeanneret, 2017). Pour le dire autrement, ces gestes sont des caméléons de la communication difficiles à appréhender. La thèse s'intéresse à la façon dont les « petits gestes » de manipulation des interfaces tactiles s'inscrivent dans leur environnement. Elle porte sur les dimensions manipulatoire, sémiotique et opératoire des médias informatisés, sur leurs circulations et valeurs sociales. Prenant le concept d'« environnement » dans un sens large, il s'agit d'étudier la façon dont ils donnent forme à nos pratiques communicationnelles, techniques et sociales. Cherchant à comprendre la normalisation de l'écriture médiatique tactile – la digipulation – tout en considérant ses formes sociales et symboliques, la problématique s'ancre dans les questionnements de la techno-sémiotique des écrits d'écran, telle qu'elle est menée par Jeanneret, Souchier, Candel ou Cotte. Ceux-ci considèrent en effet que les médias

« donnent forme à notre communication :[...] Les médias ont la propriété de mettre en forme l'interaction, d'offrir un support à l'expression symbolique et de conditionner, dans une certaine mesure (conditionner n'est pas déterminer) les moyens de l'interprétation. » (Jeanneret & Souchier, 2002).

La méthode cherche à déplier les couches allant du corporel au sémiotique et au computationnel afin de saisir les façons dont la médiation in-forme les pratiques quotidiennes des médias informatisés tactiles. Les articulant, elle permet d'étudier le numérique, la technique et leurs industries dans le cadre d'une démarche compréhensive et critique. Epuiser ces micro-procédures apportera des éléments pour la compréhension des dispositifs numériques, des modes de faire et d'existence contemporains.

Nous avons plusieurs axes visant à interroger ces objets dans toutes leurs dimensions. Prises comme des axes de recherche, ils constituent des types de questionnements à déployer de façon quasi systématique.

1) Il s'agit de prendre en compte la dimension technique, figurative et scripturale de ces gestes au regard de l'énonciation de l'utilisateur et des effets de neutralisation du dispositif.

2) Nous considérons ensuite l'ancrage économique de ces formes gestuelles et sémiotiques pour le dispositif, abordées sous la question des intérêts : sont-elles centrées utilisateurs ou concepteurs ? Elles sont sans conteste au cœur des stratégies de captation des données caractéristique de l'économie du Big Data.

3) C'est ensuite la prétention de ces gestes à reconduire des activités antérieures au numérique de façon transparente que nous opposons à leur nécessaire configuration des pratiques communicationnelles et sociales. Ce sont des modes d'existences inédits qu'ils proposeraient.

4) Enfin, nous supposons que c'est une forme d'éthos que ces gestes produisent, problématique quant à la subjectivation et de l'identité en construction de l'utilisateur.

Il s'agit de différentes questions permettant de poser les premières réflexions sur chaque nouveau geste étudié : à savoir sa qualité d'écriture ; sa place dans la stratégie des concepteurs ; la façon dont se forment le processus communicationnel et le sujet enfin.

L'investigation traversant le technique, le sémiotique, le corporel, l'économique et le social et multipliant les cas d'applications de ces questions à des spécimens typiques (sans prétendre à l'exhaustivité), c'est une anthropologie communicationnelle de ces « petits gestes » que nous élaborons.

3. Une méthode systématique

Afin de tester nos hypothèses, nous proposons une méthode s'intéressant à la façon dont la communication se réalise tout en permettant d'alterner les points de vue, les postures et les échelles d'observation. L'approche vise une étude pragmatique (Eco, 1979) de ces gestes et de leurs inscriptions dans le monde.

Nous prenons appui sur un ensemble de micro-procédures impliquant un traitement de la main, swipe, scroll, tap, drag and drop, et les études dans les plateformes quotidiennes. L'objectif étant de constituer des corpus d'analyse sémiotique, d'analyse de discours et de vécus mis en mots par les utilisateurs.

D'une part, des analyses des écrans, de leurs formes figuratives, gestuelles et sémiotiques, sont réalisées pour comprendre comment ils fonctionnent et ce qu'ils proposent à l'interprétation. Comment ces objets provoquent-ils leurs actualisations ? Il s'agit également d'observer les façons dont ils sont socialement désignés, par les discours spécialisés ou publicitaires, utilisateurs ou concepteurs. Partant du présupposé que « l'outil n'existe dans nos sociétés humaines qu'à travers sa médiation symbolique déployée par le langage » (Jeanneret & Souchier, 2002).

nous analysons de façon synchronique et avec une approche qualitative les discours autour de ces plateformes. Il s'agit, à partir de formes sémiotiques et discursives de ces dispositifs, d'étudier les normes, les représentations, les usages, les affects produits et les enjeux de pouvoir qui les travaillent. Cette méthode vise à saisir comment les utilisateurs sont engagés dans les dispositifs mais aussi les différentes opérativités de ces gestes ; les valeurs instituées par les discours qu'ils donnent à produire.

C'est donc une application systématique des préceptes énoncés dans la Critique de la trivialité (Jeanneret, op.cit.) que nous mettons en œuvre pour dépasser les limites d'une analyse sémiotique du « trop-proche ». L'objectif est de dépasser les premières impressions naturalisées par le chercheur lui-même, les impressions fugitives de lecture du monde portées naturellement sur les choses. En outre, pris dans la culture que nous étudions nous avons-nous-mêmes incorporé ces gestes, et devons nous défaire de nos croyances et perceptions. On remarque que cette difficulté à opérer le « décentrement » est intensifiée par le fait que l'outil est dans la poche : en terrain trop connu, l'analyse est presque déjà dans l'interprétation. Les signifiés du numérique, telles que la « fluidité », la liquidité, l'euphorie mettent en évidence ce point aveugle : ce sont des termes spécialisés dont il est difficile de se départir. Difficiles à concevoir et à expliquer, ils montrent les limites potentielles d'une lecture exclusivement sémiotique de ces écritures gestualisées (Jeanneret, op.cit.). Pour s'arracher aux préjugés, aux imaginaires et aux représentations, ainsi qu'à sa propre subjectivité, la prise en compte méthodique des discours est donc nécessaire. Enfin, pour s'arracher à leur naturalité, nous les avons caractérisés et avons posé le concept opératoire de « petit geste » ainsi que la notion de digipulation, permettant de davantage tenir compte des pratiques réelles et des imaginaires. C'est une perspective de lecture de type cubiste de l'objet qui est mise en œuvre, mettant au jour ses différentes réalités et opérativités. La démarche est donc, en un sens, phénoménologique.

Enfin, cette démarche demande d'assumer des corpus en extension. La construction des corpus est souple. Les applications étudiées proposent des mises à jour constantes et de nouveaux dispositifs sans lancés chaque jour. Cela se traduit notamment par la mise en place d'une routine de screen-shots et de captures d'écran à collectionner. Afin de ne pas nous éparpiller, nous opérons une analyse systématique des applications les plus utilisées et en mobilisons, ponctuellement, de nouvelles. Ces analyses exploratoires confirment une homogénéité des enjeux par, notamment, la tendance à l'uniformisation des interfaces qui justifie en partie l'approche inductive et extensive adoptée.

Prendre en compte les intentions autant que la réalité vécue des pratiques nous paraît essentiel. Articuler les objets à leurs discours et à leurs imaginaires semble être plus généralement une clé de lecture et d'interprétation tenable des phénomènes et des objets numériques et médiatiques. Il s'agit une démarche typique des SIC et autorisée par la richesse méthodologique et conceptuelle de la discipline.

4. Une approche info-communicationnelle heuristique

L'interdiscipline (Ollivier, 2007) caractéristique des SIC propose pour finir un point de vue inédit pour saisir notre objet.

Dans un article fondateur, Davallon fait la distinction entre l'objet concret et l'objet de recherche (et l'objet scientifique). L'objet concret « est un objet qui appartient au champ d'observation » ; alors que l'objet de recherche est « le phénomène, ou le fait, tel que le chercheur le construit » (Davallon, 2004). On pourrait penser que l'objet de la recherche se confond avec les objets concrets que sont ces gestes routiniers, le swipe, le scroll, le tap ou le pinch, figurés dans les grammaires constituées et circulant entre les concepteurs. Au contraire, il est nécessaire de les étudier sous l'angle de la réalité effective des pratiques et comme des objets investis par différents acteurs. Distinguer l'objet réel de l'objet concret permet d'effeuiller les différentes strates de ces gestes, de faire varier les points de vue et les recherches contemporaines. Cette distinction fraie une place à la recherche au sein des nombreux discours de vulgarisation entourant ces objets. Alors que beaucoup ont prétention à expliquer aux utilisateurs le fonctionnement de ces techniques, le point de vue abordé et les enjeux spécifiques aux médias ne permettent pas, bien souvent, de se saisir de leurs normes de fonctionnement sociales techniques et économiques. En outre, ils contribuent plutôt à diffuser l'idéologie des designers. Or l'objet que sont ces « petits gestes » a nécessité à être conceptualisé, doit l'être en tenant compte des stratégies que les acteurs y investissent et des situations dans lesquelles il s'inscrit, et cela, bien souvent, l'utilisateur n'en n'a pas connaissance.

Le champ vaste ensuite que proposent les SIC permet d'aborder d'une façon plurielle ces objets. D'une part, l'étude de ces gestes, articulant ensemble du corporel, du scripturaire et du computationnel en fait un nœud heuristique où plusieurs approches se rejoignent. Nous empruntons ainsi des questionnements à des écoles fondatrices. Plusieurs de nos interrogations rejoignent celles développées par l'École de Palo Alto. Mais aussi, nous nous appuyons sur la philosophie du design (Findelli, Vial), l'étude de l'économie des services, des plateformes digitales et de leurs enjeux, leur dimension économique et politique. Il s'agit de saisir l'inscription des gestes dans l'économie des industries du numérique, leurs modes de diffusion et de captation. La recherche enfin sur le corps communicant et enjeu de communication, avec une approche par l'anthropologie du geste, pour essayer de comprendre comment le corps est investi par la médiation marchande. Nous nous situons à la suite des travaux de Fabienne Martin-Juchat, portant sur les relations entre le corps et la communication, ses représentations, ses implications et ses enjeux d'industrialisation. Cette approche pluridisciplinaire cherche à couvrir autant que possible les différentes dimensions de ces gestes et s'inscrit dans les questionnements actuels sur le numérique, permettant d'articuler le micro au macro, le techno au sémio, le corporel et le communicationnel. Cette richesse et alternance est constitutive des SIC et de leurs objets, comme l'affirme Frédéric Lambert :

« Les sciences de l'information et de la communication autorisent des parcours pluriels. Les objets là encore nous obligent à nous déplacer » (Lambert, 2008, p. 11).

C'est moins le point de vue qui crée l'objet que les points de vue articulés qui l'instituent. Un effort d'ajustement est demandé au chercheur pour les faire varier.

Enfin, à ce stade émerge un questionnement sur les processus de construction du sens, de sa valeur, et des circulations des interprétations diverses et de leurs agrégations. Comment le sens advient-il dans ces écrans ? Quels sont les marqueurs sémiotiques et discursifs qui l'aiguillonnent ? que devient-il ? que produit-il ? Cherchant à déconstruire les circulations du sens, cette recherche s'inscrit dans une perspective de type sémiotique. On reprend ici les propos d'Yves Jeanneret :

« L'analyse sémiotique, qui est confrontée à la créativité effective des interprétations sociales, est également concernée par la façon dont les moyens de cette interprétation se produisent, se transforment, se fixent. [...] on peut [...] s'employer à comprendre comment certaines prétentions sémiotiques qui circulent dans la société trouvent à se fixer, s'imposer, se matérialiser plus ou moins, dans des objets et dans des usages. » (Jeanneret, 2007).

S'employer à comprendre comment certaines petites formes ont des effets massifs ancrés dans nos mémoires et dans notre culture, c'est bien ce que nous proposons à travers l'étude des « petits gestes ». Au-delà des intentions encasulées dans l'objet et des sens prescrits, il y a une vie sociale de ces formes, faite de circulations, de transformations, d'appropriations et de disparition qui sera un peu dévoilée.

S'intéressant aux façons dont les formes sémiotiques circulent, c'est donc au-delà des recherches contemporaines sur le numérique ou moins récentes sur la communication, une proposition qui s'ancre indéniablement en sciences humaines.

5.Conclusion : une recherche qui participe de l'originalité de la discipline

Quelques mots pour conclure. Tout d'abord, revenir sur l'élaboration des cadres de la thèse a mis en évidence les enjeux d'une recherche sur des objets de dimension minuscule mais à plusieurs égards problématiques. Ce sont des objets mouvants aux contours flous et en extension et notre hypothèse est que ces gestes, transformés et détournés par les industries du numérique, seraient des écritures de nos relations sociales, façonneraient nos gestes communicationnels et s'ancreraient formellement dans notre mémoire culturelle. Celle-ci implique une remise en question des façons de faire les interfaces et de les faire circuler. Cette remise en cause trouve sa justification dans la méthode élaborée, à savoir une analyse de type cubiste de ces micros objets de recherche, cherchant à déconstruire le dispositif communicationnel.

S'inscrivant dans le champ paradigmatique des SIC et dans les recherches contemporaines sur le numérique et les médias informatisés, en vue de comprendre comment le sens se produit et circule, cette recherche participe, à notre sens, de l'originalité et de l'opérativité de la discipline. Objets concrets appréhendés quotidiennement, les « petits gestes » construits en objets de recherche sont exemplaires de la façon dont nous cherchons à nous saisir d'objets et de phénomènes discrets mais massifs et désormais normalisés.

Bibliographie

- Alloing C. & Pierre J. (2018). *Le web affectif, l'économie numérique des émotions*. Paris, INA Editions.
- Candel E. (2016). *L'édition du texte informatisé, une pratique de lecture. Design et innovation dans la chaîne du livre. Écrire, éditer, lire à l'ère numérique*, Paris, PUF.
- Candel E., Jeanne-Perrier V. & Souchier, E. (2012) *Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures. L'économie des écritures sur le web*, Paris : Hermès-Lavoisier.
- Cotte D. (2004). *Écrits de réseaux, écrits en strates. Sens, technique, logique*. Hermès, *La Revue*, volume 39(2), p. 109-115.
- Davallon, J. (2004). *Objet concret, objet scientifique, objet de recherche*. Hermès, *La Revue*, volume, 38(1), p. 30-37.
- Eco U. (1979). *Lector in fabula*. Paris, LGF, coll. « Le livre de poche biblio ».
- Gomez-Mejia G. (2016). *Les fabriques de soi ? Identité et industrie sur le Web*. Paris, MkF éditions.
- Jeanneret Y. (2014). *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris, Éd. Non Standard.
- Jeanneret Y. (2007). *La prétention sémiotique dans la communication : Du stigmaté au paradoxe*. *Semen*, n°23, p.79-92.
- Jeanneret Y. & Souchier E. (2005). *L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran*. *Communication & langages*, n°145, p. 3-15.
- Jeanneret Y. & Souchier E. (2002). *La communication médiatisée est-elle un « usage » ?* *Communication et langages*, n°132, p. 5-27.
- Lambert F. (2008). *L'écriture en recherche*. Lille, Parcours SIC éditions.
- Martin-Juchat, F. (2008). *Le corps et les médias : la chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*. Bruxelles, De Boeck.
- Olliver B. (2007). *Les sciences de la communication, Théories et acquis*. Paris, Armand Colin, collection « U ».
- Souchier E. (2012). *La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation. Pour une poétique de l'infra-ordinaire*. *Communication & langages*, 172, Paris, Necplus, p. 3-19.
- Souchier, E. (1996). *L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique*. *Communication et langages*, 107, Pa

L'interactionnisme au prisme des SIC. L'avatar, entre espace physique et espace numérique

Interactionism from the prism of ICS. The avatar, between physical space and digital space

Jacques Ghoul Samson

doctorant en SIC

IMSIC, Université de Toulon, Aix Marseille Université

jacques.ghoul-samson@univ-tln.fr

Mots-clés : Communication médiatée ; interaction ; espace numérique ; avatar

Keywords: Mediated communication; interaction; digital space; avatar

Résumé :

S'intéressant à la communication médiatée par ordinateur, ou plutôt médiatée par un avatar, notre recherche doctorale questionne les processus communicationnels des interactions ayant lieu dans le jeu de rôle multi-joueur (MMORPG) World of Warcraft. Dans le cadre de cette communication, nous proposons une lecture de nos résultats au prisme du cadre d'analyse goffmanien. A travers l'adaptation et l'opérationnalisation de celui-ci, nous interrogeons la nature de la frontière séparant espace numérique et espace physique. Nos données, issues d'une triangulation méthodologique (ethnographie, entretiens, analyse de captations audiovisuelles et questionnaire exploratoire), nous permettent de mettre en évidence la porosité de cette frontière. Le déplacement de la focale que permet l'analyse de cet espace par les interactions nous offre à voir des processus communicatifs complexes faisant émerger un self multidimensionnel.

Abstract :

Interested in computer-mediated communication, or rather avatar-mediated communication, our doctoral research questions the communicative processes of interactions taking place in the massively multiplayer online role-playing games (MMORPG): World of Warcraft. In this context, we propose a reading of our results through the Goffmanian framework. Through the adaptation and operationalization of this one, we will question the nature of the border separating digital space and physical space. Our data, from a methodological triangulation (ethnography, interviews, analysis of audiovisual recordings and exploratory questionnaire), allow us to highlight the porosity of this border. The displacement of the focal lens allowed by the analysis of this space, through the interactions allows us to see complex communicative processes that emerge a multidimensional self.

L'interactionnisme au prisme des SIC. L'avatar, entre espace physique et espace numérique

« *Cebolla, luminosa redoma, pétalo a pétalose formó tu hermosura, [...]* »¹
Pablo Neruda, *Oda a la cebolla*

1. Introduction

Le fait que la population d'une mégalopole soit capable de se déplacer dans les rues en ne se heurtant que « par accident » semble être une remarque d'une trivialité affligeante. Mais selon Erving Goffman (1973b, p. 20-25), derrière la banalité du déplacement urbain, se cachent des constructions si ancrées dans les individus qu'elles sont devenues transparentes. En réalité, elles sont révélatrices de mécanismes complexes dont la compréhension est essentielle à la lecture de phénomènes d'importance primordiale.

Nous avons été confrontés à ce glissement du banal vers le complexe lorsque nous nous sommes intéressés aux processus communicationnels prenant place dans le jeu de rôle en ligne massivement multijoueur (MMORPG) World of Warcraft. Pour ce faire, nous avons opéré un déplacement de la focale en interrogeant ce dispositif à l'aune des interactions plutôt que du ludisme. Ce changement d'approche a révélé que la frontière séparant cet espace numérique de l'espace physique (Bonfils, 2014) avait une nature complexe ; les interactions ayant lieu dans l'un de ces espaces ne s'y cantonnent pas, elles passent de l'un à l'autre, se chevauchent et s'entremêlent. Dans le cadre de cet article, nous nous proposons d'exposer la démarche conceptuelle nous ayant amenés à réutiliser la pensée de Goffman et la manière dont cette grille de lecture s'avère être une grille de questionnements à travers deux aspects de la construction identitaire goffmanienne appliqués aux avatars. Précisons que notre recherche a été menée en suivant une triangulation méthodologique dont le pilier principal est une ethnographie accompagnée d'analyses descriptives de captations audiovisuelles (Ghoul Samson, 2018) ainsi que de questionnaires exploratoires (Ghoul Samson & Bonfils, 2018). Cette orientation résolument qualitative est une adaptation à ce terrain dont l'une des particularités est, comme de précédentes recherches l'ont montré (Berry, 2012; Boellstorff, 2008; Nardi, 2010; Taylor, 2006), qu'il est quasiment impossible d'en connaître la population totale. Par conséquent, toute démarche quantitative se heurte à l'impossibilité de confronter les mesures à une quelconque représentativité.

Dans le cadre de cet article, nous commencerons par présenter les éléments contextuels nécessaires à la compréhension générale de notre propos, puis nous aborderons des aspects de notre relecture de l'œuvre de Goffman et qui nous permettent d'interroger la place que tient la complexité du self dans le lien entre les deux espaces. Finalement, nous présenterons quelques éléments illustrant la capacité d'interrogation que présente l'interactionnisme goffmanien quand il est appliqué aux espaces numériques et, plus particulièrement, aux avatars.

2. Contextualisation et méthodologie de recherche

a. Un terrain, des avatars

World of Warcraft est incontestablement le MMORPG le plus populaire ; ayant rassemblé plus de treize millions d'abonnés à son apogée courant 2009 cet espace numérique reste aujourd'hui parcouru par environ cinq millions d'utilisateurs. « WoW », acronyme du titre, place l'utilisateur dans un monde d'inspiration médiévale-fantastique mêlant mythologies celtiques, nordiques, culture populaire et éléments de l'œuvre de J.R.R. Tolkien (Berry, 2012; Di Filippo, 2016).

¹ « Oignon, / étincelante coupole, / Pétale à pétale / se forma ta beauté » (notre trad.).

Le monde de WoW, édité par le studio californien Blizzard Entertainment et lancé en 2005 en Europe, a subi de multiples modifications diversifiant au fil du temps l'expérience ludique sans pour autant changer les objectifs que poursuivent les avatars d'Azeroth (nom de ce monde). Cet espace numérique reprend les grandes lignes des jeux de rôle sur table édités depuis le début des années 1970. Le monde d'Azeroth dispose de sa propre monnaie (les pièces d'or ou gold), de ses lois physiques (présence de magie, possibilité de voler) et de multiples canaux de communication vocaux et écrits, internes et externes au dispositif. Les avatars font alors face à de multiples quêtes, un monde hostile rempli de puissants ennemis et une lutte entre deux grandes factions (la Horde et l'Alliance). C'est à cette dualité que se confronte l'utilisateur dès la création de son avatar en choisissant un camp. De prime abord cette décision peut sembler principalement esthétique dans la mesure où le choix de la faction a un impact sur la race² pouvant être choisie par l'utilisateur. Cependant et compte tenu du fait qu'il est impossible pour un avatar de communiquer avec les avatars de la faction adverse, il s'avère que cette simple décision aura également pour conséquence de littéralement priver un avatar de la possibilité d'interagir avec une part importante des autres avatars.

b. Dépasser le jeu

Nous sommes partis d'un postulat théorique particulier selon lequel nous pouvions volontairement éluder la dimension ludique de l'espace numérique que nous étudions. Poursuivant d'une certaine manière la démarche entreprise par Edward Castronova (2007) nous souhaitons procéder à une analyse des échanges communicationnels et des interactions produits au sein de notre terrain en nous éloignant du prisme ludique. L'analyse classique des jeux (Caillois, 1992; Huizinga, 1988) nous propose de ne considérer le jeu que comme une activité distincte des autres activités humaines, produisant un « cercle magique » se trouvant sur un plan différent des activités non-ludiques. Dès lors, prendre de la distance par rapport à cette grille interprétative permet de nous amener à nous interroger sur la nature de la frontière séparant un espace numérique et espace physique dans la mesure où ils sont alors placés sur le même plan. Or, si nous considérons les interactions et les dynamiques communicationnelles, il apparaît que cette mise à niveau peut également être appliquée aux avatars, qui acquièrent alors un statut similaire à celui des utilisateurs.

3. Ego, une construction pragmatique complexe

a. Pourquoi Goffman ?

Notre mobilisation de l'œuvre du sociologue Erving Goffman se fait dans le cadre d'une lecture de ses travaux à l'aune de la dimension communicationnelle s'y trouvant comme l'ont fait par exemple, Pascal Lardellier (2003) et Yves Winkin (2014).

Le choix de Goffman en dépit d'autres théoriciens plus récents relève essentiellement d'une adaptation à notre terrain et à ses particularités. En dépassant le cadre d'analyse de l'aspect ludique de ces espaces nous avons fait face à la nécessité de trouver un nouvel angle d'analyse nous permettant de saisir les dynamiques communicationnelles et sociales en jeu dans cet espace. Nous avons alors décidé de nous centrer sur les interactions présentant la particularité d'être représentatives de l'espace dans lequel elles apparaissent tout en étant des éléments fondamentaux à l'existence même de ces espaces. Or, la revue de la littérature permet de faire émerger trois principaux courants d'analyse des interactions depuis une perspective qualitative : l'interactionnisme symbolique théorisé par Blumer, l'ethnométhodologie fondée par Garfinkel et l'ordre de l'interaction de Goffman.

² Au total, 13 races sont disponibles, chaque faction disposant de six races spécifiques auxquelles il faut ajouter les pandarens (des humanoïdes ayant les traits des pandas) qui sont les seuls à être communs aux deux camps.

Il se trouve que l'interactionnisme symbolique est avant tout – du propre aveu de Blumer – une compilation des recherches portant sur l'interaction réalisées par les étudiants de l'École de Chicago et non d'une grille d'analyse construite. Si l'œuvre de Goffman fait partie de l'interaction symbolique, elle le dépasse en posant les ciments d'une grille d'analyse pour étudier des phénomènes qui, de par leur banalité radicale, ne sont que rarement perçus et s'avèrent être essentiels. En ce qui concerne l'ethnométhodologie rappelons que Garfinkel et Goffman sont en concurrence directe pour déterminer quelle approche est la plus à même de rendre compte de l'expérience vécue par les individus. Si beaucoup d'aspects rassemble les deux pensées (analyse des micro-interactions, prédominance des observations, etc.) un élément majeur les distingue : Goffman reste emprunt d'une certaine forme de structuralisme, alors que Garfinkel la rejette complètement. Le choix entre les deux courants relève alors d'une appréciation personnelle du chercheur concernant cette appréhension du monde social.

b. Un égo rassemblant plusieurs identités

Ce que nous avons dénommé sous le terme d'égo dans cet article fait référence à plusieurs termes et concepts développés par Goffman tout au long de son œuvre. Profondément communicationnelle, sa pensée ne peut se comprendre qu'à travers le prisme des relations et des échanges que mènent quotidiennement les individus. Dans ce contexte la construction du soi, le « self » dans la perspective de George Herbert Mead, ne se fait qu'à travers l'autre, alter. Cette identité décrite tout au long des ouvrages de Goffman (Goffman, 1973a, 1973b, 1974, 1991) ressemble alors à l'oignon décrit par Pablo Neruda : « pétale après pétale » les couches se succèdent en rapprochant et séparant ego et alter. Cependant, l'oignon décrit par Goffman n'est pas centripète ; son cœur ne renvoie pas à une identité plus profonde, plus réelle ou intime que ses pétales externes. Ces éléments ont simplement des fonctions différentes et forment un tout.

4. L'interactionnisme, une grille de questionnement théoriques

La dynamique principale de notre démarche consiste à mettre en corrélation et à tenter d'ordonner les concepts produits par Goffman afin de dessiner les contours de ce qui définit un individu, ce qui lui permet de coconstruire son identité avec les autres. Cette méthode amène forcément à faire certaines simplifications, impasses, distorsions et raccourcis. Ainsi notre démarche s'apparente davantage à une appropriation de l'œuvre du chercheur canadien qu'à une exégèse. D'autant plus que notre proposition analytique n'est pas de calquer le modèle goffmanien dans les espaces numériques mais d'utiliser le résultat de cette relecture pour interroger les interactions qui se jouent au sein de ces espaces. Notre postulat est donc qu'en disposant d'un modèle fin ayant fait ses preuves dans l'espace physique nous serons en mesure d'en mesurer les différences en interrogeant les parties qui composent ce modèle à l'aune d'un espace pour lequel il n'a pas été produit. Une analyse des écrits de Goffman permet de faire émerger de multiples concepts renvoyant au processus de construction du self : la face, la façade, le rôle, l'équipe, les statuts de participation, l'umwelt, etc. Ne pouvant traiter de toutes ces dimensions dans le cadre de cet article nous n'utiliserons à titre d'exemple que les concepts d'unité véhiculaire et de rôle.

a. L'avatar un simple vaisseau ?

Le terme « avatar » est issu du sanscrit et renvoie à l'enveloppe qu'un Dieu peut incarner pour se déplacer sur terre (que ce soit parmi les Hommes ou les animaux). L'utilisation du terme « avatar » dans l'espace numérique s'explique donc par la capacité qu'ont ces entités de permettre aux utilisateurs de se mouvoir et d'interagir avec et dans un espace appartenant à un autre plan d'existence (le monde numérique d'Azeroth dans le cas qui nous occupe présentement).

Cependant, l'analyse goffmanienne met en exergue l'existence d'unité véhiculaire de la vie quotidienne (Goffman, 1973b). Ces unités ont pour fonction de protéger le self à l'aide d'une coque plus ou moins épaisse, l'aidant ainsi à se déplacer dans son environnement. Remarquons que plus la coque est épaisse, plus elle limite la marge de manœuvre lors des déplacements (comme les bateaux) alors que la coque la plus fine – formée par la peau et les vêtements – offre une large amplitude de manœuvre mais une faible protection. Il apparaît ainsi que dans la pensée de Goffman le corps occupe une place particulière. Théoriquement, le corps n'est qu'une unité véhiculaire parmi d'autres, disposant de ses avantages et de ses inconvénients. Pragmatiquement, il s'agit d'une partie de laquelle les individus ne peuvent se soustraire. Pourtant, lorsqu'ils évoluent dans un espace numérique la fonction de leur corps n'est que d'aider à piloter une autre unité véhiculaire : le corps numérique, l'avatar.

Nous nous trouvons alors en position de nous demander si l'avatar n'est finalement qu'une unité véhiculaire, un vaisseau permettant d'explorer de nouvelles contrées ? Goffman considère également que les unités véhiculaires sont des entités interactionnelles, et donc communicationnelles, à part entière ; ainsi, on peut dire que deux bateaux échangeant des signaux lumineux sont deux entités en interaction, même si chacune de ces entités est composée de plusieurs centaines d'autres entités (l'équipage) interagissant entre elles. Dans ce cadre, plutôt qu'un simple moyen de transport, l'avatar apparaît comme un pétale de l'oignon de Neruda, une partie du self d'égo habitant l'espace numérique.

b.L'avatar, personnage ou acteur ?

Les écrits de Goffman sont connus pour les multiples métaphores qu'ils tissent et enchevêtrent avec son appareillage conceptuel. La plus célèbre est sans doute celle du théâtre. Reprenant les principaux éléments de cet Art, il montre dans quelle mesure la vie quotidienne est l'objet d'une mise en scène permanente dont le principal enjeu est l'information : connaître son interlocuteur pour savoir ce qu'il attend de nous et comment réagir et, s'assurer qu'il n'entre en possession que des informations à notre sujet qui nous semblent opportunes pour le déroulement de l'action, la « définition de la situation ».

A un premier niveau Goffman opère une distinction entre le personnage et l'acteur. Le personnage est un être de fiction ne possédant pas de biographie en dehors de la représentation et dont les actions font l'objet d'une scénarisation, alors que l'acteur passe d'une représentation à une autre. Ainsi un acteur peut interpréter, au théâtre ou au cinéma, un personnage. Selon cette terminologie il est inconcevable de classer les avatars comme des personnages puisqu'ils ne font l'objet d'aucune scénarisation. Précisons que cet aspect est propre aux MMORPG puisque des personnages de jeux vidéo comme Mario ou Lara Croft sont bel et bien des personnages goffmaniens puisqu'ils font l'objet d'une scénarisation que le joueur doit dérouler.

Or, s'ils font partie de la catégorie des acteurs il apparaît alors que les avatars doivent endosser des rôles. En fonction de la situation dans laquelle se trouve et du public auquel il a affaire, égo peut revêtir différents rôles qui doivent être acceptés par les autres interactants. Dans une situation où l'individu semble avoir la possibilité de s'affranchir de toute répercussions sur ses autres activités – parce qu'il se trouve à l'intérieur d'un cercle magique – nous pourrions imaginer que se présente l'occasion d'expérimenter toute sortes de rôles autrement inaccessibles. Cependant, pour que l'acteur puisse enchaîner les rôles il doit procéder à une « séparation des publics » » (Goffman, 1973a, p. 52) dont l'enjeu est de s'assurer que certains des autres interactants ne l'aient pas vu endosser un rôle diamétralement différent que celui qu'il joue dans la situation. Or, compte tenu du fait que les avatars utilisent régulièrement des procédés de communication de l'utilisateur (comme Facebook), ils se trouvent dans l'impossibilité de jouer un rôle tout à fait différent sans risquer d'être démasqué.

De plus, l'acteur peut tenter d'endosser un rôle mais ce dernier doit toujours faire l'objet d'une confirmation de la part des autres interactants. Ainsi un individu prétendant exercer en tant que médecin mais ayant un timbre de voix laissant soupçonner un jeune âge ne verra pas son rôle accepté par les autres interactants et sera, probablement, accusé de mentir.

Faisant partie intégrante du self, l'avatar peut être un espace d'expression de certains aspects de la personnalité de l'individu – Vincent Berry nous propose le cas d'un chef de guildes âgé de seulement 11 ans (2012) – mais il doit également maintenir une cohérence avec ses autres rôles (et notamment ceux de l'espace physique) sous peine de rompre l'interaction, et donc de produire une situation embarrassante.

5. Conclusion

L'avatar occupe donc simultanément plusieurs pétales de l'oignon qu'est l'identité goffmanienne. Or, tous ces pétales font invariablement office de pont entre espace numérique et espace physique. Ne pouvant être perçu que comme un vaisseau, du point de vue des interactions, l'avatar apparaît comme une figure complexe reliant plusieurs plans.

Au cours de cet article nous avons souhaité mettre en avant trois points. Premièrement, la pertinence de la mobilisation de la pensée de Erving Goffman dans le cadre d'une recherche portant sur les interactions menées dans un espace numérique. Deuxièmement, la réappropriation dont cette pensée peut faire l'objet afin de la dépasser et de l'utiliser comme grille de questionnement de ces espaces qui n'ont pas été vécus par l'auteur. Et, troisièmement, l'apport que peut avoir l'utilisation de cette grille de questionnement quand elle appliquée au cas particulier des MMORPG dans la mesure où elle amène à dépasser le cadre de l'analyse ludique et, ainsi, à interroger la nature de la frontière entre les espaces.

Enfin, nous aimerions insister sur la nature profondément communicationnelle de l'interactionnisme goffmanien. Pour l'auteur, tous les aspects de la relation aux autres ne peuvent se faire qu'à travers l'échange, même la construction de son identité est le résultat d'un processus de co-construction entre égo et alter. Nous pouvons ainsi dire que si la communication n'est pas qu'interaction, les interactions ne sont que communication.

6. Bibliographie

- Berry, V. (2012). *L'expérience virtuelle : Jouer, vivre, apprendre dans un jeu vidéo*. Rennes : PU Rennes.
- Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human* (Revised edition). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Caillois, R. (1992). *Les jeux et les hommes*. France: Folio.
- Castronova, E. (2007). *Exodus to the Virtual World: How Online Fun Is Changing Reality*. Palgrave MacMillan.
- Di Filippo, L. (2016). *Du mythe au jeu : approche anthro-communicationnelle du nord : des récits médiévaux scandinaves au MMORPG Age of Conan : Hyborian Adventures*. Université de Lorraine.
- Ghoul Samson, J. (2018). *Approche de la dimension rituelle des raids de World of Warcraft par l'anthropologie visuelle*. X Congreso Internacional Latina de Comunicacion Social, 430-454.
- Ghoul Samson, J., & Bonfils, P. (2018). *L'expérience communicationnelle immersive dans WoW, entre présence et engagement*. Interfaces Numériques.
- 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*. Les Editions de Minuit.
- Goffman, E. (1974). *Les Rites d'interaction*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Goffman, E. (1991). *Les cadres de l'expérience*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Huizinga, J. (1988). *Homo ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*. France: Gallimard.
- Lardellier, P. (2003). *Théorie du lien rituel. Anthropologie et communication*. France: L'Harmattan.
- Nardi, B. (2010). *My Life as a Night Elf Priest: An Anthropological Account of World of Warcraft*. Ann Arbor: University of Michigan Press : University of Michigan Library.
- Taylor, T. L. (2006). *Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture* (1 edition). Cambridge, Mass: The MIT Press.
- Winkin, Y. (2014). *La Nouvelle Communication*. Paris : Points.

Représentations télévisuelles des sportives de haut-niveau pratiquant des disciplines historiquement « masculines »

Television representation of female athletes practicing historically « masculines » sports

Natacha Lapeyroux

doctorante en SIC

Laboratoire IRMECCEN, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle

natacha.lapeyroux@sorbonne-nouvelle.fr

Mots-clés : Représentation, télévision, sport, gender studies.

Keywords: Representation, television, sport, gender studies.

Résumé :

Les médias reproduisent les stéréotypes de genre dans le sport en sous-médiatisant le spectacle sportif des femmes et en discréditant les sportives qui ne sont pas conformes à la norme (Messner, 2002 ; Montañola, 2009). A rebours de ces constats, les championnats du monde de football, de rugby et de boxe des femmes ont été diffusés à la télévision à partir des années 2000. A partir d'un corpus télévisuel de retransmissions de compétitions sportives de 2005 à 2015, nous effectuerons une étude socio-sémiotique de manière diachronique des représentations télévisuelles de ces nouveaux modèles identitaires que sont les boxeuses, les footballeuses et les rugbywomen de haut niveau. Nous analyserons les représentations de « l'identité nationale » à l'intersection des rapports sociaux de genre, ethnoraciaux et de sexualités.

Abstract :

Medias reproduces gender stereotypes in sports by broadcasting few sportswomen's sporting events and by discrediting women who do not conform to the norm (Messner, 2002 ; Montañola, 2009). In contrast to these findings, the world female championships of football, rugby and boxing were broadcast on television from the 2000s. From a television corpus of broadcast sports competitions from 2005 to 2015, we will carry out a diachronic socio-semiotic study of the televisual representations of these new identity models that are high-level female boxing, soccer player and rugbywomen. We propose to analyze the representations of «national identity» in television sport broadcasting at the intersection of social relations of gender, race and sexuality.

Représentations télévisuelles des sportives de haut-niveau pratiquant des disciplines historiquement « masculines ».

Sport, genre et médias

Les représentations télévisuelles du sport articulent en mots et en images, de manière implicite et explicite, des représentations concernant la place des hommes et des femmes dans notre société. Les représentations télévisuelles du sport se focalisent sur les sports « centraux » pratiqués par les hommes (le football et le rugby en France) qui concentrent un important pouvoir médiatique et économique, et vont donner à voir des corps d'hommes, forts puissants et agressifs qui mettent l'accent sur la virilité des hommes (Messner, 2002). A contrario, les médias reproduisent les stéréotypes de genre dans le sport en sous-médiatisant le spectacle sportif des femmes et en discréditant les sportives qui ne sont pas conformes à la norme (Montañola, 2012). Une étude conduite par le CSA a démontré qu'en 2016, les retransmissions de compétitions sportives des femmes ne représentaient que 16% à 20% des représentations totales du sport à la télévision (contre 7% en 2012).

A rebours de ces constats, les footballeuses, les boxeuses et les rugbywomen sont apparues sur les écrans de télévision dans les années 2000, introduisant un conflit de définition au sein des identités de genre dans le sport. En portant des contre-discours au sein des médias de masse, les sportives de haut niveau constituent des contre-publics subalternes au sens de Nancy Fraser. Marginalisées, elles luttent pour se faire entendre dans la sphère publique et légitimer leur point de vue (Fraser, 2001).

Socio-sémiotique du spectacle sportif des femmes investies dans des disciplines historiquement « masculines »

A partir d'un corpus comprenant des retransmissions de compétitions sportives des championnats du monde de football, de rugby et de boxe pratiqué par les femmes de 2005 à 2015, nous effectuerons une analyse diachronique de ces nouveaux modèles identitaires que sont les sportives de haut niveau investies dans des disciplines historiquement « masculines ». Les retransmissions de compétitions sportives sont appréhendées en tant qu'objets sémiotiques constitués à la fois d'images et de sons qui font signes aux téléspectateurs (Esquenazi, 2003), des « interfaces signifiantes » situées à l'articulation de l'espace de production et de l'espace de réception (Lochard, Soulages, 1998). Au niveau de la production, les retransmissions de compétitions sportives font appel à un dispositif médiatique (technique et scénique) particulier, sous-tendue par un souci d'encadrement du comportement discursif et communicationnel des protagonistes (Lochard, 2010). L'enchâssement de l'événement dans la grille de programme et son appropriation renvoie aux stratégies éditoriales de la chaîne (Papa, 2000).

Les images filmées sont analysées en tant que construction médiatique dans lesquelles les différents plans vont valoriser et mettre en avant certaines athlètes et dévaloriser ou en faire disparaître d'autres (Whannel, 1992). Sont aussi analysés les commentaires sportifs des journalistes sportifs et des consultant-e-s qui participent à la construction de l'imaginaire en ajoutant des symboles et des valeurs aux images filmées (Attali, 2010). Les commentaires sont formés à partir d'un décalage entre le texte premier (les images des compétitions) et le texte second (le discours accolé aux images) qui permettent de construire des discours nouveaux (Foucault, 1971). Dans une perspective féministe Queer, le concept de performance de genre de Judith Butler est utilisé afin de saisir les stéréotypes ou les innovations transgressives en matière de norme de genre produites ou reproduites par les sportives et les discours portés par les commentateurs et commentatrices sur ces performances de genre (Butler, 2005).

Enfin, les représentations de « l'identité nationale » au sein des retransmissions de compétitions sportives sont analysées à l'intersection des rapports sociaux de genre, ethnoraciaux et de sexualité.

Des sportives qui font « comme les hommes » : des identités résistances

Les pionnières que sont les boxeuses, les footballeuses et les rugbywomen sont apparues dans les représentations télévisuelles, d'abord sous la forme d'une identité-résistance (Castell, 1999). C'est-à-dire une identité produite par les acteurs qui se trouvent dans des positions ou dans des conditions dévalorisées ou stigmatisées par la logique dominante et qui vont se réfugier sur des principes étrangers ou contraires à ceux qui imprègnent les institutions de la société (elles s'opposent à l'identité légitimante, la sportive « féminine » et gracieuse dans le cadre de notre recherche). Les pionnières sortent du domaine de l'intelligible en ce qui concerne les normes de genre dans le champ sportif et vont être considérées « comme des hommes » par les commentateurs sportifs. En 2005, lors d'un championnat du monde opposant deux boxeuses françaises, Anne-Sophie Mathis et Myriam Lamare, les commentateurs sportifs vont se tromper à plusieurs reprises au sujet de l'identité sexuelle de ces femmes¹. Avant que le combat ne commence, les deux boxeuses vont s'adonner au rituel masculin de la boxe qui consiste à échanger des regards d'intimidation et le commentateur dira « Il y a treize centimètres d'écart entre les deux hommes² ». Plus tard dans le combat, l'un s'étonnera de la qualité des échanges « C'est extraordinaire les deux hommes ne cèdent pas d'un pouce³ ». En ce qui concerne le football, lors de la coupe du monde de 2007, en l'absence de référence « féminine » dans le football, les commentateurs sportifs vont comparer les footballeuses à des icônes du football « masculin ». Lorsque la joueuse brésilienne « Marta » rate un penalty lors de la finale de 2011, celle-ci sera comparée à ses homologues « masculins » : « comme souvent, on a de très bons joueurs qui ont raté des penaltys on pense à Roberto Baggio à Michel Platini, à Zico aussi. Toutes les grandes stars ont un moment où à un autre manqué un pénalties dans un grand rendez-vous⁴ ». Cette comparaison avec les hommes se retrouve dans le rugby, à la différence que les sportives vont être comparées à l'équipe « masculine » de leur pays, ce qui va créer des spécificités liées à l'identité nationale. Le commentateur dira au sujet de l'équipe « féminine » de la Nouvelle-Zélande, qui a remporté les deux éditions précédentes de la coupe du monde que « c'est comme chez les hommes⁵ » et la rugbywomen Néo-Zélandaise Amiria Marsh qui a une puissance incroyable selon les commentateurs « n'est pas sans rappeler un certain trois-quarts Néo-Zélandais Jonah Lomu⁶ ». Considérer que les femmes investies dans des disciplines historiquement « masculines » font « comme les hommes » permet ici aux commentateurs de respecter les catégories hégémoniques de classification instituées. On rabat l'inconnu, la femme investie dans une discipline sportive où il faut faire preuve de violence, sur du connu : le modèle du sportif viril.

¹ Canal+, Boxe. Réunion de Bercy, Champion du monde WBA, Poids super-légers : Myriam Lamare (Fra)/ Anne-Sophie Mathis (Fra), 02/12/2006, 20h55.

² Canal+, Boxe. Réunion de Bercy, Champion du monde WBA, Poids super-légers : Myriam Lamare (Fra)/ Anne-Sophie Mathis (Fra), 02/12/2006, 20h55.

³ Canal+, Boxe. Réunion de Bercy, Champion du monde WBA, Poids super-légers : Myriam Lamare (Fra) / Anne-Sophie Mathis (Fra), 02/12/2006, 20h55.

⁴ Eurosport, Football. Coupe du monde féminine 2007, Finale : Allemagne/ Brésil, le 30/09/2007, 14h00.

⁵ Eurosport, Rugby. Coupe du monde féminine 2006, Quart de finale : Nouvelle-Zélande / France, 12/09/2006, 22h30.

⁶ Eurosport, Rugby. Coupe du monde féminine 2006, Quart de finale : Nouvelle-Zélande / France, 12/09/2006, 22h30.

Une lutte pour la reconnaissance des femmes dans les disciplines historiquement « masculines »

À partir de 2009, les représentations médiatiques décrivent les sportives investies dans des disciplines historiquement « masculines », en tant que femmes menant un combat politique pour légitimer leur discipline. La qualité de la prestation pugilistique des deux boxeuses françaises, Myriam Lamare « la marseillaise », et Anne-Sophie Mathis « la lorraine » a été reconnue par les spécialistes de la boxe. Les deux boxeuses françaises vont alors endosser le statut d'ambassadrice de la boxe des femmes après ce combat car selon eux, « c'est parfait à tous les niveaux, elles représentent vraiment bien les 4100 licenciées en boxe à la fédération⁷ » et ce combat fera office de référence lors des combats de boxe qui ont lieu par la suite.

Ce combat mené par les ambassadrices pour développer la boxe des femmes est présenté comme un combat pour l'ensemble des femmes lors d'une rencontre opposant la française Anne-Sophie Mathis à la panaméenne Anna Pascal, le 8 mars 2008 le jour de la journée internationale des droits des femmes. Les femmes acquièrent des droits, et le sport et la boxe en font partie. L'objectif d'Anne-Sophie est décrit comme étant au-delà de la ceinture, « c'est un défi de femmes, un défi pour montrer au monde entier eh bien qu'elle est là, qu'elle existe et que toutes les femmes qui aspirent à montrer leur talent dans les sports de combat, et bien elles ont leur place⁸ ». Cette lutte pour légitimer la discipline se retrouve aussi pour le football des femmes. Pour la première fois lors de la coupe du monde 2011 qui s'est déroulée en Allemagne, les françaises ont réussi à se qualifier pour accéder aux quarts de finale. Ce moment est érigé en tant que moment historique pour le football français, un moment « légendaire, c'est exceptionnel⁹ » qui aura réussi à légitimer le football pratiqué par les femmes en France.

Des identités projets : footballeuses, rugbywomen et boxeuses

En faisant preuve d'inventivité, les sportives investies dans des sports historiquement « masculins » redéfinissent les pratiques sportives et vont introduire dans les représentations télévisuelles des identités projets, c'est-à-dire des identités nouvelles qui redéfinissent la position des sportives dans la société (Castell, 1999). Les pionnières de la boxe commencent à prendre de l'âge, et sont sur leur fin de carrière. En effet, la relève veut détrôner « la légende » de la boxe « féminine », la boxeuse Anne-Sophie Mathis qui a désormais 37 ans en 2015 et qui affrontent des adversaires d'une vingtaine d'années. Elle est décrite comme une championne qui représente le passé et ses adversaires représentent l'avenir. L'équipe de France de football, fait désormais partie des meilleures équipes mondiales, et est composée « de joueuses qui ont beaucoup vécu comme Bussaglia et Gaétane Thiney qui sont sur le banc, mais il y a aussi la relève, Amel Majri et Claire Lavogez qui en font partie¹⁰ ». La coupe du monde de rugby 2014, quant à elle, a été organisée en France, et a, selon les commentateurs et commentatrices, suscité un véritable engouement populaire et bénéficié d'une bonne exposition médiatique. Pour le secrétaire d'état chargé des sports de l'époque « Il faut à travers cette coupe du monde que des filles qui aiment ce sport franchissent le pas et se dise je vais prendre ma licence l'an prochain¹¹ ».

⁷ Canal+, Boxe. Réunion de Bercy, Champion du monde WBA, Poids super-légers : Myriam Lamare (Fra) / Anne-Sophie Mathis (Fra), 02/12/2006, 20h55.

⁸ Canal+, Boxe. Championnat du monde féminin WBA, Poids super-légers : Anne-Sophie Mathis (Fra) / Belinda Laracuente (Pur), 22/11/2008, 22h25.

⁹ Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Quart de finale : Angleterre/France, le 09/07/2011, 17h45.

¹⁰ W9, Football. Coupe du monde féminine 2015, 8ème finale : France / Corée du sud, 21/06/2015, 21h50.

¹¹ France 4, Rugby. Coupe du monde féminine 2014, Match pour la 3e place : France / Irlande, 17/08/2014, 16h20.

Penser les représentations des performances de genre des sportives

Les sportives investies dans des disciplines historiquement « masculines » performant le genre « masculin », en s'appropriant la violence, l'agressivité et s'engageant dans la compétition.

Les boxeuses, les footballeuses et les rugbywomen sont décrites comme étant agressives, combatives, déterminées, violentes, très puissantes, compétitrices. Cependant, les commentateurs « masculins » vont porter un « male gaze » (Mulvey 1975) sur ces sportives transgressives, c'est-à-dire un regard d'homme hétérosexuel qui va sexualiser et érotiser les sportives dont la performance de genre correspond aux normes de désirabilités hétéronormatives occidentales durant les retransmissions de compétitions, et stigmatiser les plus « masculines ».

En effet, les sportives les plus « féminines » vont être sexualisées, d'une part, à travers des gros plans réalisés sur le visage ou le corps des sportives à des endroits suggestifs, et d'autre part, avec les commentaires sportifs qui vont qualifier les sportives de « jolie¹² », « Aguicheuse¹³ », « on a de belles jeunes femmes ce soir¹⁴ », « avec ses magnifiques yeux bleus et bien elle n'est pas que belle, c'est aussi une fantastique joueuse¹⁵ » et l'un des journalistes déclare être sous le charme de la rugbywomen Magaly Harvey qui a toujours le sourire. En parallèle, les performances de genre des sportives les plus masculines sont stigmatisées par les commentateurs sportifs. Ana Pascal, une boxeuse performant le genre « masculin » avec une musculature développée et les cheveux rasés va être sanctionnée par le commentateur sportif qui dira à son sujet « il va falloir se méfier quand même de Pascal. Pour moi je l'appellerai plutôt Pascal ; Ana parce que vraiment elle n'a pas grand-chose de féminin¹⁶ ». L'américaine Abby Wanback, qui porte les cheveux courts et qui affiche également une musculature prononcée est décrite par les journalistes sportifs comme étant monstrueuse : « une géante qui mesure 1m81¹⁷ », « colossale¹⁸ », « d'une puissance extraordinaire¹⁹ », « c'est un ogre²⁰ », « c'est un monstre²¹ », « une machine²² » qui envoie des « missiles²³ ». En raison de son physique et de ses performances sportives, le journaliste sportif dira à son sujet qu'elle est « un homme²⁴ ».

Par ailleurs, les discours vont insister sur les spécificités liées à l'identité nationale des équipes selon le pays: les boxeuses américaines font le show, et les françaises sont sérieuses, selon les commentateurs. Les footballeuses brésiliennes sont ultras techniques dans leur jeu²⁵ ; « les allemandes pas de fioriture, pas de chose exceptionnelle²⁶ ». Pour autant, des spécificités liées aux origines ethnoraciales des sportives vont être évoquées : la boxeuse panaméenne Ana Pascal a « des origines françaises de par son grand-père²⁷ », la footballeuse Amel Majeri pratique le football « avec beaucoup de métier, beaucoup de sang-froid, elle est la jeune fille d'origine Tunisienne²⁸ ».

¹² Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Finale : Etats-Unis/Japon, le 17/07/2011, 20h45.

¹³ Canal+, Boxe. Championnat du monde féminin WBA, Poids super-légers : Anne-Sophie Mathis (Fra) / Belinda Laracuenta (Pur), 22/11/2008, 22h25.

¹⁴ Canal+, Boxe. Championnat du monde féminin WBA, Poids super-légers : Anne-Sophie Mathis (Fra) / Belinda Laracuenta (Pur), 22/11/2008, 22h25.

¹⁵ Direct 8, Coupe du Monde 2011, Finale : Etats-Unis VS Japon , 17/07/2011, 20h45.

¹⁶ Canal+ Sport, Boxe. Championnat du monde féminin WBA/WBC, Anne-Sophie Mathis (Fra) / Ana Pascal (Pan), 08/03/2008, 22h05.

¹⁷ Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Finale : Etats-Unis/Japon, le 17/07/2011, 20h45.

¹⁸ Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Demi-finale : France/Etats-Unis, 13/07/2011, 17h00.

¹⁹ Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Finale : Etats-Unis/Japon, le 17/07/2011, 20h45.

²⁰ Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Demi-finale : France/Etats-Unis, 13/07/2011, 17h00.

²¹ Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Demi-finale : France/Etats-Unis, 13/07/2011, 17h00.

²² Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Demi-finale : France/Etats-Unis, 13/07/2011, 17h00.

²³ Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Finale : Etats-Unis/Japon, le 17/07/2011, 20h45.

²⁴ Direct 8, Football. Coupe du monde féminine 2011, Finale : Etats-Unis/Japon, le 17/07/2011, 20h45.

²⁵ Eurosport, Football. Coupe du monde féminine 2007, Finale : Allemagne/ Brésil, le 30/09/2007, 14h00.

²⁶ Eurosport, Football. Coupe du monde féminine 2007, Finale : Allemagne/ Brésil, le 30/09/2007, 14h00.

²⁷ Canal+ Sport, Boxe. Championnat du monde féminin WBA/WBC, Anne-Sophie Mathis (Fra) / Ana Pascal (Pan), 08/03/2008, 22h05.

²⁸ W9, Football. Coupe du monde féminine 2015, Quart de finale : Allemagne/France le 26/06/2015.

Enfin, la maternité des sportives est valorisée lors des retransmissions de compétitions sportives. La boxeuse française Anne-Sophie Mathis adresse à la fin de ses combats un message à sa fille, elle lui un « fait un gros bisou » ce qui serait difficilement imaginable pour un homme. On apprend que la footballeuse américaine Christy Rampone (5 coupes du monde, 100 sélections) s'entraîne avec son mari et est maman de deux petites filles dont une de 17 mois. Elle est décrite par la consultante comme une femme complète elle dira à son sujet « elle sait tout faire cette femme²⁹ ».

Conclusion

Pour conclure, malgré des discours ambivalents et parfois stéréotypés concernant les performances de genre des sportives pratiquant un sport de tradition masculine, et malgré le fait que les boxeuses, les rugbywomen et les footballeuses restent minoritaires dans les représentations du spectacle sportif des femmes à la télévision elles mènent néanmoins une lutte politique à travers les médias de masse pour la reconnaissance et le développement de leur discipline, et pour déconstruire les stéréotypes de genre dans les représentations de la place de des femmes dans le sport et par extension dans les autres sphères. Les pionnières ont appliqué ce que Judith Butler a développé sous le concept de puissance d'agir : « Performer de façon excentrique, hétérodoxe, incohérente, inintelligible, un procès qui sans cette répétition ne saurait assurer sa reproduction, permet de produire d'autres sujets, mais surtout des matrices des sujets », (Dorlin, 2012 : 126).

29W9, Football. Coupe du monde féminine 2015, Finale, Etats-Unis/Japon, 26/06/2015, 00h50.

Bibliographie

- Attali M. (2010), Sports et Médias du XIXème siècle à nos jours, Biarritz, Atlantica.
- Butler J. (2005), Trouble dans le genre, Pour un féminisme de la subversion, Paris, La Découverte.
- Castell M. (1999), Le pouvoir de l'identité, Paris, Fayard.
- Dorlin E. (2012), Sexe, genre et sexualités, Paris, PUF.
- Esquenazi J.-P. (2003), L'écriture de l'actualité, Grenoble, PUG.
- Fraser N. (2001), Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement, Hermès, n° 31, p. 109-142.
- Foucault M. (1971), L'ordre du discours : Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970, éditions Gallimard.
- Lochard G., Soulages J.-C. (1998), La communication télévisuelle, Paris, Armand Colin.
- Lochard G. (2010), Chapitre 11. Une approche sémantique du dispositif : l'exemple des événements sportifs à la télévision, Les dispositifs d'information et de communication. Concepts, usages et objets, Louvain, De Boeck Supérieur
- Messner M. A. (2002), Taking the field: Women, men, and sports, Minnesota, University of Minnesota Press.
- Montañola S. (2009), Femmes, sport et médias : la médiatisation des sportives de haut niveau dans la presse écrite : sous-médiatisation et stéréotypisation ? Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université de Lille 3.
- Mulvey L. (1975), "Visual Pleasure and Narrative Cinema", Screen, Volume 16, Issue 3, 1, pp. 6-18.
- Papa F. (2000), « Quand le sport nous parle de la télévision », in Gabaston P. et Leconte B., Sports et télévision. Regards croisés, L'Harmattan, 2000, pp. 405-425.
- Whannel G. (1992), Fields in vision, New York, Routledge.

Mouvements sociaux : analyse de la place des corps et des discours dans les médias français et brésilien

Social movements: a study of bodies and discourses role in the French and Brazilian media

Camila Lima De Braga

doctorante CDU

Laboratoires Elico et CCDC

Université Lumière Lyon 2 et Université Fédérale de Bahia

C.LimaDeBraganiv-lyon2.fr

Mots-clés : mouvements sociaux, représentations, corps, discours

Keywords: social movements, representations, body, discourses

Résumé :

Notre recherche questionne la représentation médiatique des mouvements sociaux brésiliens en France et les mouvements français au Brésil, entre 2013 et 2016. Cette communication traitera plus spécifiquement des représentations des corps collectifs et individuels, et des discours qui les accompagnent dans deux mouvements : La manif pour tous et Fora Dilma (Dilma Dehors). Six journaux composent le corpus : Le Monde, Le Figaro, Libération, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo et G1. A partir d'une analyse quantitative et qualitative des textes et des images, notre propos abordera les résultats principaux de cette étude. La conclusion permettra un regard croisé sur les médias brésiliens et français.

Abstract :

Our research queries the media representation of Brazilian social movements in France and French social movements in Brazil between 2013 and 2016. This presentation will cover exclusively collective and individual bodies representations and escorting discourses of two movements : La manif pour tous (Protest for all) and Fora Dilma (Dilma out). The corpus is made of six newspapers : Le Monde, Le Figaro, Libération, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo and G1. From a quantitative and qualitative texts and pictures analysis, we will address the main results of this study. The conclusion will enable a crossed sight on Brazilian and French media.

Mouvements sociaux : analyse de la place des corps et des discours dans les médias français et brésilien

Corps humains et discours constituent le cœur des représentations médiatiques des mouvements sociaux. Corps et discours sont articulés, niés ou congruents. C'est la synchronie entre la chair et « la prise de la parole » (De Certeau, 1994 : 41) qui fonde la « *materia prima* » (Mouillaud, Têtu, 1989 : 12) du discours journalistique : l'événement médiatique. Souvent, les corps qui descendent dans la rue lors de mouvements sociaux revendiquent pour la reconnaissance de besoins des corps humains comme la santé, le logement, l'éducation ou de meilleures conditions de travail. Pourtant, bien d'autres revendications entrent dans l'agenda des protestataires mais la censure de choix de ces corps et la critique de leurs conduites peuvent évoluer vers une stigmatisation des individus. Notre propos aborde plus spécifiquement les discours médiatiques portés sur ces mouvements et ces corps qui émergent pour exiger l'exclusion d'autres corps considérés comme « hors » des normes sociales ou politiques. Notre première partie aborde les représentations du contre-mouvement La manif pour tous, dans les journaux brésiliens *Folha de São Paulo*, *Estado de São Paulo* et *G1*. La deuxième partie aborde la représentation du mouvement *Fora Dilma* (*Dilma Dehors*)¹ par *Le Monde*, *Le Figaro* et *Libération*. Pour terminer, nous proposons un regard croisé sur les représentations de ces corps, « au cœur de l'action individuelle et collective, au cœur du symbolisme social (Le Breton, 2013 : 10) français et brésilien.

Corpus et méthodologie

Le corpus est composé de 97 articles issus des six journaux (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, *Folha de São Paulo*, *Estado de São Paulo* et *G1*), dans leurs versions papier et numérique. La période de 2013 à 2016 s'est imposée car malgré les traditions protestataires de deux pays, peu d'articles traitaient des mobilisations sociales de l'autre pays avant cette date. Les médias français commencent à prêter attention au faire politique des Brésiliens dit « ordinaires » depuis juin 2013, quand le Brésil a été secoué par un ensemble de manifestations d'ampleur décrites comme inédites par les médias. En réponse à l'augmentation du tarif de transport en commun, les Brésiliens sortent dans les rues et un cycle des mouvements débute qui s'achève fin 2016 avec la destitution de la présidente Dilma Rousseff. Du côté des mobilisations françaises, ce n'est qu'en 2013, avec le contre-mouvement *La Manif pour tous*, et en 2016 avec *Nuit debout*, que la France entre dans l'agenda de la presse brésilienne.

Après une première lecture de l'ensemble du corpus, nous avons identifié cet élément central relatif à la représentation des mouvements sociaux français et brésiliens principalement ancrée dans la monstration du corps. En particulier, les photographies de ces corps collectifs ou individuels isolés offrent une représentation, une identité, un imaginaire et, finalement, une incarnation d'un mouvement et de ses surgissements dans l'espace public. De même, les discours portés par les journalistes sur les corps et les paroles autorisées à circuler, en les soutenant ou en les déconsidérant, sont au cœur de la construction de la signification sociale des revendications, légitimées ou non. Ces éléments nous conduisent ainsi à nous questionner sur l'intégration à ou sur l'exclusion d'un « nous » national des revendications, à partir des mises en image et en récits des différentes manières d'exister comme corps.

A partir de cette question, nous avons analysé chaque article du corpus en focalisant le regard sur la souveraineté, la faiblesse et/ou la violence, subie ou produite, par ces corps qui manifestent et sur les discours qui les accompagnent.

¹ Le mouvement brésilien baptisé par *Fora Dilma* (*Dilma Dehors* en français), a commencé discrètement lors de grandes manifestations contre l'augmentation du tarif du transport en commun, en juin 2013. Ce mouvement qui revendiquait l'impeachment de la présidente du Brésil, Mme. Dilma Rousseff, a gagné beaucoup de force surtout en 2015 et en 2016, l'année où elle s'est faite destituée pendant son 2ème mandat. Dilma Rousseff (PT/ Partis des Travailleurs-gauche), commence son engagement politique pendant sa jeunesse, où elle a lutté contre la dictature militaire brésilienne (1964-1985). Arrêtée en 1970, elle a été torturée pendant une vingtaine de jours par les militaires et condamnée à un mandat de prison de 3 ans. Rousseff a occupé la chaise de ministre des Mines et de l'Energie et de la Maison Civile pendant les mandats présidentiels de Lula da Silva. En 2011, elle devient la première femme présidente du Brésil.

Étant donné le volume du corpus, nous avons eu d'abord eu recours à un logiciel de traitement d'enquête, Modalisa, qui permet de combiner une démarche à la fois quantitative et qualitative. La première étape, quantitative, nous a permis d'avoir une vision de l'ensemble du corpus, de croiser des données et d'affiner nos hypothèses. C'est à partir de ces résultats que nous menons ensuite une analyse qualitative. Notre recherche mobilise par ailleurs une perspective interdisciplinaire : la notion de corps est construite à partir d'une définition anthropologique et philosophique, tout en étant également analysée d'un point de vue sémiotique. Pour mener l'analyse du discours, nous nous appuyons, principalement, sur Sophie Moirand dont les travaux nous permettent de saisir la circulation des paroles et les manières de dire.

La manif pour tous

Notre étude montre que le mouvement social La manif pour tous est, dans sa grande majorité, représenté par des corps collectifs et individuels souverains, à la différence des mouvements tels que Nuit debout et plusieurs mouvements de grève français, où les corps ont plus tendance à apparaître dans leurs faiblesses et souffrances. Si les manifestants en grève sortent dans la rue pour demander des éléments fondamentaux pour les corps - « nourriture et abri, protection contre l'agression et la violence, liberté de mouvement et du travail, accès aux soins » (Butler, 2013 : 69) -, les manifestants de La manif pour tous ne se focalisent pas sur les nécessités, mais sur la conduite des corps, et cherchent à redresser ou à exclure tout corps non conforme aux normes sociales. La manif pour tous est un mouvement d'action collective qui « agit selon un discours de valeurs négateur de droits pour autrui » (Fracchiolla, 2015). Fondé sur un discours religieux et conservateur, ce mouvement s'attaque à la liberté d'orientation sexuelle des corps, malgré le fait qu'il se définisse comme Mariagephobe et non homophobe². Les médias brésiliens reprennent cette auto-définition d'un mouvement opposé au mariage homosexuel et à l'adoption des enfants par ces derniers mais non-homophobe. Les photos et les sources autorisées à parler expriment en ce cas les positions éditoriales des quotidiens. L'espace de parole donnée à l'église et à des expert.e.s défendant ce mouvement laisse clairement apparaître que les journaux brésiliens ne réfutent pas la conception hétérosexuelle de la famille et le rejet de l'éducation d'un enfant par deux personnes du même sexe. Ainsi, certaines sources autorisées à parler, comme dans cet exemple d'un propos d'une historienne, soutiennent que :

« En fait, c'est la fécondité qui sous-tend la distinction homme / femme, ce qui signifie qu'elle repose sur le schéma de la génération. En niant ce caractère de diversité féconde, nous nions l'identité de l'être humain en tant qu'âme et corps indivisibles et nous remettons en question la racine même de la nature humaine, en proposant une autre nature composée uniquement d'esprit et de volonté. En fait, la famille à laquelle les gays veulent avoir accès ce n'est plus une famille, car ce n'est pas le lieu de la procréation des enfants ». (« A riqueza dos dois sexos », Estadão, 19.01.2013)³

Les récits médiatiques présentent ainsi trois instances reconnues comme légitimes dans la société : le journalisme, la science et le mariage hétérosexuel. Malgré la baisse de confiance subie par les médias, ceux-ci détiennent encore le pouvoir de légitimation de l'information mise en circulation. Dans cet exemple, le journaliste « choisit et inscrit les dires de la science dans son texte » (Moirand, 2007 : 75) ; sa parole est légitime et laisse peu de marge à la mise en cause du fait de son caractère scientifique. Cette scientifique bénéficie ainsi de l'espace médiatique pour entretenir l'idée que seul le mariage traditionnel peut être un modèle pour le bon fonctionnement de la société.

² *Milhares protestam contra casamento gay em Paris (Des milliers protestent contre le mariage gay à Paris), Estadão, 13.01.2013. Notre traduction.*

³ « La richesse de deux sexes », Estadão, 19.01.2013. Notre traduction.

Cette circulation discursive rejoint ce que Michel Foucault décrit des normes sociales et politiques qui s'imposent, où « le couple, légitime et procréateur fait loi [...] s'impose comme modèle, fait valoir la norme, détient la vérité, garde le droit de parler » (Foucault, 1976 : 10). Le slogan mariagephobe et non homophobe de La manif pour tous rentre dans une logique d'exclusion où « s'il faut vraiment faire place aux sexualités illégitimes, qu'elles aillent faire leur tapage ailleurs » (Foucault, 1976 : 11). Dans le cas de La manif pour tous, le ailleurs c'est le « en dehors du mariage et de la garde des enfants », déniait tout droit à certaines de personnes de constituer une famille. Les journaux illustrent les textes avec des statistiques, où ils évoquent le fait que plus de la moitié de la population française est contre l'adoption des enfants par des personnes du même sexe. Or, le plus de la moitié correspond souvent à 51 %, ou à 54%, selon la source consulté par les quotidiens. Les pourcentages cités renvoient donc plutôt à un dissensus sur la question qu'à une véritable majorité des Français opposée à de nouvelles formes de parentés. Les formulations et les manières de dire (Moirand, 2007 : 4-5) sont donc ici les opératrices discursives du message que le journal souhaite porter : plus de la moitié de la population française s'oppose aux nouvelles formes de composition des familles.

Les discours et les photos qui accompagnent ces manières de dire forment un ensemble massif quantitativement, mais qui reposent sur la monstration d'un ensemble d'éléments doux : les photos des bébés. Les couleurs bleu et rose confèrent une certaine légèreté esthétique au mouvement. Dans ces couleurs aussi demeure leur revendication : une différence bien accentuée entre les sexes féminin et masculin. En avançant dans l'analyse des couleurs, le bleu, selon Michel Pastoureau, est devenu par excellence la couleur du ciel, de la lumière, de Dieu et de la Vierge Marie. Le bleu comporte aussi un caractère d'élégance et de discrétion, il est devenu une « couleur morale » (Pastoureau, 2006 : 50). Le rose pour leur part, est « porté par le romantisme, le rose a acquis sa symbolique au XVIII siècle : celle de la tendresse, de la féminité (c'est un rouge atténué, dépouillé de son caractère guerrier), de la douceur » (Pastoureau, 2015 : 155). Enfin, « les couleurs ne sont pas anodines, bien au contraire. Elles véhiculent des codes, des tabous, des préjugés auxquels nous obéissons sans le savoir (Simonnet, Pastoureau, 2014 : 7). Les couleurs choisies par ce mouvement sont politiques, elles s'ancrent « dans un système de savoirs et de croyances et dans l'histoire des usages des couleurs et des significations qu'elles véhiculent dans un espace de communication donné » (Dymytrova, 2014 : 86). Des nombreux enfants sont présents dans ces manifestations et cela vient signifier, selon Danielle Tartakowsky⁴, le caractère non violent du mouvement.

Dans les récits médiatiques, le mouvement est montré par ailleurs dans des espaces symboles du territoire français : les Champs-Élysées, la Tour Eiffel et l'Arc de Triomphe, comme si la présence de ces mouvements en ces lieux signifiait que la France ne souhaitait pas la loi relative au mariage pour tous. Enfin, la foule montrée dans les photos est composée d'une grande majorité de personnes blanches de peau, qui portent des drapeaux français ou régionaux et des pancartes avec différentes inscriptions dont : La famille c'est sacrée. L'identité qui émerge de ce mouvement est ainsi celle d'un « peuple français blanc, européen et chrétien d'origine » (Khiari, 2013 : 123).

Dilma Dehors

Les manifestations contre la présidente brésilienne Dilma Rousseff sont aussi représentées par des photos de corps collectifs et individuels souverains. La monstration de cortèges pacifiques, « patriotes », festifs et parfois humoristiques construit une certaine légitimité d'un mouvement qui se revendique citoyen et non violent. Mais l'absence de violence physique montrée dans les journaux français ne peut dissimuler totalement la violence symbolique.

⁴ Documentaire : *La manif' : histoire des mobilisations de rue* / par Danielle Tartakowski, Paris, Regards, 2006. Accès en novembre 2016 et disponible depuis la Bibliothèque Municipale de Lyon Part-Dieu.

D'abord, la majorité des titres des journaux français évoque une foule très en colère contre sa présidente : « la présidente mobilise en masse contre elle »⁵, « le Brésil dans la rue contre sa présidente »⁶ et « la colère monte contre Dilma Rousseff »⁷. De même, le mouvement est catégorisé comme « historique » et « d'ampleur inédite ». Les journaux mettent en relief le nombre de manifestants qui fait la force de ce mouvement : « Des centaines de milliers de Brésiliens disent « dehors » à Dilma Rousseff »⁸. Les récits des manifestants construisent par ailleurs l'image d'une présidente corrompue, menteuse, qui a ruiné le pays. Les paroles des manifestants et les photos forment donc un corps souverain qui souhaite vaincre Dilma Rousseff, l'écartier de tout pouvoir et si possible, l'envoyer en prison avec l'ancien président, Lula da Silva. Le mouvement exprime donc une volonté de punition du corps et de « l'âme » de ces deux responsables politiques, avec l'idée que « le coupable ne puisse pas recommencer » sa vie (Foucault, 1975 : 113). Ainsi, la foule apparaît, dans les photos, promenant des poupées gonflables gigantesques de Lula da Silva et Dilma Rousseff en uniforme rayé de prisonniers.

Or, la présidente Dilma Rousseff n'a pas commis de crime pour être écartée du pouvoir et il n'existe pas des preuves d'une liaison avec des affaires de corruption ; la foule s'attaque ainsi au principe de la vérité. Dilma Rousseff est représentée avec un grand nez de Pinocchio sur certaines photos. La foule et la droite brésilienne jouent sur l'opposition entre le vrai et le faux (Foucault, 1970 : 15) afin d'exclure la présidente du pouvoir. Le discours hors de la vérité de la présidente est évoqué dans la presque totalité des articles des journaux français.

Les manifestants s'attaquent aussi à sa manière de s'habiller, de se coiffer, de sourire, à sa silhouette considérée comme « grosse ». Selon les journaux, malgré son diplôme en économie, Dilma Rousseff n'a pas su gouverner le pays et est une femme incompétente. De même, elle est représentée comme vivant toujours dans l'ombre de son antécédent Lula da Silva, comme sa protégée. Les discours des journalistes la décrivent comme inférieure à Lula da Silva « il aurait fallu un leader charismatique comme Lula. Or, ce n'est pas le cas de Dilma » et « Lula, lui, savait parler le langage de la rue ». La présence masculine de Lula da Silva est ainsi qualifiée comme celle qui pourrait sauver Dilma Rousseff : « Président chéri des Brésiliens, Luiz Inacio Lula da Silva vole au secours de Dilma Rousseff, présidente la plus impopulaire depuis le retour de la démocratie ». Dilma Rousseff n'est donc ni assez féminine pour être une femme, ni assez masculine pour pouvoir gouverner le pays ; sa place n'est jamais été légitime, elle est ainsi placée, par les journaux français, face à la « masculinité du pouvoir » présidentiel (Coulomb-Gully, 2012 : 334).

Ce mouvement enfin, emploie une couleur, le jaune. Or, le jaune se trouve sur le drapeau brésilien et cette couleur est très couramment associée aux représentations du Brésil. Ce mouvement de protestation utilise donc le jaune pour exprimer son patriotisme, son l'amour du Brésil et, aussi la lutte pour les richesses – étant donné que dans les couleurs du drapeau, le jaune signifie l'or du Brésil. Par ailleurs, le jaune étant une couleur chaude, elle se vise aussi à exprimer l'idée d'un mouvement social festif.

Conclusion

Les mouvements La manif pour tous et Dilma Dehors sont donc représentés majoritairement par des corps souverains. La fragilité humaine ou la souffrance ne sont pas présentes sur les photos de ces mouvements que les médias disent massifs, inédits et même historiques. Il n'y a aucune représentation de violence physique dans le mouvement contre la présidente Dilma Rousseff et La manif pour tous compte très peu de cas de violences physiques. Les journalistes évoquent des mouvements festifs et humoristiques. Toutes ces caractéristiques donnent donc une légitimité aux deux mouvements.

⁵ *Au Brésil, la présidente Dilma Rousseff mobilise en masse contre elle, Le Figaro, 16.03.15*

⁶ *« Dilma Dehors » : le Brésil dans la rue contre sa présidente, Libération, 16.03.15*

⁷ *Brésil : la colère monte contre Dilma Rousseff, Le Monde, 17.03.16*

⁸ *Des centaines de milliers de Brésiliens disent « dehors » à Dilma Rousseff, Le Monde, 17.08.15*

Ils sont là, sans rien casse, sans affrontement avec la police, sans altération du chiffre d'affaire des commerçants, mais en revanche, ils ne dénoncent pas les misères auxquelles le corps humain peut être soumis. Les enfants sont présents, surtout dans le mouvement de La manif pour tous. Les photos donnent l'impression d'être face à un mouvement de fête nationale, exprimée par la présence forte des drapeaux nationaux et régionaux. Cependant, l'analyse de la totalité des publications médiatiques sur chaque mouvement, dévoile une autre image : celle de mouvements nationalistes, qui ne reflètent ni la diversité culturelle de la France et ni celle du Brésil, et qui expriment, surtout, l'exclusion de corps et de leurs droits – l'exclusion de la possibilité de personnes homosexuelles de se marier et d'avoir des enfants ou l'exclusion de Dilma Rousseff du pouvoir, parce qu'elle est femme et ex-guérilla, pourtant torturée pendant la dictature militaire. Les deux mouvements sont ainsi violents dans leurs paroles et dans leurs représentations des normes familiales ou de genre, notamment dans l'exercice du pouvoir politique. Ces mouvements s'expriment, par ailleurs, comme des mouvements de punition qui veulent pénaliser les corps non conformes aux normes : pour les couples homosexuels, la non-reconnaissance de leurs unions et le non-accès aux enfants ; pour Dilma Rousseff l'écartier du pouvoir et stopper sa carrière en politique. Dans les discours médiatiques, les deux mouvements se caractérisent ainsi, et aussi, par des volontés racistes et fondamentalistes, qui combattent les luttes de groupes minoritaires.

Bibliographie

- Béatrice F. (2015), « Violence verbale dans le discours des mouvements antagonistes : le cas de 'Mariage pour tous' et 'Manif pour tous' », *Argumentation et Analyse du Discours*, n° 14.
- Butler J. (2013), « Nous le peuple » : Réflexions sur la liberté de réunion, *Qu'est-ce qu'un peuple ?*, La Fabrique, Paris, p. 53-74.
- Coulomb-Gully M. (2012), *Présidente : le grand défi. Femmes, politique et médias*, Rennes, Payot & Rivages.
- Dymytrova V. (2014), « Quand une révolution devient orange. Approche sémio-discursive d'une couleur en politique », *Mots. Les langages du politique*, n° 105, p. 85-101.
- Foucault M. (1976), *Histoire de la sexualité I. La volonté de savoir*, Paris, Gallimard.
- Foucault M. (1975), *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris, Gallimard.
- Foucault M. (1970), *L'ordre du discours*, Paris, Gallimard.
- Khiari S. (2013), *Le peuple et le tiers-peuple, Qu'est-ce qu'un peuple ?*, La Fabrique, Paris, p. 115-134.
- La manif' : histoire des mobilisations de rue* / par Danielle Tartakowski, (2006), [DVD], Paris, Regards.
- Le Breton D. (2008), *Anthropologie du corps et modernité*, Paris, PUF.
- Moirand S. (2007), *Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*, Paris, PUF.
- Pastoureau M., Simonnet D. (2015), *Les couleurs expliquées : en images*, Paris, Seuil.
- Pastoureau M., Simonnet D. (2014), *Le petit livre des couleurs*, Paris, Points.
- Pastoureau M. (2006), *Bleu. Histoire d'une couleur*, Paris, Seuil.

Reformulation de la figure du leader d'opinion dans la réception de l'information des jeunes via les réseaux sociaux numériques. Reformulation of the figure of the opinion leader in the reception of the information of the young people via the social media.

Lukasik Stéphanie

doctorante en SIC

IMSIC, Aix-Marseille université

stephanie.LUKASIK@univ-amu.fr

Mots-clés : leader d'opinion, réseaux sociaux numériques, réception, influence.

Keywords: opinion leaders, social media, reception, influence.

Résumé :

Avec les réseaux sociaux numériques, la figure du leader d'opinion du modèle de la communication à deux étages de l'école de Columbia nécessite d'être reformulée. En mobilisant une littérature scientifique européenne et nord-américaine, nous souhaitons montrer la pertinence d'un cadre théorique historique pour l'analyse des usages et pratiques des médias numériques dans la réception de l'information des jeunes. Afin de comprendre les situations d'influence d'opinion à l'œuvre dans les activités de circulation et de réception, les processus de filtre de l'information seront étudiés.

Abstract :

With the social media, the figure of the opinion leader of the two step flow of communication of Columbia needs to be reformulated. By mobilizing European and North American scientific literature, we wish to show the relevance of a historical theoretical framework for the analysis of the uses and practices of social media in the reception of information of young people. In order to understand the situations of influence of opinion at work in circulation and reception activities, information filtering processes will be studied.

Reformulation de la figure du leader d'opinion dans la réception de l'information des jeunes via les réseaux sociaux numériques.

I) Contexte, objet, problématique et enjeux de la recherche

a) Contexte

L'offre d'information et, par voie de conséquence, la réception de l'information semblent être fortement élargies et facilitées depuis une trentaine d'années. Il est possible de s'informer de manière classique par les médias traditionnels mais aussi par les réseaux sociaux numériques. L'utilisateur-récepteur n'a plus qu'à ouvrir les fils d'actualités de ses réseaux sociaux numériques pour accéder à l'information. Celui-ci a la possibilité de suivre cette information par l'intermédiaire d'un individu et de s'informer. Cette conception de la réception qui confère une place centrale à l'interaction humaine, l'école de Columbia avec *People's choice* (1944) et *Influence personnelle* (1955) en a fait un modèle, celui de la communication à deux étages. La thèse de ce modèle est que ce ne sont pas les médias qui influencent directement les usagers-récepteurs dans leur opinion mais les personnes avec lesquelles ils discutent, ces personnes étant également des usagers-récepteurs des médias. Les médias influencent les usagers-récepteurs tout particulièrement les usagers-récepteurs dominants, ce que l'école de Columbia appelle les « leaders d'opinion ». Ces leaders d'opinion vont influencer à leur tour leurs groupes d'usagers-récepteurs. Le contexte et les modalités de la réception de l'information étaient bien différents dans les années cinquante. L'information était beaucoup plus centralisée et les usagers-récepteurs n'avaient pas accès à autant de sources d'information qu'aujourd'hui. Leur réception de l'information passait par le prisme unique des médias dominants. Or, depuis l'apparition des blogs puis des réseaux sociaux numériques, les sources sont plus diffuses ; pourtant l'existence du flux à deux étages nous semble être un cadre d'analyse qui conserve sa pertinence. Ce modèle de l'école de Columbia mêle les sciences de l'information et de la communication, la sociologie de la communication et des médias, ainsi que la psychologie sociale. Il s'inscrit d'une part, dans l'étude de la réception notamment en s'intéressant aux conditions sociales de la réception et, d'autre part, dans l'interdisciplinarité propre à notre discipline des sciences de l'information et de la communication (SIC).

b) L'objet de recherche

La reformulation de la figure du leader d'opinion dans la réception de l'information des jeunes via les réseaux sociaux numériques constitue l'objet de recherche. Le choix du champ de recherche s'est porté sur les jeunes nés entre 1978 et 1994 qui représenteraient 21% de la population française selon l'INSEE. La particularité de cette tranche de la population jeune est d'évoluer en même temps que les réseaux sociaux numériques et donc de s'acculturer à eux chemin faisant. Concernant le terrain de recherche, Internet et particulièrement les réseaux sociaux numériques vont constituer le terrain à arpenter, en particulier Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat. L'observation des jeunes dans leur réception de l'information sur les réseaux sociaux numériques constitue le corpus. D'un point de vue épistémologique, il est évident qu'à partir du moment où le terrain de recherche est un réseau social, l'analyse sociale sera importante comme elle l'est pour de nombreux auteurs spécialisés dans les médias en SIC (notamment Mercier, 2018, Granjon, 2012).

c) Questions de recherche, hypothèses, problématique

Nous avons formulé l'hypothèse qu'il y a dans les réseaux sociaux numériques des usagers qui interagissent avec d'autres usagers dont certains semblent occuper des rôles de leaders d'opinion.

L'objectif principal de cette recherche est de ré-explore et de re-questionner le modèle de l'école de Columbia dans le contexte de la communication numérique et tout particulièrement des réseaux sociaux numériques afin de mesurer jusqu'où et comment il peut rester pertinent. Cette proposition s'intègre dans cette actualité de recherche, avec une originalité, celle de montrer la pertinence d'un cadre théorique historique pour l'analyse des médias et de souligner des asymétries dans les logiques et les activités de réception. En partant du modèle de la communication à deux étages sous la direction de Paul F. Lazarsfeld, qui postule que ce sont les leaders d'opinion qui influencent les usagers-récepteurs et non les médias directement, ce modèle pourrait avoir pris une nouvelle dimension. L'information à laquelle l'utilisateur-récepteur a accès serait choisie par les leaders d'opinion suivis précisément par ce dernier. Les médias délivrent leurs informations, ces dernières sont diffusées en deux temps : elles sont d'abord captées par les leaders d'opinion ; ces derniers, après avoir fait une sélection, injectent eux-mêmes les informations dans leurs réseaux personnalisés que sont les communautés qu'ils ont agrégées sur les réseaux sociaux numériques. L'utilisateur-récepteur n'est plus seulement influencé par des leaders d'opinion au sein des groupes auxquels il appartient lors de discussions (fonction de médiation), mais il pourrait être influencé dès sa prise d'information sur les réseaux sociaux numériques via les leaders d'opinion (fonction de filtrage). Ainsi, nous étudierons dans quelle mesure et jusqu'où le modèle de l'école de Columbia s'avère encore opératoire ou non dans la réception de l'information des jeunes via les réseaux sociaux numériques. Et s'il s'avère opératoire, comment peut-on le reformuler à l'heure du web 2.0.

d) Les enjeux de la recherche

Observer et identifier la présence de leaders d'opinion dans les réseaux sociaux numériques. Observer et définir s'ils remplissent les mêmes caractéristiques que les leaders d'opinion du modèle de l'école de Columbia.

II) Le modèle de la communication à deux étages de l'école de Columbia

a) L'élaboration du modèle

Le modèle de la communication à deux étages de l'école de Columbia est né d'une étude au sujet de l'élection présidentielle américaine de 1940. Dans ce premier ouvrage intitulé *The People's choice*, il était question de s'intéresser au choix du vote d'un quartier d'Erie dans l'Ohio aux États-Unis pendant les six mois d'enquête qui ont précédé le vote. L'étude, menée sur un échantillon de 3000 personnes réparties en quatre groupes, met en évidence que ce ne sont pas les médias qui influencent directement le vote mais les discussions, animées par des leaders d'opinion, autour des sujets donnés par les médias (Lazarsfeld et al., 1944). Ce paradigme d'abord fondé sur une enquête d'un seul type de leaders d'opinion, à savoir ceux qui ont de l'influence lors d'une campagne électorale, a ensuite été développé dans d'autres domaines lors d'un second ouvrage co-écrit avec Elihu Katz, *Influence personnelle*, publié en 1955. Tout comme ce modèle de la communication à deux étages (premier étage : des médias vers les leaders d'opinion ; deuxième étage : des leaders d'opinion vers les récepteurs lambda), l'émergence des réseaux sociaux numériques redonne au récepteur son libre-arbitre dans la manière de s'informer. Les réseaux sociaux numériques, qui ont pour particularité de permettre à chaque individu de s'informer à travers son réseau personnel, semblent constituer la concrétisation à grande échelle du modèle de la communication à deux étages. Les individus s'informent auprès des médias afin de sélectionner, réinjecter à leur tour l'information pour la partager à leur réseau personnel.

L'influence personnelle est par conséquent plus que jamais au cœur de notre époque (Maigret, 2008).

b) La pertinence du modèle

La force du modèle de l'école de Columbia, même s'il date de 1944, demeure d'avoir réintroduit la question de l'influence personnelle. Un tel processus a trop souvent été laissé de côté dans l'étude des effets des médias. Avec ce modèle, la problématique passe de l'interrogation « que font les médias aux gens » à « ce que font les gens des médias ». Le modèle de la communication à deux étages a été développé dans un contexte de réseau social, celui des groupes primaires, c'est-à-dire lié à la proximité, aux relations personnelles. Avec l'émergence des réseaux sociaux numériques, cette influence personnelle semble avoir pris une nouvelle dimension dès la prise d'information. La particularité des réseaux sociaux numériques est de donner la possibilité de s'informer auprès d'un réseau et donc par voie de conséquence par l'intermédiaire d'utilisateurs-récepteurs. Ce qui n'est pas sans rappeler la réception de l'information à travers le leader d'opinion du modèle de la communication à deux étages. Ainsi, les réseaux sociaux numériques semblent constituer la plateforme la plus propice à la présence de ces utilisateurs-récepteurs porteurs de l'influence personnelle. Véritables symboles de la démocratisation du web, les réseaux sociaux numériques appartiennent au monde quotidien, à l'ordinaire, tout comme le leader d'opinion de l'école de Columbia. Le leader d'opinion par son caractère quotidien et non permanent est à l'image des réseaux sociaux numériques.

III) Les caractéristiques du leader d'opinion

a) Le caractère commun du leader d'opinion

La figure du leader d'opinion de l'école de Columbia est à distinguer du sens courant donné au leader d'opinion. La principale caractéristique du leader d'opinion relève de sa définition particulière du terme de leader. Il s'agit d'un leadership dans la vie quotidienne, qui n'est pas un leader comme on le considère généralement (chef, dirigeant). Il n'exerce pas une influence toute puissante. En effet, Elihu Katz, dans sa préface de 2005 d'*Influence personnelle*, précise l'importance du caractère commun et quotidien du leader d'opinion (Katz, Lazarsfeld, 2008, pp.13-23). Le leader d'opinion est orthographié par un « l » minuscule et non par un « L » majuscule. Ce qui signifie que le leader d'opinion n'est pas un leader d'opinion au sens où on peut l'entendre dans les médias. Ce n'est ni un leader politique, ni un leader médiatique. Le leader d'opinion n'est pas doté de qualités particulières et ne correspond à aucun profil sociologique type. Tout le monde peut être susceptible de devenir un leader d'opinion à un moment précis. Une caractéristique pertinente dans le cadre de l'étude des réseaux sociaux numériques ; les utilisateurs-récepteurs étant multiples sur ces plateformes, ils ne correspondent en rien à un profil type et peuvent transmettre une information et influencer leur groupe à tout moment.

b) Le leader d'opinion est leader dans un domaine précis

Paul F. Lazarsfeld et Elihu Katz rejettent l'idée d'un leader d'opinion « généraliste » (Katz, Lazarsfeld, 2008, p.279). Le leader d'opinion est leader dans un domaine spécifique. D'autant plus exposé aux actualités qui concernent ses centres d'intérêt, le leader d'opinion potentiel est d'abord influencé par les médias dans ses domaines. Le domaine spécifique du leader d'opinion est au cœur du leadership, c'est ce qui provoque même la hiérarchie d'influence entre les récepteurs. Sa forte exposition médiatique dans son domaine précis va lui permettre une certaine connaissance du sujet. Sans être expert, il est capable de discuter du sujet en question. Dans le modèle de l'école de Columbia, celui qui est vu dans le groupe comme celui qui a

le plus grand intérêt pour un domaine est celui à qui est octroyé le leadership. En effet, plus l'individu va manifester un certain intérêt plus il sera susceptible de devenir le relais d'information et par conséquent le leader d'opinion. Cet intérêt se manifeste par une prise de parole. Comme cette prise de parole a lieu au fil d'une discussion, elle est forcément inconstante. Ce qui explique notamment l'autre caractéristique du leader d'opinion, celle de la non-permanence.

c) Le leader d'opinion n'est pas permanent

À l'instar des messages et des informations qu'il reçoit et qu'il va transmettre aux récepteurs, le leader d'opinion n'est pas leader de manière permanente, il est qualifié de « moléculaire » par ses inventeurs. (Katz, Lazarsfeld, 2008, p.26). Le leader d'opinion est donc semblable à un flux vers lequel transite une information. Par son statut de relais de l'information, le leader d'opinion est celui qui fait vivre l'information en la partageant avec les récepteurs. De facto, son leadership varie en fonction de l'information circulante. Leader d'opinion de manière ponctuelle, il détient le pouvoir éphémère de transmettre ou non une information à un groupe. Le leader d'opinion est un relais entre les médias et les récepteurs. Il peut être parfois leader en raison de la connaissance d'un domaine précis, mais pas seulement. Son leadership peut relever aussi de la simple circonstance. Le leader est là au bon moment, à un instant précis dans le groupe et c'est lui que le groupe a intronisé.

d) Le leader d'opinion est intrinsèquement lié au groupe

Le groupe est la condition sine qua non du leadership. Le groupe et le leader sont interdépendants puisque le leadership relève du groupe. Paul F. Lazarsfeld et Elihu Katz expliquent que l'usage de la notion de « groupe » est un usage purement pratique. Il est question de groupe à partir du moment où deux personnes interagissent ensemble. Le groupe est dans cette définition « primaire » (Katz, Lazarsfeld, 2008, pp.60-61). Le groupe primaire trouve son origine chez Charles Norton Cooley en 1909. Celui-ci insiste sur le caractère intime, en face à face de la relation. (Norton Cooley, 2002). C'est pour cela qu'Elihu Katz et Paul F. Lazarsfeld utilisent l'adjectif « personnelle » pour qualifier l'influence. Paul F. Lazarsfeld fait référence au groupe primaire comme « groupe d'appartenance ». Les individus peuvent appartenir à plusieurs groupes en fonction des intérêts communs. Ce sont les relations personnelles avec le groupe qui vont permettre au leader d'exercer son influence, car c'est uniquement le groupe qui va octroyer le leadership d'opinion. Il n'est pas question ici d'être influent en raison de son autorité, le leader d'opinion est lié intrinsèquement à son groupe. Sans l'acceptation du groupe, le leader ne peut exercer son influence. Le leader occupe une place centrale dans le groupe, c'est la figure la plus écoutée. Cette place qu'il occupe n'est pas anodine, elle résulte de l'octroi du prestige par le groupe. La notion de prestige a ici toute son importance. Le prestige relève de l'aura du leader, s'il inspire ou non de la confiance. Le prestige d'une personne n'a pas forcément de lien avec ses compétences réelles. Ce qui est le cas ici puisque le leader n'est pas doté de qualités particulières. L'octroi du prestige relève le plus souvent de la disponibilité d'une personne. C'est pour cela que le leader est non permanent. Son prestige est éphémère et très sensible à la position qu'il occupe à une période donnée. Les relations personnelles entre membres constituent le noyau dur du groupe. Afin de ne pas altérer les relations personnelles, les membres du groupe vont agir en fonction d'une réalité sociale propre à chaque groupe. Cela va créer une interdépendance des membres au groupe dans leur manière de prendre des décisions. Ils vont désormais se déterminer en fonction de cette réalité sociale du groupe. Ce consensus entre membres dans le but de préserver l'unicité du groupe va provoquer une forte propension apparente au conformisme et à l'homophilie.

e) La notion d'homophilie

Par définition, l'homophilie est l'amour de son semblable, la tendance à n'aimer que celui qui nous ressemble. Il s'agit d'avoir pour valeur c'est-à-dire pour modèle de référence sa propre individualité. (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1944, p.148). Cette homophilie est importante puisqu'elle constituerait le seul critère d'évaluation dans la formation d'un groupe. Les membres se constitueraient en groupe parce qu'ils se ressemblent, ont des choses en commun. L'homophilie est essentielle à la fois dans la création d'un groupe et dans l'intégration d'un membre. Le besoin d'appartenance au groupe peut être si fort, que cela peut pousser les membres du groupe à la conformité. Pour intégrer le groupe, certains membres ne vont pas hésiter à anticiper leur conformité au groupe. Cette socialisation est régie par une endogamie sociale. Les individus interagissent entre eux car ils partagent un ensemble de valeurs homophiles. C'est le groupe qui est très souvent à l'origine des décisions d'agir, des façons de penser des membres du groupe (Katz, Lazarsfeld, 1955, p.77). Les membres du groupe vont agir, penser non pas pour eux-mêmes mais en fonction du groupe. Le but étant de ne pas perdre sa place dans le groupe. L'homophilie est ainsi essentielle dans la constitution d'un groupe mais aussi dans l'octroi du leadership. Pour être leader d'opinion, le membre du groupe doit épouser les principes et valeurs homophiles du groupe. N'ayant pour grille d'évaluation que l'opinion commune, la doxa du groupe, les membres du groupe ne peuvent octroyer le leadership qu'à une personne conforme à leurs attentes. Le leadership n'étant pas permanent, un leader d'opinion perd de facto son leadership à partir du moment où il s'éloigne de la doxa du groupe. Il n'est pas rare de voir des nouveaux membres dotés d'une grande capacité de conformité devenir des leaders d'opinion. Cependant, ce souci de conformisme peut mener à la spirale du silence (Noelle-Neumann, 1989). Pour ne pas se retrouver seul, un individu peut préférer taire son jugement au profit de la sauvegarde du consensus de groupe.

IV) Les intentions méthodologiques

Dans cette reformulation de la figure du leader d'opinion du modèle de l'école de Columbia, la méthode compréhensive est mobilisée. D'une part, la méthode quantitative est mobilisée dans la diffusion d'un questionnaire via les réseaux sociaux numériques afin de mesurer les conditions dans lesquelles l'information reçue via les réseaux sociaux numériques peut produire ou non l'effet du leader d'opinion. La méthode quantitative permet d'obtenir un résultat portant sur un échantillon plus large, et donc de mieux appréhender les enjeux de la transférabilité des résultats. Elle offre une observation à un niveau méso-social, celui d'un groupe élargi. Ce questionnaire est partagé sur les réseaux sociaux numériques Facebook, Twitter, LinkedIn. Par souci de distance avec le réseau personnel, cette enquête est partagée sur des pages de jeunes, dans lesquelles la majorité des personnes est extérieure au réseau personnel. Ce questionnaire a pour but d'être soumis à un échantillon de 200 jeunes nés entre 1978 et 1994. Cet échantillon est constitué de personnes « toutes catégories sociales confondues » afin d'obtenir une certaine représentativité de l'échantillon. D'autre part, une approche qualitative est menée à travers l'observation des pratiques informationnelles des jeunes sur les réseaux sociaux numériques. En effet, l'observation des interactions entre les différents usagers est au cœur de cette problématique. C'est à partir de cette observation que sont sélectionnés des profils de personnes remplissant les critères du leader d'opinion. Les leaders d'opinion sur les réseaux sociaux numériques sont en cours d'identification à l'aide d'une grille d'analyse des caractéristiques du leader d'opinion élaborée selon le modèle de l'école de Columbia. Cette observation se déroule depuis avril 2017 et prendra fin début 2020. L'échantillon indicatif concerne 100 observations de jeunes. Les dyades « leader potentiel/groupe » y sont observées.

Le but étant de comprendre la réception de l'information des jeunes sur les réseaux sociaux numériques en confrontant cette observation aux critères du leader d'opinion. La méthodologie de terrain se poursuivra lors d'entretiens semi-directifs en interrogeant les leaders d'opinion potentiels et les membres du groupe. L'échantillon porte sur trente usagers-récepteurs leaders d'opinion potentiels, des jeunes nés entre 1978 et 1994, issus de diverses catégories sociales. Afin d'analyser ces entretiens, nous devons également nous intéresser aux médias consultés par les récepteurs puisque le modèle de la communication à deux étages fait état d'une influence en deux temps : d'abord par les médias vers les leaders d'opinion, puis les leaders d'opinion vers le groupe.

Conclusion

En définitive, la reformulation de la figure du leader d'opinion du modèle de la communication à deux étages de l'école de Columbia semble pertinente au regard de la nouvelle réception de l'information sur les réseaux sociaux numériques. L'influence personnelle est au coeur de notre société d'information du web 2.0 car les usagers-récepteurs s'informent de plus en plus par l'intermédiaire de leur groupe issu du réseau social numérique. Eli Pariser en 2011 a démontré l'existence des bulles de filtre sur Facebook, autrement dit la présence de groupes homophiles. Notre démarche consiste à poursuivre dans cette voie en nous intéressant à l'origine de la constitution de ces groupes homophiles, cristallisés, ou non, par des leaders d'opinion tels que l'entend le modèle de l'école de Columbia.

Bibliographie

- Granjon, F. (2012), *Reconnaissance et usages d'Internet, une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*, Paris, Presse des Mines.
- Katz, E., Lazarsfeld P. (2008), *Influence personnelle, ce que les gens font des médias*, Paris, Armand Colin.
- Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. (1944) , *The People's choice, How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, New York, Columbia University press.
- Maigret E. (2015), *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin.
- Maigret E. (2008), *Avant-propos, Influence Personnelle*, Paris, Armand Colin, 2008, pp. 3-9.
- Mercier A., Pignard-Cheynel N. (2018), *#info commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*, Paris, éditions de la maison des sciences de l'homme.
- Noelle-Neumann E. (1989), *La spirale du silence, une théorie de l'opinion publique*, Hermès, Paris, C.N.R.S éditions, n° 4, pp. 181-189.
- Norton Cooley C. (2002), *Groupes primaires, nature humaine et idéal démocratique*, Revue du MAUSS, Paris, La Découverte, n° 19, pp. 97-112.
- Pariser, E. (2011), *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, New York, The Penguin Press.

De la participation à l'exploitation : les stratégies de Youtube dans l'exploitation du travail des internautes

From participation to exploitation : Youtube's strategies towards digital labor

Sandrine Philippe

doctorante en SIC

CREM, Université de Lorraine

Sandrine.philippe@univ-lorraine.fr

Mots-clés : Youtube, digital labor, travail numérique

Keywords: Youtube, digital labor

Résumé :

Avec les réseaux sociaux numériques, la figure du leader d'opinion du modèle de la communication à deux étages de l'école de Columbia nécessite d'être reformulée. En mobilisant une littérature scientifique européenne et nord-américaine, nous souhaitons montrer la pertinence d'un cadre théorique historique pour l'analyse des usages et pratiques des médias numériques dans la réception de l'information des jeunes. Afin de comprendre les situations d'influence d'opinion à l'œuvre dans les activités de circulation et de réception, les processus de filtre de l'information seront étudiés.

De la participation à l'exploitation : les stratégies de Youtube dans l'exploitation du travail des internautes

Introduction

Youtube figure depuis désormais plusieurs années au palmarès des sites les plus consultés sur internet, ne cédant la première place qu'au moteur de recherche Google¹. Particulièrement populaire auprès des jeunes internautes, l'étude suisse JAMES a révélé en 2014 et 2016 qu'il s'agissait du site préféré des 12-19 ans interrogés, qui l'utilisent à la fois pour se divertir et s'informer (Willemse et al., 2014 ; Waller et al., 2016).

Outre sa popularité, Youtube a profité au mieux de la « culture participative » (Jenkins, 2012) ce qui soulève des enjeux particuliers du fait de son modèle économique et de ses stratégies de captation de valeur. En tant que plateforme d'intermédiation (Bullich et Guignard, 2011), elle ne doit en effet pas ses profits à une production de contenus, mais à sa « fonction essentielle d'assurer un couplage resserré de l'offre et de la demande », constituant « une interface entre l'utilisateur et les fournisseurs de contenus » (ibid.).

Selon Yves Citton (2013), citant Matteo Pasquinelli, « on ne peut bien comprendre la reconfiguration de nos modes de production par le numérique qu'en y reconnaissant une structure ternaire [...] asymétrique, dans laquelle un parasite immatériel extrait un surplus d'énergie ». Youtube, valorisant et exploitant des contenus dont elle n'assure pas la production (Matthews, 2015) parasite ainsi la production de ses usagers, qu'il s'agisse des vidéos qu'ils y publient ou de leurs activités de consultation ; à travers la mise à disposition d'un service de stockage, de diffusion et de communication, la plateforme profite « de la nécessaire vectorialisation matérielle de l'information » et se place dès lors parmi la « classe vectorialiste » (Citton, 2013). Elle jouit en outre d'une situation de monopole, son seul nom suffisant à représenter l'abondance de contenus (Gayraud et Heuguet, 2015). Or, les acteurs qui « occupent une position de points de rencontre dominants, et même obligés, entre les internautes, les contenus et des annonceurs ou d'autres financeurs » se trouvent en position de force (Matthews, 2015). Youtube se trouvant en position privilégiée pour parasiter les activités de ses usagers, quel est au juste le travail numérique ou digital labor (Cardon et Casilli, 2015) qu'elle exploite ? Tout en fournissant un service en apparence gratuit, elle déploie des stratégies sophistiquées de captation de valeur à partir des activités des internautes, bien souvent à leur insu. À travers une identification de ces valeurs exploitées par Youtube, notre communication propose de préciser les stratégies de création et de captation de valeur au détriment des internautes, qu'ils soient producteurs de contenus ou non.

Surveillance et exploitation des données

La première forme de travail numérique exploitée sur les réseaux qu'aient identifiée les chercheurs s'intéressant au digital labor a été la production de données sous surveillance. La stratégie de Google, mais aussi de Youtube, consiste à offrir aux internautes « un accès gratuit aux services et aux plateformes, les laisser produire du contenu et des données, et accumuler un grand nombre de pro-sommateurs vendus comme une marchandise à des annonceurs tiers ² » (Fuchs, 2012). Ces données elles-mêmes peuvent faire l'objet d'une revente, mais elles se révèlent également précieuses afin de définir des profils d'utilisateurs en vue d'un ciblage publicitaire, valorisant l'espace publicitaire ensuite proposé aux annonceurs. Cette exploitation des données et le profilage qu'elles permettent sont favorisées, voire optimisées par plusieurs caractéristiques de la plateforme.

¹ Alexa (2019). *The top 500 sites on the web*. Repéré le 15 mai 2019 à <https://www.alexa.com/topsites>

² Notre traduction

« Google's accumulation strategy is to give them free access to services and platforms, let them produce content and data, and to accumulate a large number of prosumers that are sold as a commodity to third-party advertisers. Not a product is sold to the users, but the users and their data are sold as a commodity to advertisers » (Fuchs, 2012).

D'une part, les architectes du Web contemporain, selon Gustavo Gomez-Mejia, ne sont rien d'autre que les tableaux des bases de données dans lesquelles tombent nos identités et activités afin d'être mises en conformité puis transformées en données (2016). Le nouveau visiteur est de toutes façons « profilé » dès sa première visite « par l'usage stratégique des routines techniques » (Gayraud et Heuguet, 2015) telles que cookies ou historiques de navigation, déjà fort implantés dans nos usages courants des réseaux.

D'autre part, le nouveau visiteur se trouve bien vite encouragé à créer son propre compte. Une « novlangue des réseaux » (Gomez-Mejia, 2016) s'appuie sur l'amphibologie de certains termes selon leur contexte d'utilisation, social ou commercial. Elle a ainsi répandu le terme de profil pour désigner ce qui n'est ni plus ni moins qu'un outil de collecte des identités numériques. Issu de l'univers du marketing, le profil est désormais socialement perçu sur les réseaux comme une « sorte d'autoportrait », qui « fait écran à l'acception industrialisée du « profil » comme instrument de caractérisation de cibles commerciales. Entre l'auto-profilage pour soi-même ou ses pairs et le profiling pour des acteurs tiers intéressés, les dispositifs du Web contemporain capitalisent une possibilité d'amphibologie primordiale autour du mot « profil » » (ibid.). L'internaute s'y trouve dès lors encouragé à produire son profil au sens social afin de communiquer avec ses pairs ou de pouvoir profiter de l'ensemble des fonctionnalités proposées, quand en réalité il s'agit davantage d'optimiser son profil publicitaire et la collecte de ses données. L'inscription et la création d'un profil sur Youtube sont encouragées dès la première visite en page d'accueil : celle-ci propose une sélection de vidéos populaires, classée par thématique, mais finalement peu personnalisée, alors même que le service que prétend rendre la plateforme consiste à créer une offre de contenus sur-mesure pour l'utilisateur parmi une offre pléthorique de vidéos. « Si l'on peut se « connecter », c'est que l'usage « déconnecté » manque quelque chose. [...] L'utilisateur accède à une offre améliorée en échange de données personnelles (remplissage d'un formulaire nominatif) ou de consultation (constitution d'un log, d'un historique de l'activité sur le site), celles-ci représentant une ressource publicitaire » (Gayraud et Heuguet, 2015). Sous couvert de considération et de personnalisation du service et à l'aide d'une novlangue simulant le rapport amical et bienveillant (du You de Youtube au champ lexical de la recommandation et du partage) l'interface de la plateforme dissimule et optimise la collecte des données et leur valorisation en encourageant leur association à un profil unique. Enfin, des conditions générales d'utilisation (CGU) compliquées (ibid.) et un système opt-out en ce qui concerne le respect de la vie privée et la collecte des données garantissent à YouTube un accès aisé à ces données et à leur exploitation, au détriment du respect de la vie privée de ses usagers : par défaut, l'internaute accepte ainsi de voir ses activités surveillées et ses données collectées et exploitées, faute d'être correctement informé ou de voir son consentement explicitement demandé. « Les options opt-out sont plutôt peu susceptibles d'être utilisées (par les usagers) car dans de nombreux cas, elles sont cachées au sein de longues conditions d'utilisation et ne sont dès lors vraiment accessibles qu'à l'utilisateur éclairé ³ » (Fuchs, 2011). En consentant à la collecte de ses données de navigation, l'internaute se voit proposer un service gratuit de personnalisation de contenus ; si à première vue un tel arrangement pourrait sembler équitable, il n'en souffre pas moins d'une forte asymétrie informationnelle du fait de CGU auxquelles il peut difficilement se soustraire et qu'il ne peut négocier.

Capitalisme attentionnel et mise en scène de la popularité

Dans le contexte du capitalisme attentionnel, c'est l'attention qu'un objet suscite qui crée sa valeur : « le seul fait de regarder un objet constitue un travail qui accroît la valeur de cet objet » (Citton, 2014).

³ Notre traduction. « Opt-out options are always rather unlikely to be used because in many cases they are hidden inside of long privacy and usage terms and are therefore only really accessible to knowledgeable users » (Fuchs, 2011).

Dans l'architexte de YouTube, les encouragements à visionner d'autres contenus et les signes de popularité sont omniprésents. Ainsi, « le système surveille les vues uniques de chaque vidéo, les clics sur des publicités et d'autres métriques traduisant la popularité des vidéos (mesurée en termes de nombre de vues) en une devise qui peut être vendue aux annonceurs puis partagée avec les producteurs de contenus partenaires ⁴» (Postigo, 2014) et déploie des stratégies de développement du capital attentionnel.

D'une part, les suggestions automatiques et plus ou moins personnalisées, en page d'accueil, dans le volet de droite ou encore à la fin de chaque vidéo poussent l'internaute à consulter davantage de contenus, en optimisant d'ailleurs ces suggestions selon le profilage opéré en amont ; les alertes envoyées en cas d'abonnement à des chaînes entretiennent également cette amplification des consultations. D'autre part, les signes de popularité (Gayraud et Heuguet, 2015) ou marqueurs de réputation (Alloing, 2014) mettent en scène la popularité et déterminent la valeur des contenus en transformant tout signe d'attention reçue en currency.



Fig. 1 - Capture d'écran d'une page pour une vidéo sur YouTube, 15 mai 2019. Entourés en rouge : les suggestions destinées à étirer le temps d'attention.

Entourés en bleu : les marqueurs d'attention et les outils de son développement

Les formes de recommandation, omniprésentes, agissent ainsi comme amplificateurs de l'attention, en poussant l'internaute à consulter davantage de contenus, tout en se dissimulant derrière la novlangue des réseaux (Gomez-Mejia, 2016) : à travers la mention « recommandée pour vous », l'injonction à consulter et à accorder encore un peu plus d'attention à de nouveaux contenus revêt ainsi la forme positive d'un conseil personnalisé et désintéressé.

« Indépendamment de la façon dont un tableau, un programme télévisé ou un jeu vidéo peuvent affecter mes sens, ma mémoire et mes comportements, je « travaille » en les regardant (to look is to labor) dans la mesure où mon regard contribue à la valeur qu'ils tirent de leur visibilité » (Citton, 2014). Puisque to look is to labor, ces injonctions à la consultation ne sont rien d'autre qu'une injonction au travail. La transformation de ce travail en valeur passe ensuite par la comptabilisation du nombre de vues ou d'abonnés, permettant de quantifier l'attention à la fois pour les internautes, servant alors de « marqueurs de réputation » (Alloing, 2014), pour les producteurs de contenus et enfin pour les annonceurs.

⁴ Notre traduction. « The system monitors unique video views, ad clicks, and other metrics that translate the videos' popularity (gauged in terms of the number of views) into a monetary figure that can be charged to advertisers and then shared with partners. » (Postigo, 2014).

« (Les) appareils de mesure d'une attention collective standardisée – qu'ils transforment en audience – jouent un rôle absolument crucial dans nos sociétés contemporaines, puisque ce sont eux qui permettent concrètement de traiter l'attention comme une forme de capital » (Citton, 2014). Dans le cas de YouTube, les appareils de mesure de cette attention collective ne sont autres que le nombre de vues et d'abonnés. Ces derniers constituent une valeur concrète pour YouTube et ses annonceurs, mais aussi pour les producteurs de contenus eux-mêmes : ces chiffres quantifient leur popularité et leur succès, mais également leur potentielle popularité à venir. Tel un capital matériel, « l'attention attire l'attention. L'attention accumulée dans le passé et le présent favorise l'accumulation d'attention à venir » (Citton, 2014) et « les médias capitalisent la considération : ils reçoivent de l'attention avec une certitude et une régularité telles qu'ils sont capables de l'offrir à crédit comme capital de départ » (Franck et Degoutin, 2013). En l'occurrence, l'attention matérialisée par les signes de popularité est prise en compte de plusieurs façons par la plateforme afin de prêter à crédit de l'attention à venir. D'une part, le nombre de vues détermine de façon décisive le classement des vidéos parmi les résultats d'une recherche, les vidéos cumulant peu de vues n'apparaissant pas, ou en mauvaise position, parmi les résultats de recherche, alors même que les vidéos les mieux classées dans ces résultats voient augmenter leurs chances d'être consultées. D'autre part, une accumulation brutale de ces signes de popularité constitue pour les producteurs de contenus un laisser-passer pour la page Tendances de YouTube, qui recense les vidéos les plus populaires du moment sans tenir compte du profilage des internautes comme le ferait la page d'accueil. Les producteurs de contenus accédant à cette page ne tardent d'ailleurs jamais à s'en réjouir et le signaler à leur communauté sur d'autres réseaux sociaux. Si elles déterminent le classement parmi les résultats à une recherche mais aussi la rémunération des producteurs de contenus par le programme de monétisation de Youtube, les vues et abonnés constituent également une « monnaie d'échange » entre les youtubeurs eux-mêmes. Ainsi, il n'est pas rare d'assister à des partenariats entre producteurs de contenus, qui peuvent être motivés par une amitié ou une entraide, mais aussi par la perspective d'exposer leur chaîne à de nouveaux internautes. La valeur la plus recherchée par les producteurs de contenus n'est cependant pas le nombre de vues en soi, mais l'accumulation d'abonnés : si le nombre de vues détermine la rémunération par Youtube, ce sont les abonnés qui leur garantissent un apport régulier et stable d'attention et de vues. Il s'agit dès lors pour eux de développer une « communauté » de « fans », qui produiront des « vues » et signes d'attention réguliers mais travailleront également à la mise en circulation des contenus et donc à l'amplification de l'attention que ces contenus pourront recevoir. Encouragés par le bouton « Partager » de l'architexte de YouTube, mais aussi par les youtubeurs eux-mêmes au sein des vidéos, le « fan » se conduit comme un vecteur de popularité à travers les partages destinés à ses amis. « La distribution promotionnelle et nominative de contenus textuels, iconiques, sonores ou audiovisuels prend une allure désintéressée et « dépublicitarisée » sous le signe passeur du « partage » » (Gomez-Mejia, 2016) qui encourage le cercle social du fan à participer lui-même à cette « communauté » et à la création de valeur pour le producteur de contenus mais aussi pour Youtube.

Si le parasitisme des contenus produits par les usagers peut sembler évident, les simples internautes visionnant ces contenus travaillent également dans l'intérêt de Youtube. Tout le génie de la stratégie de Youtube réside ici dans la transformation des producteurs de contenus en managers enthousiastes de l'attention : monétisation et rémunération dépendant du nombre de vues, les youtubeurs déploient à leur tour des stratégies de communication et de diffusion afin d'assurer la visibilité de leur contenu, et par là le travail attentionnel de leur public leur garantissant l'accumulation d'un capital attentionnel sous forme de nombre de vues et d'abonnés. La « communauté » n'est dans cette perspective que le nom euphorisé donné à la masse des travailleurs agrégés autour d'un producteur de contenus et sa chaîne.

L'exploitation de la création de sens

Dès son travail de thèse, Brice Nixon a manifesté le regret que les réflexions concernant l'exploitation du travail du public n'y voient une production de valeur qu'à travers la production de contenus par les usagers ou l'exploitation des données générées lors des activités de ce public en ligne. Il propose d'envisager le travail du public comme « l'usage de médias numériques pour consommer de la culture et créer du sens ⁵ ». Selon lui, « le produit de l'activité du public consiste en significations, de sorte que le travail du public est le processus générateur de signification par le biais de la consommation culturelle » (Nixon, 2018), le public produisant ainsi de la valeur, la création de sens, à travers sa consultation de vidéos en ligne. Dès lors, la relation entre la plateforme et les annonceurs prend la forme d'un loyer : les annonceurs règlent un loyer afin d'entretenir leurs contenus publicitaires avec les contenus culturels consultés volontairement par les internautes.

La valeur que tire Youtube de ce travail de consommation culturelle repose sur son contrôle des moyens de communication mais surtout sur son contrôle des contenus culturels objets de la consultation et du travail. « L'argent que Google reçoit vient des annonceurs, mais c'est le contrôle de Google sur les activités de travail du public qui est la base de ce paiement. Le contrôle de Google sur le travail du public est basé sur son contrôle des moyens de communication qui sont, pour ses usagers, des moyens de consommation culturelle et de signification. [...] Les annonceurs sont intéressés par l'accès aux consommateurs de contenus culturels qui consommeront également des contenus publicitaires » (Nixon, 2013). À travers le travail de consultation de vidéos sur le site, le public opère également « un processus de signification. C'est ce processus productif de signification qui intéresse les annonceurs, et le contrôle de Google sur ce processus est ce qui lui permet de s'approprier une valeur-surplus auprès des annonceurs » (ibid.). À travers sa plateforme monopolistique de consultation de vidéos, Youtube contrôle donc un moyen de communication nécessaire au travail de création de sens, mais ce contrôle des moyens de communication se double du contrôle d'« un des moyens de signification dans ce cas : les vidéos sur le site, qui sont objets du travail du public ⁶ » (ibid.). Brice Nixon considère ainsi la propriété privée de la culture comme condition et moyen de production communicationnelle, le droit d'auteur créant « un pouvoir monopolistique pour le titulaire du droit d'auteur qui peut s'en servir pour percevoir un loyer. [...] la production communicationnelle via le processus de travail du public nécessite un accès à la culture, mais cet accès est contrôlé par le titulaire du droit d'auteur [...] La marchandise, objet de l'échange entre capital communicationnel et publicitaires, n'a rien de fictif, c'est la culture objet du travail du public. Plus précisément, c'est l'accès à la culture contrôlé par le capital communicationnel par le biais du droit d'auteur et d'autres moyens » (Nixon, 2018). La captation du travail de création de sens par la consultation de vidéos ne peut en effet prendre place qu'à la condition que ces vidéos figurent bien sur la plateforme : voilà qui éclaire les nombreux procès et polémiques dont Youtube et Google ont pu faire l'objet, que ce soit au titre du Digital Millennium Copyright Act dès 2006, jusqu'à l'importante mobilisation de 2018 contre les nouvelles mesures européennes visant à renforcer la responsabilité des plateformes et punir plus sévèrement l'exploitation de contenus sans l'autorisation préalable des détenteurs de droits sur lesdits contenus. L'histoire de Google et Youtube est ainsi jalonnée de ces procès, négociations et compromis, entre des propriétaires défendant leurs droits d'exploitation et des plateformes cherchant à minimiser leur responsabilité tout en conservant la possibilité de tirer profit de contenus tiers, y compris au titre parfois de la « culture participative » et de la culture du remix.

C'est dans cette perspective que les CGU de Youtube semblent particulièrement déloyales envers les usagers.

⁵ Notre traduction. « Digital audience labor is here conceptualized as the use of digital media to consume culture and make meaning » (Nixon, 2013).

⁶ Notre traduction. Advertisers are interested in access to cultural consumers who will also consume ads, so Google profits from the cultural consumption of its YouTube users. That cultural consumption is an audience labor process, which on YouTube is specifically a process of viewing videos on the site. That audience labor process is also a process of signification. It is that productive process of signification that interests advertisers, and Google's control over that process is what enables it to appropriate surplus-value from advertisers. Google controls one of the means of signification in this case: the videos on the site, which are objects of audience labor.

Elles accordent en effet à Youtube la propriété des contenus qui y sont publiés, selon « une licence mondiale, non-exclusive, sans redevance, transférable pour utiliser, distribuer, créer des œuvres dérivées, exposer et exécuter le contenu téléversé par ses usagers » (Nixon, 2013). « Les conditions générales d'utilisation [...] déclarent que la propriété des vidéos téléchargées ne sera pas celle de l'utilisateur, qui en outre cède en tant qu'auteur une partie de ses droits moraux » (Gayraud et Heuguet, 2015). Tout en cherchant à minimiser sa responsabilité éditoriale lorsqu'elle est épinglée par les industries culturelles traditionnelles, la teneur de ses CGU rarement consultées par les usagers et reposant sur un système opt-out assure à la plateforme le contrôle exclusif de contenus culturels qu'elle ne produit pas mais qui sont pourtant l'objet de la création de valeur par les internautes qui les consultent.

Conclusion

Dominique Cardon appelait en 2018 à la loyauté des algorithmes et à une transparence des moteurs de recherches quant à leurs objectifs et à leur fonctionnement. Qu'en est-il de la loyauté de Youtube ? Son algorithme, comme celui de Google, fait l'objet d'un secret industriel, mais la plateforme a également recours à un ensemble de stratégies de dissimulation menant à une asymétrie informationnelle envers ses usagers. Ses objectifs d'amplification et d'orchestration de la popularité et du capital attentionnel soutiré aux internautes font par exemple l'objet d'une grande discrétion, et ne s'expriment qu'à travers la valorisation euphorique de ses « YouTube stars ». Elle propage par la même occasion son « impératif collaboratif » (Matthews, 2015) puisque la production de contenus et la participation des internautes constituent son capital. Résumant « discrètement (son) propre rôle à celui de facilitateur technique, minimisant de fait le rôle et l'existence même des architectes » (Bonaccorsi et Croissant, 2017) Youtube entretient un secret industriel autour de ses algorithmes mais aussi une discrétion autour des architectes encadrant l'activité des usagers. A travers son apparente gratuité, des CGU compliquées et un système opt-out concernant la collecte de données, elle entretient également une importante asymétrie informationnelle auprès des usagers qui ignorent finalement la contrepartie au service dont ils pensent bénéficier gratuitement, et à laquelle ils consentent par défaut. « Quel que soit par ailleurs leur niveau de conscience, il n'en demeure que les usagers collaborateurs se trouvent objectivement en position de faiblesse vis-à-vis d'acteurs qui, de par leur appropriation des moyens de production et de communication, déterminent les stratégies de valorisation auxquelles concourent les premiers » (Matthews, 2015).

La culture participative véhicule un discours euphorique sur la démocratisation et l'empowerment, qui ne peuvent se réaliser sans une culture de l'information qui éclaire les enjeux des plateformes qui accueillent les productions de cette culture participative. L'objet de la thèse en cours sera de préciser le sens que de jeunes internautes donnent à leurs pratiques sur Youtube et la culture de l'information qu'ils mobilisent éventuellement à cette occasion. Ainsi, les résultats d'une enquête exploratoire nous ont déjà montré que les indices de popularité sont pris en compte par les adolescents interrogés : outre leur confusion entre crédibilité et popularité, ils peinent à percevoir les intérêts de la plateforme derrière la mise en place et en scène de ces marqueurs. Il s'agira désormais de déterminer dans quelle mesure sont perçus les intérêts et les stratégies de captation de la plateforme, et dans quelle mesure ces adolescents résistent, peut-être, à l'exploitation organisée de leurs activités.

Bibliographie

- Alloing, C. (2014). Vers une approche instrumentale de l'identité numérique : les attributs identitaires comme structuration de l'environnement informationnel ? Enseignement, préservation et diffusion des identités numériques. Paris, Hermès Lavoisier, p. 38-69.
- Bonaccorsi, J. et Croissant, V. (2017). L'énonciation culturelle vidée de l'institution ? Qualifier les figurations de l'autorité dans des sites web contributifs. *Communication & langages*, n°192(2), p. 67-82.
- Bullich, V. et Guignard, T. (2011). Les plates-formes d'accès aux contenus : des dispositifs au cœur de la reconfiguration des filières communicationnelles. *Les réseaux à très hauts débits : quels enjeux pour les industries de la culture et de la communication ? Perspectives multinationales*, p.79-88.
- Cardon, D. (2018). Le pouvoir des algorithmes. *Pouvoirs*, n°164(1), p.63-73.
- Cardon, D. et Casilli, A. (2015). *Qu'est-ce que le digital labor ?*. Bry-sur-Marne, INA.
- Citton, Y. (2013). Économie de l'attention et nouvelles exploitations numériques. *Multitudes*, n°54(3), p.163-175.
- Citton, Y. (2014). *Pour une écologie de l'attention*. Paris, Le Seuil.
- Franck, G. et Degoutin, C. (2013). Capitalisme mental. *Multitudes*, n°54(3), p.199-213.
- Fuchs, C. (2011). Web 2.0, prosumption, and surveillance. *Surveillance & Society*, n°8(3), p. 288-309.
- Fuchs, C. (2012). Google capitalism. *tripleC: Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, n°10(1), p.42-48.
- Gayraud, A. et Heuguet, G. (2015). De l'industrie musicale à la rhétorique du « service ». YouTube : une description critique. *Communication & langages*, n°2(184), p.101-119.
- Gomez-Mejia, G. (2016). *Les fabriques de soi ? Identité et industrie sur le web*. Paris, MkF éditions.
- Jenkins, H. (2012). *Textual Poachers : Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Matthews, J.T. (2015). Passé, présent et potentiel des plateformes collaboratives Réflexions sur la production culturelle et les dispositifs d'intermédiation numérique. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°16(1), p.57-71.
- Nixon, B. (2016). The old media business in the new: "The Googlization of everything" as the capitalization of digital consumption. *Media, Culture & Society*, n°38(2), p.212-231.
- Nixon, B. (2018). Vers une économie politique du 'travail du public' à l'ère numérique. *Variations. Revue internationale de théorie critique*, n°21.
- Postigo, H. (2014). The socio-technical architecture of digital labor: Converting play into YouTube money. *New Media & Society*, n°18(2), p.332-349.
- Waller, G. et al. (2016). *JAMES - Jeunes, activités, médias - enquête Suisse*. Zurich : Haute école des sciences appliquées de Zurich (ZHAW).
- Willemse, I. et al. (2014). *JAMES - Jeunes, activités, médias - enquête Suisse*. Zurich : Haute école des sciences appliquées de Zurich (ZHA)

Mettre en récit les troubles mentaux sur YouTube

Creating narratives about mental disorders on YouTube

Blandine Rousselin

doctorante contractuelle

CARISM, Université Paris 2 Panthéon-Assas

blandine.rousselin@u-paris2.fr

Mots-clés : Usages des outils de communication ; chaînes YouTube ; interactions en ligne ; troubles mentaux
Keywords: uses of communication tools; YouTube channels; online interactions; mental disorders

Résumé :

L'article porte sur la façon dont des personnes atteintes de troubles mentaux, qui sont stigmatisants et peuvent engendrer des difficultés de communication et de l'isolement social, créent et partagent des vidéos sur leur expérience sur YouTube. On verra d'abord comment ils utilisent YouTube et les spécificités et enjeux de cette pratique. Puis, on s'intéressera aux fonctionnalités permettant les interactions sur YouTube, à comment elles sont utilisées et ce qu'elles permettent d'accomplir.

Abstract : The paper focuses on how people with mental health issues, which are stigmatizing and can lead to communication difficulties and social isolation, create and share videos about their experience on YouTube. We will first see how they use YouTube, the specificities and stakes of this practice. Then, we will look at the features allowing interactions on YouTube, how they are used and what they enable people to accomplish.

Mettre en récit les troubles mentaux sur YouTube

Introduction

La plateforme de partage de vidéos YouTube, avec 1,9 milliard d'utilisateurs actifs par mois et plus d'un milliard d'heures de vidéos regardées par jour a un fort succès auprès des internautes dans le monde entier. Les contenus publiés y sont variés avec de la vulgarisation scientifique, des vlogs, des vidéos humoristiques, des tutoriels, etc. Les recherches scientifiques sur le sujet se développent, notamment dans la littérature anglo-saxonne, mais Farchy et Louessard estiment que « la recherche sur les youtubeurs demeure limitée » (Farchy et Louessard, 2018 : 13). Dans le cadre de ma thèse sur les espaces d'expression en ligne sur la santé mentale, j'ai remarqué que des vidéos sur les troubles mentaux sont partagées sur YouTube par des personnes qui en sont atteintes. Ces troubles peuvent engendrer des difficultés de communication, de rapport aux autres, de l'isolement social (American Psychiatric Association, 2013 ; Anthony, 1993), de la stigmatisation et de la discrimination (Goffman, 1975). Deutsch et Dutoit soulignent également que dans l'espace public « la prise de parole par les usagers en santé mentale est une lutte » (Deutsch et Dutoit, 2015 : 8).

Nom de la chaîne ¹	Troubles mentaux abordés	Identité dévoilée	Pays d'origine	Nombre d'abonnés ²	Nombre de vidéos ³	Nombre de vues total	Date de début ⁴
#1 A.S	TCA ⁵ , anxiété	Identité civile	France	1 645	97	119 020	07.2015
#2 L.L	Dépression, automutilation, TCA, anxiété	Identité civile	Royaume-Uni	100 646	107	5 331 212	07.2011
#3 M.B	Trouble bipolaire, anxiété, automutilation	Identité civile	Royaume-Uni	1 286	156 (357)	60 777	10.2012
#4 P.G	TCA, trouble de la personnalité borderline	Anonymat	France	42	17	4 028	10.2016
#5 L.C	TCA, anxiété, dépression, automutilation, addictions	Prénom	Royaume-Uni	22 060	248	1 733 606	11.2012
#6 H.A	TCA	Identité civile	Royaume-Uni	5 177	60	903 667	12.2014
#7 O.T	Dépression, anxiété	Identité civile	Royaume-Uni	74	14	2 852	07.2016
#8 J.B	Trouble schizo-affectif	Identité civile	Royaume-Uni	11 793	68 (135)	900 853	04.2012

¹ Les noms ont été modifiés pour respecter l'anonymat des créateurs des chaînes.

² Les chiffres datent de la période de récupération des données entre août 2017 et mars 2018.

³ Le nombre entre parenthèse correspond au nombre total de vidéos lorsqu'elles ne sont pas toutes sur la santé mentale. En effet, certains créateurs vont aussi aborder d'autres sujets comme la lecture, le shopping, le maquillage, les voyages, etc.

⁴ La date de début correspond à la publication des premières vidéos sur la santé mentale, les chaînes peuvent avoir été créées avant pour parler de sujets différents ou pour pouvoir suivre d'autres pages sur *YouTube* par exemple.

⁵ L'acronyme TCA correspond aux Troubles du Comportement Alimentaire.

Considérant tous ces obstacles, je m'interroge sur la façon dont YouTube peut être utilisé comme outil de communication numérique pour les dépasser, quelles sont les spécificités de cet usage comparé à d'autres dispositifs web et les enjeux qui y sont associés.

Pour répondre à ces questions, j'ai réalisée une enquête qualitative avec une analyse de corpus, comptant huit chaînes YouTube (cf. Tableau 1), et cinq entretiens semi-directifs avec les créateurs de trois de ces chaînes. J'ai étudié un échantillon de 98 vidéos et de 1437 commentaires. L'enquête s'inscrit dans une analyse de corpus comparative comptant 62 espaces : 8 chaînes YouTube, 13 blogs, 8 micros-blogs Tumblr, 8 comptes Instagram, 12 pages Facebook, 1 groupe Facebook et 12 comptes Twitter, gérés par 20 personnes différentes. On verra, dans un premier temps, comment les créateurs utilisent YouTube et quelles sont les spécificités de cet usage par rapport à d'autres dispositifs. On s'intéressera, dans un second temps, aux fonctionnalités du dispositif permettant les interactions, à comment elles sont utilisées et ce qu'elles permettent d'accomplir.

1. Des vidéos pour raconter les troubles mentaux

Le format vidéo utilisé sur YouTube diffère fortement des autres formes de communication possibles sur le web, surtout celles reposant sur l'écrit comme les blogs, les forums et certaines publications sur les réseaux sociaux. Par exemple, dans le cas des vlogs (contraction de « vidéo » et « blog » - Burgess et Green, 2009), il implique que le créateur montre son visage et dévoile sa voix, bien que certains choisissent de se cacher pour rester anonymes (Burgess et Green, 2009). Or, cela peut être une source de vulnérabilité qui n'est pas aussi importante avec le format écrit.

De plus, Farchy et Louessard définissent le « youtubeur [comme] tout créateur d'un contenu vidéo original, qui héberge ses créations sur une plateforme, dans l'optique de les diffuser au plus grand nombre » (Farchy et Louessard, 2018 : 14). Je me demande donc si utiliser YouTube est un moyen de mettre en visibilité davantage ces questions (Callon et Rabeharisoa, 1999) grâce à un format aujourd'hui très populaire sur le web.

1.1. Une mise en récit vocale et visuelle

Dans le corpus, la mise en récit sur YouTube s'effectue à visage découvert pour tous les créateurs qui n'emploient pas d'outils de dissimulation. On trouve deux types principaux de vidéos. Le premier correspond aux vlogs, où les créateurs prennent la parole face caméra et se filment :

-soit dans leurs lieux de vie : chambre, salon ou cuisine, dont on peut voir des éléments en arrière plan, dévoilant ainsi leur espace privé (décorations, photos, livres, etc. cf. Fig. 1) ;



Fig. 1 – Exemple de vidéo filmée dans la chambre (#5¹)

¹ Les vidéos ont été anonymisées pour ne pas dévoiler les visages des créateurs.

-soit dans des lieux publics (cf. Fig. 2), choisissant de parler de leur expérience avec le trouble mental dans un espace où les passants peuvent entendre ce qu'ils disent. On a donc une situation inversée par rapport aux vidéos où les propos sont confinés à l'espace privé, les deux contenus devenant ensuite « publics » avec la diffusion sur YouTube.



Fig. 2 – Exemple de vidéo filmée dans la rue (#1)

Ensuite, on trouve des vidéos « artistiques » où les créateurs expriment leur créativité, par exemple en utilisant leur corps pour représenter ce que signifie avoir une crise de panique sans parler, à l'inverse des vlogs. Ils emploient des techniques de réalisation plus complexes en filmant avec des plans et des angles originaux et en jouant sur le montage, la luminosité et le traitement de l'image. On peut en voir un exemple avec la Fig. 3 où l'on a l'utilisation d'un gros plan avec un traitement de l'image qui la rend bleue et fait ressortir le blanc des dents.

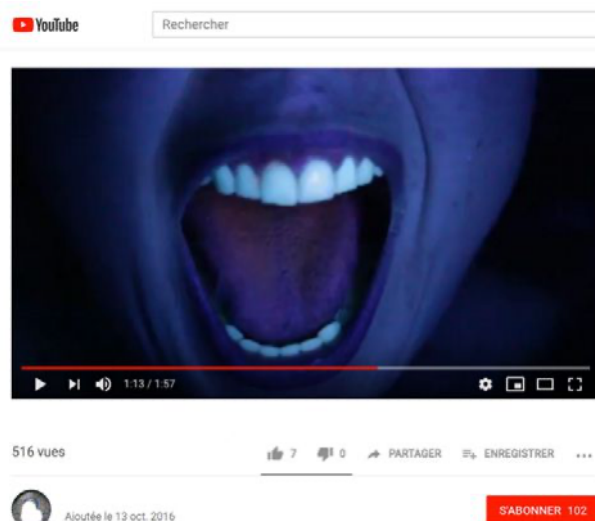


Fig. 3 – Exemple de vidéo « artistique » (#4)

Les vidéos sous forme de vlogs (type 1) sont aussi éditées et montées mais de façon moins créative et plus formelle. Elles débutent par une image d'introduction avec un titre (cf. Fig. 4), un logo, puis des bandeaux de texte (avec un titre ou une question) et une image de « fin » avec des liens vers les réseaux sociaux numériques des créateurs par exemple.

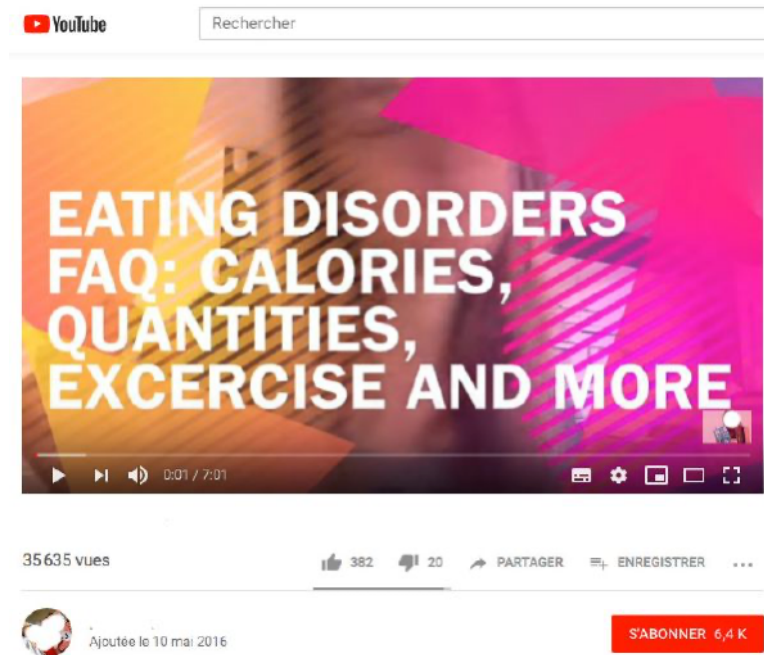


Fig. 4 – Exemple de montage pour l'introduction d'une vidéo (#6)

Ces éléments donnent une cohérence au récit qui est structuré grâce à eux et une unité visuelle à toutes les vidéos de la chaîne réutilisant ces codes, ce qui crée une image de « marque » propre à chaque chaîne.

1.2. Une pratique productrice

Sur ces chaînes, les huit créateurs du corpus abordent une variété de troubles mentaux : dépression, trouble bipolaire, trouble du comportement alimentaire (TCA), trouble de l'anxiété, trouble schizo-affectif, addiction et automutilation². Ils parlent de thématiques diverses basées sur leur expérience de ces troubles : diagnostic ; symptômes ; traitements ; rétablissement ; système de santé ; relations avec les soignants, avec les proches et à leur corps ; etc. Ils endossent ainsi un rôle de « raconteurs » (Frank, 1995) sur YouTube et leur pratique est productrice à plusieurs niveaux, individuels et collectifs.

1.2.1. Une pratique cathartique

Tout d'abord, cette mise en récit visuelle et orale de leur expérience peut être libératrice pour les créateurs, comme l'une d'elles le dit dans une vidéo : « Je trouve ça très cathartique et très thérapeutique de faire mes propres vidéos YouTube³ ». L'un d'eux m'a aussi expliqué en entretien que s'exprimer à l'oral pour ses vidéos l'a aidé à mieux comprendre certains aspects de son trouble et que sa pratique a eu pour lui un rôle important dans son rétablissement :

« Cela a été une grande partie de mon rétablissement parce que j'avais peur auparavant. J'étais vraiment impuissant, dans le déni, je ne pouvais pas accepter mais m'exprimer en ligne m'a permis d'accepter et de m'ouvrir et le simple fait de parler en ligne m'a aidé à me libérer, à comprendre. »

Extrait d'entretien avec J.B, créateur de la chaîne #8 – 6.12.18

² Dans la cinquième édition du Manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux (DSM-V) l'automutilation est classée dans la catégorie des troubles nécessitant encore de faire une recherche plus approfondie. Cependant, l'automutilation est abordée de façon récurrente dans le corpus, j'ai donc fait le choix de la traiter comme faisant partie des troubles mentaux.

³ Traduction personnelle, retranscription originale : « I found it really cathartic actually and so therapeutic to make my own YouTube videos »
Extrait d'une vidéo de la chaîne #3 – 1.05.16

1.2.2. Se dévoiler et affirmer son identité

Burgess et Green soulignent qu'avoir une activité de vlogger « requiert une certaine propension à la révélation et même à la promotion de soi : la participation continue comme vlogger nécessite d'être prêt à être vu par la communauté et, éventuellement, par le grand public – à se mettre face à la caméra et à se montrer ⁴» (Burgess et Green, 2009 : 74). C'est ce que font les créateurs de mon corpus, en partageant des informations de l'ordre du privé, par exemple les médicaments qu'ils prennent, leurs émotions ou leurs difficultés quotidiennes, en montrant leurs larmes et leurs cicatrices à des milliers ou des millions d'inconnus. Les personnes utilisant l'écrit sur le web peuvent aussi le faire, mais en montrant leur visage et leur corps avec les images et en dévoilant leur expérience vécue avec leurs voix, qui peut parfois se casser à cause de l'émotion, ils procèdent à une divulgation encore plus importante.

De plus, ils se présentent comme étant atteints de troubles mentaux, dévoilant pour six d'entre eux leur identité civile, alors que cela peut être source de stigmatisation et de discrimination. En ce sens, ils revendiquent un attribut caché par d'autres, comme l'explique Goffman pour les personnes ayant été en hôpital psychiatrique qui, pour éviter la stigmatisation, vont « intentionnellement ou de fait, [...] dissimuler de l'information quant à [leur] identité sociale réelle » (Goffman, 1975 : 58).

« Pour beaucoup de questions que je reçois je fais beaucoup de recherches pour répondre correctement [...] J'aime lire de vrais articles scientifiques parce que je sais qu'ils sont en quelque sorte plus valides que tous les articles que l'on trouve dans la première page des résultats de Google ».

Extrait d'entretien avec H.A, créatrice de la chaîne #6 - 5.03.19

1.2.3. Être une ressource pour les internautes

Leur pratique aboutit aussi à la création d'un espace « ressource » pour les internautes où ils adoptent une position de « pédagogue », en partageant des conseils, par exemple pour annoncer à ses parents qu'on pense avoir des problèmes de santé mentale ou en donnant des explications sur des sujets variés comme les différentes thérapies existantes. La créatrice de la chaîne #6 m'a ainsi indiqué en entretien :

Les internautes leur demandent aussi des conseils en commentaires, ce qui souligne qu'ils mettent en valeur l'expérience des créateurs et s'en servent comme une forme de savoir « expert ». De plus, le format vidéo simplifie l'accès au contenu puisque l'internaute n'a pas à faire la démarche de lire un texte écrit, ce qu'à souligné une des créatrices en entretien :

« J'aime bien le contenu de la vidéo parce qu'aujourd'hui pour s'adresser aux personnes c'est quand même la manière la plus virale et qui a une portée beaucoup plus large et puis les gens lisent beaucoup moins tout simplement. Le contenu qui est accessible dans la main comme ça, où on a juste à regarder c'est quand même facile. »

Extrait d'entretien avec A.S, créatrice de la chaîne #1 – 7.06.17

⁴ Traduction personnelle, texte original : « requires a certain propensity for self-revelation and even self-promotion: ongoing participation as a vlogger requires that you be willing to commit yourself to being visible to the community and, potentially, to the wider public – to put your head on camera and put yourself 'out there.' » (Burgess et Green, 2009 : 74)

1.2.4. Mettre en visibilité et dénoncer

Enfin, leur pratique permet une mise en visibilité de ces thématiques. Comme le souligne Cardon pour l'ensemble des outils du web, YouTube permet de donner la parole à des « amateurs » en offrant « un espace de visibilité à des publications qui n'ont pas été soumises à une vérification préalable » (Cardon, 2010 : 40). Ainsi, ces questions, assez peu présentes dans les médias dits « traditionnels » qui, en plus, ne donnent souvent pas la parole aux personnes concernées lorsqu'ils les traitent (Whitley et Berry, 2013), sont davantage visibles, en témoignent les millions de vues de certaines vidéos.

De plus, Whitley et Berry estiment que « l'introduction de perspectives à la première personne peut humaniser l'expérience de la maladie mentale ⁵ » (Whitley et Berry, 2013 : 111). En montrant les visages et les corps des créateurs, en permettant de percevoir leur émotion, les vidéos diffusées sur YouTube renforcent cette humanisation, ce qui peut participer à réduire la stigmatisation et la discrimination associées à ces troubles, qui sont aussi dénoncées par les créateurs dans leurs vidéos, comme on peut le voir avec cet extrait : « La stigmatisation rend les personnes comme moi apeurées de dire aux autres qu'ils ont un trouble. ⁶ » Cette dénonciation est aussi visible dans les commentaires laissés par les internautes sous les vidéos.

2. Une mise en récit collective

Le dispositif YouTube offre des fonctionnalités permettant des interactions, notamment via les commentaires et les boutons « J'aime ce contenu / Je n'aime pas ce contenu ». Combe Celik explique qu'avec le partage de vlogs, grâce à ces fonctionnalités, des liens peuvent se développer entre le créateur et son public, ce qui « aboutit à la création d'une communauté de fans autour de ce même vlogueur et de la thématique qu'il développe » (Combe Celik, 2014 : 279). On peut se demander si c'est aussi le cas dans mon corpus et, en considérant les difficultés de communication et de prise de parole liées aux troubles mentaux, de quelles façons sont utilisées ces fonctionnalités.

2.1. La populaire fonctionnalité commentaire

En effectuant une comparaison avec les autres dispositifs du corpus, on remarque que c'est sur YouTube que la fonctionnalité commentaire est la plus utilisée. Sur les 12 790 commentaires recensés, 6 943 l'ont été sur ce dispositif pour 98 vidéos, soit 71 commentaires en moyenne par vidéo, sachant que sur l'ensemble du corpus la moyenne est de 8 commentaires par publication. La fonctionnalité est donc environ huit fois plus utilisée sur YouTube. On peut toutefois s'interroger sur le contenu de ces commentaires et les interactions qui y sont présentes ou non.

Le Tableau 2 récapitule les huit types de commentaires⁷ les plus partagés sur l'échantillon de 20% de commentaires analysés sur YouTube (soit 1437 commentaires).

⁵ Traduction personnelle, texte original : « Introducing first-person perspectives can humanize the experience of mental illness [...]. » (Whitley et Berry, 2013 : 111).

⁶ Traduction personnelle, retranscription originale : « Stigmatization does make people like me scared to tell people about my condition » Extrait d'une vidéo de la chaîne #3 - 5.06.14

⁷ Un même commentaire peut être codé avec plusieurs catégories puisque dans certains cas un individu peut remercier le créateur ou le complimenter sur son travail tout en partageant des conseils ou un récit personnel par exemple.

Classement des types de commentaires	Nombre d'occurrences sur YouTube	Nombre d'occurrences sur l'ensemble du corpus	Pourcentage sur YouTube par rapport à l'ensemble du corpus
1. Les remerciements et les compliments	615	1093	56,3%
2. Les témoignages et partages de récits personnels ayant un lien avec le sujet du contenu publié	576	756	76,2%
3. La dénonciation d'un problème rencontré dans l'expérience d'un trouble mental	141	141	100%
4. Les questions sur des sujets divers	140	214	65,4%
5. Expression d'un accord avec les propos du créateur	136	302	45%
6. Les encouragements et le soutien	125	407	30,7%
7. Les conseils et le partage de techniques ou de solutions	121	283	42,8%
8. Les demandes de conseils basés sur le vécu du trouble du créateur	102	107	95,3%

Tableau 2 – Classement des types de commentaires présents sur YouTube

Sur YouTube, comme dans l'ensemble du corpus, ce sont les commentaires avec des « remerciements et compliments » qui sont les plus présents. Les viewers y remercient les créateurs d'avoir partagé les vidéos et les complimentent sur leur travail, ce qui peut être une forme d'incitation à continuer leur pratique. Mais, les commentaires sont aussi parfois plus longs et témoignent d'une implication plus importante des utilisateurs.

2.2. Partager et mettre en visibilité une expérience vécue similaire

En effet, le second type de commentaires les plus partagés sont des récits personnels ayant un lien avec le sujet du contenu publié (cf. Fig. 6). YouTube est le dispositif le plus utilisé dans le corpus pour partager ce type de commentaires.

Utilisateur il y a 2 ans

c'est tellement touchant... 😊
 je ne sais pas quoi dire...
 9ans de maladie... Ça doit vraiment être dur 😞
 Moi qui suis atteinte depuis 1an et demi, je me sens déjà épuisée physiquement et moralement chaque minutes, chaque seconde...
 alors pour toi ça doit être vraiment douloureux... 😞
 Cette maladie est vraiment trop lourde à supporter pour nos frères petites épaules qu'on n'arrive plus à s'en débarrasser.. El la masse s'alourdit, puis s'allège...
 Puis, s'alourdit à nouveau...
 un vrai cercle vicié qui me paraît à l'heure d'aujourd'hui, infranchissable. 😞😞
 tes vidéos me font du bien et m'apportent énormément de soutien 😊
 Moins

👍 3 🗨️ RÉPONDRE

Masquer les réponses ^

Créatrice de la chaîne il y a 2 ans

Chaque histoire est différente. Mais je peux comprendre ta douleur et ta lassitude. Cependant, c'est en persévérant sans relâche que tu mettras "faim" à cette anorexie qui te dévore. Un an et demi, c'est déjà bien trop long pour une jeune femme comme toi...

👍 🗨️ RÉPONDRE

Fig. 6 – Exemple d'un commentaire avec un récit personnel similaire suivi d'une réponse de la créatrice (#1)

Dans l'exemple, issu d'une vidéo où la créatrice raconte son parcours suite à un diagnostic d'anorexie mentale, on voit que le commentateur partage un vécu similaire, auquel la créatrice répond en offrant des conseils et du soutien.

Le partage d'expérience similaire peut aussi prendre la forme du partage d'un accomplissement, notamment le nombre de jours passés sans avoir pratiqué un acte d'automutilation (cf. Fig. 7).



Fig. 7 – Trois exemples de commentaires partageant un accomplissement sous une vidéo sur l'automutilation (#2)

Les personnes reçoivent parfois des « J'aime » témoignant de l'approbation des autres internautes pour cette réussite et sont aussi félicitées avec d'autres commentaires.

2.3. Dénoncer collectivement

On a ensuite une troisième forme d'utilisation des commentaires qui consiste à y dénoncer des expériences vécues, souvent négatives et communes aux usagers d'un système de santé, qui correspondent au troisième type le plus présent sur YouTube. C'est le cas sur plusieurs chaînes britanniques où les utilisateurs, en réaction au récit du créateur sur une hospitalisation qui s'est très mal déroulée, partagent eux aussi leurs mauvaises expériences. Comme on le voit sur les exemples (cf. Fig. 8), ils y dénoncent les médecins (GP : General Practitioner, médecin traitant) qui les ont pris en charge ou le système de soin (NHS : National Health System).

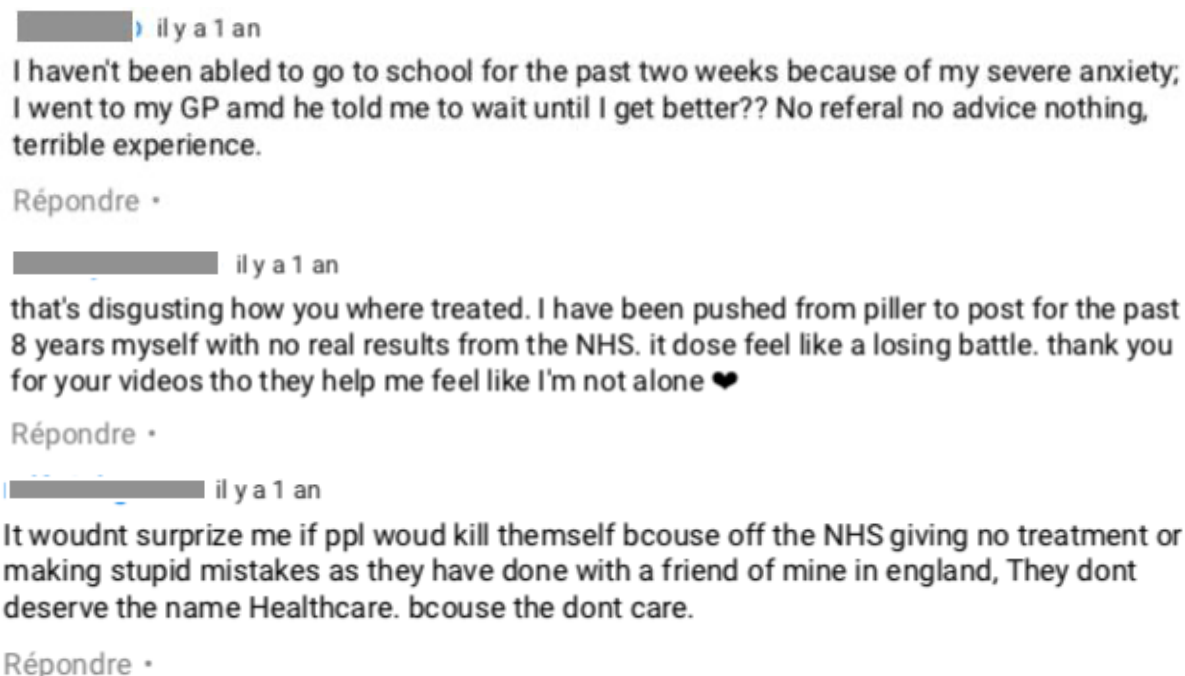


Fig. 8 – Trois exemples de commentaires dénonçant des expériences négatives liées au personnel soignant et au système de santé britannique (#2)

Les commentaires sont donc utilisés de la même manière que les vidéos produites par les créateurs, pour dénoncer, et permettent aux utilisateurs de mettre en visibilité des problématiques associées aux troubles mentaux, tout en donnant plus de poids aux propos des créateurs.

2.4. S'entraider et interagir

Enfin, les commentaires sont utilisés d'une quatrième façon : pour apporter du soutien et interagir en ligne. L'existence d'une forme de soutien entre internautes a été montrée sur plusieurs types de dispositifs web où sont abordées des questions de santé comme les listes de discussion (Sharf, 1997), les pages personnelles (Pitts, 2004) et les blogs (Legros, 2009). Wahlberg a également noté que sur les vidéos « en mémoire » à des proches décédés diffusées sur YouTube, « il y a des commentaires écrits en sympathie et soutien du vidéaste et des messages qui traduisent une compréhension plus profonde que seule une personne ayant vécu une épreuve similaire peut apporter ⁸» (Wahlberg, 2009 : 231).

Or, dans mon corpus, sur YouTube, les commentaires d'encouragement et de soutien se placent en sixième position. Les commentateurs offrent un soutien moral aux créateurs partageant des expériences vécues difficiles (par exemple : automutilation, tentative de suicide - cf. Fig. 9), ce qui peut être une source de réconfort pour le créateur qui va se sentir soutenu et « compris » par ces personnes ayant vécu une situation similaire.

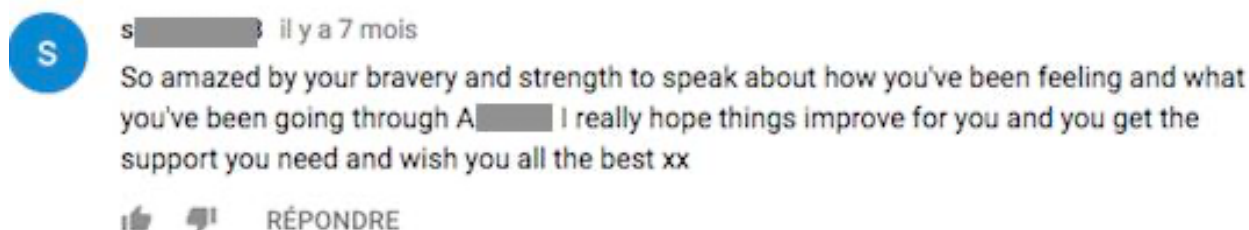


Fig. 9 – Exemple de commentaire apportant du soutien (#7)

Ce soutien moral s'accompagne du partage en commentaires de conseils et solutions à divers problèmes évoqués par les créateurs dans leurs vidéos. Il peut s'agir de recommandations pour un médicament (cf. Fig. 10) ou pour gérer des symptômes par exemple. Cette pratique témoigne de la volonté des commentateurs d'aider eux-aussi le créateur en retour grâce à leur propre expérience.

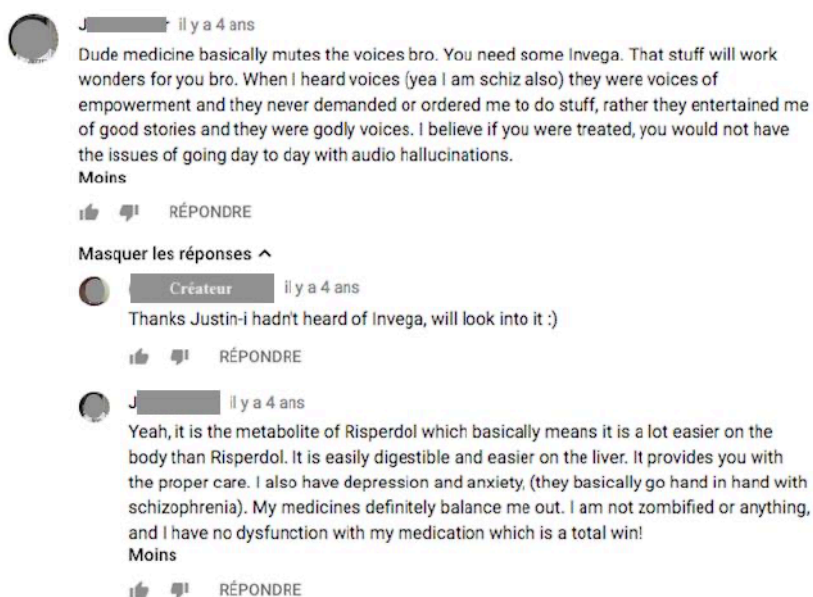


Fig. 10 – Exemple d'un échange de commentaires avec des conseils et recommandations (#8)

⁸ Traduction personnelle, texte original : « there are comments written in sympathy and support of the videomaker and messages that convey that deeper sense of understanding only extended by someone who has endured a similar hardship » (Wahlberg, 2009 : 231).

Enfin, les utilisateurs posent des questions ou demandent des conseils aux créateurs, ce qui témoigne de leur désir d'interaction et YouTube est le dispositif où les internautes expriment le plus ce besoin de conseils. On a également 158 occurrences d'interactions entre créateurs et commentateurs sur ce dispositif, sachant qu'il y en a 544 de l'ensemble du corpus, cela représente donc 29% d'interactions (avec une moyenne à 20% pour tout le corpus). Les échanges réciproques sont donc plus fréquents que sur les autres dispositifs, à l'exception des blogs (où ils sont à 38%).

On observe toutefois que les créateurs ne répondent pas systématiquement aux demandes des commentateurs. Cependant, si une question revient de façon récurrente, ils vont y répondre dans une vidéo, comme l'a indiqué la créatrice de la chaîne #6 : « Je dis souvent sur Instagram et YouTube "Je ne peux plus répondre individuellement parce que je reçois beaucoup de questions mais si vous envoyez quelque chose je répondrais dans une vidéo" ». Avec cette stratégie de réponse collective mise en place par le créateur, on a donc une forme alternative d'échanges.

Conclusion

L'outil de communication numérique YouTube permet aux personnes atteintes de troubles mentaux d'effectuer une mise en récit visuelle et vocale, sous forme de vlogs filmés dans des lieux privés et publics et de vidéos artistiques, qui aboutit à une mise en visibilité de leur expérience. Elle est enrichie par les témoignages, encouragements et conseils des viewers partagés avec la fonctionnalité « commentaire » et les interactions qui s'y déploient.

Cette pratique est productrice à plusieurs niveaux. Tout d'abord, elle aboutit à un dévoilement de soi et une affirmation de l'identité pour les créateurs ainsi qu'au développement d'un espace de ressources pour les viewers, où les créateurs partagent les savoirs acquis grâce à leur expérience, de façon pédagogique et plus facilement accessible grâce au format vidéo. Ils expriment également des revendications et réclament des changements dans la prise en charge de la santé mentale.

Pour terminer, il faut préciser que ces résultats sont basés sur un petit corpus, dans le cadre d'une analyse comparative, et qu'il serait intéressant de faire une enquête avec un plus grand nombre de chaînes YouTube pour les vérifier.

Bibliographie

- American Psychiatric Association, 2013, Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.), Arlington, VA: American Psychiatric Publishing.
- Anthony W., 1993, Recovery from mental illness: the guiding vision of the mental health service system in the 1990s, *Psychosocial Rehabilitation Journal*, n°16, vol. 4, p.11-23
- Burgess J. et Green J., 2009, *YouTube : Online Video and Participatory Culture*, Cambridge, Polity Press
- Callon M. et Rabeharisoa V., 1999, La leçon d'humanité de Gino, *Réseaux*, n°95, p. 197-233.
- Cardon D., 2010, *La Démocratie Internet. Promesses et limites*, Paris, Seuil
- Combe Celik C., 2014, *Vlogues sur YouTube : un nouveau genre d'interactions multimodales*, Colon de Carjaval
- I. & Ollagnier-Beldame M. (dir.), *Actes du colloque Interactions multimodales par écran 2014*
- Deutsch C. et Dutoit M., 2015, *Prendre la parole*, *Rhizome*, n° 58, p.8
- Farchy J. et Louessard B., 2018, *Scène de la vie culturelle, YouTube, une communauté de créateurs*, Paris, Presses des mines
- Frank A. W., 1995, *The Wounded Storyteller : Body, Illness and Ethics*, The University of Chicago Press
- Goffman E., 1975, *Stigmate ; les usages sociaux des handicaps*, Paris, Éditions de Minuit.
- Legros M., 2009, Étude exploratoire sur les blogs personnels santé et maladie, *Santé Publique*, Vol. 21, p. 41-51
- Pitts V., 2004, *Illness and Internet Empowerment: Writing and Reading Breast Cancer in Cyberspace*, *Health (London)*, p. 8-33
- Sharf B., 1997, *Communicating Breast Cancer On-Line: Support and Empowerment on the Internet*, *Women & Health*, 26:1, p. 65-84
- Wahlberg M., 2009, *YouTube Commemoration: Private Grief and Communal Consolation*, Snickars P., Vonderau P. (eds.), *The YouTube Reader*, Stockholm, National Library of Sweden, p.218-235
- Whitley R. et Berry S., 2013, Trends in newspaper coverage of mental illness in canada : 2005-2010, *The Canadian Journal of Psychiatry*, 58(2), p. 107–112

A case of book design turned bestseller: Business Model Generation

Le cas d'un design de livre devenu bestseller: Business Model Generation

Jean-Louis Soubret

doctorant en SIC

Dicen-IDF, CNAM

jlsoubret@gmail.com

Mots-clés : édition, visualisation, représentation, design thinking, typographie, livre

Keywords: publishing, visual thinking, representation, design thinking, typography, book

Abstract : This case study shows how the book Business Model Generation sold over 1,000,000 copies worldwide. The aim of the original thesis was to produce and validate knowledge and it got its form by default, whereas form and function were integrated in the book by design. This text addresses the three issues of how design makes communication easier by improving accessibility by adding a layer of physicality and by being less speculative and more grounded.

Résumé : Le livre Business Model Generation s'est vendu à plus d'un million d'exemplaires. Le but de la thèse originale était de produire et de valider de la connaissance ; elle a donc été formalisée par défaut, alors que la forme et la fonction du livre ont été intégrées dans son design. Ce texte traite de trois caractéristiques du design qui facilitent la communication en améliorant l'accessibilité : l'ajout d'une couche de matérialité, sa dimension moins spéculative et son ancrage plus profond.

Note: quotes followed by an asterisk are my translations of French into English.

A case of book design turned bestseller: Business Model Generation

Introduction

This presentation is a case study to illustrate a wider-encompassing doctoral research on design thinking and publishing. With the emergence of the digital technologies and culture since the end of the 1990s, publishing has been particularly affected and different sectors of this industry have adapted (innovated) in various ways. This is a study of one such example where by default editing of a classical artifact (a thesis) was transformed into a collective design thinking project and became innovative transmedia artifacts (including a book). Over a nine year period, from the inception of the thesis until the book was published, the authors followed a three-step communication process: 1. researching and writing the thesis—production and legitimization of knowledge (information); 2. formatting the ontology into a convenient canvas to teach it to students and use it in workshops with professionals—performance and fine-tune of knowledge transmission (media); 3. rewriting the text and designing the book—rhetorical publishing (communication).

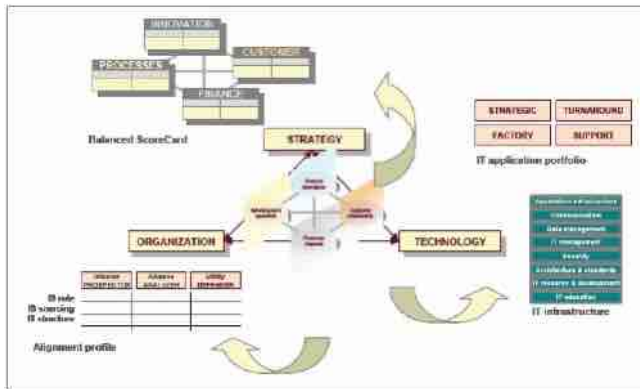
For its author, Osterwalder (2004), “the two main domains that serve as a foundation for this thesis are management theory and information systems.” The thesis was thus situated in two disciplinary fields and based on established knowledge and theories. The thesis was both more and less ambitious than the book. On one hand an “ontology” is wider-encompassing than a “handbook”, and on the other a “proposition” is less assertive than a claim “to defy outmoded business models”. The book was designed for a generation—with its double-meaning of the creation of something and of a group of people of the same age band. This paper is structured in two parts: the first is about how the author wrote the thesis as an artifact for thinking, and the second how the authors and editors published the book as an artifact for action (i.e. focused on the readers’ perception):

1. a comparative analysis of the writing of the thesis and of the generation of the book which was “co-created highly visual”, and thus had to touch on the “visual forms of knowledge production” (Drucker, 2014);
2. a user-oriented approach of how readers were encouraged to adopt a transmedia attitude and navigate from a freely available online canvas and supplementary materials (instruction manual, card deck), to the book, paid-for apps and exclusive masterclasses and workshops.

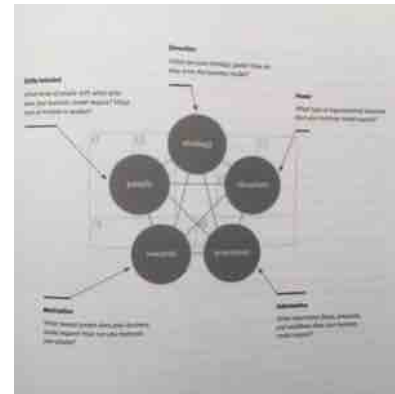
1. How the features of a thesis were morphed into a book through design

1.1. A semiotic approach—from re-presentation as memory to representation as communication—to deal with complexity

There is indeed a long way, and a rather long period of five years in this case, from an ontology aimed at modeling an algorithmic data-processing of business information to designing a handbook for people to use better management tools and enhance communication around projects and within organizations. The thesis had originally been presented to his peers by the author who applied to become a doctor in business computing. It was then redesigned by a team of authors, editors and designers for a loosely defined audience of “visionaries, game changers, and challengers” to help them “design tomorrow’s enterprises”. The two images presented thereafter are set towards the end of each volume (of both the thesis and the book) and are meant as synthesis or “take away”.



Thesis Figure 1. Alignment of models with IT (Figure 68: Alignment based on the business model, p. 143)



Book Figure 2. Implementing Business Models in Organizations (p. 271)

Figure 1 in the thesis was composed of four subsystems (“Balanced ScoreCard”, “Alignment Profile”, “IT Application Portfolio”, and “IT infrastructure”) organised around a main system (unnamed) as shown by directional arrows pointing outwards from the center to the periphery. Those systems were drawn at different scales and juxtaposed. There are no visual cues if (or how) they are organised (or interact with each other) to form a model and the overall image is cluttered. These cues might be unnecessary for the intended expert readers who are supposed to possess the implicit knowledge to read this diagram. No such assumption of implicit knowledge was made in the design of figure 2. It is an image of (two-) layered reality with the BM canvas at the background (at this stage of the book the canvas is a familiar feature which has already been featured more than seventy times in previous pages), and the introduction of Jay Galbraith’s Star Model in the foreground.

For Bertin (1967) in his *Semiology of graphics* “graphic representation is an experimental tool to build a collection of comparable images with which a researcher ‘plays’”^{*} and, because information is “polyscopic”¹, representation can have three functions: 1. registering information; 2. communicating information; and 3. processing information. Figure 1 is a case of registering information; i.e. the design of an exhaustive “artificial memory” of—possibly complex—figures which thus might not be easily memorable. It is a mere re-presentation.

By contrast, figure 2 embodies both functions of re-presenting and, as well, of communicating and processing information. Communication and information processing are performed through the design of a “simplified” image of a memorable “message”—not by extracting part of the information but by both ordering it qualitatively and by omitting odd data in order to “smoothen the curves”. This second case is similar, in other words, to the “process in which the makers of signs seek to make a representation [which] is never the whole object but only ever its criterial aspects”².

1.2. Visual rhetoric: a leap from system thinking to visual thinking

The thesis was situated in the two disciplines of management theory and information systems which both rely on system thinking. The book was self-described as “a handbook for visionaries” and since “many words link vision with thinking. Insight, foresight, hindsight, and oversight. Visionary and seer.

¹ For Morin (2015), information is “polyscopic” for “it sometimes appears as memory, sometimes as knowledge, sometimes as message, sometimes as program, sometimes as organisational matrix” or “rather as all of that altogether”^{*}.

² Kres & van Leeuwen further elaborate the “process in which the makers of signs seek to make a representation of some object or entity whether physical or semiotic, and in which their interest in the object, at the point of making the representation, is a complex one, arising out of the cultural, social and psychological history of the sign-maker, and focused by the specific context in which the sign-maker produces the sign” in *The Grammar of Visual Design* [1996]—presented by the authors as “a resource for beginning to make inroads into understanding the visual as representation and communication—in a semiotic fashion”.

The word ‘idea’ derives from the Greek idein: to see” (McKim, 1980) it was thus crafted in visual thinking through a process of “mental imagery” which is frequently described by designers as “seeing with the mind’s eye” (Oxman, 2002).



Figure 3. Page spread caption in the book (p. 124)



Figure 4. Double-page spread photo and text description in the book (p. 146)

Alexander Osterwalder, the author of the thesis and co-author of the book, seemed to have applied what he was recommending others in his book (fig. 3). Himself a business researcher, he has acquired skills to become more of a designer—more “master of heuristics” than “manager of algorithms” (Roger Martin, “The Design of Business”, 2004)—and has changed his focus from the thesis to the book accordingly .

The first and most obvious feature of the book compared to the thesis is its landscape format (fig. 4), versus the standard A4 portrait format. The substantial augmentation from the 168-page thesis to the 280-page book has been mainly graphic (i.e. non-textual). The text-to-illustration ratio of the thesis was 2:1 and became less than 1:1 in the book (fig. 5). Moreover, in the thesis there only are “artificial” diagrams which “do not describe an actual spatial arrangement” (Larkin & Herbert, 1987) and tables, whereas in the book the visual mix includes figurative pictorial elements such as sketches and photos which ground it into the “real” world.

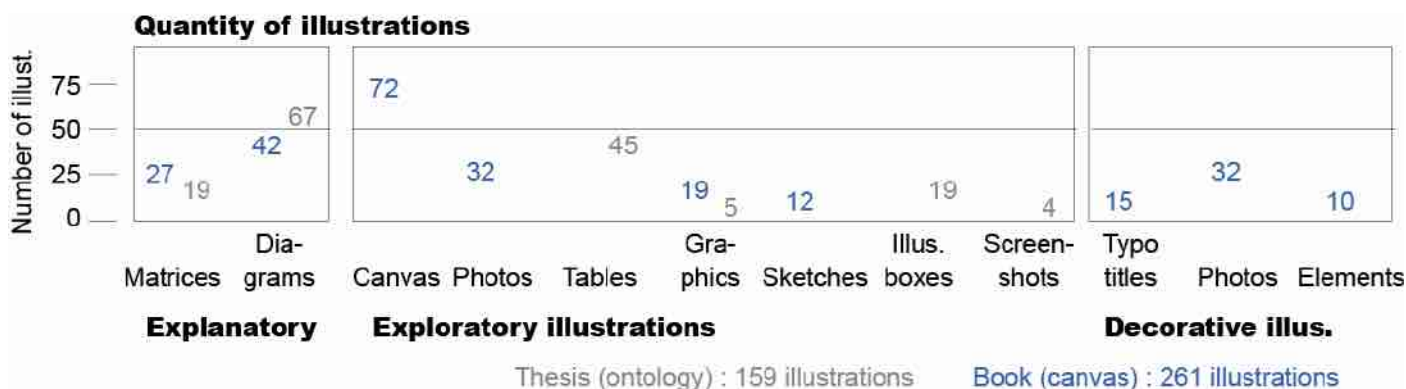


Figure 5. Quantity of illustrationsA

A feature of Visual Strategies (Frankel & Depace, 2012) can be drawn from the use of “exploratory graphics [which] invite the viewer to discover information” and “explanatory graphics [which] are used to communicate a point or call attention to patterns and concepts”. There are relatively more explanatory and less exploratory illustrations in the thesis than in the book (fig. 5), the former would thus be speculative or interpretative and the latter more matter-of-fact.

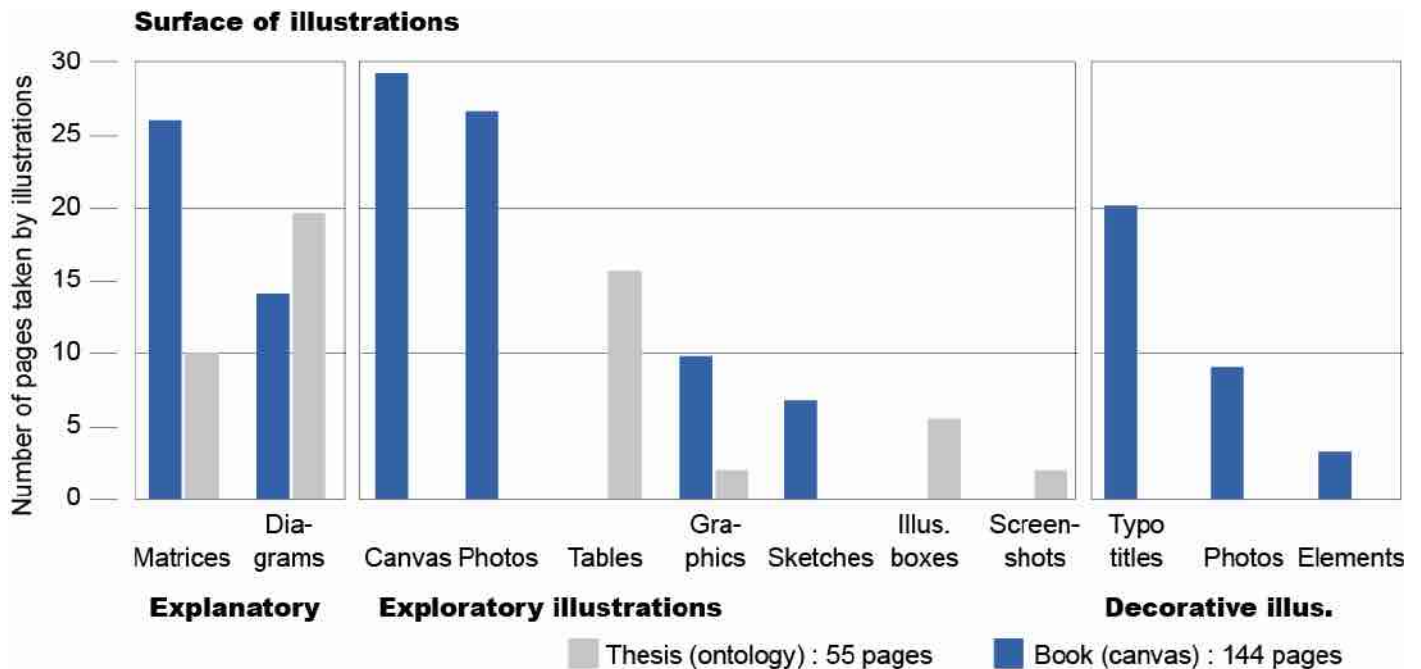


Figure 6. Surface of illustration (in page-equivalent)

In the thesis, the page-space³ allocation was about 1:1 explanatory-exploratory and 1:2 in the book (fig. 6, excluding the decorative illustrations). According to Larkin & Simon in “Why a Diagram is (Sometimes) Worth Ten Thousand Words” (1987) “diagrams automatically support a large number of perceptual inferences, which are extremely easy for humans”.

1.3. A form by default and a designed artifact

The two examples of the cover and of the table of contents hereafter are prominent instances of, on one hand, automated composition with a word processor for the thesis and, on the other, a graphically designed book.

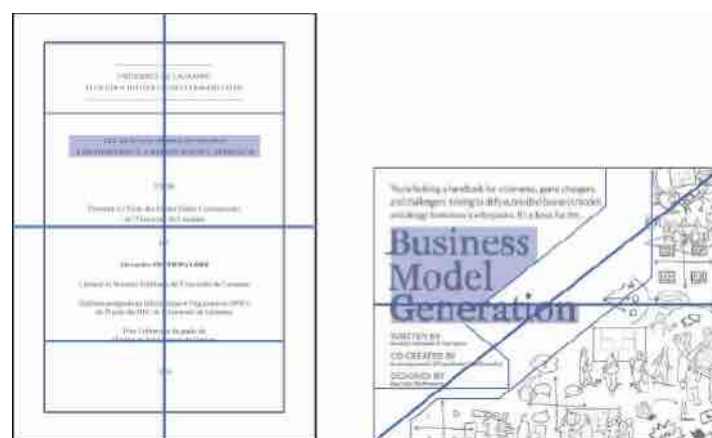


Figure 7. Comparative compositions of the covers of the thesis and of the book

³ The page-space is the surface of pages allocated to an element, for example a graphic, a paragraph, etc.

The typographical analysis⁴ shows that the format of the thesis is classic and static while it is dynamic and informal for the book (fig. 7). This analysis is based on the three dimensions of layout, images, and type design. First, the composition of the cover page of the thesis is balanced and framed. On the contrary, the layout of the book is “baroque” (Wölflin, 1967) and expresses motion and emotion. Second, there is no image on the cover page of the thesis except for the “image of text” (Souchier, 1998) which is featureless. Conversely a series of hand-drawn sketches covers the surface of the lower right of the book cover which also participate of the sense of spontaneity. Third, the family of font in which the text of the title of the thesis was set in is classic “didonic”⁵ versus greater visual impact and more informal “lineal” sans serif type fonts for the book.

The Tables of Contents (TOC) of the thesis and the book are other examples of the different design approaches of both published artifacts.

1	INTRODUCTION.....	1
1.1	BACKGROUND AND RESEARCH CONTEXT.....	1
1.2	RELEVANCE AND RESEARCH GOALS.....	2
1.3	METHODOLOGY.....	3
1.4	CONTRIBUTIONS OF THIS DISSERTATION.....	8
1.5	STRUCTURE OF THIS THESIS.....	9
1.6	ACKNOWLEDGMENTS.....	9
2	ORIGIN, DEFINITION, PLACE AND ROLE OF BUSINESS MODELS IN THE FIRM.....	11
2.1	TECHNOLOGY, E-BUSINESS, COMPLEXITY AND UNCERTAINTY.....	11
2.2	WHAT ACTUALLY IS A BUSINESS MODEL.....	14
2.3	THE BUSINESS MODEL'S PLACE IN THE COMPANY.....	16
2.4	USE OF BUSINESS MODELS.....	19
2.5	BUSINESS MODEL ONTOLOGY AND BUSINESS MODEL TOOLS.....	22
3	KNOWLEDGE OF THE PROBLEM DOMAIN.....	23
3.1	BUSINESS MODEL LITERATURE.....	23
3.2	ONTOLOGIES.....	39
4	THE BUSINESS MODEL ONTOLOGY.....	42
4.1	INTRODUCING THE ONTOLOGY.....	42
4.2	PRODUCT.....	48
4.3	CUSTOMER INTERFACE.....	58
4.4	INFRASTRUCTURE MANAGEMENT BLOCK.....	79
4.5	FINANCIAL ASPECTS.....	95
5	CASE STUDY: MJF.....	103
6	APPLICATION PROTOTYPES: BM²L.....	118
6.1	FROM THE ONTOLOGY TO A FORMAL MARKUP LANGUAGE.....	118
6.2	THE BUSINESS MODEL MODELING LANGUAGE BM ² L.....	119
6.3	TRANSFORMING XML DOCUMENTS.....	123
6.4	VISUALIZING A CHANGE STRATEGY WITH SCALABLE VECTOR GRAPHICS SVG.....	123
6.5	GENERATING A REPORT IN PDF.....	125
6.6	CONCLUDING WHY USE BM ² L.....	126
7	EVALUATION.....	127
7.1	LITERATURE REVIEW.....	129
7.2	INTERVIEWS ON BUSINESS MODELS.....	132
7.3	BUSINESS MODEL CASE STUDIES.....	138
7.4	TESTING ONTOLOGIES - WHAT'S NEXT.....	141
8	ONTOLOGY APPLICATIONS AND FUTURE RESEARCH.....	143
8.1	ALIGNMENT.....	143
8.2	BUSINESS MODEL COMPARISON.....	156
9	CONCLUSION.....	159
10	BIBLIOGRAPHY.....	160

Figure 8. TOC of BMO

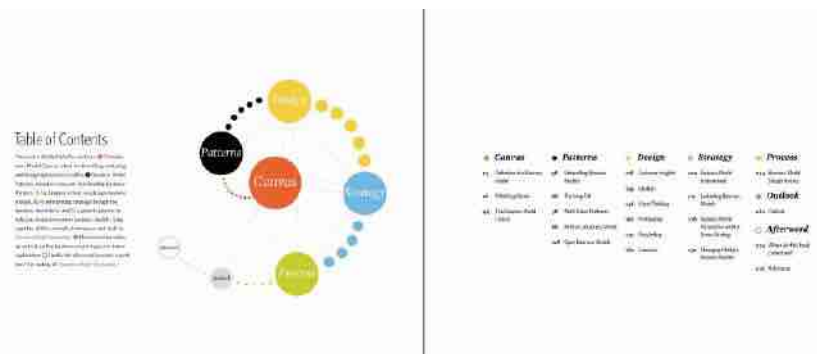


Figure 9. TOC of BMG

On one hand the TOC of the thesis was automatically generated by a word processor (fig. 8) and is an example of “function follows form” (i.e. a classical conception). On the other hand the two-page spread of the TOC in the book (fig. 9) appears to have been designed according to a modernist approach of “form follows function”. It is actually not one TOC but three different forms of it (from left to right): 1. narrative with a step-by-step timeline of embedded bullet points; 2. visually semantic with a spiral form that is meant to convey sense and direction; 3. functional as a navigation tool. This threefold approach of the BMG is similar to what has been advocated by Burdick & Willis (2011) for a generation of digital natives “who are bricoleurs” and “require new ways of thinking and knowing [which] center on an expanded notion of design thinking that includes 1. visual rhetoric; 2. comprehension of situated expression; 3. a user-oriented approach”.

In this thesis the format was imposed—or at least “unthought” (Souchier, 2012)—, on the contrary the book style was selfconsciously designed in terms of both its form and function and also of the relationships between them.

⁴ In the French graphic tradition, typography encompasses the two dimensions of typesetting and type design which are more distinct in the english speaking world of books and publishing.

⁵ “Didot” was the name of a font family given by typographer Thibaudeau in his 1920s classification and “didonic” was the name in the 1950s’ Vox-ATypI. This was a tribute to the french and italian printers Didot and Bodoni who mastered the design and production of this kind of rational fonts at the classic period of the late eighteenth century. The main features of these fonts are their verticality and symmetry (especially for the capitals) and also their contrasting inner weight and their linear serif type. They bear a classical quality.

2. Understanding with mind and body, making sense with senses

How did its intended audience react to the BM canvas?

In the thesis, the author was already concerned about the reception of his work beyond his academic peers and had interviewed a dozen managers and consultants for 60 to 90 minutes each in order to assess the BM “ontology’s fidelity with real world phenomena” and they were “all quite receptive to the topic”. Three main uses were anticipated by business practitioners: understanding quicker with a “visualization tool”, improving “communication” and “discussion quality”.

The results of a 2015 survey of 1,500 respondents who used the canvas (conducted by Strategyzer, the consultancy founded by the authors) confirmed the three anticipated uses. It showed that readers used it because “it is a visual tool”, “it facilitates group discussion” and “it has a practical simple user interface” for around 50% each, and “it is intuitive” for 46%; minor reasons with 10-15% each were that “it was recommended or has good reviews” and “it is affordable” (US\$ 34.95). The results of this qualitative survey were globally positive and the circulation figures of more than a million copies of the book sold were an impressive quantitative achievement that confirmed this qualitative feedback.

What were the main reasons for this publishing success?

2.1. A user-oriented approach: a shift from content-first to reader-first

In the thesis, the BM is presented page 43 after the research and the context were described. In the more circular (spiral-like) way of the book (fig. 9), it starts with the BM canvas and revolves around its different aspects all along.

Pillar	Building Block of Business Model	Description
Product	Value Proposition	A Value Proposition is an overall view of a company's bundle of products and services that are of value to the customer.
Customer Interface	Target Customer	The Target Customer is a segment of customers a company wants to offer value to.
	Distribution Channel	A Distribution Channel is a means of getting in touch with the customer.
Infrastructure Management	Relationship	The Relationship describes the kind of link a company establishes between itself and the customer.
	Value Configuration	The Value Configuration describes the arrangement of activities and resources that are necessary to create value for the customer.
	Capability	A capability is the ability to execute a repeatable pattern of actions that is necessary in order to create value for the customer.
Financial Aspects	Partnership	A Partnership is a voluntarily initiated cooperative agreement between two or more companies in order to create value for the customer.
	Cost Structure	The Cost Structure is the representation in money of all the means employed in the business model.
	Revenue Model	The Revenue Model describes the way a company makes money through a variety of revenue flows.

Thesis Figure 10. A table of the nine building blocks in the thesis (Table 16: The nine business model building blocks, p. 43)

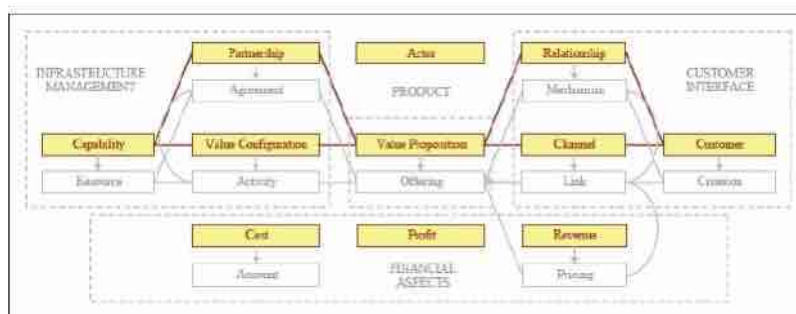


Book Figure 11. A depiction of the nine building blocks in the book (pp. 16-17)

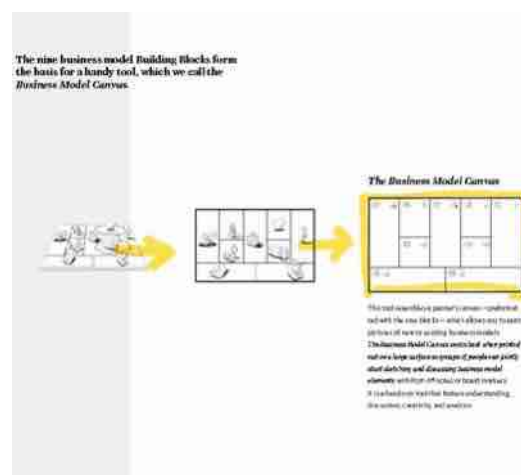
The description of the BM as a theoretical system was carried out in the thesis with its nine blocks grouped into four pillars. Tables (such as fig. 10) display definitions of each term starting by [...] “is” or “describes”. This process provides a sense of order and stability, of solid reference.

In the book, the nine elements are introduced together on the same two-page spread by order of appearance as a frieze-like narrative (fig. 11). This is already a rhetoric of these elements which are self-justified by their place in the narrative and thus do not need to be shown to belong to a higher order of things such as the thesis ontology organised by “pillars”.

2.2. A shift from a two-dimensional diagrammatic thought to 3D game-board thinking



Thesis Figure 12. The Business Model diagram (Figure 21)



Book Figure 13. The Business Model Canvas (p. 42)

Figure 12 shows a pre-designed “linear” and pre-ordained “non-linear” diagram combining both a flowchart and a network representation⁶. It is a complex representation of the inner workings of the author’s mind which are difficult to understand at first glance by the readers. It is an ambiguous structure—at the same time narrative and conceptual—of something in between a process and a system, alternately, where boxes represent participants, connecting lines represent the process that relate them, and arrows represent what participants are doing to, or for, each other.

Contrarily to the sole frontal representation of the mind’s eye of the author in the thesis, figure 13 in the book shows the same representation of a BM from three different perspectives (similarly to fig. 9). The same object is apprehended by the reader first as a perspective of a 3D set of building blocks, then as a gameboard seen from above, and finally as a canvas metaphorically described in its caption as a tool which “resembles a painter’s canvas [...] which allows you to paint pictures of new or existing business models”. As for figure 9, this succession of images in figure 13 is a message and, in addition to communicating, it is rhetorically encouraging the readers’ engagement, and is inviting them to act (as formulated in the caption, e.g. “allows you to”, “people can”, “tool that fosters”). In this narrative visual proposition, the first lefthand box is an actor, the one in the middle can be read alternately as a goal and as an actor, and the right-hand box is the ultimate goal. The whole process is unambiguously transactional and, as Barthes (1964) wrote in “Rhétorique de l’image”: “the caption helps me to choose the right level of perception; it allows me to adjust not only to my vision but also my intellection”⁷.

2.3. Comprehension of situated expression: the book augmented the thesis

As in any thesis, the researcher needed to demonstrate his academic peers-to-be that he had understood the topic he was addressing, whereas for this book to be a success the authors (the now-doctor Osterwalder and his ex-director Pigneur plus a team of designers) also needed to convince-digital natives amongst others of its practical value and ease of use in real-life environments. In other words, the book augmented the thesis with a layer of “physicality”—from comprehending, “to seize with the mind”⁷ to apprehending “to seize, either physically or mentally”⁸.

⁶ For Kress and van Leeuwen (1996) this “‘linear’ (flowchart) and ‘non-linear’ (network) representation [...] provide the reader with many choices, many paths to follow, but on the other hand tend to obscure the fact that the range of choices is ultimately pre-designed and limited” for “the taxonomy [or flowchart] is modeled on a static, hierarchical organization in which everything has its pre-ordained place in a grand scheme” and “the flowchart is modeled on a form of [...] organization which is a vast labyrinth [...] in which it is difficult, if not impossible, to form a coherent view of the whole”.

⁷ Online Etymology Dictionary.

⁸ Merriam-Webster dictionary.

This apprehension can be described in Piagetian terms as the three successive stages of human development through childhood: a body-centered stage, a visual stage and, beginning at age eleven or twelve, a symbolic stage. According to Faste (1994), efficient didactic methods should allow a circulation between these stages because “when problem solving becomes blocked at the symbolic level, humans must revert to the right brained abilities associated with these previous stages.”

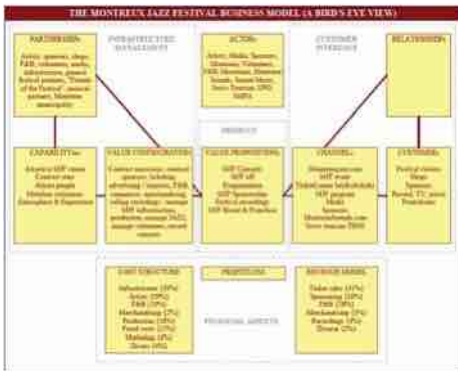


Figure 14. The Montreux Jazz Festival Business Model (Figure 52: A bird’s eye view of the Montreux Jazz Festival’s business model)

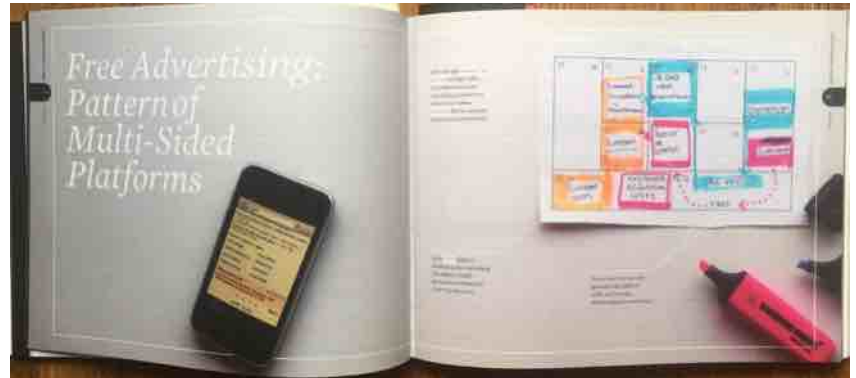


Figure 15. An example of applied Business Model to a multi-sided platform (pp. 94-95)

Figure 14 is a comprehensible although difficult to read diagram which is fully, and only, symbolic. It is as complex a representation as figure 12; in other words this “bird’s eye view” is represented as seen through the author’s mind’s eye. The problem is that what is seen through a double perspective (literally the bird’s and the author’s) has been flattened into a two-dimensional image: the representation does not represent these layers of interpretation. It leaves the reader with the problem of his/her own interpretation of reality through his/her own eyes; is what is shown real and is it the same “real” for the reader and the author? This is a design paradox that the complex composition of figure 15 helps to deliver a message in a simpler form. At first sight, this double spread composition is augmented reality in that it consists of three layers, each one of them adding information to the others. From the foreground to the background, the first layer is the photo of the smartphone; the second are the photos of the highlighters and the highlighted sketch which appear to be part of the book itself because they are under the white line framing the two pages and also because the white lines linking the captions with the images continue over them; and the third is the image of the text which is printed in the book. Thus the reader can read the text and the images, and move from one to the others, at will. He/she can alternately resort to his “right brain” or “left brain”⁹ as ambidextrous designers do when they created this image. The reader, as Barthes wrote, is enabled to chose his/her “right level of perception” between images and captions. A closer observation though shows that there is a paradox in terms of perspective for the third layer which is simultaneously positioned in the background and superimposed over the second layer by the white lines connecting captions with images; it is similar to the optical illusion of the “impossible” Penrose triangle which artist M. C. Escher contributed to popularize from its inception in the 1950s.

⁹ Advances in cognitive sciences have shown that there is actually no clear distinction between right and left brain, one main reason being brain plasticity. Thus we propose this concept as a metaphor in order to simplify our communication.

Conclusion

This case study shows how knowledge design (Schnapp, 2014), applied to the thesis Business Model Ontology, in its classical conception of “function follows form”, is a method for registering information with tools such as explanatory graphics. It also shows how design can successfully be applied to communication as in the example of the book Business Model Generation with a more modernist approach of “form follows function”. A more extensive analysis would show the other aspects of the shifts from the virtual reality of the thesis to the augmented reality of the book. For example, in the book there are numerous examples of augmented reality by adding layers of visual information (versus juxtaposition of information in the thesis) and other instances of hyperrealist photographic composition (vs. abstract diagram).

As Saussure (1916) recommended, we have proceeded to a “synchronic”¹⁰ comparative analysis between the thesis and the book. It should also be borne in mind that the process—the successive writing, editing-and-designing, and publishing of the two artifacts—were transformational and should be apprehended in a “diachronic perspective”. In other words, there was a shift from making sense of information in the thesis (sense with its dual meaning of “meaning” and “direction”) to communicating sense through senses in the book (“senses” as a plurality of meanings, and also as the vision and haptic “senses”). This aspect from comprehending to apprehending and from content-first to reader-first should also be developed. That is an approach more akin to user-centric design thinking influenced by the Peircean semiotics of the interpretant than to book publishing as creating content in the sense of an industry of prototypes in which many fail and the few happy successes make up for them.

¹⁰ “Are facts belonging to the diachronic series at least of the same order as those of the synchronic series? In no way, because we have established that changes are happening outside of all intention. On the contrary the fact of synchrony is always significant”* (de Saussure, *ibid.*).

Bibliography

- Barthes, R. (1964) Rhétorique de l'image. *Communications*, Vol. 4 n° 1, p. 40 51.
- Bertin, J. (2013) [1967] *Sémiologie graphique : Les diagrammes, les réseaux, les cartes*. Paris, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.
- Burdick, A. & Willis, H. (2011) Digital learning, digital scholarship and design thinking. *Design Studies*, n° 32.
- Drucker, J. (2014) *Graphesis*. Cambridge, Ma., Harvard University Press.
- Faste, R. A. (1994) *Ambidextrous Thinking*. New York: American society of Mechanical Engineers.
- Frankel, F. C. & Depace, A. H. (2012) *Visual Strategies*. New Haven, Conn., Yale University Press.
- Hanshaw, N. & Osterwalder A. (2015) *The Business Model Canvas. Why and how organizations around the world adopt it*. Strategyzer.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2006) [1996] *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London, Routledge.
- Larkin, J. H. & Simon, H. A. (1987) Why a Diagram is (Sometimes) Worth Ten Thousand Words, *Cognitive science*, n° 11.
- McKim, R. H. (1980) *Experiences in Visual Thinking*. Monterey, Calif, Cengage Learning.
- Morin, E. (2005) *Introduction à la pensée complexe*. Paris, Le Seuil, coll. Points.
- Osterwalder, A. (2004) *The Business Model Ontology. A Proposition in a Design Science Approach*. thèse de doctorat en Informatique de gestion, École des Hautes études commerciales de l'Université de Lausanne.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010) *Business Model Generation*. Hoboken, NJ, John Wiley & Sons.
- Oxman, R. (2002) The thinking eye: visual re-cognition in design emergence. *Design Studies*, n° 23: 135 64.
- Saussure (de), A. (1996) [1916] *Cours de linguistique générale*. éd. Tullio de Mauro, Paris, Payot.
- Schnapp, J. T. (2014) *Knowledge Design. Incubating new knowledge forms /genres / spaces in the laboratory of the digital humanities*. Hannover, Germany, VolkswagenStiftung, Herrenhausen lectures.
- Souchier, E. (2012) *La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation*, *Communication & langages*, n° 172.
- Souchier, E. (1998) *L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale*, *Les cahiers de médiologie*, n° 6.
- Wölfflin, H. (1967) *Renaissance and Baroque*. Ithaca, New York: Cornell University Press.

**Documentaliste audiovisuel.le, de 1952 à nos jours :
Une profession en quête d'identité ?
Audiovisual librarian, from 1952 until today:
A job searching for its own identity?**

Anna Tible

doctorante contractuelle en SIC

LabSIC, Université Paris 13

annatible@gmail.com

Mots-clés : documentaliste, genre, médias, archives audiovisuelles

Keywords: librarian, gender, media, audiovisual archives

Résumé :

Cette proposition s'inscrit dans le cadre d'une recherche doctorale en Information-Communication sur l'histoire de la profession de documentaliste audiovisuel.le de 1952 à nos jours. Les professionnel.le.s de la documentation participent en effet activement aux créations audiovisuelles à base d'archives dès les débuts de la télévision publique européenne.

Cette communication veut constituer un état des lieux à la fin de ma deuxième année de recherche. J'y exposerai ma problématique liée à l'histoire d'une identité professionnelle très marquée par la grande part de femmes qui l'occupe.

Abstract :

This paper is part of a PhD research about the history of the profession of audiovisual librarian, from 1952 until today. Librarians are actually taking an active part in audiovisual creations based on archives, from the very beginning of the European television.

This paper can provide a state of my research, at the end of its second year. I will expose the main problem linked to the history of a professional identity, very marked by the big part of women who are occupying the job.

Documentaliste audiovisuel.le, de 1952 à nos jours : Une profession en quête d'identité ?

Ma communication porte sur l'histoire du métier de documentaliste audiovisuel.le en France. Elle se concentre sur la construction de l'identité professionnelle collective des personnes exerçant cette activité. Cette analyse s'inscrit dans le cadre d'un Doctorat en Information-Communication sur l'histoire de la profession de documentaliste audiovisuel.le en France, de 1952 à aujourd'hui.

La méthodologie de travail est mixte. Il s'agit tout d'abord d'analyser des sources orales, obtenues avec une vingtaine d'entretiens biographiques semi-directifs auprès de documentalistes de l'Institut National de l'Audiovisuel (INA), en poste ou à la retraite, ainsi qu'auprès de documentalistes intermittent.e.s, et enfin auprès de documentalistes italien.ne.s.

Je m'appuie également sur l'étude d'un corpus constitué d'archives institutionnelles (plannings de travail, conventions collectives, comptes-rendus de comités d'entreprise...), d'archives syndicales (tracts, coupures de presse...) et de la littérature grise réalisée au sein de l'Institut National de l'Audiovisuel (INA) ou d'autres structures liées la documentation audiovisuelle (le Portail International des Archives Francophones, ou l'Institut Luce, en Italie, par exemple).

Parmi les premiers résultats de ma recherche, j'observe que le métier de documentaliste a été créé et demeure occupé en grande partie par des femmes.

À travers l'évolution de ses méthodologies et de ses pratiques, au fur et à mesure de la modernisation des supports audiovisuels, et de l'accroissement des fonds patrimoniaux, le métier a défini ses savoir-faire par le bas, à partir de volontés individuelles et loin de toute décision institutionnelle ou politique.

Même si elle s'est peu à peu constituée collectivement, la profession souffre, encore aujourd'hui, d'un manque de reconnaissance de ses pair.e.s et client.e.s dans les industries audiovisuelles et reste ignorée du grand public. En cela, les documentalistes peuvent être considérées comme un métier de l'ombre dans la création audiovisuelle.

Pour Axel Honneth, « l'histoire culturelle offre de nombreux exemples de situations dans lesquelles les dominants expriment leur supériorité sociale en ne percevant pas ceux qu'ils dominent. » (Honneth, 2004 : 138)

C'est pourquoi ma communication se focalise sur la construction de l'identité professionnelle des documentalistes audiovisuel.le.s en France, en particulier à travers leur recherche de visibilité, mais aussi, de plus en plus, de reconnaissance au sein des industries audiovisuelles, étroitement liée à la présence massive des femmes dans ce métier.

Nous analyserons donc, au cours de cette communication, comment les documentalistes ont élaboré leur identité professionnelle propre dans le monde des industries audiovisuelles depuis 1952.

De 1952 à la fin des années 1970 : Un territoire professionnel qui se construit à travers une identité de genre ?

Un métier qui se construit sur le tas

Le métier de « cinémathécaire » se constitue sur le tas, dans l'urgence, avec les moyens du bord, pour sauvegarder les films existants. En effet, les journalistes de la télévision naissante découpent directement dans les pellicules pour réutiliser des extraits de programmes déjà diffusés et ainsi éviter le coût de nouveaux tournages. Il faut donc faire face à la perte des premiers programmes télévisés et sauver ce qui peut l'être en limitant ces pratiques pour questionner la transformation des images et des sons diffusés en archives.

La cinémathèque d'Actualités¹ se met en place. Elle évolue pendant deux décennies dans une relative indifférence, comme l'expliquent Jean-Noël Jeanneney et Monique Sauvage, dans leur ouvrage *Télévision, nouvelle mémoire*, en 1982 :

« En 1952, une monteuse, Violette Franck, commence à récupérer les documents, à noter au moment de leur diffusion les éléments nécessaires à la constitution de fiches documentaires et organise, sans aucun moyen, une cinémathèque au sein du service des programmes. » (Jeanneney, Sauvage, 1982 : 213)

Un métier construit par et pour des femmes ?

La première cinémathèque de télévision est créée par des femmes, monteuses, qui s'entourent rapidement d'autres femmes. Cela semble participer à l'image du métier vu par les autres, mais aussi par les cinémathécaires elles-mêmes. Le métier de documentaliste audiovisuel.le s'inscrit donc durablement dans une identité de genre au travail, à l'image de ce que l'historienne Michelle Perrot appelle les « métiers de femme ». Ainsi, les compétences professionnelles des documentalistes prolongeraient les qualités « naturelles » de la femme bourgeoise, c'est-à-dire, comme l'explique une cinémathécaire de l'ORTF interrogée pour le magazine *Micros et caméras* en novembre 1968, « méthode, patience, et diplomatie [...], savoir être disponible sans être trop intéressée [...] »².

La connotation féminine des qualités requises pour ce métier est renforcée par la proportion écrasante de femmes qui l'occupent, alors même que l'audiovisuel - et particulièrement l'univers journalistique - est à dominante masculine. En 1976, à l'INA alors naissant, on ne dénombre que 3 hommes sur 50 documentalistes. Aujourd'hui, les hommes représentent environ 30% des effectifs. Une amélioration sensible donc, mais qui montre que l'évolution de la mixité reste très lente.

Pour Juliette Rennes,

« [...] la condamnation, au sortir de la Deuxième guerre mondiale, des exclusions légales ainsi que l'inscription, sous la forme d'une position de principe, de la non-discrimination, dans des sources enfin nobles du droit (Constitution, Statut général des fonctionnaires), n'ont pas fait disparaître les enjeux conflictuels relatifs à la délimitation des territoires masculins et féminins, ni la production continue de ségrégations sexuées au sein des espaces de travail. » (Rennes, 2007 : 171)

Le métier de cinémathécaire s'inscrit de fait dans une division du travail construite à partir des postures récurrentes des documentalistes face à leurs client.e.s journalistes et réalisateur.ice.s, en majorité des hommes pendant les premières décennies de la télévision. Certes, les cinémathécaires participent aux créations télévisées, mais elles sont considérées comme des appuis discrets au service des créateur.ice.s.

¹ À la Radio Télédiffusion Française (RTF), les programmes sont divisés en trois services, eux-mêmes répartis sur trois lieux : les Actualités (à Cognacq Jay), la Production - c'est-à-dire les œuvres de fiction (aux Buttes Chaumont) et les Kinéscopes

² Témoignage d'Arlette Javelle, cinémathécaire à l'ORTF, pour l'article de Jacqueline Guilloux, « Les inconnues dans la maison », in *Micros et caméras*, 15 novembre 1968

Dans un extrait de l'émission *Micros et caméras* diffusé sur la première chaîne le 14 février 1970, on observe ainsi le journaliste Philippe Gildas effectuer sa commande pour le journal du soir à la responsable de la cinémathèque d'Actualités, Jacqueline Boudou. La division du travail apparaît alors très verticale, à travers une relation visiblement proche de l'assistanat, où la cinémathécaire semble répondre à une commande, sans prise d'initiative visible³.

Des réseaux de solidarité féminins

Le métier demeure alors peu visible parmi les activités audiovisuelles, alors que la valeur de la reconnaissance sociale est liée « dans le contexte organisationnel [...] à la contribution que la personne apporte aux activités » (Cordelier, 2013 : 29). Or les métiers occupés par les femmes semblent essentiellement s'effectuer en *backstage*, les métiers d'hommes étant davantage visibles dans la lumière des studios de télévision. Dans le contexte d'une émancipation économique et politique des femmes, qui passe aussi par une forte mobilisation syndicale à partir des années 1960, une forme de solidarité professionnelle se met en place entre les cinémathécaires mais aussi avec d'autres professions féminines, monteuses et scriptes en particulier. De telle sorte que se produise peu à peu « l'acte de reconnaissance [qui] est [...] l'expression visible d'un décentrement individuel que nous opérons en réponse à la valeur d'une personne ». (Honneth, 2004 : 150)

Alors que les métiers occupés par des femmes semblent essentiellement s'effectuer en *backstage*, les métiers d'hommes sont davantage visibles dans la lumière des studios de télévision. Dans le contexte d'une émancipation politique des femmes, qui passe aussi par une forte mobilisation syndicale à partir des années 1960, une forme de solidarité professionnelle se met en place entre les cinémathécaires mais aussi avec d'autres professions féminines, monteuses et scriptes en particulier.

La profession est marquée précocement par le syndicalisme puisqu'à l'origine, Violette Franck est aussi créatrice du Syndicat national de la Radiodiffusion, de la Télévision et de l'Audiovisuel (SNRT⁴). Elle occupe un rôle très important dans les mouvements de l'Office de Radio Télévision Française (ORTF) en 68. Aujourd'hui encore, le poids des syndicats reste très fort à l'INA, avec une forte prédominance de la Confédération Générale du Travail (CGT) et de la Confédération française démocratique des travailleurs (CFDT), qui semblent jouer un rôle très important dans les trajectoires professionnelles des documentalistes. Dans les années 1960, les femmes de télévision se sont constituées en réseaux informels de résistance, à l'image d'« une nouvelle génération de femmes syndicalistes [qui] se forge dans la foulée du mouvement de mai-juin 1968 » (Gallot, 2015 : 1986). Les cinémathécaires, scriptes et monteuses s'engagent en grand nombre dans les mobilisations collectives, syndicales et politiques, qui animent les premières décennies de télévision française. Très vite, ces engagements prennent une forme féministe. Par la suite, dans les années 1970, l'histoire de la profession de documentaliste est aussi marquée par de nombreux mouvements sociaux :

« Moi, j'ai commencé en septembre 1977 et je crois qu'il y a eu un mouvement de grève en février 1978, il y en a eu un autre en 1979 (rires), et des grèves qui duraient quinze jours-trois semaines et hyper dures, avec occupation des locaux, manif, dans la plus pure tradition quoi⁵. »

Le métier de cinémathécaire, et ses savoir-faire, semble extrêmement peu visibles dans les espaces professionnels de l'audiovisuel des premières décennies 1950-1970. Ce qui explique que les professionnel·les de la documentation développent différents mécanismes afin d'affirmer leur place dans la création de programmes.

³ Cet extrait de l'émission *Micros et caméras* a été diffusé le 14 février 1970 sur la première chaîne et est disponible sur le site ina.fr : <http://www.ina.fr/video/i00006971>

⁴ Le SNRT est la branche du syndicat national CGT créée spécifiquement pour le milieu de l'audiovisuel

⁵ Entretien avec une documentaliste de l'INA, le 18 juin 2018

1974 - 1995 : Autonomie et structuration de la profession dans le contexte de l'INA

En 1974, à la suite de l'éclatement de l'ORTF, l'Institut National de l'Audiovisuel (INA) est créé pour prendre en charge la conservation et l'archivage des programmes audiovisuels. Dans le cadre de la nouvelle institution, elle va aussi devenir plus visible. Cependant, elle a toujours du mal à gagner une véritable reconnaissance, comme en témoignent les conditions de travail aléatoires des documentalistes.

Créer des outils pour répondre à l'urgence des besoins des journalistes et réalisateur.ice.s

Dans une note d'information interne de 1975 à l'INA, il est indiqué que

« Les analystes de documentation sont chargés, à tour de rôle, d'analyser et d'indexer les émissions diffusées à la télévision, puis de fournir ces émissions, tout ou en partie, aux réalisateurs, journalistes, chercheurs, etc...qui en font la demande⁶. »

Cette relation d'appui des documentalistes aux créateur.ice.s ne s'effectue pas toujours avec des conditions de travail optimales. Leurs horaires de travail débordent beaucoup du cadre classique d'une journée de bureau. En effet, le travail documentaire est organisé en fonction des besoins des chaînes télévisées, en particulier dans le cadre des émissions d'actualités, du début du Télématin, à 5h, au dernier journal de la journée, vers 23h. Des permanences et des astreintes sont donc imposées, par roulement, les soirs et week-end.

En regard, les documentalistes développent leurs propres, les documentalistes développent leurs outils dès les années 1970, mais de manière très autonome :

« [A propos des années 1970] Ma hantise c'était Antoine Pinay⁷. C'était un vieux monsieur, je me suis dit, celui-là, s'il meurt un week-end, on est foutu, tous les films sont à Bry-sur-marne⁸. Alors on a commencé comme ça à créer des « bout-à-bout⁹ », en plus du travail courant, toujours en plus parce qu'on voulait répondre au mieux aux commandes [des journalistes]¹⁰. »

À partir de 1975, avec le soutien d'informaticiens, les documentalistes de l'INA créent une base de données audiovisuelles informatisée inédite, IMAGO, qui constitue le premier thesaurus (ensemble de mots-clefs) audiovisuel en France. À travers cette structuration inédite des fonds, les documentalistes commencent à être reconnues collectivement pour leurs compétences techniques.

Cependant, l'évolution des outils relève essentiellement de volontés individuelles, comme en témoigne cette documentaliste de l'INA à la retraite :

« [À propos des années 1975-1995] On était en pleine autogestion, les grands cadres n'étaient pas là, ils étaient aux Buttes Chaumont, à Bry-sur-Marne, etc. [...] Le problème, c'est qu'on avait des décisions à prendre tout seuls, quand il fallait réorganiser quelque chose, il fallait les convaincre de notre demande¹¹. »

Face à cette modernisation et à l'homogénéisation des outils initiées par les professionnel.le.s elles et eux-mêmes, les réalisateurs des fictions et des émissions documentaires de la télévision française prennent conscience du potentiel succès public des émissions et documentaires intégrant des archives audiovisuelles pour traiter des thématiques historiques ou de société. Les demandes en archives ne cessent donc de se multiplier (simultanément à la croissance du nombre de chaînes). Mobilisées autour de l'affirmation de leur savoir-faire, les documentalistes audiovisuel.le.s s'intègrent progressivement aux collectifs de production et développent aux pratiques de collaboration entre professions de la création audiovisuelle.

⁶ Note d'information interne à l'INA, 1975, Archives institutionnelles de l'INA

⁷ Antoine Pinay (1891-1994) était un homme politique français, Ministre des Finances de De Gaulle, de 1958 à 1960.

⁸ A Bry-sur-Marne avaient été regroupés une grande partie des archives de l'INA, alors que les documentalistes du service des Actualités travaillaient rue Cognac-Jay, à Paris. Des coursiers faisaient le relais entre les deux lieux en semaine, mais c'était beaucoup plus compliqué le week-end.

⁹ Un « bout-à-bout » est un montage d'archives bout-à-bout, réalisé avec des monteur.se.s, qui ont notamment servi aux documentalistes, dans les années 1975-1995, à répondre aux demandes des journalistes dans le cadre de commémorations ou d'hommages.

¹⁰ Entretien avec une documentaliste de l'INA à la retraite, le 6 décembre 2017

¹¹ Entretien avec une documentaliste de l'INA à la retraite, le 6 décembre 2017

La constitution d'un esprit de corps

La création de l'INA comme institut autonome va favoriser le développement d'un esprit de corps entre professionnel.le.s : « On fonctionne beaucoup par métier, oui oui. Il y a toujours des moments de convivialité, il y a toujours des pots, des trucs à fêter, voilà¹²... »

Selon Claude Dubar, « Pour réaliser la construction biographique d'une identité professionnelle et donc sociale, les individus doivent entrer dans des relations de travail, participer sous une forme ou une autre à des activités collectives dans des organisations, intervenir d'une manière ou d'une autre dans des jeux d'acteurs. » (Dubar, 1991 : 111)

L'un de ces moments-clés instituant l'identité collective est celui du conflit. Or, dans la lignée des mouvements sociaux des années 1970, les analystes de documentation mènent une longue grève en novembre 1981, dans le contexte de l'arrivée de la gauche au pouvoir au mois de mai précédent. À la suite des mouvements sociaux des années 1970, les analystes de documentation mènent une importante grève en novembre 1981. Pendant plusieurs semaines, les professionnel.le.s se retrouvent autour de la volonté de faire « reconnaître les diplômes des femmes¹³ ». En effet, elles et ils dénoncent alors les inégalités dans les grilles d'avancement entre leur catégorie professionnelle et celle des techniciens de l'audiovisuel, davantage occupée par des hommes, qui évolue beaucoup plus et beaucoup plus vite, alors que les deux professions sont recrutées, en théorie, à un niveau bac+2. Or, les documentalistes sont, en règle générale, beaucoup plus diplômé.e.s que le niveau requis pour leur entrée en poste¹⁴.

Par ailleurs, le nombre de documentalistes qui travaillent comme intermittent.e.s se développe avec la création des chaînes privées au début des années 1980. Contrairement aux documentalistes de l'INA, ces professionnel.le.s semblent très peu syndiqué.e.s.

La loi sur le dépôt légal audiovisuel : une avancée décisive pour la reconnaissance professionnelle

Dès les années 1980, les cadres documentaires mettent en place des réunions d'indexation pour structurer et homogénéiser leurs outils, face à la multiplication des besoins urgents.

Peu à peu, outre les professionnel.le.s de l'audiovisuel, des chercheurs en Sciences Humaines et Sociales, dans le sillage de l'historien Marc Ferro [Cinéma et Histoire, 1977], prennent aussi conscience de l'intérêt des ressources audiovisuelles. Cette appétence inédite et croissante est notamment permise par l'important travail de médiation et de valorisation réalisé par les documentalistes de l'INA, qui enrichissent régulièrement leurs bases de données.

Avec la mise en place du dépôt légal audiovisuel en 1995, suite à la loi du 20 juin 1992, les documentalistes doivent également prendre en charge la constitution et la contextualisation du patrimoine audiovisuel dans son ensemble. Les documentalistes participent donc désormais aussi à la structuration et à la transmission des informations sur les supports et les contenus audiovisuels, face au nouveau public des chercheurs :

« Il a fallu, déjà, faire beaucoup d'acculturation... montrer [aux universitaires] les bases existantes de l'époque, ces archives qui étaient là, leur expliquer comment elles étaient construites, comment étaient structurées les données...les règles et usages en termes de description... [...] enfin bref, il a fallu leur expliquer tout ça...et à partir de tout ça, discuter avec eux de savoir ce qui les intéressait dans la manière de faire traditionnelle de l'INA, et ce qu'ils voudraient en plus ...grosso modo, c'était ça... »¹⁵

Les documentalistes et cadres documentaires du dépôt légal naissant inaugurent alors de nouvelles pratiques documentaires, en cherchant à adapter les niveaux de description documentaire aux besoins de la recherche. Cette extension de leurs missions va constituer la base d'une meilleure légitimité professionnelle.

¹² Entretien avec une documentaliste de l'INA en fin de carrière, le 18 juin 2018

¹³ Tract diffusé à l'INA, le 16 novembre 1981, lors d'un mouvement de grève de plusieurs semaines pour l'égalité de traitement salarial et d'évolution entre les analystes de documentation et les techniciens, embauchés théoriquement au même niveau d'études.

¹⁴ La majorité (20 sur 25) des documentalistes interrogé.e.s, ont été recruté.e.s avec un niveau bac +5 au minimum.

¹⁵ Entretien avec une documentaliste de l'INA, le 12 décembre 2018.

1995 à aujourd'hui : Une profession en quête de reconnaissance

À partir de la création du service du dépôt légal, la profession se met en quête d'un meilleur encadrement statutaire, et à travers lui, d'une reconnaissance plus explicite. D'autant que leur effectif augmente : En 2007, on compte 167 documentalistes à l'INA et environ 120 en intermittence¹⁶. Il s'agit de la population professionnelle la plus nombreuse de l'Institut. Dans le cadre du plan de sauvegarde et de numérisation des archives (PSN), mis en place à partir de 1999 à l'INA, puis de la création des plateformes de contenus inamediapro.com, en 2003, et ina.fr, en 2006, les documentalistes doivent redéfinir leur rôle à jouer dans les créations audiovisuelles à base d'archives.

L'identité professionnelle apparaît d'autant questionnée que la dénomination de la profession a régulièrement changé depuis ses débuts, de cinémathécaire de 1954 à 1974, à documentaliste multimédia depuis les années 2010, en passant par analyste de documentation de la création de l'INA aux années 1990, puis documentaliste audiovisuel. Pour les intermittent.e.s, on utilise même la dénomination de chercheur.

La question de la formation

Dès la création du métier, des pratiques de transmission sur l'histoire et les méthodologies documentaires se diffusent entre documentalistes. En effet, les savoir-faire se constituent sur le tas et la transmission se réalise également en premier lieu de manière informelle, à l'écart des cadres institutionnels. Les choses évoluent à partir de 1982, avec la mise en place d'un stage d'adaptation à la documentation audiovisuelle de six semaines pour les documentalistes entrant.e.s dans la profession. À partir des années 1990, plusieurs documentalistes prennent en charge la formation continue des professionnel.le.s en proposant aux cadres de l'INA divers ateliers sur les pratiques et méthodologie d'analyse et d'indexation documentaire.

Pour Everett Hughes, le passage par une formation professionnelle, induit un « modèle » de socialisation professionnelle (Hughes in Dubar, 1991: 120). On peut se demander aujourd'hui si l'évolution et la spécialisation de la formation professionnelle peuvent faire évoluer cette situation : C'est le cas à partir de décembre 1997, quand l'INA ouvre une formation initiale inédite de documentation audiovisuelle. Il s'agit d'une licence professionnelle, en collaboration entre l'INA et l'Institut national des techniques de documentation (INTD), qui formait jusqu'à présent les documentalistes « traditionnel.le.s ».

Redéfinir les compétences professionnelles

Peu à peu constituée en corps, la profession continue à souffrir d'un manque de reconnaissance de ses pairs et client.e.s et elle reste largement ignorée du grand public. En cela, elle peut être considérée comme un métier de l'ombre de la création audiovisuelle.

Ce manque de reconnaissance est perceptible si on analyse la place des documentalistes dans les génériques des documents à base d'archives, comme l'explique cette documentaliste intermittente :

« C'est marrant quand vous regardez les génériques par exemple, la place des documentalistes...d'une société à l'autre, ça varie complètement. Même sur un film où il n'y a que des archives où théoriquement, vous devez être au début du générique...[...] mais il y a des sociétés de production qui mettent les documentalistes en fin de générique...parce que personne n'y réfléchit, personne n'y pense...¹⁷»

Les documentalistes qui travaillent en contrat dans des centres d'archives ne sont d'ailleurs pas nécessairement citées au générique, au profit du nom du centre d'archives dans lequel elles et ils travaillent.

Ainsi, comme le résume cette documentaliste de l'INA à la retraite,

« La documentation, c'est du travail qui ne se voit pas, ça se voit quand le travail n'est pas fait.

¹⁶ D'après une enquête du PIAF réalisée en 2007, intitulée « Enquête sur le métier de chercheur-documentaliste de l'audiovisuel »

¹⁷ Entretien avec une documentaliste intermittente, le 21 décembre 2018 Entretien avec une documentaliste de l'INA à la retraite, le 6 décembre 2017

Quand on trouve ce qu'on veut, ça semble évident. Alors qu'il y a tout le travail derrière qui est long, très long.¹⁸» Et comme l'évoque une autre en fin de carrière « En fait, je crois que c'est un métier où il ne faut absolument pas avoir d'ego », à l'image d'un métier de l'ombre, qui s'effectue en backstage, dans les coulisses de la création. Finalement, la profession semble s'inscrire dans ce que Dominique Pasquier nomme les « tensions entre professions visibles et invisibles » dans la fabrique de la télévision (Pasquier, 2008). Cette confrontation, indirecte, apparaît particulièrement juste dans le travail mené par les documentalistes, dans l'ombre de leurs clients, réalisateurs, journalistes, ou producteurs. Depuis les années 2000, et particulièrement face aux nouveaux enjeux du numérique, les documentalistes cherchent à redéfinir leurs compétences professionnelles et à les rendre plus visibles, comme l'exprime ce tract de la CFDT-INA du 25 juin 2012 : « Pour la CFDT, il est légitime de prendre acte de la profonde mutation du métier de documentaliste audiovisuel à l'INA depuis les années 80 : toujours plus de polyvalence sur les fonds, enrichis notamment par des mandats, et vis-à-vis des usagers et clients [...], toujours plus de maîtrise d'applications informatiques, toujours plus de réactivité et de technicité. ¹⁹»

Risques et opportunités des évolutions numériques pour la profession

En 1999, l'association Focal-France est créée : elle devient le Portail International des Archives Francophones (PIAF) en 2006. L'association se définit comme un regroupement de centres d'archives audiovisuelles et de leurs utilisateurs, essentiellement des documentalistes-rechercheurs, ainsi qu'une réunion de producteurs et d'acteurs des métiers de l'audiovisuel. Appartiennent aussi à ce groupe des documentalistes en poste et à la retraite de l'INA. PIAF s'investit pour définir la profession, avec la volonté d'affirmer sa visibilité dans les industries audiovisuelles. L'idée centrale est qu'il faut se constituer en groupe professionnel pour être reconnu par les autres professions de l'audiovisuel et faire valoir ses compétences. Cette volonté est renforcée par le sentiment de concurrence que peuvent ressentir aujourd'hui les professionnels face à l'intelligence artificielle dans le cadre des évolutions technologiques depuis la numérisation des fonds d'archives. Leur crainte concerne particulièrement le développement de logiciels de reconnaissance automatique sur les images, qui remettent en question les tâches d'indexation, comme l'explique cette documentaliste de l'INA : « [...] À l'INA, les postes de documentalistes sont vraiment remis en question. [...] Mais, fatalement, ça va arriver, avec l'intelligence artificielle, les imports, ça va faire qu'il y aura moins besoin de gens sur l'indexation...C'est un métier qui va changer, il va pas disparaître mais on n'a pas besoin de 180 personnes pour valoriser le fonds, je pense pas. [...] donc il faut avoir un savoir que les méchantes machines, elles auront pas²⁰. » Toutefois, plusieurs des documentalistes interrogés admettent aussi que les plateformes d'archives sur le web donnent une vraie visibilité aux fonds audiovisuels, et au travail de structuration et d'organisation de ces fonds en corpus réalisé par les documentalistes, en vue d'événements, d'hommages ou de commémorations par exemple. Enfin, le développement des réseaux sociaux depuis les années 2010 peut aussi être perçu par les plus jeunes comme un lieu d'entraide entre professionnels, qui s'y échangent, à travers les pages Facebook et les comptes Twitter des offres d'emploi, ou qui y valorisent leur expérience et leurs compétences, à l'attention des recruteurs.

Conclusion

En conclusion, malgré ses évolutions, la profession de documentaliste reste une profession de backstage, à l'image des « hidden professions » analysées par Andy O'Dwyer et Tim O'Sullivan²¹ (O'Dwyer, O'Sullivan, 2013), que l'analyse par le genre des personnes qui l'exercent majoritairement semble confiner à cet arrière-plan. L'analyse des carrières individuelles des documentalistes audiovisuels, et de la difficile construction de leur identité professionnelle, reflètent donc des défis majeurs, en particulier vis-à-vis d'une division sexuée du travail qui semble inscrite dans l'histoire des industries audiovisuelles et culturelles.

¹⁸ Entretien avec une documentaliste de l'INA à la retraite, le 6 décembre 2017

¹⁹ Tract de la CFDT-INA, 25 juin 2012, Archives institutionnelles de l'INA

²⁰ Entretien avec une documentaliste de l'INA, le 14 décembre 2018

²¹ Andy O'Dwyer, Tim O'Sullivan dir., Dossier « The hidden professions of television », in VIEW, 2013, volume 2, <http://viewjournal.eu/hidden-professions-of-television>, consulté le 10/06/2018

Bibliographie

- Bachimont B. (2017), *Patrimoine et numérique technique et politique de la mémoire*, Éditions de l'INA
- Bard C. (dir.) (2012), *Les féministes de la deuxième vague*, Presses Universitaires de Rennes, Archives du féminisme
- Blandin C., Lévêque S., Maessi S., Pavard B. (dir.) (2017), « Féminismes », *Le temps des médias*, n° 29, Nouveau Monde Editions
- Bouquillion P. (2008), *Les industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme*, Presses Universitaires de Grenoble
- Bourdon J. (1991), « Les techniques de production et les professionnels à la télévision française depuis 1974 », in *Réseaux*, hors-série, pp. 11-26.
- Cacouault-Bitaud M. (2001), « La féminisation d'une profession est-elle le signe d'une baisse de prestige ? », in *Travail, genre et société*, n° 5, pp. 91-115
- Chambat-Houillon M.-F., Cohen E. (2013), « Archives et patrimoines visuels et sonores », *Sociétés & Représentations*, Éditions de la Sorbonne, n° 35, pp. 7-14
- Cordelier B. (2013), « Mise en invisibilité des individus et reconnaissance des activités. Un cas d'implantation du dossier patient numérique », in *Communication et organisation*, 2013/2, n° 44, p. 29
- D'almeida F., Delporte C. (2010), *Histoire des médias, de la Grande Guerre à nos jours*, Paris, Flammarion, coll. Histoire et actualité
- Damian-Gaillard B., Frisque C., Saitta E. (2010), *Le journalisme au féminin : Assignations, inventions, stratégies*, Presses universitaires de Rennes
- Dubar C. (1991), *La socialisation : construction des identités sociales et professionnelles*, Armand Colin
- Dupont B. (2018), "This is me not caring" : La négociation des compétences dites féminines dans le monde professionnel de *The Good Wife*, *Genres en série*, n° 8
- Ferro M. (1993) [1977], *Cinéma et Histoire*, Gallimard
- Gallot F. (2015), « Un processus ambigu. Freins et incitations à la promotion des ouvrières dans les syndicats durant les années 1970 », in *Agone*, n° 56
- Hoog E. (2006), *L'INA*, PUF, coll. « Que sais-je ? »
- Honneth A. (2004), « Visibilité et invisibilité. Sur l'épistémologie de la "reconnaissance" », in *Revue du MAUSS*, 2004/1, n° 23
- Jeanneney J.-N., Sauvage M. (1982), *Télévision, nouvelle mémoire, les magazines de grands reportages 1959-1968*, Paris, Seuil
- Jeanneney J.-N. (2011) [1996], *Une histoire des médias, des origines à nos jours*, Seuil
- Lécosais S., Quémener N. dir. (2018), *En quête d'archives, bricolages méthodologiques en terrain médiatique*, Paris, INA
- Maruani M. dir. (2005), *Femmes, genre et sociétés, l'état des savoirs*, Paris, La Découverte
- Naudier D., Rollet B. dir. (2007), *Genre et légitimité culturelle, Quelle reconnaissance pour les femmes ?*, L'Harmattan
- O'Dywer A., O'Sullivan T. (2013), Dossier « The hidden professions of television », in *VIEW*, volume 2, <http://viewjournal.eu/hidden-professions-of-television>, consulté le 10/06/2018
- Pasquier D. (2008), « Conflits professionnels et luttes pour la visibilité à la télévision française », *Ethnologie française*, 1 (Vol. 38), pp. 23-30
- Perrot M. (1987), « Métiers de femmes », *Le Mouvement social*, n° 40, juillet-septembre
- Peyrin A. (2008), « Démocratiser les musées : une profession intellectuelle au féminin », in *Travail, genre et société*, n° 19, pp. 65-85
- Sinigaglia-Amadio S., Sinigaglia J. (2015), « Tempo de la vie d'artiste : Genre et concurrence des temps professionnels et domestiques », *Cahiers du Genre*, n° 59, pp. 195-215
- Veyrat-Masson I. (2000), *Quand la télévision explore le temps*, Fayard

IV. Littécraties

Editions presse

Le management de la presse et la place des données personnelles : cadrage théorique

Press management and the position of personal data: theoretical framework

Cassandra Burnier,

doctorante

ReSIC – Université Libre de Bruxelles

cburnier@ulb.ac.be

Mots-clés : médias, management, données, publics

Keywords: management, media, data, audience

Résumé :

Dans un contexte médiatique en pleine mutation, l'entreprise de presse doit adapter ses pratiques de production avec les technologies du numérique, trouver un nouveau modèle d'affaires et repenser ses rapports avec les lecteurs. Ces derniers ont été placés au centre des préoccupations et une connaissance plus approfondie de leurs profils, attentes et besoins représentent un enjeu crucial quant à la survie de l'entreprise. Nous nous interrogeons sur la manière dont l'entreprise de presse, à travers les pratiques et les discours de ses managers, va se structurer et s'organiser autour des données personnelles sur les publics, lecteurs du journal papier et/ou numérique.

Abstract :

In a changing media context, the media company must adapt its production practices with digital technologies, find a new business model and rethink its relationships with audiences. The latter have been placed at the center of attention and a more in-depth knowledge of their profiles, expectations and needs is a crucial issue for the organization's survival. We are therefore wondering how the press company, through the practices and speeches of its managers, will structure itself and organize itself around personal data on the public, readers of the paper and/or digital newspaper.

Le management de la presse et la place des données personnelles : cadrage théorique

Introduction

Suite aux bouleversements technologiques, économiques et sociaux que l'écosystème médiatique a subi avec l'avènement d'internet, un nouveau paradigme s'est instauré, mettant le consommateur au cœur du système, au centre des préoccupations. Le point de départ des mutations caractérisant le paysage médiatique contemporain se situe, selon nous, dans les années 1990-2000 avec la numérisation de l'information, c'est-à-dire sa transcription en langage binaire (Shapiro et Varian, 1999, in Sonnac, 2013), et sa transmission par internet. Cette technologie est, au sens de Curien et Muet (2004, in Sonnac, 2013), une révolution puisque son apparition et sa diffusion ont engendré des changements dans la façon de produire et de consommer l'information. Les transformations de l'écosystème médiatique peuvent être analysées selon trois niveaux : « technologique (innovation, développement des TIC, nouveaux supports), économique (modèle d'affaires, externalités de réseau, nouveaux entrants) et sociétal (nouveaux usages, interactivité) » (Sonnac, 2013). Du point de vue du management des médias, les principes du fordisme¹ se sont trouvés contre-productifs. « La demande, devenue fluctuante et incertaine, a rendu la production de masse standardisée incompatible avec les besoins des consommateurs et, partant, les modes d'organisation (tayloriens) du travail inadéquats » (Fauré et Arnaud, 2014, p. 57). L'entreprise de presse est amenée à repenser sa structure managériale ainsi que son modèle économique.

Plus précisément, « force est de constater que la rationalité des modèles économiques substituant une logique d'audience à celle de l'accès conduit à un traçage marchand des individus, et que cette évolution s'effectue de manière concomitante à l'apparition de pratiques sociales dont les motivations ont également pour conséquence une profusion des traces personnelles sur Internet » (Kessous, 2012, p. 16). Par leur consommation numérique, les usagers laissent de nombreuses traces, volontaires ou non, que les entreprises ont intérêt à capter « car elles constituent potentiellement une source de production et/ou d'amélioration de son capital intellectuel » (Vayre, 2015, p. 101). Ces traces d'usage vont permettre aux managers de développer des connaissances sur les comportements et les motivations des consommateurs, et ainsi les aider à anticiper leurs actions et à s'adapter à leur environnement (Vayre, 2015, p. 102). En outre, les possibilités d'exploitation des DP – personnalisation de la relation client, marketing ciblé, traçabilité des parcours et retours clients, etc. (Lemberger et al., 2016, p. 14) - « permise par le développement de l'information puis de la télématique », constituent « un enjeu sociétal dans le contexte de l'économie numérique » (Rochelandet, 2010, p. 3).

Dans ce contexte, nous nous interrogeons sur la façon dont l'entreprise de presse va se construire et s'organiser au regard des données personnelles (DP)² recueillies sur les lecteurs. Nous savons déjà que le « marketing des traces » - qui repose non plus sur la segmentation mais sur les traces laissées par les usagers – « vise à approfondir la relation de personnalisation que permet déjà la carte de fidélité » (Kessous, 2012, p. 59) et se développe avec la diversité des données disponibles (consultation de sites en temps réel, nombre de visites hebdomadaires sur le site, type de contenus consultés, etc.). Nous aimerions maintenant comprendre comment, au-delà du département marketing, les DP vont circuler dans l'entreprise et la place qu'elles vont occuper dans les pratiques et les discours managériaux.

¹ Le principe économique majeur mis en place par Henry Ford était le suivant : « la production de masse génère de la consommation de masse qui, à son tour, stimule la production de masse », constituant ainsi une « spirale vertueuse » (Scieur, 2008, p. 19).

Les « données personnelles » ou « données à caractère personnel » sont définies, selon le Règlement Général sur la Protection des Données² (RGPD), règlement européen mis en application en mai 2018, venant renforcer l'ancienne loi belge sur la vie privée, URL : <https://www.autorite-protectiondonnees.be/donnee-a-caractere-personnel>, de la manière suivante : « C'est toute information se rapportant à une personne physique susceptible d'être identifiée, directement ou indirectement. La notion de données personnelles est donc très large. Aucune différence n'est faite entre des informations confidentielles, publiques, professionnelles ou non professionnelles ». Les données peuvent être classées selon la dichotomie objective/subjective et être notamment des données sociodémographiques, d'identification, de contact et comportementales (Rochelandet, 2010, p. 13).

L'intuition de recherche est que l'entreprise de presse va récolter et générer des DP sur ses lecteurs avec l'objectif de mieux les connaître et d'ainsi répondre à la demande (selon leurs goûts et préférences), mais que dans les faits, les managers ne vont pas faire usage de ces données à cause de dynamiques sociales internes à l'entreprise (résistances et contraintes). Ce qui pose in fine le problème de l'usage de ces DP dans le contexte de l'entreprise.

La conception théorique de l'objet de recherche prendra dès lors appui et fera le lien entre les sciences de gestion et les sciences de l'information et de la communication. Il s'agira de préciser les notions de management au regard des théories des organisations et d'entreprise de presse par le biais des industries culturelles.

Du point de vue méthodologique, ce projet de thèse s'inscrit dans une démarche empirique, visant à mettre en perspective les données recueillies sur le terrain avec certaines théories des organisations et de la communication, et cela de manière itérative. L'approche ethnographique par l'observation des pratiques des acteurs en entreprise initiera la recherche sur le terrain et sera suivie d'une analyse de discours des procès-verbaux de comités de direction afin d'analyser la place des DP dans le management de la production de l'information.

En définitive, l'objectif premier de la thèse est très nettement de participer au développement de la connaissance sur les pratiques managériales des médias, pour lesquelles l'intérêt est croissant (Picard, 2008, p. 664). Toutefois, la littérature scientifique sur le sujet est inexistante en Belgique francophone. Par ailleurs, comme le soulignait Mintzberg en 1989, « il existe si peu d'études sur ce que le manager fait réellement », beaucoup plus « sur ce que les managers sont censés faire » (Mintzberg, 2004, p. 22). Le second objectif vise à aborder la problématique des données personnelles dont il s'agira de voir si elles constituent, dans l'entreprise de presse, des big data selon les caractéristiques principales déterminées par des spécialistes d'IBM, les « 3V » pour volume, vitesse et variété (Lemberger et al., 2016, p. 17).

Le management de l'entreprise de presse : une approche conceptuelle

Sans revenir sur la généalogie du concept d'industrie culturelle qui a fait l'objet d'une précédente communication (Burnier, 2019), nous pouvons brièvement définir l'entreprise de presse en tant qu'industrie culturelle de la manière suivante : une entreprise productrice de contenus informationnels, résultants d'un travail intellectuel, produits et diffusés en masse « selon une gestion industrielle gouvernée par la rationalisation instrumentale » (Voirol, 2010, p. 28), dont la demande est fortement aléatoire (les goûts et les attentes étant imprévisibles) et inélastique (peu sensible aux variations de prix), et l'offre en constant renouvellement (l'information ayant une durée de vie très courte). Le modèle se situe entre la logique de flot - c'est-à-dire la possibilité de diffuser massivement une seule copie - et la logique éditoriale qui ne permet de diffuser qu'une copie individualisée de l'œuvre, comme le journal, ou un nombre réduit de copies avec un accès restreint (Tremblay, 2008, p. 72; Guibert, Rebillard et Rochelandet, 2016, p. 159). Les médias se différencient des autres industries, manufacturières notamment, parce qu'elles exercent « des fonctions culturelles et sociales et sont, de ce fait, animées par des incitations de nature non pécuniaire », tout en étant soumises aux mêmes contraintes économiques rencontrées dans les domaines financiers ou de direction (Picard, 2008, p. 664).

Le management est, selon Boltanski et Chiapello (2011, p. 100), le mécanisme global « à même d'inspirer toutes les fonctions de l'entreprise », dont les frontières qu'il partage avec la stratégie d'entreprise d'une part, et la gestion des ressources humaines (GRH) d'autre part, sont parfois très minces.

Le concept de GRH, qui se situe à cheval entre les sciences de gestion et les sciences sociales, est lui-même un objet protéiforme, désignant « à la fois les pratiques de gestion de la main-d'œuvre et une discipline des sciences de gestion » (Dietrich et Pigeys, 2016, p. 3). « Le management dans son ensemble implique une réflexion portée sur les structures, le comportement, la stratégie et les processus de décision » (Deslandes, 2008, p. 7).

En sciences de gestion, les études en management ont été initiées dès le début du 20^e siècle avec Henry Fayol, Frederick W. Taylor, Chester I. Barnard, Mary P. Follett et Peter F. Drucker. Ces précurseurs « ont développé une vision positiviste, plutôt scientifique du management, dans une perspective résolument fonctionnaliste » (Charreire Petit et Huault, 2017).

Il est dès lors difficile d'aller plus loin dans le management sans préciser la notion d'organisation. Management et organisation sont indissociables car « ce qui distingue, avant tout, une organisation formelle d'un quelconque rassemblement d'hommes – d'une foule, d'un groupe informel – c'est la présence d'un système d'autorité et d'administration, personnifié par un ou plusieurs managers dans une hiérarchie plus ou moins structurée et dont la tâche est d'unir les efforts de tous dans un but donné » (Mintzberg, 2004, p. 21). Barnard est le premier auteur à donner une définition précise de l'organisation : c'est un « système d'activités ou de forces consciencieusement coordonnées d'au moins deux personnes, en vue d'atteindre une ou plusieurs finalités » (Barnard, 1938, in Barabel, 2017a, p. 18). De cette définition, ressort l'idée de coopération qu'il présente comme un « ensemble d'actions finalisées réalisées conjointement par deux ou plusieurs personnes mobilisant des facteurs biologiques, physiques et sociaux » (Barabel, 2017a, p. 20). Les analyses ne comportent pas jusqu'alors les interactions entre acteurs ni le contexte de ces interactions. L'environnement comme facteur d'évolution sera pris en compte grâce notamment à Howard E. Aldrich et Henry Mintzberg. Ce dernier accorde « une place importante aux phénomènes émergents et au rôle de l'intuition pour faire face à un environnement incertain, complexe, changeant et ambigu » (Barabel, 2017b, p. 136). L'« écosystème médiatique » (Sonnac, 2013) correspond à cet environnement complexe, en pleine mutation (Le Floch et Sonnac, 2013, p. 3), fait d'incertitudes dues notamment aux technologies et innovations ainsi qu'à la demande aléatoire.

Cependant, le management des médias est une jeune discipline. « Contrairement à l'économie des médias qui, depuis son émergence dans les années 1970, a acquis un ensemble établi d'approches théoriques et une littérature abondante, le management des médias en est encore à ses balbutiements » (Küng, 2017, p. 3). C'est, par ailleurs, un champ sous-exploré et sous-théorisé, les spécialistes du management ayant largement négligé l'industrie des médias jusqu'à présent (Cottle in Küng, 2017).

Prenons, à titre d'exemple et dans le but de mieux comprendre l'importance du management dans les médias, le cas de la société anonyme Rossel, qui est gérée selon une structure matricielle. La structure matricielle, qui est la combinaison de deux structures, fonctionnelle et par projet, implique que chaque salarié dépend de deux autorités distinctes, le chef de projet et le chef de fonction (finance, IT, marketing, etc.). L'organisation matricielle est favorisée dans un environnement changeant et incertain – à l'instar du secteur médiatique – car elle est orientée vers le développement de projets complexes nécessitant de multiples collaborations et permet de faire face aux impératifs de flexibilité (Barabel et Meier, 2015, p. 108). Chaque projet se forme à partir d'un chef de projet et d'un comité de direction, autour d'une équipe temporaire, et se dissout une fois le projet achevé. Concrètement, à Rossel, se trouve le département « Recherche » qui est chargé de l'analyse des audiences et qui va donc générer un certain nombre d'études, de rapports et de chiffres sur les publics de Rossel à propos de leurs comportements, attentes et besoins. Dans le même temps, des projets se développent et nécessitent parfois de « connaître les attentes des gens »³.

³ Propos recueillis lors d'un entretien réalisé avec un manager intermédiaire du département IT du groupe Rossel et à ce moment-là chef de plus d'une dizaine de projets, le 15/03/19, à Bruxelles.

Un chef de projet IT nous explique que dans le cas d'un projet nécessitant l'avis de lecteurs sur un nouveau produit à tester, l'équipe du projet en question va réaliser sa propre étude pour cibler les attentes et va ensuite mettre en place son propre panel de lecteurs, sans solliciter l'aide du département « Recherche ». Dans ce cadre, au sein duquel les données peuvent provenir de multiples acteurs et selon différents objectifs, nous nous interrogeons sur la manière dont l'ensemble des données personnelles va circuler (ou non) dans l'entreprise et impacter (ou non) la stratégie managériale de l'entreprise⁴. À partir de cette structure matricielle, caractérisée par la lourdeur de prise de décision et les éventuels problèmes d'autorité (risque de conflits résultant de la dualité de commandement, confusion, désordre) du fait de sa configuration complexe (Barabel et Meier, 2015, p. 108), nous trouvons pertinent de s'intéresser à la place occupée par les DP dans le processus managérial et de comprendre comment le manager va « planifier, organiser, diriger, coordonner et contrôler le travail » (Chiapello, 1998, p. 19) au regard de ces données.

Pistes méthodologiques

Dans une approche qualitative, la démarche privilégiée devait être, dans un premier temps, celle ethnographique du « shadowing » (McDonald, 2005), précédant ainsi une analyse de discours des procès-verbaux des comités de direction visant à « étudier les modes d'argumentation et de légitimation des énoncés » (Seignour, 2011) portant sur les DP. À l'instar de Mintzberg dans les années 1980 qui, pour les besoins de sa thèse, suivit durant une semaine cinq managers de grandes entreprises, nous souhaiterions accompagner durant quelques jours les managers des six quotidiens (nationaux et régionaux) payants en Belgique francophone, à savoir *Le Soir*, *Sudpresse*, *L'Avenir*, *La Libre*, *La Dernière Heure* et *L'Écho* dans le but de connaître leurs pratiques quotidiennes. Cependant, face à la difficulté de cerner le terrain et de préciser davantage cette méthodologie particulière, il a été décidé d'initier la recherche par des entretiens avec des managers intermédiaires de ces différentes entreprises de presse. En effet, il s'agit, par le biais d'entretiens - démarrés mi-mars et qui se poursuivront après les élections fédérales et régionales belges du 26 mai 2019 - d'analyser les différentes structures managériales des groupes de presse afin d'être en mesure de mieux appréhender le terrain par la suite. Ainsi, l'idée d'observer les managers (dirigeants et/ou intermédiaires) qui occupent une position stratégique par rapport à la gestion des DP sera facilitée avec les entretiens puisque ceux permettront d'identifier ces acteurs-clés et de négocier l'accès au terrain (acteurs et procès-verbaux des comités de direction).

Conclusion

Dans le cadre du projet de thèse portant sur le management de l'entreprise de presse au regard des données personnelles, cette communication s'inscrit dans une perspective uniquement théorique. La participation visait à présenter un état de l'art sur le management des médias et une brève projection de la méthodologie afin de favoriser les échanges autour de ces notions.

⁴ La stratégie de l'entreprise est ici entendue comme « l'ensemble des décisions et actions qui orientent de façon déterminante et sur le long terme, la mission, les métiers et activités de l'entreprise, ainsi que son mode d'organisation et de fonctionnement » (Barabel et Meier, 2015, p. 289). Le rôle du manager se joue dans la prise d'initiatives individuelles et sa réussite à fédérer les employés autour d'une idée initiale visant à impacter l'entreprise dans sa globalité.

Bibliographie

- Barabel M. (2017a). Chester I. Barnard. L'organisation formelle ou l'art de la coopération. Les grands auteurs en management. Caen, Édition EMS management & société, p. 15-31.
- Barabel M. (2017b). Henry Mintzberg. Les configurations organisationnelles. Les grands auteurs en management. Caen, Édition EMS management & société, p. 135-156.
- Barabel M. & Meier O. (2015). *Manager. Tout le management à l'ère digitale*. 3e édition, Saint-Étienne, Dunod.
- Boltanski L. & Chiapello E. (2011). *Le nouvel esprit du capitalisme*. 2e édition, Paris, Gallimard.
- Burnier C. (2019). L'industrie de la presse belge : une perspective théorique. Journées doctorales du Larlanco. La recherche doctorale : capitalisation, valorisation. Faculté des Lettres et des Sciences humaines, Agadir, 1-2 avril 2019.
- Charreire Petit S. & Huault I. (2017). *Les grands auteurs en management*. 3e édition, Caen, Édition EMS management & société.
- Chiapello E. (1998). *Artistes versus managers. Le management culturel face à la critique artiste*. Paris, Métaillié.
- Deslandes G. (2008). *Le management des médias*. Paris, La Découverte.
- Dietrich A. & Pigeys F. (2016). *La gestion des ressources humaines*. 3e édition, Paris, La Découverte.
- Fauré B. & Arnaud N. (2014). *La communication des organisations*. Paris, La Découverte.
- Le Floch P. & Sonnac N. (2013). *Économie de la presse à l'ère numérique*. 3e édition, Paris, La Découverte.
- Guibert G., Rebillard F. & Rochelandet F. (2016). *Médias, culture et numérique*. Malakoff, Armand Colin.
- Kessous E. (2012). *L'attention au monde. Sociologie des données personnelles à l'ère numérique*. Recherches, Paris, Armand Colin.
- Küng L. (2017). *Strategic management in the media. Theory to practice*. 2e édition, Londres, Sage Publications.
- Lemberger P. & al. (2016). *Big Data et Machine Learning. Les concepts et les outils de la data science*. 2e édition, Malakoff, Dunod.
- McDonald S. (2005). Studying actions in context: a qualitative shadowing method for organizational research. *Qualitative Research*, Vol. 5, n°4, p. 455-473.
- Mintzberg H. (2004). *Le management. Voyage au centre des organisations*. 2e édition, Paris, Éditions d'Organisation.
- Picard R. G. (2008). *Le management des médias. Culture Web : création, contenus, économie numérique*. Paris, Dalloz.
- Rochelandet F. (2010). *Économie des données personnelles et de la vie privée*. Collection Repères, Paris, La Découverte.
- Scieur P. (2008). *Sociologie des organisations. Introduction à l'analyse de l'action collective organisée*. 2e édition, Paris, Armand Colin.
- Seignour A. (2011). Méthode d'analyse des discours. L'exemple de l'allocution d'un dirigeant d'entreprise publique. *Revue française de gestion*, Vol. 2, n°211, p. 29-45.
- Sonnac N. (2013). L'écosystème des médias. Les enjeux socioéconomiques d'une interaction entre deux marchés. *Communication*, Vol. 32, n°2, en ligne.
- Tremblay G. (2008). Industries culturelles, économie créative et société de l'information. *Global Media Journal – Canadian Edition*, Vol. 1, n°1, p. 65-88.
- Vayre J-S. (2015). Les tableaux de bord sur données massives, pour un nouveau management de l'innovation ? *Innovations*, Vol. 2, n°47, p. 101-121.
- Voirol O. (2010). La théorie critique des médias de l'École de Francfort : une relecture. *Mouvements*, Vol. 1, n°61, p. 23-32.

Communication médiatique et standardisation. Le portrait de presse magazine, entre produit industrialisé et variété des standards de figuration.
Media communication and standardization. Magazine's portraits, between an industrialised product and a variety of figuration standards.

Philippine Clot

doctorante en SIC

GRESEC, Université Grenoble Alpes

philippine.clot@univ-grenoble-alpes.fr

Mots-clés : Portraits, représentation, presse magazine, standardisation

Keywords: portraits, representation, magazines, standardization

Résumé :

Dans un contexte marqué par l'industrialisation des produits culturels et informationnels (Moeglin, 2012) et parallèlement la présence non négligeable de représentations médiatiques des individus, ce travail de recherche vise à interroger la place culturelle, économique et sociale de ces formes médiatiques par le prisme du portrait de presse magazine. Sous l'angle d'une approche socio-historique des formes culturelles matérialisées, cette thèse propose de questionner d'une part, la standardisation de telles formes médiatiques et d'autre part, l'idée que ces portraits médiatiques participent à la construction et la marchandisation de figures sociales standardisées.

Abstract :

In the current context of industrialization of cultural and informational goods (Moeglin, 2012) and the multiplication of individual representations in the media, this work aims at questioning the cultural, economic and social place of these mediatic forms through portraits in magazines. Adopting a socio-historical approach of the materialized cultural forms, this thesis proposes to question, on the one hand the standardization of such mediatic forms and on the other hand the merchandisation of social figures through it.

Communication médiatique et standardisation. Le portrait de presse magazine, entre produit industrialisé et variété des standards de figuration.

1. Contextualisation de la recherche

Ce travail doctoral se propose d'étudier les représentations médiatiques d'individus à travers le prisme du portrait de presse magazine dans un contexte d'industrialisation des produits culturels et informationnels. Le portrait médiatique apparaît comme étant un contenu pertinent pour figurer les représentations médiatiques de l'individu dans la mesure où il s'intéresse systématiquement à l'individu. Issue des domaines pictural et littéraire, la mise en portrait s'est peu à peu étendue à d'autres domaines dont le journalisme puis à l'ensemble des médias en général. En effet, bien que nous nous focalisions sur la presse magazine papier nous n'écartons pas pour autant le fait que cette pratique de portraiture est également présente sur les nouveaux médias, au contraire nous partons du constat que la présence des portraits et des figurations d'individus sur les médias en ligne se fait en parallèle de l'extension du domaine médiatique vers les médias sociaux (Lafon, 2017).

Au premier abord, le portrait médiatique apparaît comme un produit culturel porté par de nombreuses formes et de nombreuses appellations, néanmoins en tant que produit issu d'une industrie culturelle il n'échappe pas aux processus de standardisation et donne à voir la « représentation d'un individu modélisé par la forme médiatique » (Wrona, 2012 : 39-40). Ainsi, nous cherchons d'une part à questionner la standardisation des formes de portraits et d'autre part la construction de figures sociales elles-aussi standardisées et marchandisables. C'est en ce sens que nous avons formulé les hypothèses suivantes :

- Malgré une apparente diversité de contenus, les portraits de presse magazine – dans un contexte de standardisation – apparaissent comme des produits culturels normés par leur support de diffusion, se donnant ainsi à voir comme des biens marchandisables reconnus par les publics.
- Les entreprises de presse magazine participent à la construction puis la marchandisation de figures sociales standardisées, traduisant ainsi les liens étroits d'une relation individu/collectif.

Dans l'optique de répondre à ces hypothèses, nous articulons notre travail en trois temps.

Dans un premier temps, il est question de montrer en quoi le portrait de presse magazine constitue un point d'entrée pertinent pour l'étude des représentations médiatiques d'individus. D'une part, il apparaît que la presse magazine est un vivier pour l'analyse de tels contenus, en effet les représentations médiatiques d'individus – parmi lesquels, les portraits – sont nombreuses sur ce média notamment dans les magazines féminins et les news magazines. D'autre part, la presse magazine se laisse entendre comme un média représentatif des autres médias par exemple à travers le fait qu'il s'agit d'un média alliant à la fois l'écrit et l'image, que le format magazine se retrouve sur d'autres médias tels que la télévision et Internet ou encore l'idée que la presse magazine offre à voir une extension de ses contenus sur les médias sociaux. Ainsi, l'étude du portrait de presse magazine s'envisage comme le moyen d'exemplifier à un niveau micro ce qu'on pourrait qualifier d'un « phénomène » présent à une échelle macro.

Dans un deuxième temps, ce travail entend analyser le portrait de presse magazine en tant que produit d'une industrie culturelle, en étudiant notamment son caractère normé et standardisé. En effet, il s'agit de voir comment – malgré une apparente diversité de contenus et de visages – les portraits de presse magazine laissent finalement entrevoir des standards en termes de formats.

Dans un troisième temps, il sera question d'apporter une dimension sociale à notre sujet en participant notamment à la construction de la notion de figures sociales, peu visible encore en SIC.

Nous chercherons ici à comprendre comment la figure se matérialise dans un contenu, et comment la presse magazine participe de cette construction puis d'une marchandisation de figures sociales elles-mêmes standardisées. Nous nous pencherons ici, sur certains apports de la psychologie sociale notamment autour de la notion de représentation sociale (Moscovici, 1984 ; Mannoni, 2014) puis de la sociologie en abordant l'existence d'une relation je/nous (Elias, 1939).

2. Méthodologies croisées

Approche quantitative

Afin de vérifier nos hypothèses nous avons dans un premier temps mené une analyse de contenus portant sur des portraits diffusés dans la presse magazine française de mars à mai 2016. Notre corpus se compose de 425 portraits issus de 24 titres de presse magazine que nous avons classé dans sept thématiques différentes : Féminin, Masculin, Actualités générales (plus communément appelé News), Culture & Loisirs, Sport, Economie, finance & management puis Générationnel.

Construction du corpus autour de la notion de portrait médiatique

La construction d'un corpus de portraits nous a amené à revenir sur la notion même de portrait, à savoir ce qu'elle recouvre ou non ; en effet certains contenus amènent à se poser la question de savoir s'il s'agit oui ou non d'un portrait. C'est le cas par exemple de l'entretien qui peut tout aussi bien se rapprocher d'un portrait en fonction de la manière dont il amène un individu à se présenter. S'il ne fait aucun doute que le portrait a pour particularité de se centrer sur un (ou plus rarement plusieurs) individu(s), il apparaît qu'il existe différentes façons de portraiturer un individu, ce qui nous a amené à mettre en évidence différentes catégories de portraits sur la base de leurs formats, puis sur l'analyse des traits individuels abordés dans les contenus. Par exemple certains portraits insisteront sur des aspects sociaux de l'individu tandis que d'autres s'attacheront à leurs traits de caractère. Afin de recueillir nos contenus nous avons ainsi construit notre propre définition du portrait médiatique en nous inspirant de différents auteurs issus des sciences de l'information et de la communication mais également d'autres disciplines telles que la littérature, les arts picturaux ou encore le journalisme, démarche légitime dans le sens où notre objet – bien qu'actuel –, est issu de pratiques plus anciennes. Le portrait médiatique dans notre travail se définit ainsi à travers six caractéristiques majeures dont nous dressons ici brièvement la liste. 1/ Le portrait se définit par « un travail à la fois esthétique et journalistique » (Jeanneret, 2012 : 9), il apparaît donc important de prendre en compte à la fois une dimension d'ordre plutôt textuelle et une autre d'ordre plus visuelle. 2/ Il est porté par un processus de représentation, plus précisément la représentation d'un individu, laquelle se laisse entrevoir via une valeur de substitution et d'intensité (Marin, 1981 : 9-10). 3/ Le portrait médiatique est difficilement définissable de par sa forme dans la mesure où il s'appuie sur une infinité de formats : du reportage à l'interview en passant par le CV. 4/ Le portrait expose ensuite une « vocation relationnelle » (Beyaert-Geslin, 2017, 12), que l'on pourrait qualifier de tripartite dans le sens où il inclut trois acteurs qui sont le portraitiste, le portraituré et le lecteur. 5/ Il a pour but de « représenter quelque chose de vivant – c'est-à-dire un non objet. (...) Le vivant est donc le propre du portrait, mais un vivant statique, destiné à perdurer, à triompher du temps. » (Copello & Delgado-Richet, 2013 : 9). 6/ Ainsi, nous en arrivons à notre sixième point, la question de la temporalité, qui demeure primordiale dans le portrait, celle-ci est toujours présente : qu'il s'agisse de l'inscription de l'individu dans le temps long comme nous le soulignons ci-dessus, du rythme de diffusion des portraits, de leur plus ou moins évidente connexion avec l'actualité, ou encore dans leur qualité de récit duquel le temps est l'une des composantes (Lits, 2008 : 113).

Approche qualitative

Dans un deuxième temps nous avons mené des entretiens avec neuf acteurs de la presse magazine française, parmi lesquels des rédacteurs en chef, des journalistes et des secrétaires de rédaction. Ces entretiens ne se veulent pas représentatifs dans la mesure où ils sont trop peu nombreux, mais également parce que les acteurs interrogés ainsi que les magazines pour lesquels ils travaillent sont peu diversifiés. Afin de mener à bien ces entretiens, nous avons réalisé un guide d'entretien construit de façon à ce que nous puissions interroger les acteurs sur quatre thématiques principales : la présentation de la structure, les représentations sociales des différents acteurs concernant le portrait de presse, les pratiques professionnelles concrètes et enfin le portrait à travers son contenu.

3. Tendances de résultats

Nous exposerons ici quelques tendances de résultats que nous avons pu constater pour le moment à travers nos analyses de contenus et de nos entretiens.

Tout d'abord, nous avons pu constater une première tendance générale concernant la place du portrait dans la presse magazine française, en effet, une fois regroupés en thématiques, les magazines « Féminin » et « Actualités » apparaissent comme étant ceux dans lesquels figurent le plus de portraits. Ces résultats doivent néanmoins être nuancés dans la mesure où ces deux thématiques de presse magazine sont aussi celles qui occupent la plus grande part dans notre corpus, d'autant plus que la plupart des titres « Féminins » et d'« Actualités » sont majoritairement des hebdomadaires ce qui donne potentiellement lieu à une publication accrue de portraits par rapport à des magazines mensuels, d'autant plus que parmi les magazines les plus diffusés en France nous retrouvons les magazines TV, les féminins puis les magazines d'actualités¹.

En termes de formats nous sommes parvenus à identifier des formes de portraits en fonction de leur longueur (nombre de signes puis de pages), de la présence d'illustration puis de la présence marquée du journaliste. Nous en avons identifié six et notre analyse de contenus nous amène à voir que deux types de portraits sont majoritairement utilisés : celui que nous qualifions de « portrait court » et qui s'illustre généralement à travers peu de texte et peu d'illustrations en fonction des moyennes que nous avons établi sur l'ensemble de notre corpus. Puis, celui que nous qualifions de portrait-interview et dans lequel le portrait se laisse lire à travers la retranscription d'un entretien² et une présence marquée du journaliste. Le « portrait court » apparaît généralement sous la forme d'un contenu d'une à deux pages sur lesquelles figurent généralement de une à trois illustrations.

¹ Ces données sont issues du « Classement diffusion presse magazine 2018 » réalisé par l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, disponible sur : <https://www.acpm.fr/Les-chiffres/Diffusion-presse/Presse-Payante/Presse-Magazine> (consulté le 30/04/2019)

² Nous considérons dans ce travail qu'un entretien peut être un portrait dans la mesure où il répond à notre définition du portrait médiatique précisée plus haut.

Figure 1. Illustrations d'un « portrait court » et d'un portrait-interview



L'envol de Birdy, Le Figaro Madame, 25 mars 2016, p. 40



Confidenciel – Anne Marivin, Le Figaro Madame, 15 avril 2016, p. 162

Ces types de portraits identifiés apparaissent comme des standards en termes de formats de portrait, aussi dans un deuxième temps nous avons voulu nous intéresser aux contenus de ces portraits en regardant de plus près quelles informations étaient mobilisées pour mettre en avant un individu : ses caractéristiques physiques, psychologiques et sociales. En analysant ces trois caractéristiques considérées à l'origine comme des éléments primaires du portrait littéraire (Bibliothèque National de France, 2016) nous identifions huit manières de portraiturer un individu en fonction de la façon dont le portraitiste joue avec ces différents éléments. Le tableau ci-dessous vise à montrer les catégories que nous avons construites en fonction des caractéristiques de l'individu mises en avant.

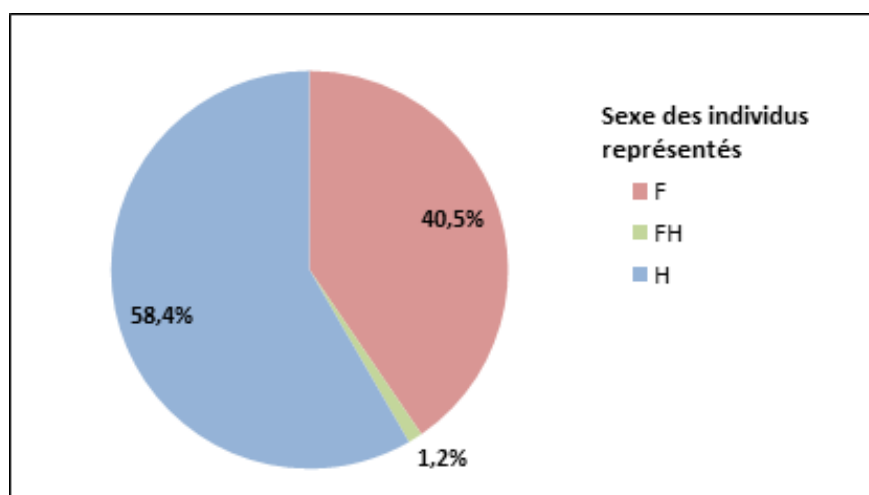
Tableau 1. Différents types de portraits identifiés en fonction des caractéristiques mobilisés

Types de portrait	Caractéristiques physiques	Caractéristiques psychologiques	Caractéristiques sociales
Complet	X	X	X
Psycho-social		X	X
Physique& social	X		X
Social			X
Psycho		X	
Physique	X		
Physique & psycho	X	X	
Aucun			

Notre analyse de corpus nous permet de voir que la majorité des portraits que nous avons relevés et analysés (soit 52%) sont des portraits complets, c'est-à-dire présentant l'individu à travers ses caractéristiques à la fois physiques, sociales et psychologiques. Puis, nous retrouvons les portraits de type psycho-social (24,9%). A l'inverse les portraits ne présentant que des caractéristiques physiques sont très rares dans notre corpus puisqu'ils représentent 0,5% des portraits composant notre corpus. Ce dernier résultat apparaît intéressant dans la mesure où le portrait était à l'origine une pratique faisant référence à la peinture (Dufour, 1997), même lorsqu'il s'agissait de portraits littéraires ces derniers s'attachaient à dépeindre le physique de l'individu. Nous pouvons supposer que ce manque de description physique est compensé par l'illustration quasi-systématique des portraits de presse magazine.

Enfin, nous nous sommes intéressés à d'autres indicateurs concernant les individus représentés. A ce titre, il apparaît que les hommes sont nettement plus représentés que les femmes notamment dans les magazines des domaines « Sport » et « Economie, Finance & Management » qui présentent la plus forte surreprésentation masculine.

Figure 2. Proportion d'individus représentés à travers les portraits de notre corpus selon leur sexe



Des résultats approfondis par les entretiens que nous avons menés, puisque quatre acteurs parmi les neuf interrogés soulignent que cette sous-représentation de la femme serait l'illustration concrète d'une réalité visible dans certains domaines.

Tableau 2. Extraits d'entretiens concernant la parité homme-femme dans les représentations d'individus

Grégoire Pinson	Rédacteur en chef adjoint Challenges	« il y a quand même un effort d'équilibre global du journal. Après, il ne faut pas que ça torde la réalité des choses. C'est-à-dire que voilà, les entreprises ne sont majoritairement pas dirigées par des femmes, donc les portraits, on est le reflet de la réalité. »
Sabine Syfuss-Arnaud	Journaliste Challenges	« c'est de la finance, l'économie c'est quand même un monde beaucoup d'hommes, donc à mon avis y a je sais pas, trois portraits pour un portrait de femmes »
Julien Rebucci	Journaliste Les Inrocks	« l'actualité est ce qu'elle est bon comme on est encore dans une société où les hommes sont plus mis en avant dans certains domaines comme la politique, forcément ça se retranscrit dans la quantité de portraits d'hommes et de femmes politiques par exemple. »
Valérie Hannin	Directrice de la rédaction L'Histoire	« Il y a un peu plus d'hommes dans les historiens connus »

Enfin, nous nous sommes intéressés aux domaines d'activités et aux statuts des individus représentés dans notre corpus de portrait, il s'avère que quatre domaines sont plus fortement représentés que les autres, il s'agit d'individus appartenant aux domaines des arts du spectacle (26,1%), de la mode et des arts visuels (21,2%), des personnalités de la vie publique et politique (12%) et enfin des sportifs (10,4%). Des résultats qui peuvent être mis en corrélation avec deux points : d'une part l'idée que ces thématiques sont fortement représentées dans notre corpus par la présence de presses spécialisées telles que la presse féminine qui fait la part belle à certaines professions liées à l'industrie cinématographique, à la mode ou encore aux individus qui font l'actualité. D'autre part, il y a aussi le fait que certaines disciplines, disons plus « transversales », puissent connaître une médiatisation plus forte. Par exemple des fonctions appartenant aux arts du spectacle tels qu'acteurs ou chanteurs peuvent faire l'objet d'un portrait à la fois dans un magazine « Actualités », dans un « Féminin » ou encore dans un magazine « Culture et Loisirs ».

4. Conclusion et perspectives

Ce travail, à travers une approche socio-historique des formes culturelles matérialisées nous amène à voir comment s'opèrent d'une part la standardisation d'un genre particulier de contenus : la représentation médiatique d'individu, et ce, à travers l'étude du portrait, et d'autre part, la construction de figures sociales au sein d'une industrie culturelle qu'est la presse magazine. Il apparaît que malgré les normes imposées par chaque support médiatique, nous pouvons établir non pas un standard qui collerait à l'ensemble des titres de presse magazine ou même à chaque titre mais plutôt des standards, identifiables au fil de différentes éditions, ou encore d'un magazine à un autre. Il semblerait que les figures sociales construites dans la presse magazine se lisent comme des reflets de la société actuelle, ce qui rendrait certaines catégories d'individus ou certains domaines plus visibles que d'autres.

Ce travail de thèse présente une ouverture quant à la question de la place de l'individu sur l'ensemble des médias. Comme nous l'avons précisé en introduction, ce travail s'appuie sur le cas des portraits de presse magazine dans le but de s'intéresser plus largement à la construction de figures sociales standardisées dans les représentations médiatiques d'individus puisque le choix de la presse magazine et du portrait demeure un moyen d'exemplifier ce phénomène. Un terrain exploratoire mené en parallèle sur l'ensemble du paysage médiatique français nous permet de constater la prégnance des représentations médiatiques d'individu que ce soit dans les médias de diffusion ou les médias sociaux. Ainsi, nous pouvons prendre conscience de l'ampleur des formats couverts par les représentations médiatiques d'individus dans des formats variés tels que le selfie (Instagram), le curriculum vitae professionnel (Linkedin, Viadeo) ou encore le format « journal » (Facebook, les blogs). Etendre notre travail aux médias sociaux impliquerait certaines reconfigurations importantes d'un point de vue méthodologique notamment avec la prise en compte de l'aspect visuel très présent sur les médias sociaux tels qu'Instagram ou encore l'analyse des interactions et des commentaires sur la plupart des médias sociaux.

Bibliographie

- Beyaert-Geslin A. (2017). *Sémiotique du portrait. De Dibutade au selfie*. Louvain : De Boeck Supérieur. (Culture & Communication)
- Bibliothèque National de France. Dossier thématique. Le portrait. Disponible sur : <http://classes.bnf.fr/portrait/index.htm> (consulté en janvier 2016)
- Dufour H. (1997). *Portraits, en phrases – Les recueils de portraits littéraires au XIXe siècle*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Elias N. (1991). *La Société des individus*, 1e ed. [1939]. Paris : Fayard (Collection « Agora »)
- Jeanneret Y. (2012). Préface. Dans Wrona Adeline. *Face au portrait : De Sainte-Beuve à Facebook*. Paris : Hermann. (Cultures numériques)
- Lafon B. (2017). Médias sociaux : l'extension du domaine médiatique par l'industrialisation du relationnel. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 18/3A, p 53-64.
- Lits M. (2008). *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles : Editions De Boeck.
- Mannoni P. (2014). *Les représentations sociales*. Paris : Presses universitaires de France.
- Marin L. (1981). *Le portrait du roi*. Paris : Les Editions de Minuit.
- Moeglin P. (2012). Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 1
- Moscovici S. (1984). *Psychologie sociale*. Paris : Presses universitaires de France.
- Wrona A (2007). Présentation. Usages médiatiques du portrait. *Communication et langages*, n° 152, p. 35-40.

La Bibliothèque Troisième lieu

Third Place Library

Jean-Philippe Dupuy

doctorant en SIC

SicLab, Université Côte d'Azur

Courriel : jpd_6@msn.com

Mots-clés : Troisième lieu, Infrastructures épistémiques, Modernisation-démocratisation, Mouseïon

Keywords: Third place, Epistemic infrastructures, Modernization-democratization, Mouseïon

Résumé :

Cette présentation revient sur les origines antiques des bibliothèques pour ensuite questionner leur modernité. Nous interrogeons d'un point de vue historique les mutations de cette institution. La révolution numérique les accueille, mais comment ces dernières se réorganisent-elles face aux défis du 3.0 ?

Abstract :

This presentation returns to the ancient origins of the libraries and then questions their modernity. We are questioning from a historical point of view the mutations of this institution. The digital revolution welcomes them, but how do they reorganise themselves in the face of the challenges of 3.0?

La Bibliothèque troisième lieu

La bibliothèque troisième lieu (Putnam, Feldstein, Cohen 2003) est tout d'abord créée dans des temps anciens sous forme de coffret à tablettes pour renfermer les archives administratives, royales ou mercantiles. A Alexandrie environ 300 ans av J.-C. les lagides bâtissent un musée où se rencontrent les savants et se confrontent les sciences. Aujourd'hui ces deux fonctions d'accumulation et de conservation d'une part et d'études et de communication d'autre part persistent sous un modèle « postmoderne » (Lyotard, 1996) qui se fonde dans le tout numérique. L'analyse des mutations de ces institutions met en lumière le statut de ces infrastructures épistémiques (Salaün, 2012. Hedstrom, King, 2006) lorsqu'elles dépassent dans leur élan de modernisation-démocratisation (Bertrand, 2008) les monarchies, religions, pouvoirs – voir l'État - pour fusionner avec une révolution sociale à l'instar, mais aussi au sein, de ce que peut-être le Web 3.0.

C'est une ligne historique qui nous permet d'étudier l'apparition de ce modèle moderne qu'est la Bibliothèque troisième lieu. L'analyse des facteurs du système bibliothéconomique quant aux retours d'expériences lors de sa construction socio-technique affine l'étude des mutations et stratégies du modèle. Nous passerons ainsi de la matrice alexandrine aux bibliothèques numériques qui puisent dans la pensée de ce qu'une bibliothèque troisième lieu peut et doit apporter aux « citoyens éclairés ». La réflexion de la présentation est portée par une téléologie de la modernisation-démocratisation abordée par Anne-Marie Bertrand.

La mise en œuvre de la grande bibliothèque d'Alexandrie n'est possible qu'à la suite de l'avènement d'un alphabet grec, qui démocratise l'écrit, accentue la capacité d'horizontalisation de ce dernier. Il permet notamment l'étude littéraire pour les possesseurs d'un même langage. Le passage de l'écrit à l'oral pose un problème, un *pharmakon* (Derrida, 1972), un questionnement culturel sur la mémoire, la communication humaine, l'auctorialité et l'instruction. Pour les égyptiens, le dieu de l'écrit mais aussi dieu de la mort, Thot, a pour épouse, Seshat, la maîtresse des bibliothèques ; ils servent ainsi les hommes par ces deux artefacts du logos que sont d'abord l'écriture puis la bibliothèque. C'est une rupture anthropologique qui porte déjà les ouvrages à un statut plus trivial car ils peuvent désormais sortir des bibliothèques où ils sont considérés comme œuvres de l'esprit et se confronte aux débats critiques sous la bienveillance, ou la maladresse, des philosophes, savants, auteurs de l'époque – à l'instar de ce qu'apporte la bibliothèque du musée.

Héritiers des fameuses conquêtes d'Alexandre le Grand et dans la ville éponyme, Alexandrie, les lagides, sous plusieurs Ptolémées – qui mettront fin également à ce projet immense – organisent dans les murs de la cité un coffret à livres aux dimensions telles qu'il doit pouvoir accueillir tous les savoirs du monde. Aux flux des rouleaux de papyrus on y collecte, accumule, conserve puis étudie affirmant les fonctions d'une matrice bibliothéconomique - édifée par la monarchie le processus qu'elle y arrange reste fermé de manière systémique mais fonde une systématique sans faille.

Cette analyse de l'histoire de la bibliothèque depuis l'Antiquité permet de mettre en lumière un grand nombre de facteurs déterminant les frontières d'un système qui selon les époques adopte ou rejette les particularités d'un modèle qui joint aujourd'hui l'antique et le moderne. La classification d'à peu près tout l'environnement sous forme de documents est un caractère proprement humain et résolument ancré dans sa culture, la solidification de ses institutions, l'affermissement des relations sociales et la pérennité des pouvoirs dominants. Ces documents d'archive une fois conservés, servent de preuves et marquent des événements incontournables, s'accumulent et sont diffusés d'abord aux intéressés autour d'une communauté restreinte puis pour une communication au-delà d'un cercle privé.

Il en est ainsi des monarchies qui accumulent de manière possessive les richesses littéraires de multiples cultures et territoires afin que leur pouvoir s'étendent par le rayonnement de la culture. Il en est de même pour l'Église dès le haut moyen-âge qui va absorber tous les savoirs au moyen de l'accumulation des ouvrages des Saints et de l'étude du Livre. Cette logique de l'utopie universaliste propre à la matrice alexandrine se confronte à une logique de démocratisation du savoir et de la culture lorsque ces accumulations et études sont diffusées vers tous les citoyens. À l'ère de la communication, le défi de ces infrastructures culturelles rencontre le défi du village global où tout est relié et où tout le monde participe à cette augmentation de la circulation de l'information. C'est une entéléchie de l'utopie alexandrine qui fusionne dans celle de Marshall McLuhan et d'où se crée le modèle postmoderne.

Un temps long de stratégies et de mutations des bibliothèques permet ce passage d'un modèle vertical, centré sur son organisation et élitiste à un modèle plus horizontal et démocratique, ouvert à une définition plus large de la culture comme l'anthropologie l'admet. Un constat d'échec de la simple diffusion de la culture vers tous et le désengagement des publics dans la fréquentation des bibliothèques démontre que seuls quelques happy few profitent de l'effort de mise à disposition des ouvrages tandis que la majorité de la population s'éloigne de ces lieux à l'aspect poussiéreux, réservés à l'étude scientifique ou au-delà de leurs préoccupations. Anne-Marie Bertrand mentionne à ce propos un éternel retard du modèle bibliothéconomique français en comparaison à un modèle anglo-saxon qui place la fréquentation comme indispensable mais aussi comme pilier de la démocratie.

L'analyse du Dispositif Socio-Technique d'Information et de Communication met en valeur les acteurs d'un système bibliothéconomique résolument projetés d'époques en époques dans un élan de modernisation s'inspirant des épistémès des pouvoirs en place (monarchies, Eglises, Etats), des évolutions techniques (papyrus, peaux d'animaux, papier, imprimerie, microfilms, puis digital), des révolutions sociales (alphabétisation, démocratisation culturelle, démocratie culturelle). C'est la porosité des frontières entre ces acteurs qui amplifie la fonction de communication permettant ainsi son actualisation dans la révolution numérique puis le tout numérique pour expliquer en retour le fonctionnement des réseaux de circulation du savoir entre les individus. Dans un flux constant entre une bibliothèque repliée sur son propre fonctionnement et une bibliothèque ouverte à la circulation des ouvrages puis des lecteurs se construit et se modernise ce nouveau modèle.

Plus précisément, c'est une pensée bibliothéconomie issue du début du vingtième siècle d'auteurs tels que Jean Hassenforder ou Eugène Morel (1908, 1909, 1910) qui promeuvent une bibliothèque plus ouverte au peuple qui se lie à une pensée étatique de démocratisation culturelle ou de prise de pouvoir culturelle et personnelle des individus : l'empowerment. Il en est ainsi dès lors que les fonctions d'accumulation, de conservation et de diffusion sont assurées et poussées (push) vers le peuple et que les fonctions d'études et de communication sont tirées (pull) par le peuple selon une politique de démocratie culturelle.

La démocratisation culturelle est le modèle de politique culturelle étatique qui advient avec le premier ministère de la culture en mille neuf cent cinquante-neuf avec à sa tête André Malraux. Il hérite de la révolution française de mille sept cent quatre-vingt-neuf et de sa déclaration qui affirme le devoir et le droit des citoyens d'être éclairés. Ce modèle prône la diffusion de la culture vers tous les individus mais il demeure hiérarchique, top-down ou vertical. Les institutions culturelles telles que les musées sont directement touchées tandis que les bibliothèques œuvrent à leur développement interne, à l'agrandissement de la superficie du parc national et à leur entrée dans la modernité avec leur informatisation.

Les technologies de l'information qui entrent dans le fonctionnement de la bibliothèque « échappent » aux personnels concernés et sont « hypercentralisées » en ce qui concerne le « catalogue, les banques d'images, documents et moteurs de recherche » (Le Crosnier, 2009). La mise à disposition par la mise en ligne des sources qui fait suite à l'informatisation abouti à la création avec la Bibliothèque Nationale de France de Gallica : portail numérique de recherche de documents primaires digitalisés. Le biais de ces portails étant la médiation des documents qui pose la question de la désintermédiation. Technophiles ou partisans d'un modèle traditionnel s'affrontent sur le terrain d'une nouvelle donne bibliothéconomique fondue dans les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication. En un temps cours le bibliothéka, média des livres, mue sous la forme d'une médiathèque, média de médias, qui s'hybride à son tour sous l'action du média Internet, média des médias, dessinant ainsi le chemin vers la transparence du savoir où chacun, ou chaque organisation, devient le média et répond à ses besoins individuels d'information.

Au moyen du Web, l'information produite et nécessaire au niveau local s'avère accessible partout. Selon Karine Douplitzky, la « nouvelle écologie du savoir » que présente l'Internet, efface la transmission, trois fois verticale – École, famille et entreprise - de la culture et propose, par son aspect horizontal et réticulaire, une autonomie de l'individu dans le champ d'un « savoir partagé » - Jean-Michel Salaün parle d'une « logique générale » de « partage » et du moment de « l'accès » ou front office. De cette logique de l'empowerment et de l'amplification digitale ressort le questionnement sur la désintermédiation, ou au contraire de la médiation culturelle, mises en place par ces courtiers informationnels que sont ces institutions culturelles. Notamment, l'enquête sociologique sur la fréquentation des musées et institutions culturelles de Pierre Bourdieu et Alain Darbel (1969) met en lumière l'existence de barrières économiques, sociales et culturelles propres à chaque individu autrement nommées habitus. Brigitte Juanals précise la difficulté d'intégration d'un discours sur des tribus mondiales alors même que ces interfaces, à visée universelle, coordonnent des logiques de classifications humaines ou subjectives d'une part et des logiques d'environnements personnels de l'habitué qui s'implique dans la recherche d'informations d'autre part. Wolton Dominique soulignerait également que plus d'informations digitales n'équivaut pas à plus de communications humaines. La nature rationnelle, « ordonnée » (Damien, 2003) des médiations culturelles se confronte dès lors à de nouveaux écueils : une barrière numérique porteuse d'outils originaux capables d'amener de nouveaux publics ainsi qu'une barrière numérique freinant la possibilité d'accès issue d'une fracture numérique.

C'est la politique culturelle étatique suivante de « démocratie culturelle » (Santerre, 1999) qui cautionne une médiation de tous par tous et non plus d'un vers tous qui prolonge ce questionnement d'accessibilité accompagnée. Ce DISTIC finalement montre une réelle politique d'accueil d'une plus grande marge de publics associée au développement des logiciels et fonctions numériques des portails numériques mis à jour par les informaticiens et penseurs du WEB social 3.0. Pour exemple la collecte des navigations internet des internautes sera rendue utile lors des prochaines connexions pour l'usage des portails numériques bibliothéconomiques selon un encyclopédisme d'usage, analysé par Olivier Ertzscheid. Selon ce dernier il s'effectue « un nouveau transfert de compétences depuis les capacités mnésiques individuelles vers celles, collectives, sur lesquelles s'érigent les lieux de conservation et de diffusion des savoirs ».

DISTIC : pour être résolument une partie des révolutions sociales du numérique et du WEB 3.0 et aussi pour être en devenir dans un projet de bibliothèque dite « traditionnelle » et au fonctionnement apparenté à celui d'un « tiers lieu ». Les Third places sont des lieux tels que les cafés, d'abord questionnés et étudiés par Ray Oldenburg (1999), apparenté à l'École de Chicago, puis approfondis par Robert Putnam et Mathilde Servet en France où la third place library, font écho concept au domaine des bibliothèques.

Robert David Putnam, qui reprend ce concept émergent, le décrit succinctement ainsi : « un endroit qui n'est ni le lieu du travail ni celui de la maison mais où les gens peuvent passer du temps ensemble ». Robert David Putnam s'intéresse au fait que malgré l'ascension d'Internet et la prédiction de la mort des bibliothèques, les tiers lieux révèlent un espace à part où se jouent d'autres ajustements des communautés. Au World Wide Web il oppose la valeur locale de la communication interpersonnelle. En plus de cette fonction fun, ces troisièmes lieux se présentent selon neuf autres caractéristiques chez Ray Oldenburg qui se traduisent dans la pensée de Mathilde Servet (1909, 1910) comme un terrain neutre – dénué d'obligation, un lieu de nivellement social, un lieu où la conversation domine, un lieu accessible, un lieu simple, un lieu enjoué, un lieu accueillant des habitués selon un turn-over régulier, enfin et comme caractéristique englobant toutes les autres elles sont : home-away-from-home.

Le tiers lieu assume de nouvelles fonctions bibliothéconomiques plus socialement ancrées sur le territoire du média rematérialisé pour la transmission des connaissances et acculturation des usagers. Cette matrice à la fois technique et sociale inspire les sciences de l'Information et de la Communication dans l'étude combinées des documents, de l'anthropologie du savoir et de la culture ou la création d'outils informatiques, la culture informationnelle et la cognition associées à l'usage des bibliothèques numériques ou traditionnelles.

Bibliographie

- Bertrand A.-M. dir. (2008). Quel modèle de bibliothèque ? Villeurbanne, Presses de l'enssib.
- Bourdieu P. et Darbel A. (1969). L'amour de l'art. Les musées d'art européen et leur public. Paris, Les Editions de Minuit.
- Damien R. (2003). La bibliothèque comme matrice carcérale. Revue de la Bibliothèque nationale de France, n° 15, p. 34 - 36.
- Derrida J. (1972). La pharmacie de Platon. Paris, Editions du Seuil.
- De Vos C. & De Kerckhove D. (2013). Écrit-Ecran, 3. Formes d'expression. Paris, L'Harmattan.
- Douplitzky K. (2000). Internet : une nouvelle écologie du savoir. Les Cahiers de médiologie. n° 11, p. 125-132.
- Ertzscheid O. (2005). L'encyclopédisme d'usage. L'organisation des connaissances approches conceptuelles : L'apport d'Internet à l'organisation des connaissances. Paris, L'Harmattan
- Hassenforder J. (1967). Développement comparé des bibliothèques publiques en France en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis dans la seconde moitié du XIXe siècle (1850-1914). Cercle de la librairie.
- Juanals B. (2003). La culture de l'information du livre au numérique. Paris, Lavoisier.
- Le Crosnier H. (2009). Histoire des bibliothèques françaises. Les bibliothèques au XXème siècle 1914-1990 : le choc des nouvelles technologies. Electre.
- Morel E. (1908). Bibliothèques. Essai sur le développement des bibliothèques publiques et de la librairie dans les deux mondes. Tome I, Mercure de France.
- Morel E. (1909). Bibliothèques. Essai sur le développement des bibliothèques publiques et de la librairie dans les deux mondes. La bibliothèque libre. Tome II, Mercure de France.
- Morel E. (1910). La librairie publique. Armand Colin.
- Oldenburg R (1999). The Great Good Place. Cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of the community. Philadelphia, Da Capo Press.
- Putnam R. D. & Feldstein L. M. with Cohen D. (2003). Better together. Restoring the American Community. New York, Simon & Schuster.
- Salaün J.-M. (2012). Vu, Lu, Su. Les architectes de l'information face à l'oligopole du Web. Paris, La Découverte.
- Santerre L. (1999). De la démocratisation de la culture à la démocratie culturelle. Rapport d'étude. Québec, Edition Micheline Collin.
- Servet M. (2009). Les bibliothèques troisième lieu, Diplôme de conservateur des bibliothèques – Mémoire d'étude. ENSSIB, en ligne.
- Servet M. (2010). Les bibliothèques troisième lieu. BBF, n° 4.

Falsifiabilité du texte et caractère instable du web, l'impensé de la non-distribution des sources en ligne

Falsifiability of texts and web instability, the unthought of the non-distribution of sources online

Chloé Girard

doctorante en SIC

DICEN-IDF, Université Paris-Nanterre

chloe.girard@paris-nanterre.fr

Mots-clés : source, intégrité, distribution, hébergement

Keywords: source, integrity, distribution, hosting

Résumé :

Nous faisons l'hypothèse selon laquelle la distribution des sources documentaires en ligne renverserait cette idée d'un web intrinsèquement instable et falsifiable. Notre terrain fait état d'une information portée par des infrastructures serveur centralisées sous une autorité unique. En conséquence le web est aujourd'hui un environnement hyper-centralisé d'un point de vue information-centrique et c'est cette absence de distribution qui le fragilise. Tout au long de l'histoire du document, sa dissémination géographique et sociale fut gage de pérennité plus que ne le furent ses matériaux, papier ou serveurs. C'est cette distribution, ce maillage d'hébergements indépendants quant à une ressource donnée qu'il faut repenser aujourd'hui au-delà du paradigme unique de l'accès.

Abstract :

We hypothesize that the distribution of online documentary sources would reverse this idea of an inherently unstable and falsifiable web. Our field reports that information is carried by centralized server infrastructures under a single authority. As a result, the web is today a hyper-centralized environment from an information-centric point of view and it is this lack of distribution that weakens it. Throughout the history of the document, its geographical and social dissemination was a guarantee of sustainability more than were its materials, paper or servers. It is this distribution, this network of independent accommodations for a given resource that must be rethought today beyond the unique paradigm of access.

Falsifiabilité du texte numérique et caractère instable du web, l'impensé de la non-distribution des sources en ligne

La fin du lien entre la référence et le Vu

Une référence bibliographique indique une situation documentaire donnée : auteur(s), titre, éditeur, année, nombre de pages, numéro d'impression, etc. La référence désigne un Vu, l'une des trois dimensions théoriques d'étude du document tel que théorisé par Roger T. Pédaque (Pédaque, 2003). C'est une étiquette et non une empreinte, elle n'a aucune relation de nécessité avec ce Vu.

La référence porte, ou portait, la transaction informationnelle suivante : « Tous les lecteurs qui accèdent au Vu déclaré ici accèdent au même Vu ». Cette transaction reposait jusqu'à présent sur une économie et une mécanique de fabrication du document qui garantissaient à peu près l'identité entre deux exemplaires sous une même référence. L'impression offset, assez coûteuse en matériel et manipulations, imposait la production en série. La chaîne d'impression consistait en une reproduction du même : une source unique projetée sur papier en de multiples exemplaires identiques les uns aux autres. La référence désignait l'ensemble des exemplaires de cette situation documentaire particulière.

Les technologies numériques ont transformé la fabrication du document. Avec l'impression numérique, qui ne demande pas de calage coûteux, chaque projection sur papier peut être unique et donc re produite (en deux mots, par opposition à la reproduction) à chaque exemplaire indépendamment du précédant. La projection sur écran est quant à elle re produite à chaque ouverture, à chaque rendu du document.

Les technologies de rendu et d'impression numérique ont donc pour effet dans la chaîne de fabrication documentaire de nous faire passer de l'ère de la série à celle de l'exemplaire unique, de la reproduction à la re production. Alors que Robert Escarpit considérait le document comme un anti-événement élaboré par l'homme pour échapper à la contrainte du temps (Escarpit, 1976), voici le document lui-même devenu événement et la référence remise en question.

Cette transition met à mal la transaction portée jusque-là par la référence bibliographique. Derrière une référence donnée peut aujourd'hui ne se trouver qu'un « exemplaire » unique, la source ou le rendu pouvant différer de l'exemplaire suivant. Cette déclaration bibliographique ne permet plus d'identifier avec quasi-certitude le même Vu. Si, comme l'écrit Dominique Cotte, le texte et le document sont des « objets qui permettent la relation entre les hommes » (Cotte, 2004) alors que pouvons-nous envisager comme dispositif qui permette de retrouver une certaine stabilité de ceux-là et une référence de confiance ? Notre travail de terrain nous permet de tester plusieurs hypothèses.

Terrain et méthodologie

Pour des questions de faisabilité notre objet documentaire est circonscrit aux ordres de discours livre et article, en particulier en sciences humaines. Nous postulons cependant que notre travail et nos conclusions devraient être vérifiables pour tous les types documentaires, qu'il s'agisse de billets de blog ou de microblogging, de vidéos, etc.

Notre recherche a porté sur la manipulation et la diffusion des sources auprès de différents acteurs de l'édition : éditeurs indépendants (éditions Droz, Zoé, Vrin, Les Belles-Lettres...), groupes éditoriaux (Éditis, Hachette), diffuseurs (OpenEdition, Cairn, Erudit.org...), distributeurs (Immatériel, Éditis, Hachette...), projets d'archivage ou d'accès (Lockss), imprimeurs.

Nous avons procédé au moyen d'entretiens semi-directionnels sur les modalités techniques et organisationnelles de la fabrication et de la diffusion des sources et rendus, sur la question de l'intégrité des contenus, sur leurs métadonnées et sur les contrats d'exploitation. Nous avons interrogé ces acteurs sur leurs documents aux formats PDF, ePUB et Html. C'est ce dernier format qui fait en particulier notre objet en tant que format privilégié pour la constitution et l'étude de corpus en ligne ainsi que la fouille de texte, activités fondamentales en SHS.

Une falsifiabilité permanente

En amont du document, se trouve la source, le ou les fichiers numériques destinés à cette opération de rendu en une unité discursive. Une première hypothèse suggère d'envisager que la référence doit indiquer cette source plutôt que son rendu situé, plutôt que le Vu. La source en contexte numérique est-elle plus stable et plus fiable que le document et comment l'identifier de manière univoque ? Notre terrain montre la vanité de l'hypothèse selon laquelle l'on pourrait s'assurer qu'une source donnée ne soit pas modifiée entre deux rendus. Qu'il s'agisse de négligence, de censure délibérée ou de choix d'auteur, il est peu ou pas de moyens techniques ou sociaux pour empêcher toute modification de la source. Quand bien même l'éditeur ou l'auteur n'interviendraient pas sur le texte-à-voir (terme choisi en cohérence avec la notion de Vu issu du rendu de la source), il faut noter la présence dans un fichier numérique d'un second registre de texte, que nous appellerons *texte machine*¹ et qui, lui, doit nécessairement évoluer, ne serait-ce qu'afin que le fichier reste exploitable dans un environnement technique lui-même très évolutif : évolution des machines, des logiciels et des formats. Face à cette instabilité du rendu comme de la source certains diffuseurs font le choix d'adapter la référence. Cela se traduit alors par des formules telles que « consulté le... » ou « généré le... » avec finalement pour seul effet d'indiquer qu'il y a un possible de Vu non commun. La transaction portée par la référence dans l'ordre du document papier produit en série n'est pas rétablie. La question de la garantie d'un Vu commun reste entière. On peut encore proposer de remplacer la référence, l'étiquette, par une empreinte, celle-ci ayant un rapport essentiel au contenu. Une telle proposition demande d'abord de séparer le texte-à-voir de la source du *texte machine*. Le *texte-à-voir* doit ensuite être chiffré (hash), générant ainsi une clef unique. Il faut encore qu'un lecteur accédant à un Vu puisse vérifier qu'il corresponde à cette empreinte. Une telle opération demande la séparation du Vu du paratexte qui peut lui avoir été adjoint dans son contexte de publication : menus, numéros de paragraphes, icônes, etc. Finalement il faudra que le lecteur accède à un système de vérification de l'adéquation empreinte-Vu/empreinte-texte-à-voir. Un répertoire de ces empreintes peut être envisagé dans un système de blockchain, plusieurs acteurs, et notamment l'éditeur du texte pouvant proposer différentes fenêtres d'accès à ce répertoire pour comparaison des clefs de chiffrement. De tels systèmes de vérification de transactions enregistrées dans la blockchain existent pour de nombreuses applications²). Cet aspect n'est pas bloquant. La séparation Vu/paratexte par contre peut s'avérer très complexe pour être juste. Or si elle présente la moindre faille cette opération générera une empreinte du Vu différente de celle du *texte-à-voir* de la source. Alors le lecteur devra conclure que le texte qu'il voit n'est pas conforme à l'original, créant un doute sur ce qu'il partage avec d'autres lecteurs de cette référence. La référence par empreinte n'est aujourd'hui appropriée que dans le contexte de formats stables, images ou pdf, laissant de côté tout document en flux (xhtml), du fait de leur caractère très agrégatif. Ce type de processus est appliqué par exemple dans le cadre de la certification de diplômes ou de documents notariés. Il n'y a précisément pas de manipulation de sélection du contenu à tester. C'est le fichier qui est testé et non un de ses éléments.

¹ *Le texte machine n'est pas l'architexte.*

² *On trouve de nombreuses entreprises offrant ce type de services, telles que <https://www.bcdiploma.com/>, aussi bien que des institutions d'enseignement telles que le MIT : <https://credentials.mit.edu/>*

On pourrait appliquer un tel système au monde du livre et de l'article PDF, dans l'hypothèse où aucune manipulation ne serait apportée audit PDF entre sa production par l'éditeur et sa mise à disposition au lecteur. Ceci exclut toute apposition de DRM, tout changement de métadonnées, etc. Et cela ne répond pas à la demande de certification pour les documents en flux.

À ce point de notre travail le constat est donc le suivant : le Vu est chaque fois potentiellement re produit, qu'il soit papier ou écran, rien ne peut garantir la clôture ferme de la source, la comparaison texte-à-voir/Vu est particulièrement complexe sinon impossible et une référence contextuelle ne garantit plus son rôle relationnel. À l'échelle d'un contenu donné la réponse à cette question de clôture et de référence univoque semble donc toujours être négative : le texte numérique est toujours réinscriptible.

Reste l'archivage, la création de registres centralisés d'autorité. Cependant l'archivage de fichiers numériques est aujourd'hui une question de maintenance évolutive. S'il tient à ce que le texte-à-voir puisse être rendu à long terme, un conservateur va devoir accepter et procéder à l'évolution du texte machine (migration). Ce processus de maintenance-évolution est donc ici aussi un nœud pour une éventuelle corruption du texte-à-voir. La non falsifiabilité du fichier numérique semble donc impossible car si elle est envisageable techniquement, même de manière complexe, elle repose toujours in fine sur une instance sociale, que l'histoire du livre et de la censure nous empêche de poser en garantie.

L'hypothèse de la dissémination comme gage de certification

Notre réflexion repose jusqu'à ce point sur une approche verticale, de la fabrication par l'éditeur jusqu'à l'appropriation par le lecteur, d'un fichier source unique (possédé par l'éditeur) sous une autorité unique faisant foi (le conservateur, le diffuseur, l'éditeur). Qu'en est-il si l'on considère, selon une approche plus horizontale de l'environnement informationnel et d'Internet en particulier, un grand nombre de fichiers disséminés auprès d'un grand nombre d'autorités ? L'hypothèse que nous envisageons ici est celle selon laquelle la distribution est le dispositif technique d'organisation des connaissances le plus fort en gage de pérennité et d'intégrité de l'information. Le corollaire suggère que la centralisation des sources participe de l'instabilité du web et que la distribution peut y remédier en partie.

Par distribution il faut entendre ici dissémination technique et sociale : une source supposée intègre est disséminée sous de multiples autorités, les Vus sont rendus et « servis » depuis des points multiples, par des diffuseurs indépendants les uns des autres. A contrario une ressource servie depuis un point unique, ou depuis des points multiples sous une même autorité, n'est pas distribuée.

Notre hypothèse est qu'aucun moyen technique ne permet de garantir la solidité de la relation référence/référé et que seul un moyen social, la distribution, la dissémination, permet d'envisager en aval la conservation de la preuve. L'argument, probabiliste, consiste à dire qu'il existe toujours une autorité susceptible de modifier une source alors que la multiplication des autorités possédant un exemplaire de la ressource garantit qu'ils ne seront jamais tous modifiés de manière homogène.

Cette hypothèse trouve son origine dans l'histoire du livre papier dont la production avait jusqu'à l'offset pour avantage, d'une part de produire de nombreux originaux identiques les uns aux autres, des séries, et, d'autre part, de disséminer chacun des exemplaires de ces séries sous différentes latitudes et autorités par le biais de la distribution. Si le livre papier a pu sembler si pérenne c'est bien par le biais de ces deux processus conjoints : multiplication et dissémination. Les médium papier et encre ne sont pas à eux seuls si solides face au feu, à l'eau et à la censure.

Peut-on considérer que la dissémination des fichiers numérique source complique voire empêche leur corruption ou leur disparition totale et permette de retrouver un original ? C'est ce que Joël Faucilhon envisageait dans son « Portrait du pirate en conservateur de bibliothèque » et que nous nous proposons de tester : [...] ce qu'une bibliothèque patrimoniale peut envisager, en matière d'efforts financiers, pour pérenniser le savoir numérique et sans pour autant obtenir de certitudes, aucune autre structure ne peut le faire. Le risque de la page blanche, d'un effacement partiel ou total du savoir conservé sous forme numérique, est donc bien réel. [...] En réalité, la seule issue, compte tenu de la fragilité du support numérique, reste de disséminer le savoir numérique (Faucilhon, 2010 : 67). L'hypothèse est au départ fragile, car la dynamique de la suppression active, de la perte ou de l'écrasement d'un fichier numérique ne peut sans doute pas être comparée à la destruction manuelle d'un volume papier, qui demande un réel effort, ou à un système coûteux de pilon. Aussi distribué soit-il, un fichier numérique reste techniquement fragile. L'hypothèse repose finalement sur une probabilité. Cette hypothèse de la stabilisation de la source par la distribution a également le mérite imprévu de rejoindre les préoccupations quant à l'instabilité du Web et d'Internet en général. Les machines, programmes, protocoles et formats sur lequel Internet repose changent régulièrement. Migration, maintenance et évolution des structures et normes du web, processus impératifs dans le numérique, peuvent induire notamment des bris de liens de localisation, des effacements de données, etc. Le web est meuble. Mais si le web est instable ainsi qu'on le lit régulièrement (Fingerhut, 2000) ce n'est pas seulement par défaut de sécurité ou du fait de la médiocrité de l'hébergeur. Le web est instable aussi parce que les autorités administrant les sources sont instables : changements politiques, rachat d'un acteur par un autre, changement de positionnement économique, changement de projet d'un blogueur, etc. Qu'il s'agisse de sécurité technique ou de stabilité sociale aucune garantie définitive ne peut être apportée, que l'on songe au numérique ou à quelque autre environnement de production que ce soit. Or, si les ressources sont centralisées sous une autorité ou une infrastructure unique, la défaillance de celle-ci implique la disparition de celles-là et en conséquence l'instabilité du tout, le web. Cela nous amène à questionner selon un regard documentaire une vision centralisée du web et de l'archive et à proposer que la distribution constitue une stabilisation des sources mais aussi, en conséquence, du Web et du Net. Autrement dit, l'instabilité d'Internet et du document sont une même question due à la centralisation technique et sociale des ressources numériques.

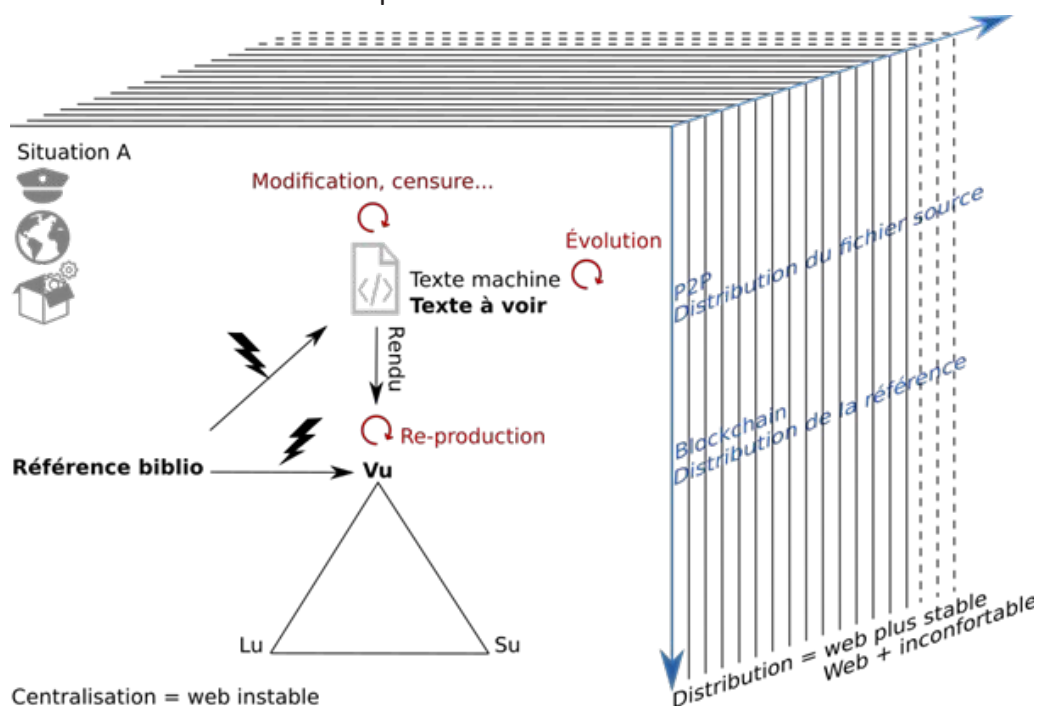


Illustration 1 : Falsifiabilité, instabilité du web et distribution des sources

Résultats

Notre recherche s'est donc orientée vers les questions d'hébergement, le cœur des questions de distribution/centralisation. Une recherche bibliographique sur les plate-formes spécialisées comme au moyen d'outils généralistes ne renvoie qu'une bibliographie très rare. Le sujet n'est abordé que pour indiquer la sécurité de l'infrastructure de tel ou tel projet de recherche ou de diffusion localisée dans des institutions réputées telles que le CINES³ ou l'IN2P3⁴. La question de la distribution des sources n'est quant à elle jamais évoquée.

Le sujet de la confiance dans la source et dans sa pérennité est pourtant bien réel dans le métier, ainsi que l'indique par exemple ce slogan de Datacite, l'une des agences d'enregistrement de DOI (Digital Object Identifier) « Cite your research sources with confidence⁵ ». La question des DOI est très intéressante car elle révèle une confusion entre localisation directe et confiance, pérennité ou intégrité. Un DOI est en fait une étiquette au même titre qu'une référence bibliographique. Elle n'a pas plus de lien nécessaire au contenu malgré le discours qui le laisse supposer. Un autre aspect des DOI est, comme nous l'avons montré ailleurs (Girard, 2017), son aspect extrêmement centralisé et centralisateur. Cette centralisation est d'ailleurs souhaitée et organisée, comme le déclare le Cléo⁶ sur son site d'accompagnement aux éditeurs en explicitant les DOI :

Le corollaire de ce système est la génération d'un code permanent même en cas de déplacement de la ressource. Il est important de garantir la pérennité de la ressource pour intégrer ces bases et donc d'éviter les doublons, et les suppressions de documents (<http://www.maisondesrevues.org/253>).

Les DOI garantissent uniquement la validité de l'URL déclaré. Mais l'argument de la pérennité de la ressource est pourtant mis en avant pour favoriser un partenariat entre les trois grands diffuseurs français de contenus SHS en ligne, OpenEdition, Cairn et Persée, qui s'assurent de ne pas doubler les contenus d'une de leurs plate-formes à l'autre, ce dont on peut voir un exemple ici : <https://www-cairn-info.faraway.parisnanterre.fr/revue-techniques-et-culture-1-2010-1-page-291.htm>.

Quoi qu'il en soit de cette localisation directe, notre terrain révèle de fait une centralisation très forte et organisée des sources. Il révèle également qu'aucune barrière technique ou sociale ne permet de valider la relation centralisation/pérennité. Chaque éditeur ou diffuseur peut à loisir modifier les sources sous sa responsabilité. L'argument qui semble le plus cohérent avec cette centralisation est l'argument économique, qu'il est difficile de nier puisque c'est la logique bien connue du monopole. Un autre argument en faveur de la centralisation pourrait être la difficulté technique de la transmission des sources, difficulté que nous n'avons pu tester faute d'acteurs engagés dans ce type de processus mais qui est tout à fait concevable. Finalement, du site MédiaPart aux diffuseurs en ligne de travaux de recherche, chacun s'assure de l'exclusivité de son catalogue.

Il existe cependant un projet en particulier dont le principe repose au contraire sur la distribution. Il s'agit du projet Lockss, monté par des bibliothèques universitaires sur une idée de l'université de Stanford, et dont le principe est clair : Lots of copies keep stuff safe (beaucoup de copies garde les choses en sécurité). Cependant le projet n'a pas pour vocation de conserver les sources. Il conserve l'accès au source. Ainsi, si la source est modifiée chez le diffuseur elle sera modifiée dans le réseau en pair à pair monté par Lockss. Mais on voit ici une première association entre la dissémination en P2P et la conservation. C'est un premier jalon vers notre hypothèse complète. Mais il faut rester prudents. La recherche sur les systèmes en P2P montre leur grande volatilité : les acteurs (seeds et leechers) sont volatiles et les sources partagées disparaissent en relation directe avec leur perte d'actualité (Utard, 2004).

³ Centre Informatique National de l'Enseignement Supérieur

⁴ Institut national de physique nucléaire et de physique des particules

⁵ <https://datacite.org/>, 15 avril 2019

⁶ Unité de service et de recherche qui porte notamment la plate-forme OpenEdition.org

Ces données suggéreraient pour la conservation et l'intégrité des sources de monter des projets de distribution en pair à pair mais dirigés c'est-à-dire assurant le partage continu de l'ensemble du catalogue concerné, indépendamment de la demande en lecture.

De la distribution à l'accès

La mise en œuvre d'un tel modèle semble actuellement peu probable. Tous nos résultats suggèrent au contraire un changement de paradigme quant à la diffusion du texte en ligne, passant de celui de la distribution à celui de la centralisation accessible. Le web se révèle être aujourd'hui hyper-centralisé d'un point de vue information-centrique, caractère masqué par l'accès, qui plus est s'il est libre (gratuit) et universel (depuis quelque point du globe que cela soit). Cette centralisation reste à documenter, ainsi que les arguments qui la portent. Au-delà de l'argument économique s'ajoute aujourd'hui celui de la dispersion des données sur la donnée. Comment en effet mesurer par exemple l'usage d'un texte donné s'il est dispersé chez plusieurs diffuseurs ? Une première réponse pourrait consister à se demander si la décentralisation du net n'est pas un point plus important sur le plan informationnel que la mesure d'un usage, peut-être plus marketing. Mais sur un plan technique on peut arguer de manière plus forte que les technologies telles que les identifiants uniques et le moissonnage, y compris le P2P ou distributed data mining (Urmela, 2017), transcendent largement la dispersion sur plusieurs infrastructures. Distribution et mesures agrégées ne sont pas incompatibles.

L'inconfort de la distribution ?

Un autre argument peut aller contre la distribution. C'est celui de l'inconfort quant à la localisation de la source. C'est un argument assez fort, un argument d'usage, sur lequel s'est aussi développé le système des registres DOI : ne pas chercher le document, y avoir un accès direct, c'est-à-dire en un clic et sans risque de bris. On pourrait répondre à cet inconfort précis qu'il s'accompagne de moteurs de recherche très performants et de professionnels de la localisation que sont les bibliothécaires. À quoi s'ajoute l'avantage de l'errance créative en recherche. Mais de manière plus large, cette question de l'inconfort nous semble un sujet de recherche à développer : quelle part d'inconfort l'internaute, et en particulier le chercheur, est-il prêt à accepter pour favoriser un Internet plus stable et plus indépendant ?

Conclusion

Notre travail sur la certification du Vu en contexte de flux numérique nous amène finalement à formuler deux constats et deux propositions. Il faut faire le constat actuel d'une hyper centralisation de l'information quant à son hébergement et sa diffusion, ainsi que celui de sa constante falsifiabilité. En réponse à quoi l'on proposera d'une part d'organiser la distribution des sources et plus généralement d'Internet, et d'autre part d'accepter un certain inconfort dans le signalement et la localisation des documents. La pérennité et l'intégrité de la ressource doivent être repensées sous l'angle non plus du support mais de la distribution, un paradigme disparu du web au profit de l'accès. C'est précisément ce maillage des ressources et nœuds que permet un réseau tel qu'Internet et qui le distingue des médias de masse, aspect que nous devons questionner et réactualiser.

Bibliographie

- Cotte D. (2004). Le concept de « document numérique ». *Communication et langages*, n° 140, 2ème trimestre. Dossier : Du « document numérique » au « textiel ». pp. 31-41.
- Escarpit R. (1991). *L information et la communication: théorie générale (Version orig)*. Paris: Hachette.
- Faucilhon J. (2010). Portrait du pirate en conservateur de bibliothèque in : *Read/Write Book : Le livre inscriptible*, Marseille : OpenEdition Press. <http://books.openedition.org/oep/153>. ISBN : 9782821809529. DOI : 10.4000/books.oep.153.
- Girard C. (2017). Les mécanismes de centralisation des données de la recherche, *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 11. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/3255> ; DOI : 10.4000/rfsic.3255.
- Pédauque, R. T. (2003). Document : forme, signe et médium, les re-formulations du numérique. juillet. www.rechercheisidore.fr, https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000511
- Urmela, S. & Nandhini, M. (2017). Approaches and Techniques of Distributed Data Mining : A Comprehensive Study. In *International Journal of Engineering and Technology*. 9. 63-76. 10.21817/ijet/2017/v9i1/170901408.
- Utard, G. & Vernois, A. (2004). Data durability in peer to peer storage systems. 90-97. 10.1109/CCGrid.2004.1336553.

Histoires de publics des Rencontres Trans Musicales de Rennes : de la construction de la mémoire à sa transmission

Audiences expressions at Trans Musicales festival: from the building of a memory to its transmission

Royon Camille

doctorante en SIC

Laboratoire Culture et Communication

Université d'Avignon

Camille.royon@gmail.com

Mots-clés : mémoire – publics – construction – transmission

Keywords: memory - public - construction - transmission

Résumé :

La mise en ligne des archives des Rencontres Trans Musicales avait été une première étape dans la question de la mise en valeur de la mémoire d'un festival qui existe depuis 1979. Les projets Histoires de publics et « Les Trans et moi » sont des dispositifs qui permettent aux festivaliers de raconter leur rapport au festival et ainsi de mettre en avant la mémoire des publics. L'analyse des contenus produits à propos de l'événement permettent de comprendre la manière dont les publics participent activement à l'élaboration de l'histoire du festival.

Abstract :

The setting up of the archives of the Rencontres Trans Musicales was a first step in the question of the enhancement of the memory of a festival that has existed since 1979. The projects Histoires de publics and "The Trans and I" are devices that allow festival-goers to tell their recollection to the festival and thus to highlight the memory of the public. The analysis of the content produced about the event makes it possible to understand how audiences are actively participating in the development of the festival's history.

Les témoignages des publics des Rencontres Trans Musicales de Rennes : entre médiation et transmission

« Un festival comme les Trans se définit aussi par et pour ses festivaliers. Car, si la motivation du voyage est la curiosité pour découvrir de nouveaux sons, des perspectives musicales insolites, son dessein est bien d'établir ce moment de rencontre avec les publics. Pas étonnant quand le nom originel et complet des Trans est les Rencontres Trans Musicales de Rennes. »

Ainsi se termine l'édito de l'édition 2016 des Rencontres Trans Musicales, un festival de musique, fondé à Rennes en 1979 et dont le projet repose sur la rencontre entre les artistes rennais et les publics. Ce festival revendique la création, la prise de risques artistiques et la découverte. À l'instar du projet artistique qui revendique que l'inconnu vaut toujours la peine d'être vécu, le projet culturel met en avant l'idée que chacun peut choisir librement sa vie culturelle. Aussi, le projet des Trans met en avant l'idée que le festival est fait de deux éléments indispensables : les publics et les artistes et que l'événement est co-construit par les deux entités.

En 2004, des changements d'architecture du festival conjoint à l'intérêt personnel pour le développement durable des directeurs de l'association vont amener ces derniers à s'engager de manière plus institutionnelle dans le développement durable. Cette question va alors être envisagée au travers de la démarche de la Norme ISO 20121, dans une vision large, autour de trois piliers : social, sociétal et environnemental, ainsi que de l'idée centrale de transmission. Ce travail implique la prise en compte des différentes parties prenantes du festival. L'idée même d'identification des parties prenantes revient d'une certaine manière à identifier l'ensemble des acteurs de la situation de communication qu'est un festival et à se demander quel rôle jouent les publics dans un festival. Les différentes parties prenantes des Trans Musicales, telles qu'elles ont été identifiées par le festival, sont : l'association et les équipes organisatrices, les pouvoirs publics et institutionnels, les autres acteurs culturels de Rennes, les acteurs médicaux, socio-culturels et socio-éducatifs, les médias, les artistes, la sphère marchande (les prestataires, les hôtels, etc.) et les publics. La norme ISO implique, une fois ces parties prenantes définies, une mise en dialogue entre les émetteurs et les récepteurs. La présence d'interlocuteurs identifiés pour la majorité des parties prenantes rend le dialogue et l'émergence d'enjeux clairs. À l'exception des publics, qui ne sont constitués, par définition, ni en syndicat ni en association, mais se caractérisent au contraire par la grande pluralité de leur rapport au festival. C'est ainsi dans l'optique conjointe d'une meilleure compréhension des publics et d'une entrée en dialogue avec ces derniers que s'inscrit, tout d'abord, le travail mené depuis plusieurs années avec le laboratoire Culture et Communication de l'Université d'Avignon, et plus récemment le recrutement d'une doctorante en contrat CIFRE, dont l'un des objectifs concerne la production et l'analyse de ressources sur les publics. Cet article permettra d'observer, à partir des corpus annoncés, la co-construction d'un festival par ses publics, en partant de deux points : la manière dont les publics participent à l'histoire en racontant leurs expériences vécues ; la manière dont ils transmettent le festival.

Corpus méthodologique et problématique

Un dispositif a été mis en place par le festival en 2018 nommé Histoires de publics. Il constitue une extension du projet patrimonial Mémoires de Trans créé en 2010, constitué d'entretiens avec le programmateur ou les

artistes pour illustrer le projet artistique des Trans Musicales. L'évolution dans la manière de communiquer sur le festival a eu pour conséquence la transformation du nom Mémoires de Trans, en Histoires. Histoires est une partie du site Internet des Trans et regroupe différentes archives et ressources sur les artistes, ainsi que la partie Histoires de publics. Cette nouvelle nomination a été décidée également pour accueillir la composante renouvelée du travail autour des publics en tant que partie prenante du festival. Ce sont toutes les histoires que Les Trans souhaitent pouvoir présenter : car complémentaires, aussi bien celles des artistes que du programmateur ou des programmations, et des publics. Ainsi, Histoires de publics propose au travers d'un formulaire simple, de raconter – de témoigner – d'un souvenir marquant lié au festival. Il est également proposé aux publics la possibilité d'appuyer leurs souvenirs sur un morceau de musique particulier, qui prendrait alors le rôle de réservoir symbolique dans lequel se logeraient les souvenirs. Ce sont ainsi les témoignages publiés aujourd'hui sur le site internet du festival qui constitueront le corpus méthodologique du travail présenté ici. Auxquels s'ajouteront un ensemble de discours recueillis lors d'ateliers participatifs, intitulés Les Trans et moi, qui ont lieu pendant la période du festival et dont le projet Histoires de publics constitue, à certains égards, le pendant numérique. Il s'agit en effet de moments où les festivaliers sont invités à discuter, entre eux, de leur rapport au festival, en convoquant des souvenirs liés à ce dernier, des manières de faire le festival, ou encore le rôle qu'il a pu avoir à un moment donné dans la vie des festivaliers. Il s'agira ainsi de se demander dans ce travail la place qu'occupent les discours des festivaliers à travers l'idée des publics comme parties prenantes. C'est-à-dire à la fois dans les enjeux et problématiques qu'ils permettent de faire ressortir de la part de la communauté que sont les festivaliers tout autant que dans le rôle même qu'ils jouent dans la construction du festival.

De la mémoire individuelle à la mémoire collective

La mémoire individuelle des festivaliers participe à la mémoire collective, et inversement, cette dernière nourrit les récits personnels des festivaliers. Raphaël Roth et Damien Malinas ont travaillé sur la question des emblèmes en festivals et des festivals comme emblèmes et montrent comment la construction d'une identité collective se crée à la fois à partir d'identités individuelles qui se regroupent notamment via la revendication d'emblèmes générationnels, identitaires ou fictionnels (Malinas, Roth, 2015 : 12). Le festival des Trans Musicales est né en 1979 et a ainsi vu différents publics traverser ses âges. L'accès à ces discours montre la diversité des discours des festivaliers en fonction de leurs habitudes du festival et ainsi une autre vision de l'histoire du festival. Dans chaque récit de festivaliers, une remise en contexte de la trajectoire personnelle du locuteur est quasi systématiquement effectuée : « J'ai 19 ans. Je suis étudiante en musicologie », « C'est ma dernière année à Rennes avant un pèlerinage professionnel obligatoire en région parisienne » par exemple. Des éléments biographiques viennent ponctuer les récits du festival. Les festivaliers ne sont pas uniquement en train de raconter leurs souvenirs liés à l'artistique. Ils situent leurs histoires personnelles dans une histoire commune. La mémoire de chaque festivalier, puis de chaque génération, participe à la création d'une mémoire collective, qui ne voit le jour que par le partage et la transmission. Ces prises de paroles sont considérées comme des « indicateurs de l'être festivalier » (Malinas, Roth, 2017 : 2). L'enquête des publics de l'édition 2015, envoyée numériquement et à laquelle plus de 1500 festivaliers ont répondu, montre que plus de 75% des festivaliers ont entendu parler la première fois du festival par le « bouche-à-oreille ». Ces contenus échangés de cette manière relèvent de l'histoire du festival, d'informations plus techniques sur les artistes ou encore sur la manière de faire le festival. Cette transmission se fait autour de l'écriture d'une histoire commune et partagée mêlant les discours individuels, institutionnels et collectifs.

Pour comprendre l'importance et la constitution de cette mémoire commune, nous sommes allés chercher des clés de lecture du côté des recherches menées autour du devoir de mémoire, notamment par Sébastien Ledoux (Ledoux, 2013). Le témoin d'un événement ou d'une époque est autant important par son discours que par la position qu'il occupe : sa parole « performative » est un moyen de rendre d'autant plus vrai des faits passés ou présents. Le « j'y étais » participe de l'écriture de cette histoire commune. Sébastien Ledoux rappelle également que « la notion de mémoire discursive permet de comprendre qu'en faisant appel à la mémoire du locuteur comme du récepteur, le discours fonctionne dans une dimension dialogique de son énoncé qui stocke, au fur et à mesure, des usages antérieurs externes au locuteur » (Ledoux, 2013: 2). Ainsi, l'ajout de la mémoire des festivaliers à celle, plus institutionnelle, du festival, permet de la compléter à l'aide d'éléments externes à son histoire. Maurice Halbwachs fut un des premiers à théoriser le concept de « mémoire collective » (Halbwachs, 1950 : 7). Il explique que l'on ne se souvient jamais seul, et que le groupe d'appartenance et le contexte social structurent et modifient notre manière de nous remémorer les événements. Selon Halbwachs, la mémoire peut difficilement exister en dehors d'un groupe : un souvenir est fortement influencé par le récit que nous en font les autres ou ceux qui l'ont vécu au même moment.

Le public comme acteur discursif du festival

Plusieurs éléments issus des témoignages des publics sur la plateforme Histoire des publics permettent d'envisager ces derniers comme des acteurs discursifs. Premièrement, les publics participent activement à l'élaboration de l'histoire du festival au travers de leurs témoignages. Là où Mémoires de Trans tente de dresser une histoire du festival à partir d'éléments de programmation et des discours du programmateur du festival, les publics y ajoutent une part personnelle. Prises dans leurs individualités, ces témoignages relèvent d'une mémoire personnelle du festivalier, mais envisager à partir de leur pluralité, ces témoignages participent activement à l'histoire du festival, notamment dans son intégration aux histoires individuelles. En d'autres termes, quand le festival se raconte en s'intégrant à l'histoire des musiques actuelles et à l'histoire de la ville de Rennes, l'ajout du discours des publics permet d'intégrer le festival à une histoire sociale des pratiques festivières.

J'ai 19 ans. Étudiante en musicologie, je suis une adepte de l'opéra, des concerts symphoniques et de chanson française. Mes deux colocataires, elles, reviennent d'une année passée à Londres. Un vendredi de décembre 1985, elles me proposent de les accompagner salle de la cité, car des potes à elles, les Redskins, jouent dans un festival.

Françoise, 1985

Samedi 7 décembre 1996, soirée Planète. Je viens d'arriver à Rennes pour faire mes études il y a 3 mois et ce sont mes premières Trans.

Thomas, 1996

Novembre 2016. Je suis venu à Rennes pour faire des mathématiques, mais ce qui me fait le plus vibrer dans la vie c'est la musique, alors quand une amie me dit qu'elle a pour moi une place pour les Trans, je saute de joie et je me jette sur la prog.

Thomas, 2016

Ces trois exemples montrent bien l'importance du festival dans la vie étudiante rennaise et la manière qu'ont Les Trans d'intégrer une vie culturelle au moment charnière d'autonomisation culturelle qu'est le temps des études. L'histoire du festival est déjà marquée par la figure de l'étudiant, principalement au travers des deux co-directeurs, inscrits à l'université au moment de la première édition, et les chiffres des enquêtes quantitatives montrent qu'une moyenne de 20% des publics sont étudiants. Mais la compréhension du rôle que joue le festival au moment des études et les modes de transmission entre étudiants qui prennent part durant le festival ne peut s'envisager qu'à partir de la parole des publics. De manière similaire, les témoignages des publics démontrent la pluralité des manières de faire le festival.

C'était mes premières Trans et j'avais quelque peu fêté ça... J'avais perdu mes potes et je déambulais (...) Je me suis perdu et j'ai découvert le hall 3 et je suis tombé sur les Wankin'Noodles.
Nico, 2008

Le Liberté, plein à craquer, retient son souffle. Nous sommes tous subjugués, même les punks les plus rebelles sont scotchés. Vient le grand moment de la soirée [le concert des Beurriers Noirs qui se reformèrent pour l'occasion].
JM, 2003

Chaque année, nous fêtons notre anniversaire de mariage aux Trans, nous étant mariés un 6 décembre. [...] C'était juste merveilleusement romantique...
Élise, 2013

Qu'il s'agisse de déambuler à la recherche d'une surprise tout en ayant perdu ses amis, d'attendre (im)patiemment le concert d'un groupe qu'on affectionne tout particulièrement, où qu'il s'agisse d'intégrer le festival à l'histoire personnelle de son couple, toutes ses manières de faire le festival telles qu'elles sont racontées par les publics témoignent de la pluralité des rapports qu'entretiennent ces derniers aux Trans. Ces discours permettent ainsi d'intégrer au sein du festival toutes les manières qu'ont les festivaliers de braconner sur les terres des Trans, pour reprendre la formulation de Michel de Certeau.

Transmission entre festivaliers

« Rémi : C'est le côté un peu spectacle aussi, quand on est dans la foule il y a une ambiance.

Gérard : Moi je suis à fond dans ce truc-là, moi ce qui me botte c'est le live ! Il y a des fois je ne me souviens plus trop de ce que j'ai vu, mais j'ai passé un bon moment quoi. »

Extrait de retranscription d'un atelier participatif « Les Trans et moi », 2017

« Là du coup ce que je trouve bien c'est que tu picores un peu, tu vas dans une salle, tu t'arrêtes 20-30 minutes et puis des fois tu rentres dans une salle, ça ne te plaît pas tu sors aussitôt. Ça permet de changer un petit peu d'ambiance. Tu fais un grand moment électro, t'as une tête comme ça et puis après tu vas voir un autre artiste un peu plus calme. »

Extrait de retranscription d'un atelier participatif « Les Trans et moi », 2016

« Ce qui est drôle c'est que je trouve que dans les festivals et dans les concerts, les souvenirs que j'en garde qui me marquent, c'est pas automatiquement un souvenir de la scène ou de la musique. Ça va être une rencontre, ça va être un truc improbable qui m'est arrivé, ça va être en marge en fait de la musique et pas automatiquement la musique.»

Extrait de retranscription d'un atelier participatif « Les Trans et moi », 2017

Ces extraits de paroles des publics sont des énonciations de la manière dont les publics pratiquent le festival. La déambulation, la découverte, le fait de revendiquer que les Trans ne sont « pas uniquement des concerts » ou la curiosité, sont des éléments constitutifs du projet des Trans, mais aussi inhérents à la parole des publics. Dans ces transmissions du festival qui sont faites, nous remarquons un mélange entre trois formes de discours : l'institutionnel (le projet des Trans), le discours collectif (avec les pairs) et le discours individuel. Ce n'est pas uniquement le souvenir artistique qui va être le plus apparent, mais plutôt des éléments biographiques (qui introduisent souvent le témoignage) et aussi une manière de vivre le festival, un style de vie festivalier. Ces descriptions de pratiques sont aussi une forme de transmission de ce qu'est l'expérience des Trans. Le projet dépasse alors l'idée de prendre en compte les publics comme partie prenante du festival, devenant autant récepteur qu'émetteur du message. Nous sommes alors dans une situation de ce que Jean-Claude Passeron appelle la « culture déclarative », relevant quasiment de l'auto-définition (Passeron, 2006 : 495).

« L'impression de vivre un marathon de danse, de musique électronique festive, chaleureuse, et conviviale au cœur de l'hiver dans le hall 9 ». (Histoires de publics)

Le début du témoignage ci-dessus évoque un marathon de danse : une idée souvent revendiquée dans les discours des festivaliers qui voient les Trans comme une course à la découverte. Ce qui n'est pas étranger au discours des organisateurs et du projet qui prône la curiosité et la découverte à travers la déambulation de concerts en concerts. Comme nous l'avons montré précisément, il existe une transmission entre festivaliers, mais celle-ci est aussi emprunte d'autres discours. Damien Malinas, qui a beaucoup travaillé sur cette question de la transmission, notamment au Festival d'Avignon explique que le Festival supporte deux types de discours : « le récit génétique relié à la famille et le récit génétique relié au monde construit hors de la famille » (Malinas, 2008, 151) et que même plus largement, divers éléments constituent le discours des festivaliers. Mikhaïl Bakhtine explique que le mot « n'oublie jamais son trajet » et qu'« il ne peut se débarrasser entièrement de l'emprise des contextes dont il a fait partie » (Bakhtine, 1970 : 279). Des historiens, comme Sophie Moirand (Moirand, 2008 : 134), ont aussi travaillé sur la question de la mémoire des mots et des discours, empreints d'autres discours et d'un contexte. En somme, à travers le témoignage, le locuteur est autant transmetteur de sa manière de vivre le festival que la manière dont les organisateurs et les autres publics le vivent.

Les Trans intègrent à leurs dispositifs numériques et leurs dispositifs de relations aux publics l'envie de partage que les festivaliers peuvent avoir par rapport à une pratique qui leur est chère. Il s'agit ainsi d'une forme de médiation prise en charge par les publics eux-mêmes. La transmission entre pairs est très répandue, comme nous le voyons dans les résultats d'enquête¹. Plusieurs récits illustrent le plaisir des festivaliers qui ont connu la première décennie des Trans à emmener désormais leurs enfants. Intégrer le partage d'expérience et l'envie de transmettre des festivaliers permet aux Trans de donner une place de choix à ce sentiment si rare et particulier de se retrouver dans la position de celui qui guide et qui invite à la curiosité, tel un prescripteur.

¹ En 2017, dans l'enquête des publics envoyée après le festival, 69,3% des festivaliers ont entendu parlé des Trans pour la première fois par leurs amis.

Qu'il s'agisse de la façon dont les discours des festivaliers participent à la construction de l'histoire du festival ou à la compréhension des manières de pratiquer ce dernier, il s'agit maintenant d'envisager de quelle façon ces témoignages intègrent le discours général produit autour du festival. Ces souvenirs sont accessibles en ligne et les Trans ont aussi l'objectif de faire une exposition de ces témoignages. Ils prennent alors une place de trace. Dominique Boullier définit cette notion en la distinguant de la question de la donnée numérique. La trace nécessite d'être mise en relation avec d'autres attributs pour acquérir du sens (Boullier, 2015). La prise en compte des traces prend alors tout son sens, notamment dans le cadre des Trans, qui l'intègrent directement à leur propre site internet, à leur propre communication et à leurs archives. Ce que nous voulons souligner ici c'est le fait que l'évolution du projet des Trans a amené à prendre de plus en plus en compte la parole des publics. Le dispositif de dialogue avec la partie prenante vient alors intégrer le système même de médiation du festival. Le message envoyé est alors que les publics construisent l'histoire du festival, donc construisent le festival et participent aussi à l'enquête dont ils sont le sujet principal. A ce propos, dans une démarche d'éducation artistique et culturelle, les Trans proposent, de manière systématique dans les projets menés avec des structures scolaires, sociales ou médicales, un retour d'expérience, écrit ou oral, archivé dans tous les cas. En laissant la parole des publics devenir des traces, c'est aussi reconnaître la multiplicité des possibles de l'expérience festivalière. C'est aussi une manière, comme le dirait Damien Malinas de « réinventer la transmission » (Malinas, 2008 : 186).

Pour conclure

Cette contribution interroge ainsi la forme festival entendu au sens d'un système de communication non linéaire où les différentes parties prenantes identifiées au début participent conjointement de l'élaboration du message, remettant ainsi en question la figure de l'auteur comme étant réservé aux organisateurs du festival. Ce sont l'ensemble des parties prenantes qui sont, chacune à leur manière, auteurs du festival, entendu ainsi au sens d'une production collective. Si le modèle orchestral de la communication, développé par l'école de Palo Alto, peine un peu à définir le système qui se joue lors d'un festival, il a néanmoins l'avantage de faire intervenir simultanément l'ensemble des participants dans la construction du message.

La réussite et la compréhension d'un festival et d'une politique culturelle doivent également se mesurer à partir de l'irruption de ce qui ne pouvait être prédit par les organisateurs et les pouvoirs publics, de ce qui relève tout autant de l'imprévu que de l'imprévisible. Que les Trans puissent être, par exemple, le décor d'un anniversaire de mariage reconduit chaque année ne fait naturellement pas partie des objectifs annoncés du festival. Mais il est fondamental, notamment dans une démarche d'éducation artistique et culturelle, dont un des enjeux est de « donner du sens aux expériences » (Charte EAC, article 6), d'intégrer ce discours à la construction du festival pour en saisir tous les enjeux. Et il est important de comprendre que ce discours construit également le festival. Si les Trans sont, chaque année pour ce couple, l'endroit où se matérialise leur amour, c'est que leurs histoires – au couple et au festival – sont dorénavant intimement liées. Toutes ces manifestations des façons imprévisibles dont le festival se loge dans la vie de ses publics, et qui témoignent la réussite de ce festival, ne sont appréhendables qu'à partir des discours des publics, qui forment ainsi un élément primordial dans la construction du festival.

Bibliographie

- BAKHTINE M. (1970), *La poétique de Dostoïevski*, Paris, Éditions du Seuil
- BONFILS P. (2015), « Immersion et environnements numériques : une approche méthodologique par l'expérience vécue », *Questions de communication*, n° 27, pp. 261-277.
- BOULLIER D. (2015), « Les sciences sociales face aux traces du Big Data ? Société, opinion ou vibrations ? », *Revue française de sciences politique*, n° 65, pp. 805-828.
- ETHIS E., FABIANI J.-L., MALINAS D., (2008), *Avignon ou le publics participant, une sociologie du spectateur réinventé*, Champ théâtral, L'entretemps.
- HALBWACHS M. (1950), *La mémoire collective*. Paris, Albin Michel.
- LEDOUX S. (2013), « Le "devoir de mémoire" comme formule-tierce », *Intermédialités*, n° 21.
- MALINAS D., ROTH R., (2017), « Festival-Festivalier », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*.
- MALINAS D., ROTH R., (2015) « Les festivaliers comme publics en SIC. Une sémio-anthropologie des drapeaux et emblèmes communicationnels du festival des Vieilles Charrues », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* n° 7
- MOIRAND S. (2008), *Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*, Paris, Presses universitaires de France.
- PASSERON J.-C. (2006), *Le raisonnement sociologique : Un espace non poppérien de l'argumentation*, Paris, Albin Michel.

Le livre numérique est-il un livre ? Is the eBook a book ?

Zoé Sinsou

auteur

ELICO, Université Jean Moulin Lyon 3

zoe.sinsou@univ-lyon3.fr

Mots-clés : livre - numérique - définition - édition

Keywords: book - digital - definition - publishing

Résumé :

Livre numérique, livre électronique, livrel, liseuse, application, eBook... une multitude de termes désignent cet objet aux contours flous apparenté à l'objet livre bien que ne lui ressemblant pas. Les éditeurs, maillon fort de la chaîne du livre française, s'expriment sur ce sujet, de façon tour à tour méfiante, euphorique ou encore sceptique.

Abstract :

EBook, electronic book, livrel, reader, application... a lot of terms name this object without a clear definition which is related to a book but doesn't seems like it. Publishers who are an important part of the french book's chain system, express themselves about it, sometimes looking suspicious, euphoric or even sceptic.

Le livre numérique est-il un livre ?

Le contexte économique actuel permet l'émergence croissante d'un marché dédié au numérique dans le milieu culturel. La restructuration des industries culturelles, en partie due au développement de l'offre numérique dans le domaine du livre, soulève de nombreuses questions. De ces interrogations découlent de nouvelles représentations, tant sur le plan de l'imaginaire que social. L'édition jeunesse, englobant les spécificités liées à la cible-enfant de ce marché, est un terrain favorable pour étudier ce phénomène.

Plus globalement, ce projet s'inscrit dans la recherche en sciences de l'information et de la communication par une approche cherchant à déconstruire les lieux communs et à mettre en lumière les représentations sociales liées à un secteur culturel précis suscitées par l'idée d'une recomposition des métiers à venir.

La littérature jeunesse constitue un terrain privilégié pour cette étude car la question de l'exposition aux écrans et du rapport au numérique de la génération dite des millenials est au cœur des préoccupations actuelles. De plus, l'édition de littérature jeunesse obéit à des règles spécifiques qui cadrent le travail de l'éditeur et la production de livres destinés aux enfants, rendant sa « transition » vers l'objet numérique complexe.

Ce choix induit également la question du design, les livres destinés à l'enfance étant souvent des objets comportant des spécificités sensibles. Par exemple, on trouvera de nombreux livres audio sur le marché de l'édition jeunesse, ou encore des livres « à toucher » ou « à sentir », ayant pour but de participer au développement sensoriel de l'enfant. Comment alors reproduire ces sensations dans un livre numérique ? L'enjeu est de taille puisque la littérature jeunesse représente la deuxième part du marché du livre (hors éducation).

L'une des hypothèses émergeant de l'analyse d'un corpus étudié ainsi que des communications des acteurs du livre jeunesse auprès des professionnels et du grand public concerne la définition de « livre numérique ». En effet, cette expression renvoie à de nombreuses figures liées au numérique : une application, un livre homothétique sous forme de PDF ou encore un livre enrichi au format ePub 3.

Cette multitude d'entités désignées par un même terme rend les frontières poreuses entre les différents rôles des professionnels qui interviennent dans sa construction.

Nous aborderons cette question centrale en analysant dans un premier temps les définitions recueillies dans des ouvrages spécialisés, des interviews de professionnels ou encore lors de communication d'experts auprès du grand public. Dans un deuxième temps, nous nous concentrerons sur l'exception de la littérature jeunesse en mettant en avant les réalisations numériques dans ce domaine et dans un troisième temps, nous nous demanderons si le livre numérique n'est finalement pas un terme qui renvoie plus à l'imaginaire d'une évolution majeure à venir dans un secteur plutôt qu'un objet stricto sensu.

I/ Une notion polysémique

Afin de définir l'expression « livre numérique », il est essentiel de se concentrer sur les termes qui la composent : « livre » et « numérique ».

Si l'on se réfère au dictionnaire, le livre est un « assemblage de feuilles imprimées et réunies en un volume, broché ou relié » ce qui le lie directement à la notion d'impression. Si cette définition n'englobe que le contenant, la notion de « livre » renvoie aussi au contenu, qui est souvent précisé par un qualificatif qui suit le terme « livre ». Dans le secteur des métiers du livre, on classe ainsi les objets-livres par catégories thématiques : livre pratique, roman, livre policier... ou même par le public auquel l'objet s'adresse comme pour le livre jeunesse. Julien Simon, directeur éditorial de Rocambole App, une application qui a adapté à des séries le concept de Webtoon, estime que « ce qui fait un livre, c'est un état définitif d'un texte ou d'un contenu. »

Le livre serait donc un concept culturel alliant contenant et contenu et non-modifiable.

Le « numérique », lui, n'apparaît pas sous une définition aussi simple. Il est souvent accompagné d'explications mettant en avant la complexité derrière ce terme. En effet, il est parfois associé à l'avancée technologique et technique, aux méthodes de communication modernes du point de vue des mathématiques; et représente parfois un espace non-tangible qui nécessite un tiers technologique pour y accéder. Rémy Rieffel, sociologue des médias, rappelle qu'« à l'origine, l'adjectif "numérique" relève du vocabulaire technique : il est associé au calcul, au nombre et renvoie à un mode autorisé un signal (le signal numérique par opposition au signal analogique) » (Rieffel, 2014).

Ces deux notions étant définies de manière très globale, il est difficile d'imaginer une définition précise pour l'expression qui les associe.

« Livre numérique » est issu du projet Gutenberg en 1971 lors de son lancement par Michael Hart qui consiste à numériser des œuvres du domaine public afin de les rendre accessible sur un support électronique. Le terme n'apparaît pourtant au Journal Officiel de la République française qu'en 2012 (JORF n° 0081 du 4 avril 2012, page 6130) et est défini comme tel : « ouvrage édité et diffusé sous forme numérique, destiné à être lu sur un écran ».

Une telle définition apparaît réductrice compte tenu de la complexité des termes qui la composent. En effet, on retrouve de nombreuses autres manières de caractériser cet objet dans des ouvrages traitant du livre numérique.

Il est d'abord une représentation fidèle du livre imprimé sur un support numérique dont les descriptions se rapprochent de celles du livre de poche. Il s'agit pour ces deux supports d'adaptation d'un premier opus publié en grand format, c'est ce qu'on appelle un livre homothétique : « Dans le monde du numérique, on parlera de livre homothétique pour qualifier un ouvrage dont le contenu sémantique est identique à celui du livre papier : même texte, mêmes images, mêmes entrées d'index, mêmes notes » (Prost, 2013).

Cependant, le livre numérique contient de par son caractère numérique une dimension d'innovation constante contrairement à ce qui est désigné comme livre homothétique. On imagine aisément que tout support numérique subit des mises à jour régulières et des évolutions qui amènent de nouvelles possibilités et des régressions sur ce qui a été mis en place, obligeant la personne en charge de sa réalisation à une constante vigilance.

En ce sens, cet objet technologique dépasse les frontières de son rapport strict à l'objet imprimé portant pourtant le même nom. Le livre numérique est-il réellement un livre ?

On trouve plusieurs définitions d'objets différents s'apparentant au livre numérique. Par exemple, au Québec, le « livrel » désigne le contenu d'un livre numérique et non le contenant. Cette opposition peut être inspirée de celle que font les pays anglophones entre « eBook », le contenu du livre numérique, et « reader », le support.

Il existe aussi le « livre électronique » qui met plus en avant l'intermédiaire de lecture qu'est la liseuse, ou encore « livre web » que le chercheur Antoine Fauchié désigne comme « un ensemble de pages structurées, organisées et rendues accessibles par un menu ou une table des matières ; des contenus qui s'adaptent formellement à la taille de l'écran, responsifs ou adaptatifs ; des liens hypertextes qui permettent de naviguer dans et en-dehors du livre » (Fauchié, 2017).

Dans certains cas, une application peut être considérée comme un livre numérique, on pense par exemple à « Phallaina », roman graphique dont la lecture en parallaxe a été pensée pour une application de smartphone. De plus en plus, on voit des fictions se développer sur les réseaux sociaux telles que « Été », une série de bande-dessinée sur Instagram produite par Arte.

Ce type de fiction révèle l'intégration de nouveaux acteurs dans un secteur dépendant d'une chaîne d'acteurs très définie. La bande dessinée est un genre dans lequel on constate de nombreuses tentatives d'adaptation sur support numérique, les illustrations et les dialogues s'y prêtant particulièrement.

Se pose alors la question de savoir si le livre numérique tel que défini ci-dessus sur plusieurs supports peut garder sa nomination de « livre », connotant un objet fini.

II/ Un concept aisément applicable dans le secteur jeunesse ?

Nous nous intéresserons dans un deuxième temps au livre numérique dans le secteur jeunesse en particulier qui constitue le terrain d'étude de ce doctorat.

On peut décomposer les ouvrages de fiction à destination de la jeunesse en plusieurs catégories : les one-shot qui sont des histoires uniques, les séries qui sont plusieurs histoires qui se suivent ou se complètent avec des personnages récurrents et les licences qui sont des fictions dont les droits sont détenus par des entreprises, par exemple Walt Disney.

Ce sont plus particulièrement les séries qui vont permettre aux éditeurs de s'approcher du numérique dans un premier temps. En effet, celles-ci sont souvent adaptées et déclinées sous plusieurs supports, par exemple la série Mini-Loup publiée chez Hachette Jeunesse existe originellement sous format d'album puis est déclinée en roman jeunesse, en livres-jeux, en dessin-animé. En 2016, la maison d'édition avait tenté de créer une application-jeu afin de donner de la visibilité au personnage sur smartphone mais l'application, bien que toujours disponible sur les stores, n'est pas rentable pour la société. Si on analyse cette application en regard des applications typiques de jeu les plus téléchargées pour la tranche d'âge ciblée (3-7 ans), on note de nombreuses différences. Les éditeurs ont fait le choix de couleurs pastel et d'un parcours utilisateur s'apparentant à un tutoriel permanent avec des boutons d'actions mis en évidence. En concurrence de cette interface, on trouve en tête des applications les plus téléchargées des jeux demandant à l'enfant de faire évoluer une ferme ou encore de réaliser des mini-jeux dans un espace aquatique avec des designs aux couleurs vives et un parcours utilisateur reposant sur l'intuition.

On peut alors se demander si c'est le manque d'expertise de la part des éditeurs ou le manque de budget à investir dans une telle réalisation qui eut pour conséquence l'échec de cette application, pourtant centrée sur un personnage très populaire d'Hachette jeunesse.

Julien Simon de chez Rocambole App qui travaille également à la formation de futurs éditeurs numériques souligne que, concernant le livre numérique, il y a « une exception avec les livres jeunesse, il y a beaucoup d'albums illustrés ou animés avec des interactions et des quizz [mais] on reste toujours dans les mêmes typologies » (Simon, 2019).

Effectivement, la plupart des livres numériques jeunesse sont des adaptations de fictions imprimées existantes et se basent sur deux aspects : le ludique et le pédagogique, souvent au détriment de la narration qui passe alors au second plan.

On le constate par exemple avec les nombreux ouvrages hybrides de jeux tels que la collection « Cahier de dessin animé » des éditions qui consiste à colorier des images sur un livret puis à les scanner avec son smartphone ou sa tablette sur une application dédiée afin de les animer et de raconter l'histoire en parallèle. L'image est ici au centre du dispositif avec une composante « divertissement » très forte via l'activité de coloriage.

Aussi, on peut prendre pour exemple « L'herbier des fées » de Benjamin Lacombe et Sébastien Perez, édité chez Albin Michel, dont la version numérique est sortie en 2011.

Ce livre, aux caractéristiques graphiques notables car illustré par Benjamin Lacombe, un illustrateur très connu dans le secteur du livre jeunesse, a pour objectif d'introduire les sciences naturelles, et plus particulièrement sur la flore, auprès du jeune public. La version numérique a bénéficié de subventions importantes qui étaient alors versées par les institutions publiques dans le but de promouvoir l'usage du numérique et cela se ressent dans la qualité du design. Cependant, on note que le texte passe alors au second plan, les visuels étant au cœur du livre numérique. Cet aspect est d'ailleurs souligné dans les commentaires laissés sur l'ouvrage sur les différents sites de vente et de critique littéraire (Fnac, Babelio, Albin Michel, Cultura) : « splendide », « magnifique », « une qualité esthétique ». Une fois encore, nous nous trouvons dans un univers ludique, où l'immersion graphique prime sur la narration.

Ce type d'ouvrage est appelé « livre enrichi » dans le secteur de l'édition et défini comme tel : « Le livre enrichi (ou augmenté) est la prolongation naturelle du livre homothétique : il s'agit de profiter des possibilités offertes par l'informatique et d'explorer de nouvelles voies de création rendues possibles par la dématérialisation, le multimédia et l'Internet » (Prost, 2013). On voit ici apparaître de nouvelles dénominations liées au livre numérique qui véhiculent l'idée d'un objet supérieur à l'objet tangible à travers les termes « enrichi » et « augmenté ». On mesure ici alors l'ampleur des attentes en termes de réalisation quant au livre numérique.

Concernant l'aspect pédagogique, les éditeurs scolaires se sont emparés de la composante numérique. Au départ, dans ce secteur, les éditeurs répondaient à des commandes de contenus pédagogiques numériques issues des appels d'offres du ministère de l'éducation nationale. Par exemple, Belin a créé un espace en ligne permettant au professeur d'accéder à une banque de ressources en ligne composées de fiches pédagogiques, d'illustrations, d'exercices. Ces documents accompagnent les programmes et la plateforme a pour objectif de maintenir une interaction entre les élèves et le professeur hors de la classe, offrant ainsi un suivi personnalisé des élèves en parallèle du suivi global.

Dans un second temps, on voit apparaître de plus en plus de fictions numériques intégrant une composante pédagogique. Par exemple, la Bibliothèque nationale de France a mis en place via Gallica un chatbot permettant de dialoguer avec les personnages des œuvres dites classiques pour les plus grands ou encore Belin a sorti cette année la collection Colibri totalement numérique à destination des enfants dyslexiques comportant des quizz, des détails supplémentaires sur les personnages et des exercices pour identifier les phonèmes-graphèmes. Ces deux projets nous exposent la nécessité d'immersion liée au numérique, que ce soit en donnant vie à la fiction via des simulations de situations réelles ou en impliquant le lecteur dans l'avancée de l'histoire.

De manière générale, ces exigences du livre numérique demandent de repenser la chaîne de production d'un livre et renvoient les éditeurs à une évolution de leur rôle au sein de ce système. Une sorte d'urgence se ressent à « faire du numérique », ce que l'on constate dans les interventions et présentations des assises du livre numérique qui ont lieu depuis dix ans. Cette sensation est d'autant plus présente chez les éditeurs jeunesse qu'il existe un savoir-faire français dans ce secteur, comme le souligne Julien Simon « il y a une expertise qui est reconnue mondialement. On fait de beaux livres jeunesse en France. »

III/ Le livre numérique : de l'infini de possibilités créatives à la menace

La sensation d'un impératif à faire du numérique est très présente dans le secteur de l'édition. Cependant, on constate qu'un débat sans fin a lieu sur la manière de « faire du numérique ». Les assises du livre numérique rassemblant des professionnels de l'édition autour de la question du livre numérique ont lieu depuis dix ans sans pour autant avoir de réponses à apporter, notamment en ce qui concerne les réformes juridiques et la recherche d'un système économique viable.

En effet, dans le monde du numérique, la relation avec le récepteur du dispositif est centrale, on parle de « parcours utilisateur ». La cible paraît être la préoccupation première dans la conception d'un objet numérique : combien de clics pour accéder à une information, combien de niveaux de lectures, quels animations pour qui, sont autant de questions inhabituelles pour un éditeur. Le rôle d'un éditeur au sein de la chaîne du livre s'apparente à de la gestion de la création d'un ouvrage : du contenu, avec le travail sur le texte et les images en collaboration avec l'auteur et l'illustrateur, à la vente de l'objet fini via le calcul du prix du livre, en passant par la conception pratique avec les choix de fabrication. Ce rôle change forcément avec le numérique puisque l'étape de fabrication diffère en tous points : plus de choix de papier, de reliure, ni de façonnage. De plus, les critères de fixation du prix du livre dans le numérique ne sont pas encore clairement définis bien qu'un prix unique pour tous les revendeurs soit exigé par la loi du 26 mai 2011. Aussi, le numérique ouvre le champ des possibilités en termes de création : « en entrant dans l'univers du numérique, le contenu bénéficie de toute la richesse de l'informatique, du multimédia et des réseaux, ce qui ouvre un nouveau champ de possibilités qu'éditeurs et auteurs vont immanquablement explorer » (Maurin, 2013). En effet, de nouveaux dispositifs numériques portant de nouvelles idées sur la manière de traiter la fiction font leur apparition : la réalité virtuelle via des casques, les ouvrages hybrides fonctionnant avec des applications, les progressive web app qui sont des applications qui évoluent en parallèle des sites Web et évitent la multiplication des évolutions à imaginer... tant d'options qui nécessitent des connaissances que n'ont pas les éditeurs, formés à la chaîne de production traditionnelle.

Si l'on regarde du côté des autres continents, on trouve des idées d'application du livre au numérique qui arrivent peu à peu en France, tout en tenant compte des spécificités juridiques et économiques de la chaîne du livre dans l'hexagone. Au Japon, le format "webtoon" lisible sur smartphone a fait ses preuves : il s'agit de diffuser des mangas gratuitement par petits épisodes à intervalles temporaires définis. La lecture se fait via une application en scroll infini. Pour passer à l'épisode suivant, deux solutions : attendre pour qu'il se débloque gratuitement ou payer pour l'obtenir immédiatement. Ce mode de lecture s'adapte particulièrement aux transports en commun et est repris via des applications telles que Rocambo App qui proposera dès le printemps 2019 des romans découpés en épisodes via un système d'abonnement.

L'abonnement, justement, est au centre des discussions pour un système économique du livre numérique. Aux États-Unis, on voit émerger des plateformes qui s'apparentent à Netflix pour le cinéma telles que Scribd qui propose les best-sellers des maisons d'édition américaines. Des tentatives d'interfaces similaires avaient vues le jour en France : Youscribe ou Youboox mais le succès n'est pas encore au rendez-vous bien que sur Youboox par exemple, on commence à voir apparaître des ouvrages issus des meilleures ventes.

Ces plateformes émergentes démontrent un rapprochement du rôle de l'éditeur avec celui du diffuseur. L'éditeur, représentation du « gardien de la culture » de par sa vocation à faire des choix parmi les manuscrits qu'il reçoit et sa connaissance des besoins du marché, voit son rôle perdre de sa superbe. Il se retrouve limité en compétence dans un secteur où les développeurs, agence de design et producteurs ont de meilleurs atouts de par leur formation et leur expérience. Florian Dupas, fondateur de Kwalia, une plateforme clé-en-main pour créer et diffuser des histoires numériques, va même jusqu'à dire que faire du livre numérique revient à « ne pas faire du livre ». Il ajoute qu'ainsi, les lois parfois contraignantes qui s'appliquent au livre imprimé ne peuvent être prises en compte dans la création, la diffusion et la vente d'un objet numérique.

En prenant du recul sur toutes ces problématiques, on observe parmi les acteurs du livre numérique des réactions hétéroclites face à l'idée d'une arrivée imminente du numérique dans le secteur du livre.

Comme le déclare Rémy Rieffel « le numérique ne se réduit pas, on s'en doute, à une simple technique : il véhicule également des représentations très différentes selon le secteur évoqué ; il est profondément chargé d'affects, voire de passions » (Rieffel, 2014).

On observe, suite à une série d'entretiens et des conférences, différentes postures en regard de cette idée. La première, euphorique, traduit un engouement pour la technologie, l'impression de pouvoir tout réaliser sans aucune limite en termes de création. En général associé à l'idée d'une révolution, d'un changement massif, le numérique est alors associé à une connotation positive en lien avec le renouveau.

Par exemple, Julien Simon explore les possibilités d'un nouveau système de lecture offert par le numérique en s'inspirant des webtoons japonais et ouvre une interface

Une autre réaction est celle de se positionner en tant que leader sur le marché naissant du livre numérique. On retrouve cette position notamment chez des éditeurs produisant du livre homothétique, par exemple chez Hachette Livre, Vincent Gros, chef de projet innovation au service numérique affirme être « numéro un en France sur la distribution » de livre numérique et être « un des acteurs les plus dynamiques » sur les standards.

Il est intéressant de noter que ce discours, tenu lors d'un entretien dans le cadre de la recherche, ne reflète pas le mode de pensée du dirigeant de l'entreprise, Arnaud Noury, qui déclarait le 19 février de l'année précédente lors d'une visite dans ses locaux indiens : « Nous, en tant qu'éditeurs, n'avons pas fait un super travail avec le numérique. Nous avons essayé. Nous avons expérimenté l'ebook augmenté ou enrichi – ce qui n'a pas marché. Nous avons tenté les applications, des sites web avec notre contenu – nous avons une ou deux fois connu des succès, sur des centaines d'échecs » pour finir par conclure que « le livre numérique est un produit stupide ». Ces propos illustrent une posture méfiante voire de peur. Ici, la notion de « livre numérique » est associée à celle d'un changement brusque à venir et est vécue comme une menace.

Suite aux assises du livre numérique et aux conférences de Livre Paris durant lesquelles les éditeurs communiquent auprès d'un large public, on constate une oscillation entre les deux extrêmes que sont l'euphorie et la peur. Julien Simon résume cette position de latence mêlée de peur et d'excitation : « La vraie menace du livre numérique est encore devant nous ».

Seul un groupe restreint d'acteurs, relativement isolés, lance des initiatives afin de tester les possibilités de marché offertes par le livre numérique, cet objet non défini qui n'est, au final, pas si proche du livre que nous connaissons.

Bibliographie

- Barthes R. (1970). *Mythologies*. Paris, Seuil, collection Points Civilisation 10.
- Belisle C. (2011). *Lire dans un monde numérique*. Lyon. ENSSIB.
- Benhamou F. (2014). *Le livre à l'heure du numérique*. Paris, Seuil.
- Biagini C. (2015). *L'assassinat des livres : par ceux qui œuvrent à la dématérialisation du monde*. Paris, L'échappée, collection Frankenstein.
- Bonaccorsi J. (2009). *Le devoir de lecture - Médiations d'une pratique culturelle*. Paris. Lavoisier-Hermes, coll. Communication, médiation et construits sociaux
- Chriqui V. (2012). *Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique, notes d'analyse 270-271-272*. Paris, centre d'analyse stratégique.
- Cordier A. (1999). *Le livre numérique : rapport*. Paris, Ministère de la culture et de la communication.
- Fauchié A. (2017). *Le livre web comme objet d'édition ? Design & innovation dans la chaîne du livre*. p.148.
- Fay C. (2015). *Cahier de dessin animé - Les contes d'Andersen*. Paris, Éditions animées.
- Jahjah M. (2015). *Des ruptures dans les routines d'exécution. Sur quelques pratiques de fabrication des livres numériques chez Publie.net. Lectures digitales - L'écran au bout des doigts, Publie.net*. p. 219–243.
- Jahjah M. (2018). *Culture imprimée et culture numérique : au-delà de Gutenberg, les enjeux du "texte livresque"*. La Revue de la Bibliothèque nationale universitaire de Strasbourg, hors-série Gutenberg, p. 90–99.
- Jeanneret Y. (2011). *Y-a-t-il vraiment des technologies de l'information ? Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du septentrion, collection Les savoirs mieux*.
- Lacombe B. & Perez S. (2011). *L'herbier des fées (version numérique)*. Paris, Albin Michel.
- Prost B., Maurin X. & Lekehal M. (2013). *Le livre numérique*. Paris, éditions du cercle de la librairie.
- Ren M. (2016). *Phallaina*. Paris, productions Small Bang, 9eArt+ & France Télévisions Nouvelles écritures.
- Rieffel R. (2014). *Révolution numérique, révolution culturelle ?* Paris, Gallimard.
- Robert P. (dir). (2016). *La bande dessinée et le numérique*. Paris. CNRS.
- Tadier E. (2018). *Les corps du livre, du codex au numérique. Enjeux des corporités d'une forme médiatique : vers une anthropologie communicationnelle du livre*. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication. Paris. Sorbonne université.
- Tessier M., Racine B., Jeanneney J.-N., Samuelson F., Fixot B. & Cremisi T. (2008). *La révolution du livre numérique*. Paris, éditions Odile Jacob.
- Thérenty M.-E. & Wrona A. (2019). *Objets insignes, objets infâmes de la littérature*. Paris. Éditions des archives contemporaines. Coll. Ère numérique.
- Vial S. (2013). *L'être et l'écran*. Paris, Presses universitaires de France/Humensis.
- Vial S. & Catoir-Brisson M.-J. (2017). *Design & innovation dans la chaîne du livre*. Paris, Presses universitaires de France/Humensis.
- Zanin A. (2016). *La narration transmedia : entre concepts et réalité*. Paris, Celsa, Mémoire de Master 2.

Entretiens

- Dupas F. (2019). *Entretien dans le cadre du doctorat*. Paris.
- Gros V. (2019). *Entretien dans le cadre du doctorat*. Paris.
- Simon J. (2019). *Entretien dans le cadre du doctorat*. Paris.

Webographie

Application Mini-Loup, sur le site Hachette Jeunesse : <https://hachette-jeunesse.com/decouvre-lapplication-mini-loup>

Les dix ans des assises du livre numérique, programme détaillé; sur le site du syndicat national de l'édition: https://www.sne.fr/evenement_sne/les-10-ans-des-assises-du-livre-numerique/

Le journal officiel n°0124 du 28 mai 2011, page 9234, texte n° 2 sur Legifrance : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000024079563&categorieLien=id>

Le journal officiel n°0081 du 4 avril 2012, page 6130, texte n° 118 sur Legifrance : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000025627105&categorieLien=id>

Sites de critiques littéraires et d'avis de clients : <https://www.babelio.com> / <https://www.cultura.com> / <https://livre.fnac.com/>

Dictionnaire de la langue française sur le site du Larousse : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>

Projet Gutenberg sur le site dédié : https://www.gutenberg.org/wiki/Main_Page

Gary N. (2018). Arnaud Nourry : "Le livre numérique est un produit stupide", site Actualitte :

<https://www.actualitte.com/article/lecture-numerique/arnaud-nourry-le-livre-numerique-est-un-produit-stupide/87393>

La collection Colibri sur le site de Belin : <https://www.belin-education.com/colibri#version%20numerique>

La digithèque sur le site de Belin : <https://www.belin-education.com/la-digitheque>

**Construire le sens des écrits urbains :
L'exemple de la distribution des « papiers de marabout » à Barbès**
Building urban writings meaning:
The example of delivery “marabout flyers” at Barbès subway station

Mathilde Vassor

doctorante en SIC

GRIPIC, Celsa – Sorbonne Université

mathilde.vassor@hotmail.fr

Mots-clés : Espace urbain, culture écrite, formes et écritures médiatiques, sémiotique.

Keywords: Urban area, writing culture, forms and writings in media, semiotic

Résumé :

Le « papier de marabout », un écrit emblématique du quartier de Barbès, souligne combien le sens d'un objet se construit en contexte grâce à l'ensemble des dimensions de la situation de communication.

L'analyse menée est l'occasion de comprendre comment les paramètres – autres que le sens littéral des mots – participent à la fabrique du sens d'un objet écrit circulant dans l'espace urbain. Seront étudiés trois éléments qui, par leur intrication, « font sens » : les projets communicationnels de chacun, les pratiques spatiales des acteurs et les normes propres aux objets scripturaires.

Abstract :

At Barbès district, “flyers of marabout” are emblematic. They highlight how context and components of a situation of communication build meanings of objects

This text analyses this several components – which are not literal words meaning – and how they build the meaning of a writing in urban area. One noticed three components which “make sense” by their interweaving: personal backgrounds and will in a setting, spatial movement of stakeholders and norms of writings.

La construction du sens des écrits urbains : L'exemple de la distribution des « papiers de marabout » à Barbès

Introduction

Écrits emblématiques du quartier de Barbès, les « papiers de marabout » appellent une réflexion sur le rapport au contexte urbain dans lequel ils circulent : leur attachement à la ville et les divers usages dont ils font l'objet (notamment la collection) soulignent combien le sens se construit en contexte. L'efficacité rhétorique des papiers de marabout repose sur la reconnaissance, par les passants, d'un « genre », qui leur est propre. Si la standardisation de la « forme médiatique » (Tadier, 2018) participe à cette stratégie, elle n'est pas la seule : des éléments du contexte urbain comme le mode de distribution sont également importants. Ici, se pencher sur la fabrique du sens, c'est donc prendre en compte l'intégralité de la situation d'énonciation : le sens se construit en contexte et fait appel à l'ensemble des éléments constituant la « scène communicationnelle » (Odin, 2011). Autrement dit, le sens d'un objet scripturaire ne se construit pas uniquement sur une pratique de « lecture » au sens strict : il est indissociable des usages et appropriations dont l'écrit fait l'objet. En ce sens, les collections ou enquêtes sémiotiques font aussi partie du sens conféré au papier de marabout.

Le verbe « lire » vient du latin *legere* qui signifie « ramasser, cueillir », « choisir » ou encore « parcourir, suivre une piste »¹. En somme, lire c'est construire du sens à partir de signes hétérogènes. Ainsi, la fabrique du sens peut être considérée comme la lecture d'une situation de communication urbaine : le passant parcourt l'espace urbain afin de recueillir des signes pertinents pour construire une piste de réflexion l'amenant à donner du sens à un objet ; dans notre cas, il s'agit de considérer l'objet distribué comme un flyer promotionnel donnant les coordonnées d'un « rebouteux ». Comme le souligne Elsa Tadier à propos du livre, « la lecture engage avec elle autre chose que la seule compétence linguistique. De ce fait, elle s'éprouve et procède d'une quête de sens qui invite à faire l'expérience du livre » (Tadier, 2018 : 40). Lire engage donc un apprentissage corporel complet. Ici, la construction du sens nécessite des connaissances propres à culture de l'écrit (la reconnaissance d'une forme médiatique) mais également un savoir issu de la pratique de l'espace urbain, une capacité à « lire » l'espace.

Le genre « papier de marabout » excède l'objet lui-même et intègre les multiples dimensions de l'espace de la ville. Nous nous demandons comment le sens – littéral et formel – du « papier de marabout » se construit dans un contexte urbain. Autrement dit, il s'agit de comprendre la part de l'urbain dans la fabrication d'une forme standardisée, le « papier de marabout ». Pour ce faire, nous émettons trois hypothèses qui sont autant d'arguments venant sous-tendre l'idée que la fabrique du sens déborde une approche logocentrée de la lecture.

Dans un premier temps, nous supposons que, malgré la standardisation de sa forme, le sens du papier de marabout est construit par le projet communicationnel de son lecteur plus que par les imaginaires liés au territoire. Dans un deuxième temps, nous émettons l'hypothèse que les pratiques spatiales des passants – leurs déplacements – font partie de la stratégie rhétorique des papiers de marabouts. Enfin, nous postulons que la forme standardisée des papiers de marabout s'explique par un besoin de reconnaissance des passants, lecteurs potentiels, dans l'espace urbain. En somme, la standardisation des papiers de marabout, sur laquelle leur efficacité rhétorique est construite, délègue le sens de cet objet à d'autres éléments que le sens littéral des mots.

¹ « LIRE : Définition de LIRE » (2008). *Le Petit Robert, Le Robert, Paris, p.1498.*

Notre analyse communicationnelle des papiers de marabout se fonde sur une approche ethno-sémiotique par sa volonté de dégager des rituels et de montrer que la requalification sociale des objets dépend des contextes de sociabilité et de représentation. Cette position épistémologique engage une méthodologie double : une analyse sémio-pragmatique de corpus et une méthode d'observation in situ.

Nous avons réuni un corpus de 37 exemplaires de papiers de marabouts, issus de notre propre « glanage » (Artières, 2007) dans l'espace urbain, principalement parisien, sur plusieurs années. De fait, nous abordons la question du sens conféré à un objet par la pratique de la collection, ce qui oriente nécessairement notre regard (Foucault, 1997). Nous avons soumis ce corpus à une analyse sémiologique, d'abord flottante avant de mener des observations plus précises : recueil de formules, décalque des formes de ces papiers et d'éléments formels textuels (les numéros de téléphone).

Nous avons ensuite élargi notre analyse à la « scène communicationnelle » (Odin, 2011) en menant des observations participantes de la situation de distribution à Barbès : nous avons fait le trajet des voyageurs du métro et y avons cherché quels étaient les éléments qui « faisaient sens » en contexte.

I. Du territoire au terrain : interroger les conditions de la construction du sens

La situation de communication que nous analysons est située dans un espace bien particulier, la station de métro Barbès. Il semble donc tout naturel de s'interroger d'abord sur la relation qui unit l'objet au territoire, et notamment sur les imaginaires qui lui sont liés.

Cependant, la relation que l'on tisse avec le papier de marabout, et donc le sens qu'on lui donne, ne sont pas conférés de manière univoque par ce lien territorial. Pour comprendre la construction du sens, il convient de prendre en compte l'intégralité de la situation de communication, dans laquelle le projet communicationnel de chacun des acteurs. Dans notre cas, la pratique de mise en corpus donne à voir les conditions de la construction du sens.

A. Une relation indiciaire au territoire et aux pratiques

Distribuer les papiers de marabout à Barbès n'est pas anodin : les imaginaires liés à ce quartier cosmopolite et populaire participent à leur donner un sens. Leur efficacité rhétorique repose sur le postulat d'une contiguïté entre le papier et le territoire autant qu'entre l'objet et ses conditions de fabrication (Peirce, 2017).

Le papier de marabout se fonde sur une esthétique de l'imperfection passant par la mise en scène d'un « bricolage » (Lévi-Strauss, 2010) que révèlent les fautes d'orthographe ou de syntaxe, le choix de typographies ordinaires ou encore une mise en page donnant l'impression d'une absence de maîtrise graphique. À cela s'ajoute une rhétorique de l'hyperbole : saturation sémiotique, usage de « formules » (Krieg-Planque, 2009) : « Il (ou elle) courra derrière vous comme le chien derrière son maître », « Au don héréditaire, il réussit là où tous les autres ont échoué »...

Cette double dimension indiciaire participe à faire du papier de marabout le signe d'une authenticité, ce qui participe, en évacuant la dimension marchande, à asseoir sa légitimité comme praticien. À l'instar de la valorisation de la « conversation », un écrit « authentique » est comparable à « une communication débarrassée de la stratégie ; lavée de l'idée d'instrumentation et d'instrumentalisation professionnelle, épurée du soupçon de manipulation » (Marti, Patrin-Leclère, 2011 : 25) qui plane bien souvent sur la publicité.

B. De quoi la collection est-elle le nom ?

Cependant, aborder la construction du sens du papier de marabout amène d'emblée à le considérer avec une sorte de détachement amenant à chercher, d'un air circonspect, les traces de la construction de l'« authenticité » d'un écrit standardisé. Supposer une authenticité – ou son absence – postule un sens immanent à l'objet et l'existence d'une « bonne » lecture qu'il faudrait adopter. Cette conception empêche de considérer la construction du sens en contexte.

Or, dans le cas des papiers de marabout, comme dans le cas de tout écrit, la part du lecteur est essentielle pour construire le sens. Dans notre cas, plus que sur la véracité du sens à accorder à l'objet, il convient de se pencher sur les conditions de la construction de celui-ci et donc se demander d'où l'on parle. En d'autres termes, il faut se demander ce que fait le chercheur en sciences de l'information et de la communication lorsqu'il décide de réunir en corpus des papiers de marabout.

Se pencher sur les conditions de la construction du sens amène à considérer le papier de marabout moins comme l'indice d'un espace que comme la trace d'une expérience spatiale, celle du passage à Barbès. Autrement dit, le papier de marabout n'est plus considéré comme la trace d'un territoire mais comme un l'indice de pratiques communicationnelles situées dans un espace donné. Dès lors, la mise en corpus est un moyen de comprendre des situations de communication ordinaires.

Ce que nous interrogeons, ce n'est donc pas la relation au territoire mais la relation au terrain, et sa mise en sens par la sélection du corpus. La question du territoire n'est cependant pas éludée. Les pratiques communicationnelles sont simplement considérées comme spatialement situées. Ainsi, par la pratique de collection, c'est bien une relation au terrain – dans notre cas, la station Barbès – que nous interrogeons. En collectant l'objet, nous cherchons à reconstituer des pratiques de lecture culturellement situées dans le métro parisien, des processus de communication « vivants ».

Le geste de mise en corpus permet de comprendre des normes de lecture d'un artefact de la culture livresque. Ce que nous analysons ce n'est pas tant un objet qu'une situation de communication qui donne sens à un objet. Dans notre cas, celle-ci prend place dans un espace urbain.

II. Un « genre » qui excède l'objet

Une des caractéristiques de cet espace urbain, c'est le déplacement des passants (De Certeau, 1990) qui sont intégrés à la stratégie rhétorique des papiers de marabout et participent à la constitution du genre. Cela sous-entend qu'une « forme médiatique » n'est pas réductible à sa seule matérialité mais comprend l'ensemble de la situation de communication (Harris, 1993 ; Odin, 2011).

A. Prendre en compte les pratiques spatiales des passants

À Barbès, le papier de marabout est distribué à un endroit très précis de la station : en haut d'une volée d'escalier permettant de rejoindre la ligne 2. À heures fixes, deux personnes y sont postées. Elles ont une pile de flyers dans une main et de l'autre, en prennent deux qu'elles tendent aux passants. Dans la majorité des cas, ces derniers ne prennent pas les papiers. Alors, les personnes chargées de la distribution, tout en gardant leurs deux flyers en main, recommencent leur geste, faisant mine de reprendre deux papiers pour les tendre au passant suivant.

Aux yeux du passant, le papier de marabout est lié à sa distribution. Il s'agit en quelques sortes d'une expérience totale mettant en cohérence le bâti, l'écrit et les pratiques spatiales des passants : le corps en mouvement du passant est intégré à la stratégie de mise en visibilité.

La stratégie de distribution s'insère dans un parcours urbain et repose sur des pratiques socio-spatiales dans lesquelles les passants sont majoritairement « absents » de ce qu'ils font. La distribution repose sur des automatismes et des apprentissages de la part des passants qui reconnaissent des possibilités de lecture du papier tendu dont la forme suggère d'être « attrapé au vol ».

Issue d'une connaissance fine des pratiques urbaines, la forme « papier de marabout » s'adapte donc aux pratiques spatiales des acteurs (Da Lage, 2013). La distribution s'insère dans leur parcours quotidien. De manière infime, celle-ci engage un micro-changement de situation de communication dans laquelle le passant devient, l'espace d'un instant, un lecteur – et donc un client – potentiel.

B. La distribution : moment de bascule entre deux situations de communication

Trait d'union entre deux personnes, le papier de marabout permet la rencontre entre deux corps en mouvement. Comme le souligne Elsa Tadier, « non seulement la forme est porteuse du projet communicationnel [...], mais c'est par elle que s'accomplit le lien entre les différents partenaires de la communication [...] » (Tadier, 2018 : 40).

Analysons de plus près cette micro-situation de communication. La personne distribuant le papier renouvelle sans cesse son geste. Pour le passant, le geste de distribution est donc toujours le même. Pour la personne chargée de la distribution, même si l'individu en face de lui est différent, il s'agit toujours d'un « autrui généralisé » (Mead, 1963) ayant le statut de « passant ». Dans les deux cas, la situation de communication définit, pour chacun des acteurs, un rôle social dédié (Da Lage, 2013). Elle les inscrit dans un cadre instituant leur permettant de savoir quel sens donner à l'expérience et l'attitude à adopter en conséquence : distribuer le papier pour la personne chargée de la distribution, le prendre ou le refuser pour le passant.

Cependant, à la manière d'une ritournelle (Ferraz, 2012), le renouvellement incessant des gestes des acteurs amène à considérer la situation de communication, non comme un cadre figé structurant les rôles sociaux, mais comme le résultat, toujours en mouvement, d'un fragile équilibre entre les différentes dimensions.

C. La scène communicationnelle : une disposition matérielle éphémère en mouvement

La situation de communication nous apparaît donc plutôt comme une « disposition matérielle éphémère » dynamique ainsi que le montrent Igor Babou et Joëlle Le Marec à propos de l'institution bibliothécaire :

« La stabilité n'est pas un état inerte par opposition à la dynamique du changement. Elle peut être soutendue par des actions, mobiliser des efforts et des coordinations collectives complexes. » (Babou, Le Marec, 2003 : 4)

Comme pour la situation de la distribution des papiers de marabout, un état stable, en apparence figé et répétitif ne l'est en fait pas : les acteurs y participant sont en mouvement même si la situation paraît répétitive. Une telle « disposition matérielle éphémère », au sein de laquelle un certain nombre de forces sont réunies de manière transitoire et mouvante, évoque la « ritournelle » de Deleuze et Guattari (Ferraz, 2012) ; à chaque nouvelle distribution une nouvelle ritournelle s'exprime. En intégrant les pratiques spatiales des passants à leur stratégie de distribution des flyers, les marabouts prennent en compte la dynamique d'une situation de communication qu'ils savent éphémère. Plus que cela même, ils en tirent profit pour se distinguer d'autres types d'écrits : cette stabilité dynamique participe à construire leur genre. C'est en effet par la reconnaissance d'une situation de distribution que les passants savent quel sens donner au papier qui leur est tendu : cette situation de communication devient presque un rituel social

Dès lors, cette dernière n'apparaît plus comme quelque chose dessiné a priori mais comme un cadre conceptuel posé a posteriori sur un certain nombre de forces en mouvement.

Les individus reconnaissent et fabriquent la situation de communication en même temps, de concert avec les éléments à leur disposition.

Ainsi, l'ensemble de la « scène communicationnelle » de distribution des flyers, participe à la constitution du genre « papiers de marabout ». Ce dernier excède l'objet lui-même : il caractérise une situation de communication, résultat d'un équilibre précaire d'éléments divers – matières, imaginaires des acteurs, pratiques – toujours en mouvement.

Cette manière de considérer la scène communicationnelle a-t-elle des conséquences pour penser la forme du papier de marabout ? Autrement dit, peut-on imaginer que la constitution de la forme du papier de marabout résulte du même processus d'organisation matérielle éphémère ?

III. L'objet normé au sein d'un espace lui-même normé

Dans un espace urbain saturé de signes, la forme que prend le papier de marabout peut être comprise, non pas comme un choix a priori de la part des concepteurs – comme le suggère le modèle hylémorphique (Ingold, 2013) –, mais comme la négociation d'un « artisan » avec les contraintes dues à la situation de « petit objet » du papier de marabout. Celui-ci doit être remarquable tout en restant tolérable pour le destinataire. La ritournelle de Deleuze et Guattari nous permet de penser cette structuration formelle standardisée : « On a toujours cru à la nécessité d'une hiérarchie pour mettre les choses en connexion, mais la ritournelle nous apprend justement le contraire, la structuration n'est qu'une manière de limiter les connexions déjà existantes. » (Ferraz, 2012)

La forme du papier de marabout se comprend comme une structuration possible, négociée entre différentes contraintes, parmi un fourmillement de possibilités graphiques. L'une de ces contraintes est le besoin de reconnaissance rapide des papiers de marabout. Nous émettons donc l'hypothèse que la forme standardisée des papiers de marabout s'explique par le besoin de reconnaissance rapide des lecteurs potentiels dans l'espace. La normalisation fonctionne sur un processus de reconnaissance, et donc d'apprentissage, de la part des acteurs de la situation de communication : les producteurs doivent être conscients de « ce qui se fait » et « ce qui ne se fait pas » ; les potentiels clients, capables de reconnaître la forme médiatique produite.

A. Une « image du texte » standardisée issue de pratiques et formes médiatiques hybrides

Feuille au grammage standard de 80g/m², petite taille (1/8 de feuille A4 la majeure partie du temps), format paysage, saturation graphique, utilisation de polices de caractères communes, présence et place des noms du marabout et numéros de téléphone sont les éléments structurants de cette « image du texte » (Souchier, 1998) standardisée. Pour les passants, le processus de fabrication du sens s'opère par la reconnaissance de l'image du texte du papier de marabout dont la « forme agrégative [est une] combinatoire d'éléments hétérogènes » (Tadier, 2018 : 38) correspondant à différents usages, pratiques de lecture et modes de circulation. Nous en avons identifié deux : l'affiche et la carte de visite. La circulation dans un espace urbain et les problématiques de publicisation justifient le respect de normes graphiques propres à l'affiche : les informations importantes sont visibles de loin (Petrucci, 1993). La pratique du « pense-bête » liée à une circulation dans des espaces personnels, poches et portefeuilles, justifie le format carte de visite (Jeanneret, Souchier, 2000).

À l'instar des internautes qui reconnaissent la dimension matérielle et symbolique du signe-passeur, les passants apprennent à reconnaître ce papier, comme étant un « papier de marabout », mais également comme un « objet à lire » inscrit dans l'espace urbain.

Le papier de marabout, distribué, s'affiche donc en tant que signe.

B. Les normes d'une société fondée sur l'écriture

La stratégie rhétorique reposant sur la normalisation d'une image du texte présuppose un apprentissage de la part des passants. Pour donner sens au papier de marabout, si les passants doivent reconnaître l'image du texte qui lui est propre, ils doivent plus fondamentalement reconnaître l'image d'un texte, sans quoi le papier de marabout reste un objet hermétique, dont l'utilité peut être détournée en se fondant sur ses qualités matérielles, pour caler une porte ou fabriquer un avion en papier. En somme, le papier de marabout est bien un artefact de la culture livresque (Illich, 1992) : il est produit par et pour une société de l'écriture. Son efficacité rhétorique se fonde sur un bagage culturel commun qui souligne l'existence de normes scripturaires (et donc corporelles) dans l'espace urbain. On voit apparaître la dimension culturelle de la lettrure, qui ne se réduit pas à des compétences intellectuelles mais engage des savoirs incorporés (Souchier, 2012). Le passant dispose donc d'un certain nombre de savoirs (Schütz, 2008), fondées sur des normes communes qui lui permettent de vivre au quotidien.

Conclusion

Si le terme de « norme » désigne les règles que l'on a en partage, la dimension coercitive n'en est pas absente. Notre analyse relève donc nécessairement du politique au sens étymologique : elle souligne l'existence d'éléments communs et désigne par là-même ce qui en est exclu. Dans une société fondée sur l'écriture, ceux qui ne peuvent pas reconnaître l'image d'un texte sont, de fait, marginalisés (Goody, 2007). Ce savoir engage l'individu dans son ensemble, c'est pourquoi le sens d'un objet scripturaire peut se construire en dehors de la pratique de lecture au sens strict. « Savoir lire » ne se réduit donc pas au déchiffrement des mots mais recouvre toute une série de savoirs incorporés.

Cette définition de la lecture interroge les requalifications sociales des objets que sont les enquêtes scientifiques qui, par l'analyse, confèrent une légitimité à ces objets. En ce sens, les chercheurs ont une responsabilité dans la charge de sens, nécessairement située, qu'ils confèrent aux objets qu'ils manipulent.

Bibliographie

- Artières P. (2007). *Rêves d'histoire : pour une histoire de l'ordinaire*. Paris, Les prairies ordinaires.
- Da Lage E. (2013). Michèle Gellereau : Les mises en scènes de la visite guidée, communication et médiation. *Études de communication*, vol.28, p.188-190.
- De Certeau M. (1990). *L'invention du quotidien*. 1. Arts de faire. Paris, Gallimard.
- Ferraz S. (2012). La formule de la ritournelle [en ligne]. *Filigrane*. Musique, esthétique, sciences, société, n°13. Disponible sur : <http://revues.mshparisnord.org/filigrane/index.php?id=420>
- Foucault M. (1997). *L'Archéologie du savoir*. Paris, Gallimard.
- Goody J. (2007). *Pouvoirs et savoirs de l'écrit*. Paris, La Dispute.
- Harris R. (1993). *La sémiologie de l'écriture*. Paris, CNRS.
- Illich I. (1992). *Du lisible au visible*. Paris, Cerf.
- Ingold T. (2013). *Faire : anthropologie, archéologie, art et architecture*. Paris, Dehors.
- Jeanneret Y. & Souchier E. (2000). La griffe, la fonction et le mérite : cartes de visite professionnelles. *Communication & langages*, no125, p.73-86.
- Krieg-Planque A. (2009). *La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*. Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté.
- Le Marec J. & Babou I. (2003). De l'étude des usages à une théorie des « composites » : objets, relations et normes en bibliothèques. *Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratiques des médias informatisés*. p.233-299. Disponible sur : <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00159180/>
- Lévi-Strauss C. (2010). *La pensée sauvage*. Paris, Presses Pocket.
- Mead G. H. (1963). *L'esprit, le Soi et la Société*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Odin R. (2011). *Les Espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Patrin-Leclère V. & Marti C. (2011). La conversion à la conversation : le succès d'un succédané. *Communication & Langages*, no169, p.23-37.
- Peirce C. S. (2017). *Écrits sur le signe*. Paris, Point.
- Petrucci A. (1993). *Jeux de lettres. Formes et usages de l'inscription en Italie, XIe-XXe siècles*. Paris, Ehes.
- Schütz A. (2008). *Le chercheur et le quotidien : phénoménologie des sciences sociales*. Paris, Klincksieck.
- Souchier E. (2012). La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation. Pour une poétique de « l'infra-ordinaire ». *Communication & langages*, no 172, p.3-19.
- Souchier E. (1998). L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale. *Les Cahiers de médiologie*, no6, p.137-145.
- Tadier E. (2018). *Les corps du livre — du codex au numérique — Enjeux des corporéités d'une forme médiatique : vers une anthropologie communicationnelle du livre*. Paris, Université Paris-Sorbonne.

La valeur universelle exceptionnelle du patrimoine mondial : entre reconnaissance, préservation et labellisation

The Outstanding Universal Value of World Heritage: Between Recognition, Preservation and Labeling

Iva Zunjic

doctorante en SIC

SIC.Lab Méditerranée, Université Côte d'Azur

iva0505@yahoo.com

Mots-clés : patrimoine mondial, UNESCO, valeur universelle exceptionnelle, Comité du patrimoine mondial
Keywords: World Heritage, UNESCO, Outstanding Universal Value, World Heritage Committee

Résumé :

Le concept du patrimoine mondial de l'UNESCO repose sur la valeur universelle exceptionnelle, une notion dynamique, modélisée constamment par des facteurs socio-politiques. La labellisation recouvre des enjeux importants suscitant la multiplication des propositions d'inscriptions qui menace aujourd'hui la notoriété de la Convention du patrimoine mondial. Notre article vise à questionner la fabrication du patrimoine mondial en analysant la procédure de l'inscription des biens sur la Liste du patrimoine mondial afin de dégager les facteurs clés inhérents au processus de patrimonialisation, placé dans un contexte international.

Abstract :

UNESCO's World Heritage concept is based on the Outstanding Universal Value, a dynamic notion, constantly modeled by socio-political factors. The labeling covers important issues leading to the proliferation of nominations which threatens today the notoriety of the World Heritage Convention. Our article aims to question the making of World Heritage by analyzing the process of inscription of properties on the World Heritage List in order to identify the key factors inherent in the heritage process, placed in an international context.

La valeur universelle exceptionnelle du patrimoine mondial : entre reconnaissance, préservation et labellisation

Le concept de patrimoine, dont la conscience est faite à travers une longue maturation (Nora, 1997), avait déjà évolué avant de devenir mondial. La genèse compliquée de son concept s'étend sur plus de deux siècles et dépend de différents facteurs propres à chaque période. Elle n'est plus seulement limitée aux monuments et bâtiments remarquables, mais elle s'est étendue à de vastes ensembles plus difficiles à circonscrire. Un bien patrimonial est celui dans lequel les hommes se reconnaissent à titre individuel et collectif (Chiva, 1994) ; 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 et de communication. Si sa formation est relativement récente, la notion de patrimoine (culturel ou naturel) elle-même, telle que nous l'employons aujourd'hui de manière courante, n'est guère plus ancienne (Davallon, 2014).

La patrimonialisation reste liée au 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 de l'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 peuple particulier, se voit reconnaître avec le temps une valeur universelle dont l'exceptionnalité dépasse la limite socio-temporelle de son enracinement initial.

Au travers d'une perspective ancrée dans les sciences de l'information et de la communication nous observons 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. Nous allons suivre ce processus de patrimonialisation en étudiant les procédures de labellisation du patrimoine mondial, afin de mieux saisir la dynamique et les métamorphoses du concept de valeur universelle exceptionnelle (VUE) qui l'inscrivent dans une logique de l'image de marque où les enjeux du présent l'emportent sur ceux du passé.

Le concept évolutif de « valeur universelle exceptionnelle »

La VUE, dont le concept introduit par l'Unesco reste difficile à cerner, suppose également que sa protection engage l'humanité entière, responsable pour sa conservation et transmission aux futures générations. Nous nous basons sur l'hypothèse que la reconnaissance de la VUE reste souvent un important facteur économique, qui suscite de nombreuses propositions et menace aujourd'hui la notoriété de la Convention du patrimoine mondial et son objectif primordial de préserver les biens. Le patrimoine mondial est devenu donc un label important et un puissant outil de communication, reconnu mondialement. Une notion qui introduit des intérêts liés au présent et non pas au 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 qu'il est utile de distinguer, de préserver et de le transmettre (Davallon, 2002). Si l'Unesco tend à appliquer un contexte objectif et mondial au patrimoine exceptionnel, la décision concernant la valeur d'un bien ne peut pas rester sans rapport avec des influences subjectives actuelles liées aux facteurs culturels, politiques et sociaux.

Notre recherche s'appuie sur un corpus textuel constitué de chartes et de textes institutionnels, notamment ceux de l'Unesco, issus de différentes réunions d'experts et du Comité du patrimoine mondial, nous permettant d'examiner d'une part la plasticité de la notion de la VUE et d'autre part les décisions prises sur l'inscription de nouveaux biens.

Grace à cette méthode, nous pourrions déterminer les principaux paramètres ayant motivé son évolution, ainsi que les moments importants de sa constitution.

La Convention pour la protection du patrimoine mondial culturel et naturel de l'Unesco est depuis son adoption l'instrument normatif de référence pour la protection du patrimoine. Elle a produit une évolution considérable de l'interprétation de la notion de la VUE, qui va influencer considérablement l'évolution de la notion de patrimoine et la perception des valeurs qu'on lui attribue. La VUE reste pourtant centrée sur l'interaction entre les biens et l'humanité, également mentionnée dans l'Acte constitutif de l'Unesco, l'un des premiers documents internationaux à évoquer l'existence d'un patrimoine commun de l'humanité. Nous assistons donc à une institutionnalisation du processus de patrimonialisation.

Pourtant, la convention ne définit pas précisément la valeur universelle exceptionnelle, mais son concept (préambule, articles 1, 2, 11.2 et 12) se niche en son sein. Ce qui rend alors un bien exceptionnel et universel, c'est sa « valeur », dont l'importance se base sur au moins un des dix critères de la Convention. Dans le cadre de cette dernière, la valeur signifie donc une forme de qualité perçue, elle n'est pas quelque chose que les biens possèdent de façon intrinsèque, mais elle leur est attribuée par l'homme, en tant que reconnaissance de qualité (WHC-05/29.COM/INF.9B, 2005 : 25), et reconnue par le Comité du patrimoine mondial. Exceptionnel signifie ici que, par rapport au patrimoine culturel généralement documenté, les valeurs appartiennent aux meilleurs biens ou à ceux qui sont représentatifs des meilleurs, alors qu'universel signifie que ces valeurs exceptionnelles peuvent être reconnues comme telles dans le monde entier. La Convention élargit ainsi la dimension topographique, mais aussi conceptuelle et typologique du patrimoine, grâce à la variété des dix critères d'évaluation qui justifient sa valeur unique.

Les toutes premières inscriptions des biens sur la Liste du Patrimoine Mondial, au cours des cinq premières années de la Convention, se caractérisent par une tendance visant à inscrire des sites, monuments ou ensembles incontournables, dont la valeur est unique et connue pratiquement de tout le monde, et qui répondent à la définition « des plus exceptionnels » et de « tellement exceptionnels » (UNESCO, 2016 : 12). Leurs valeurs universelles étaient également évidentes, dans le sens où ces biens étaient importants pour l'histoire de l'humanité entière.

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. Au milieu des années 1980, le Comité commence à examiner la signification du concept de VUE et demande à certaines candidatures d'être différées afin de prouver leur valeur à travers des analyses comparatives.

Lors de sa 20e session en 1996, le Comité a approuvé les « Orientations stratégiques » où il pose la problématique de la « dévalorisation » du concept de patrimoine mondial suite à l'estimation de la baisse des critères et un seuil inférieur de référence de la VUE pour les nouveaux biens. Le Comité a évoqué un déséquilibre de la Liste, ce qui n'était pas conforme à sa volonté d'avoir une liste représentative ayant un aspect universel et prenant en compte les différentes formes du patrimoine. Une étude globale, effectuée par l'ICOMOS entre 1987 et 1993 (WHC/93/CONF.002/8), a révélé l'état typologique de la Liste et ses lacunes et incité en 1994 la production du document de Stratégie globale, qui a eu pour l'objectif d'encourager la mise en candidature de sites de cultures, régions et typologies mal représentées dans la Liste, afin de s'assurer que celle-ci reflète bien la diversité culturelle et naturelle des biens.

Cette approche thématique vise donc à déterminer les critères typiques pour une catégorie de biens et de permettre la sélection des biens représentatifs de cette catégorie, ce qui accélère l'élargissement au niveau typologique du concept patrimonial. Nous pouvons conclure donc, qu'il n'y a plus une seule valeur universelle exceptionnelle, mais plutôt une pluralité des valeurs, chacune propre à une thématique spécifique, potentiellement innombrables (WHC-05/29.COM/INF.9B : 7).

La question de la valeur universelle exceptionnelle a été ensuite soulevée lors des différentes réunions d'experts. Elle est qualifiée en évolution constante, qui ne permettait pas d'y trouver une solution durable, puisqu'on considère une valeur qui, comme toutes les autres, est attribuée par l'être humain et reflète l'expression d'une appréciation subjective et fluide, qui se trouve désormais dans la diversité de l'humanité (WHC-05/29.COM/INF.9B).

Les décisions prises antérieurement par le Comité concernant l'inscription des biens du patrimoine mondial témoignent d'une compréhension du principe d'évolution de l'application du concept de patrimonialisation et l'ensemble de ses décisions passées constituent une mémoire collective indispensable pour la compréhension du concept de la VUE, sur laquelle reposait la création des « nouvelles » Orientations devant guider la mise en place de la Convention du patrimoine mondial en 2005. Depuis ce document, la protection et la gestion sont intégrées dans la VUE. Ainsi, une qualification indépendante est devenue une exigence administrative, inséparable de la valeur même du bien.

La procédure d'inscription des biens sur la Liste du patrimoine mondial : la VUE menacée ?

Dans l'objectif de suivre sa plus récente construction, motivée par des mutations au sein de la procédure de l'inscription des biens, nous allons analyser aussi le matériel recueilli in situ lors des dernières sessions du Comité du patrimoine mondial (Cracovie 2017, Manama 2018). Cette méthode nous permettra de suivre les effets des dernières inscriptions sur la Liste et des changements des décisions originales des organes consultatifs par le Comité.

Il serait erroné de croire que c'est le Centre du patrimoine mondial, créé en 1992 pour servir de coordonnateur au sein de l'UNESCO pour toutes les questions relatives au patrimoine mondial, qui constitue le principal organe de prise de décision en matière de patrimoine mondial. Cette responsabilité est pourtant assumée par le Comité, chargé de la mise en œuvre de la Convention, conformément à l'article 8 de la Convention. Cet organe se compose de 21 États parties, élus lors d'une assemblée générale, pour un mandat de quatre ans. Sa composition n'est pas négligeable, car les relations politiques jouent un rôle important dans la prise des décisions.

Actuellement la Liste compte 1092 sites du patrimoine mondial, dont 845 sites culturels, 209 sites naturels et 38 biens mixtes dans 167 États parties. Elle reflète un déséquilibre persistant entre les biens culturels et naturels, qui est le résultat de son développement historique, auquel on cherche constamment la solution. La mise en place de la Stratégie globale n'a pas révélé des résultats attendus pendant ces 25 dernières années, la liste étant dominée depuis sa création par les biens situés en Europe (Labadi, 2007). Pourtant, le Centre du patrimoine mondial a déployé d'autres efforts considérables pour la rendre plus représentative, comme par exemple le processus en amont (33 COM 14.A2, paragraphe 14), proposé lors de la 41e session (WHC/17/41.COM/9A) pour être inclus dans les Orientations lors de leur prochaine révision et destiné à aider les pays à préparer des dossiers de conservation solides et à identifier les critères de la VUE, menant de manière optimale à une inscription réussie.

La prise de décision repose sur les recommandations de deux organisations consultatives externes, composées d'experts internationaux qui effectuent des visites sur le terrain et des évaluations : l'ICOMOS (Le Conseil international des monuments et des sites), pour les biens culturels et mixtes et l'UICN (Union internationale pour la conservation de la nature) qui fournit des évaluations techniques des biens du patrimoine naturel. Ils vérifient si la VUE est présente et communiquent leurs résultats scientifiques au Comité.

Les dernières sessions ont été pourtant marquées par la mise en question de l'autorité des organes consultatifs 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 est néanmoins 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 culturelles. Cette opposition aux décisions et au rôle des experts a commencé déjà depuis la 34e session, mais elle a atteint sa culmination de la manière historique, lorsque deux biens ayant eu la recommandation de non-inscription par l'ICOMOS, ont été inscrits par le Comité lors de la dernière session au Bahreïn. En 2010, ce problème avait déjà été signalée dans un article paru dans *The Economist* (2010) signalant que les refus répétitifs d'accepter toute autre décision sauf d'inscrire le bien en question, ont révélé que la fierté nationale et les politiques de lobbying agressives des États parties avaient des impacts plus importants qu'avant. Une analyse de la 35e session a été également faite par L. Meskell (Meskell, 2012) soulignant les effets négatifs de cette tendance sur la Convention.

Lors de la 41e session, parmi les 21 sites inscrits sur la Liste, l'avis des organes consultatifs n'a pas été suivi pour 8 nouvelles inscriptions, parmi lesquelles une a été proposée initialement à être renvoyée et 7 à être différées. La 42e session du Comité du patrimoine mondial a été marquée par 87% (14 sur 16) des recommandations modifiées par le Comité. Si nous analysons le changement des décisions depuis 2010, nous pouvons conclure que le pourcentage du non-suivi des décisions des organes consultatifs varie entre 71% et 91%¹. Ainsi, l'avis du Comité a prévalu sur celui des experts, ce qui est conforme à la Convention, d'après laquelle c'est le Comité qui déclare la VUE d'un bien, mais cette situation met en question sa crédibilité scientifique et le rôle des organes consultatifs.

Une autre particularité de la dernière session est l'inscription de la Cathédrale de Naumburg (Allemagne) et de l'oasis d'Al-Hassa (Arabie saoudite), malgré la recommandation de leur non-inscription par ICOMOS. Ces décisions basées sur un changement radical de l'avis des experts, produisent une érosion de la notoriété des organes consultatifs et, de la manière indirecte, mettent en cause la procédure d'inscription et fragilisent la légitimité de la Convention, représentant « un attaque très fort à la crédibilité de la Convention »². L'analyse comparative constitue l'une des parties cruciales du dossier, car elle permet de prouver la VUE d'un bien. Dans la comparaison il faut notamment prendre en considération les biens déjà inscrits sur la Liste. Or, comment peut-on justifier la crédibilité de cette analyse si on prend en compte que certains de ces biens ont été proposés par les experts pour non-inscription, mais leur VUE a été pourtant reconnue par le Comité ? Néanmoins, si la différence est faite parmi les biens de la Liste selon l'évaluation des organes consultatifs, la Liste risque de perdre sa cohérence, son concept unique de la VUE et finalement sa crédibilité.

Les évaluateurs ont un nombre limité de recommandations, les biens pouvant être inscrits, non-inscrits, différés ou renvoyés. Les deux dernières désignations sont les décisions les plus fréquemment modifiés 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 et il n'y a pas besoin d'une nouvelle procédure de réévaluation en envoyant une nouvelle mission d'experts sur le terrain. Lorsque le bien est différé, on demande des informations supplémentaires plus importantes de la part de l'État partie ou certaines actions requises par celui-ci, notamment en termes du plan de gestion, et nécessite une nouvelle mission sur le bien. Les organes consultatifs considèrent ces désignations comme des outils du processus en amont, dans le cadre duquel une collaboration est formée entre le Centre du patrimoine mondial, les organes consultatifs et les États, afin de mieux retravailler la candidature. Les États parties considèrent toutefois ces décisions comme une critique négative, adressée à des pays qui avaient déjà engagé d'importantes ressources financières et des années de travail pour préparer leurs dossiers, et souvent ne sont pas prêtes à les accepter.

¹En 2010 81%, en 2011 91%, en 2012 90%, en 2013 72%, en 2014 89%, en 2015 71%, en 2016 86%, en 2017 87%.

² Entretien avec Alessandro Balsamo, spécialiste du programme, section de politique générale et réunions statutaires, 05/09/2018.

Les sites différés sont souvent inscrits ou, dans quelques cas, renvoyés, et les sites renvoyés sont presque systématiquement inscrits par le Comité. Lors de la 41e session un seul renvoi, figurant parmi les propositions, a été transformé en inscription et lors de la 42e session tous les 5 renvois sont devenus des inscriptions, ce qui constitue un taux de 100%. Nous pouvons ainsi questionner le rôle de cette catégorie, devenue « complètement obsolète et inutile, même contre-productive »³.

Dans certains cas, des appels ont été lancés pour « inscrire maintenant », puis pour déterminer ultérieurement les critères d'inscription du bien, notamment pour les biens qui ont eu des recommandations négatives. Dans un autre cas, celui de la Colline de Prosecco de Conegliano et Valdobbiadene, certains membres du Comité voulaient déterminer la VUE du bien qui a été finalement renvoyé, malgré le fait que la déclaration de la VUE est faite uniquement au moment de l'inscription du bien.

La dissolution de la Liste du patrimoine mondial

Les problèmes ayant affecté les dernières sessions, analysées ci-dessus, mènent inévitablement à des changements importants de la procédure d'inscription et affectent considérablement la Convention. Néanmoins, même si certains acteurs évoquant la « mort de la Convention », nous pouvons questionner son évolution inévitable dans le contexte contemporain, quelque 40 ans après son adoption initiale. Les événements des dernières sessions peuvent aussi être commentés du point de vue des différentes perspectives de stratégies politiques. Même si la parité du Comité entre les pays du Sud et les pays du Nord a été établie, ce sont maintenant les pays du Sud, dont les moyens de présenter de nouveaux biens sont plus modestes, qui arrivent à faire passer des biens dont les qualités sont jugées non-satisfaisantes par les experts. Les 28 biens inscrits lors de la dernière session sont tous dans des pays du G20, sauf pour les biens de Kenya, Iran, Colombie et Oman. Un autre point de vue (Meskell, 2012 : 150) serait que loin d'être un défi démocratique aux vieux colonialismes, de nouveaux colonialismes et de nouvelles dépendances sont créées, avec des alliances temporaires liées à d'autres organisations plus puissantes au sein de l'ONU.

L'ICOMOS peut considérer ces développements comme une menace pour la conservation puisque l'avis d'experts passe en deuxième place, menaçant la stabilité du concept de la VUE, mais aussi la préservation adéquate des sites, un objectif crucial de la Convention. Ainsi, des propriétés nouvellement inscrites n'ayant pas de plan de gestion adéquat ni de zone tampon au moment de l'inscription, peuvent se montrer plus fragiles en termes de protection. Cette situation stipule que le label du patrimoine mondial veut être atteint à tout prix, puisqu'il représente un prestige, un levier important pour la levée des fonds, le développement territorial, l'augmentation du tourisme et un atout communicationnel pour les politiques ayant soutenu le projet.

La procédure rencontre ainsi des problèmes menaçant la crédibilité de la Convention et le caractère unique de la VUE. À plusieurs reprises lors de la dernière session il a été stipulé que l'ICOMOS doit changer sa procédure d'évaluation et que les organes consultatifs devraient collaborer plus étroitement avec les États parties. Le processus en amont est un pas important dans cette direction collaborative, mais la capacité des organes consultatifs dans le cadre de ce processus est limitée à dix propositions par an. Cela pourrait mener à de nouvelles approches et à un engagement plus large de la communauté internationale, ce qui renvoie au cœur de la Convention, pensée comme outil de promotion de la paix à travers la coopération des états.

Au centre des discussions continues autour du patrimoine mondial, se trouve un souci de maintenir un seuil approprié de la valeur des biens sélectionnés pour la Liste du patrimoine mondial, afin d'éviter sa dissolution. Les rôles du triangle, se constituant du Comité, du Centre du patrimoine mondial et des organes consultatifs

³ *Ibid.*

sont en train de subir d'importants changements, dont les effets se préciseront lors des prochaines sessions. La révision du paragraphe 61 des Orientations à partir de cette année aura certainement un impact sur la Liste, mais les conséquences réelles seront à analyser dans la décennie qui suivra. Est-ce la Stratégie globale de l'Unesco est encore possible à être appliquée face aux différents enjeux des États partis ? « L'interprétation de la valeur universelle exceptionnelle continue actuellement de se diriger vers une définition du « représentant des meilleurs ». On peut seulement espérer qu'en vue de la situation actuelle les organes consultatifs et le Comité parviennent à maintenir la barre assez élevée pour conserver le prestige du patrimoine mondial (Cameron, 2005).

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.
- Chiva I. (1994). Une politique pour le patrimoine culturel rural. Rapport présenté à M. Jacques TOUBON Ministre de la Culture et de la Francophonie, Avril 1994.
- Davallon J. (2002). Tradition, mémoire, patrimoine. Patrimoines et Identités, sous la direction de Bernard Schiele, Québec: Musée de la Civilisation, p.42-64.
- Davallon J. (2014). À propos des régimes de patrimonialisation : enjeux et questions. Patrimonialização e sustentabilidade do património: reflexão e prospectiva, Nov 2014, Lisboa, Portugal.
- 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>).
- Labadi, S. (2007). Representations of the Nation and Cultural Diversity in Discourses on World Heritage. Journal of Social Archaeology, n° 7, p.147–170.
- Nora P. (1997). Science et conscience du patrimoine. Paris, Fayard.
- Meskel L. (2012). The rush to inscribe: Reflections on the 35th Session of the World Heritage Committee, UNESCO Paris, 2011. Journal of Field Archaeology, Vol. 37 N° 2, p.145-151.
- Rautenberg M. (2007), Les « communautés » imaginées de l'immigration dans la construction patrimoniale, Les Cahiers de Framespa, n° 3.
- UNESCO (1972). Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Paris, UNESCO.
- UNESCO (2016). Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention pour la protection du patrimoine mondial culturel et naturel. Paris.
- UNESCO, WHC/93/CONF.002/8 20 octobre 1993). Paris.
- UNESCO, WHC-05/29.COM/INF.9B (15 juin 2005). Paris.

V. Technologie, Création culturelle, Cinéma télé

Cinéastes latino-américaines, films transnationaux : Tensions et négociations transculturelles d'un cinéma entre l'Europe et l'Amérique Latine
Latin-American filmmakers, transnational films : tensions and transcultural negotiations of a cinema between Europe and Latin America

Claudia Adrianzen Lapouble

doctorante en SIC

Lerass- Grecom/Médiapolis, Université Toulouse Jean Jaurès

claudiadrianzen@gmail.com

Mots-clés : Cinéma transnational, transculturalité, Amérique Latine/Europe, migrations artistiques

Keywords: Transnational cinema, transculturality, Latin-America/Europe, artistic migrations

Résumé :

À partir du film *Un passeport hongrois* (2001), de Sandra Kogut, cette communication interroge les enjeux d'un cinéma qui ne peut pas être facilement attribué à un seul pays ou territoire. Nous discuterons de la manière dont ce produit audiovisuel est, dans sa forme, son contenu, sa structure narrative ainsi que ses particularités de production, un objet qui cristallise les négociations transculturelles entre Europe et Amérique Latine au XXI^e siècle.

Abstract :

Based on the film *Un passeport hongrois* (2001), by Sandra Kogut, this communication deals with the stakes of a cinema that cannot easily be attributed to one country or territory alone. We will discuss how this audiovisual product is, in its shape, its content, its narrative structure, as well as its production particularities, an object that cristallizes the transcultural negotiations between Europe and Latin America in the XXIst century.

Cinéastes latino-américaines, films transnationaux : Tensions et négociations transculturelles d'un cinéma entre l'Europe et l'Amérique Latine

Sur l'écran noir un téléphone sonne. Peu après, une voix répond en français : « Consulat de Hongrie, bonjour ? ». Un appareil téléphonique en gros plan occupe maintenant le centre du cadre et une autre voix demande : « Bonjour, j'appelle pour un renseignement, s'il vous plaît : Une personne dont le grand-père est hongrois peut avoir un passeport hongrois ? » Le dialogue se poursuit, un autre appareil est maintenant en cadre et une autre voix demande des précisions à celle qui sollicite le renseignement : « la personne est hongroise ? », « Non, mon grand-père est hongrois », répond-t-elle. « Et vous êtes française ? », « Non je suis brésilienne ». La réponse est négative : « Non, je ne crois pas ». L'image d'un troisième appareil accompagne une demande de précisions sur la nationalité de la demandeuse et de ses parents (brésiliens comme elle). La réponse s'annonce à nouveau négative : « Non, un instant ». Le générique s'achève sur fond noir et musique d'attente téléphonique.

Ainsi commence *Un passeport hongrois* (2001), de Sandra Kogut. La voix qui pose la question du passeport est la sienne et ce film une partie de son histoire. Comme toute démarche administrative, le film commence lui aussi par la prise de renseignements, ici auprès du consulat, à Paris, où la réalisatrice réside à l'époque. La séquence que nous venons de décrire est ainsi une entrée en matière objective : le fil conducteur de la narration - une demande de passeport basée sur l'ascendance - est présenté d'emblée. C'est aussi une séquence riche en informations, qui condense aspects formels et thématiques du film tout entier.

Un des éléments les plus marquants, que cette séquence annonce, est la présence de la réalisatrice, pourtant rarement en cadre (deux brèves apparitions, jamais au centre), car c'est elle qui tourne la plupart des scènes. Sa présence se manifeste plutôt par le dispositif, la caméra, et par sa voix, qui, depuis le hors-champ, interagit avec les personnages en cadre. La séquence préfigure la complexité de la démarche qui sert de moteur narratif au film, que Sandra Kogut tourne pendant deux ans (1999-2001). Les réponses hésitantes des fonctionnaires, les demandes de précisions répétées et les moments d'attente associés aux différents appareils téléphoniques (Planche 1) évoquent non seulement la frustration face à la bureaucratie de l'administration, mais aussi la confusion semée chez le personnel du consulat. Plusieurs pays sont évoqués, plusieurs documents seront nécessaires ainsi que de nombreux voyages entre le Brésil, la Hongrie et la France et plusieurs questions seront posées par ce documentaire.



Planche 1 – séquence d'ouverture de *Un passeport hongrois*

Une perspective transnationale

Notre objet est donc un documentaire réalisé par une brésilienne résidant à Paris, qui documente sa demande de nationalité hongroise. C'est par ailleurs une production majoritairement franco-belge, à laquelle ont participé des équipes de nationalités diverses. Cette complexité en termes de production, de thématique et de narration font de *Un passeport hongrois* un objet dont la classification en termes de « national » est problématique.

Plusieurs chercheurs se sont consacrés à l'étude des cinémas pour lesquels les lectures figées en termes de « national » ne sont pas possibles. Prenant en compte la spécificité des objets, ont été proposés des concepts comme cinéma interculturel (Marks, 2000), accented cinema (Naficy, 2001) ou cinéma multiculturel (Shohat et Stam, 1994). Ces travaux s'insèrent dans une perspective de rupture avec le « nationalisme méthodologique » (Potot, 2016) majoritaire dans les sciences humaines et sociales jusqu'aux années 1990. Selon Higbee et Lim (2010), l'idée de cinéma transnational émerge dans les cinema studies à partir des années 2000, précisément dans ce contexte de rupture épistémologique, notamment dans les cultural studies et les postcolonial studies. Ainsi, l'émergence de l'idée d'un cinéma transnational résulte d'un changement de paradigme plutôt que d'une réalité nouvelle.

Or, le transnational n'est pas une catégorie à attribuer par défaut à toute production qu'il est impossible d'associer à un unique pays. En effet, « Étudier un concept (dans notre cas, le cinéma transnational) demande non seulement de tracer sa généalogie, dans des termes descriptifs ou encore de prescrire les termes de son usage en se basant sur sa propre vision politique, mais aussi de dévoiler de manière critique l'histoire discursive, le développement et la transformation du concept. » (Higbee et Lim, 2010 : 9). Ceci nous semble fondamental car la complexité du cinéma en termes discursifs, de langage et narration et de structure de production nous oblige à une analyse plus fine que la simple constatation du fait transnational. En ce sens, notre but ne sera pas d'argumenter si le film en question remplit les critères pour être classifié comme un objet transnational ou local, mais plutôt de comprendre comment le transnational y prend forme.

Cependant, bien que l'on mette en question les lectures ancrées dans le « national », il faut penser aux particularités des contextes locaux, ici, celui des relations entre Amérique Latine et Europe, marquées par l'influence historique de l'Europe sur l'Amérique Latine, tant en termes économiques que culturels. Les concepts de transculturation (Ortiz, 2002), et d'hybridation (Canclini, 2000), nous aident alors à comprendre les articulations culturelles résultant des relations entre ces deux territoires.

Ortiz part de l'idée selon laquelle ce que l'on observait en termes culturels à Cuba (et, par extension, dans d'autres pays d'Amérique Latine) n'était pas le résultat d'une acculturation, c'est-à-dire la substitution d'une culture par une autre, ou bien d'un effacement des cultures originelles, mais le produit des interactions entre cultures différentes, résultant en quelque chose de nouveau. Il nomme ces processus de contact culturel transculturation. Ce concept, élaboré dans les années 1940, met l'accent sur la part de négociation qui existe dans tout contact culturel.

Cependant il ne faut pas oublier les rapports de force qui influencent encore les résultats de ces processus. Plus tard, Canclini (2000) proposera l'idée des cultures hybrides, qui nous semble compléter le concept d'Ortiz, car il prend en compte les effets de l'accélération de la globalisation dans la constitution du tissu culturel urbain en Amérique Latine.

Sandra Kogut : de la vidéo au cinéma et du Brésil à la Hongrie via Paris

Avec Roberto Berliner et Fernando Meirelles, Sandra Kogut partie d'une génération de réalisateurs dont le parcours est marqué par un début qui n'est pas directement en cinéma. Sandra Kogut fait ses premiers travaux, dans la création vidéo, dans un contexte de crise du cinéma au Brésil¹. En réalité, cette crise, touchait tous les domaines artistiques, vidéo et arts plastiques compris. Les politiques publiques de promotion et financement des arts avaient été supprimées et substituées par une loi de crédits d'impôts aux entreprises et particuliers ayant financé œuvres artistiques : la Loi Ruanet (1991). Pour la vidéo, les financements, même avant cette loi, passaient en premier lieu par les chaînes de télévision et par le marché phonographique. Les investissements dans des œuvres plus expérimentales dépendaient du mécénat et des ressources publiques, ces dernières pratiquement indisponibles à partir de 1990. Les artistes cherchent alors des coopérations internationales, auprès de fondations et des musées. Certains, comme Sandra Kogut, finissent par s'établir à l'étranger. Elle se rend en France en 1989, pour une résidence au Centre International de Création Vidéo Pierre Schaeffer, à Montbéliard (CICV, disparu depuis). Pendant ce séjour en France, de plus de 10 ans, Sandra Kogut réalise notamment la série vidéo *Parabolic People* (1991) et débute dans le cinéma.

Avoir une reconnaissance « à l'étranger » reste en effet très important pour faire du cinéma à la fin des années 1990. Non seulement dans une logique liée aux régimes de valeur artistique (le prestige international est un gage de qualité pour le réalisateur), mais aussi parce que l'Europe et les États-Unis représentaient pour les cinéastes brésiliens des lieux où faire du cinéma était possible. Or, ces deux espaces représentent aussi deux modes de production différents : celui d'un cinéma « industriel », dont Hollywood est un modèle ; et celui d'un cinéma « non commercial », valorisé en France. Ceci influence directement le choix des réseaux de coopération. Sandra Kogut touche directement à ce clivage dans un entretien de 2009. Installée aux États-Unis, elle confie à Maitland McDonagh les raisons pour lesquelles il lui semble difficile faire son cinéma dans ce pays :

(...) Je pense à comment je pourrais faire des films ici. Je ne suis pas ici depuis très longtemps, mais je sais qu'il y a moins de femmes en cinéma qu'il n'y en a par exemple en France, et je me demande pourquoi. Peut-être parce qu'il y a moins de sources de financement, pour des films en général, et pour des films non commerciaux en particulier. (...) Des films, qui sont une forme d'expression culturelle particulièrement chère, sont un business. Il est vrai que la France était un endroit où l'on pouvait faire différents types de films, qu'il y aurait moyen de les faire exister. Il y a des manières pour les financer, il y a des salles pour les diffuser et il y a un public qui veut bien les voir. C'est un très bon endroit pour travailler quand on veut faire le type de films qui m'intéressent. Je ne sais pas jusqu'à quand ce sera le cas, mais ça a rendu certaines choses possibles pour moi. (Kogut, 2009)

Un passeport hongrois, à été réalisé grâce à des financements essentiellement européens, porté majoritairement par les sociétés, Zeugma films (du français Michel David) et la belge Cobra films. La liste de coproducteurs inclut aussi le CICV Pierre Schaeffer, la société hongroise Hunnia film studio, la brésilienne República Pureza Filmes, Arte, ainsi que la Radio et Télévision Belge Francophone (RTBF). Ces deux dernières ont assuré au film une relativement large diffusion télévisée en Europe. Au Brésil, il a été distribué par RioFilmes dans seulement deux salles, atteignant un public de près de 10.000 spectateurs .

¹ Ce contexte de crise atteint sa période la plus difficile en 1990, quand le président Fernando Collor de Melo décrète la suppression des protections à la production nationale, ainsi que la fermeture de l'Embracine, entreprise publique de production, régulation et distribution responsable de la plupart de la production cinématographique du pays. Ceci contribue à la généralisation d'une idée selon laquelle il serait impossible faire du cinéma au Brésil.

Un documentaire de recherche

Selon Bernardet (2005 : 144), *Un passeport hongrois* est un « documentaire de recherche ». Dans ce film, la cinéaste/personnage, s'assigne une mission qui est accomplie (ou non) à la fin du film, qui existe tant que la quête se poursuit. Des éléments « du réel » pourraient empêcher le film de se produire, le choix de filmer la quête imprime au film un haut degré d'imprévisibilité. En se proposant de documenter la quête, Sandra Kogut décide de filmer un processus imprévisible qui ne permet pas de recherche préalable avant de passer au tournage. La recherche est le film.



Figure 1 – Le tournage est évoqué dans *Un Passeport hongrois*

Un passeport hongrois ne cache ni l'imprévisibilité de la démarche ni la présence du dispositif. Ceci est très flagrant dans une scène où un ami hongrois (Figure 1) lui dit : « et si l'obtention de cette nationalité devient une entreprise de longue haleine, voire une entreprise impossible... tu peux tourner pendant des années ». Depuis le hors-champ elle répond : « écoute, moi je pensais que ça prendrait un an ».

Or, bien que l'obtention incertaine d'un passeport soit le moteur narratif du film, celui-ci ne s'y limite pas. Selon Lins (2004), *Un passeport hongrois* équilibre deux temporalités : celle du présent (la demande) et celle du passé (la mémoire familiale et collective). Pour constituer son dossier avec « tout ce qui est hongrois », Sandra Kogut plonge dans le passé familial. Au fil des voyages en Hongrie et au Brésil, elle réunit non seulement les documents souhaités, mais aussi des mémoires. Sa grand-mère au Brésil et sa famille hongroise l'éclairent sur le périple des grand-parents, qui quittent définitivement la Hongrie en 1939. Cette histoire familiale acquiert ainsi un contexte, celui des années précédant la deuxième guerre mondiale, qui lie mémoire familiale et mémoire collective. En ce sens, le choix de l'article indéfini pour le titre du film n'est pas anodin.

Écritures multiples, identités hybrides

Selon Arlindo Machado, le travail audiovisuel de Sandra Kogut est marqué par sa « technique de l'écriture multiple », où des ressources visuelles et sonores sont mobilisées en vue d'une esthétique de la saturation maximale, où une unique image ou séquence condense un maximum d'informations (Machado, 2001 : 30). Ceci s'observe également dans le travail cinématographique de Kogut, qui dans *Un passeport hongrois* explore différentes textures (images en super 8 et travail sur la profondeur de champ dans certaines séquences) et cadrages.

Dans les séquences avec la grand-mère et la famille hongroise, par exemple, la position de la caméra donne une sensation de conversations de famille en non pas d'entretiens « classiques ».

L'écriture de Kogut est, tel que l'analyse Machado, la « recherche incessante d'une multiplicité qui exprime les intérêts de l'homme contemporain » (Machado, 2001 : 30). Ceci nous fait penser à ce que Canclini écrit à propos du tissu culturel latino-américain. « Les pays d'Amérique Latine sont aujourd'hui le résultat de la sédimentation, la juxtaposition et l'entrecroisement de traditions indigènes (...), de l'hispanisme colonial catholique » et des actions des états nation modernes (Canclini, 2000 : 73-74). Ces cultures de la sédimentation sont ainsi le résultat d'années de conflit et négociation dans des sociétés marquées par des relations complexes de paternalisme, solidarité et domination, traversées aujourd'hui par la mondialisation. Ce rapprochement entre la complexité du tissu social latino-américain, dont le Brésil fait partie, et son travail audiovisuel a été fait par la réalisatrice.

(...) j'étais invitée à une émission télé en Allemagne, à l'époque de Parabolic [People], et le type me dit « Je ne comprends pas. Vous, une brésilienne, pourquoi n'êtes-vous pas en train de faire des films sur les enfants des rues ou l'Amazonie ? Pourquoi faites-vous ce travail où tout le monde parle des milliers de langues et tout est mélangé ? » Sur le moment - c'était une émission en direct - la première réponse qui m'est passée par la tête, mais que je n'ai pas eu le courage de dire, a été : « et vous allemand, pourquoi faites vous cette émission télé plutôt que quelque chose sur le nazisme ? » Je me suis retenue et je lui ai dit une chose que je pensais aussi : « Mais, vous ne vous imaginez pas à quel point c'est brésilien ! Un truc tout mélangé, où il y a des gens du monde entier et tout le monde parle en même temps et ça prend forme. Je pense que c'est la chose la plus brésilienne que je pouvais faire. » (Kogut, 1999)

Un passeport hongrois, effectivement faire l'objet d'une lecture très « locale ». Avoir un aïeul immigré et plus d'un passeport n'est pas rare parmi les brésiliens. Rien qu'en 2015 le réseau consulaire italien au Brésil a reçu 12.000 demandes de nationalité et émis 21.000 passeports. L'un des questionnements du film est justement celui du rapport entre « nationalité » et « passeport ». Alors que pour la grand-mère, les fonctionnaires des archives et le consul hongrois à Rio, ce que Kogut souhaite est un document de voyage ; la famille hongroise, les fonctionnaires du consulat hongrois, ou l'ami hongrois en France, imaginent sa démarche motivée par un désir de « devenir hongroise ». Ce sont donc des personnages liés au Brésil qui voient la démarche comme quelque chose de pratique, alors que pour les « européens » le passeport n'est pas un simple document de voyage, mais un véritable symbole d'appartenance. Avoir un passeport hongrois c'est être hongrois, se reconnaître dans la communauté nationale et parler la langue. Si l'on pense à une simple démarche administrative, il s'agit d'une quête typiquement brésilienne mais cette « brésilianité » est traversée par des histoires de migration et d'interculturalité. Le tissu hybride des cultures d'Amérique Latine met en cause les lectures basées sur la séparation nette entre ce qui est « d'ici » et ce qui est « d'ailleurs ».

Une double transculturation

Nationalité et identité ont été jusqu'à très récemment pensées comme allant de soi. À chaque pays sa nationalité, à chaque nationalité son identité. Il en allait de même pour le cinéma souvent lu sous l'angle de son potentiel de représentation. Or, Un passeport hongrois met en scène les tensions que l'individu partagé entre plusieurs pays et langues doit équilibrer. Ce film émerge d'un lieu de l'entre-deux (Rueda, 2009). La séquence finale démontre clairement comment des idéaux d'appartenance liés à la nationalité persistent, car le passeport finalement obtenu par Sandra Kogut n'a pas le pouvoir de la faire devenir hongroise.

La complexe articulation entre « local » et « global », est flagrante dans l'un des axes narratifs du documentaire : celui de la mémoire. En effet, le film incarne une mémoire collective : celle de l'exil des juifs d'Europe à l'aube de la guerre de 1939-45. Ce rapport à la mémoire a-t-il pu influencer son histoire de production ? C'est bien plus complexe et le film démontre bien que cette mémoire n'est pas seulement européenne. En effet, les réseaux intervenus dans la production de *Un passeport hongrois* se construisent entre la France et le Brésil et le film existe en tant que tel grâce à un marché français ouvert aux réalisateurs « du monde » (Kogut bénéficie ainsi d'un historique de coproductions avec d'autres cinéastes brésiliens avant elle), mais aussi grâce aux « nouveaux » réseaux tissés par la réalisatrice.

Un passeport hongrois, est un exemple parlant des relations culturelles entre Amérique Latine et Europe. Cet objet culturel matérialise la complexité d'une relation historiquement marquée par la domination et la résistance, dans un processus de transculturation constant. Il émerge d'une double transculturation. Double, car le tissu hybride de l'Amérique Latine échange aujourd'hui avec celui de l'Europe, lui aussi en constante transformation et hybridation (pensons aux tensions « identitaires » dans l'Europe actuelle). Ayant lieu au XXI^e siècle, cette rencontre est affectée par des processus de globalisation qui refondent les manières de vivre le local et le global. Le cinéma est un lieu privilégié pour l'observation de ces enjeux, car, comme le rappelle Mattelart (2017 : 61), il n'y a « pas de culture sans médiation, pas d'identité sans traduction. Chaque société retranscrit les signes transnationaux, les adapte, les reconstruit, les réinterprète, les "reterritorialise", les "resémantise" ». C'est ce que fait *Un passeport hongrois*.

Vidéaste et cinéaste, Sandra Kogut est née à Rio de Janeiro en 1965. Elle a aussi réalisé *Mutum* (2007) et *Campo Grande* (2015). *Un passeport hongrois* est son premier long-métrage.

Un passeport hongrois (France, Belgique, Brésil, Hongrie - 2001)

35mm, 71min, DV Cam et super 8

Direction et scénario : Sandra Kogut

Montage : Monica Almeida et Sandra Kogut

Musique : Pápir iz Dokh Vais et Yah Riboh

Références

- Bernardet, J-C. (2005). Documentário de busca: 33 e Passaporte húngaro. In Mourão, M. D.; Labaki, A. (ed). O Cinema do Real. São Paulo: Cosac Naify.
- Canclini, N. G. (2000). Culturas híbridas : estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp.
- Higbee, W.; Lim, S. H. (2010). Concepts of transnational cinema: towards a critical transnationalism in film studies. *Transnational Cinemas*, 1(1) , p. 7-21, doi: 10.1386/trac.1.1.7/1.
- Kogut, S (1999). Programa Encontro marcado com a arte. [Émission télévisée]. Rio de Janeiro : Multishow. Disponible sur : http://www.encontromarcado.net/sec_perfil.php?id=128
- Kogut, S (2009). Women On Film – Global Lens Filmmaker Sandra Kogut. (Maitland McDonagh, intervieweur). Disponible sur <https://bit.ly/2Hju59r>
- Lins, C. (2004). Um passaporte húngaro de Sandra Kogut : cinema político e intimidade. *Galáxia*, v.7. São Paulo: PUC, p. 75-84.
- Machado, A. (2001). As três gerações do vídeo brasileiro. Sinopse. São Paulo : USP, a. 3, n.7, p. 22-33.
- Marks, L. (2000). *The skin of the film: intercultural cinema, embodiment, and the senses*. Durham: Duke University Press.
- Mattelart, A. (2017). *Diversité culturelle et mondialisation*. Paris: La Découverte.
- Naficy, H (2001). *An accented cinema: exilic and diasporic filmmaking*. Princeton: Princeton University Press.
- Shohat, E.; Stam, R. (1994). *Unthinking Eurocentrism: Multiculturalism and the Media*. New York: Routledge.
- Ortiz, F. (2002). *Contrapunteo cubano del tabaco y del azúcar*. Madrid: Cátedra.
- Potot, S. (2016). *Les mutations européennes au prisme des migrations. Un regard sociologique au-delà des frontières*. Université Paris Diderot (Paris 7)
- Rueda, A. (2009). Carmen Castillo et Catalina Villar : L'entre-deux du lieu d'énonciation du « latino-américain ». *Caravelle*, (92), p. 71-89.

Creative process, performers and theatres: underground, uppeground et middleground.

Yearime Castel Y Barragán

doctorante

IRCAV et LabEx ICCA, Université Sorbonne Nouvelle

yearime.castel@univ-paris13.fr

Mots-clés : comédiens, underground-upperground, processus créatif, espaces de création

Keywords: performers, underground-upperground, creation process, creation spaces

Résumé :

On s'intéresse au comédien du théâtre, tout comme les espaces utilisés pour créer du spectacle et leur positionnement. Pour contextualiser, nous avons divisé le marché en deux : a) l'upper-ground ou le mainstream et b) l'underground ou l'alternatif. Et-ce que les projets circulent entre ces divisions ? Comment la communication entre l'underground et l'upper-ground fonctionne ? Où est-ce que les échanges des idées prennent place ? Est-ce que le processus de création est influencé par ces environnements, soit en les stimulant, ou en contraignant les idées audacieuses et nouvelles ?

Abstract :

We are interested in theatre performers, spaces where creation processes take place and also their market position. To contextualise this, two main environments will be used : a) the upperground or mainstream and b) its opposite, the underground or alternative. Do creative projects circulate between these ? How does underground and upper-ground communication happen? Where do ideas exchange take place ? Can artists' creative process be influenced by these environments, either stimulating or constraining bold, innovative ideas ?

Ces travaux ont été présentés lors des Doctorales 2019 de la SFSIC à Mulhouse. Néanmoins, l'auteur.e a choisi de ne pas transmettre le texte final ou celui-ci n'a pas été transmis dans les délais indiqués pour publication au sein de ces actes.

Médiations locales d'un événement « historique » : le cas du cinquantième anniversaire de l'arrivée des rapatriés Français d'Indochine à Noyant d'Allier

Local mediations of a "historic" event: the case of the Fiftieth Anniversary of the French Indochinese repatriates to Noyant d'Allier

Marie Hamid

doctorante en SIC

Elico, Université Lumière Lyon 2

marie.hamid@univ-lyon2.fr

Mots-clés : commémoration, ruralité, médiation, ethnosémiotique

Keywords: commemoration, rurality, mediation, ethnosemiotic

Résumé :

Face à l'oubli de la nation de moments de son histoire, certains groupes d'individus, qui s'estiment dépositaires de ces faits historiques, prétendent à raviver les mémoires en organisant leur propre cérémonie commémorative. Quel sens donnent-ils au geste commémoratif ? Quelle forme prend-il ? Le rapatriement des Français d'Indochine paraît particulièrement intéressant pour l'étude de la problématique commémorative territorialisée puisqu'il n'existe pas de journée nationale figeant ce moment de l'histoire de France. A partir d'une approche ethnosémiotique, nous travaillons sur le cas du cinquantième anniversaire de l'arrivée des rapatriés français d'Indochine dans le village de Noyant d'Allier. Les manifestations organisées pour l'occasion conjuguent hommage aux Français d'Indochine et célébration du patrimoine local. Le fonds d'archive constitué par une association née pour l'occasion permet de saisir le rapport de sens construit à l'événement et les effets de sens du geste commémoratif dans le présent.

Abstract :

Towards the nation oblivion of its historical moments, certain groups of individuals, which value themselves as this specific historical facts agents, claim to revive memories through their own commemorative celebration. What meaning do they give to this commemorative action? Which shape does it take? The Indochina repatriation of French people seems to be particularly interesting for the territorialised commemoration study since a national day setting this French historical moment doesn't exist. We will study the Fiftieth Anniversary of the Indochina repatriated French in Noyant d'Allier village with an ethnological semiotic approach. These events combine the tribute to the Indochina French with the local heritage celebration. An association archive will enable us to seize the link of meanings formed from the event and the meaning effects of this commemorative act in the present.

Médiations locales d'un événement « historique »

Le cas du cinquantième anniversaire de l'arrivée des rapatriés Français d'Indochine à Noyant d'Allier

Lors d'un entretien public avec Gerd Krumeich portant sur la commémoration du 11 novembre 1918, Jacques Walter rappelle que : « la vocation première d'une commémoration quelle qu'elle soit lorsqu'elle se déroule à une échelle nationale ou internationale, c'est de créer du consensus » (Walter, Krumeich, 2018). Cet angle d'approche semble particulièrement fertile puisqu'il invite à reporter son attention sur le préfixe « co » de commémoration et non sur sa racine. Il fait également émerger la dialectique mémoire/commun en jeu. De fait, il prend de la distance vis-à-vis des conceptions plus classiques qui considèrent sa capacité à panser les plaies héritées du passé ou sa puissance à en déterminer les représentations (Brahya, 2007 ; Vidal, 2004). Ce geste commémoratif serait à la fois virus et remède d'un lieu de douleur muséifié et continuellement médiatisé, symptôme d'un présent qui cherche à « se célèbre[r] lui-même à travers les modalités du passé » (Delporte, Veyrat-Masson, 2005 : 194).

S'il est question de célébrations nationales légitimées par l'Etat, il est des cas où, bien que l'objet commémoré s'inscrive dans son passé, aucune cérémonie nationale n'est organisée. Face à cet oubli, des groupes s'en emparent et produisent leurs propres cérémonies. A partir de ce constat, nous avons fait le choix d'appréhender la manière dont un groupe d'individus ordinaires s'approprie ce geste pour cristalliser un moment de l'histoire nationale française non célébré nationalement (Halbwachs, 1997). Nous souhaitons comprendre le sens qu'ils donnent à ce geste c'est-à-dire saisir ce que signifie faire commémoration. L'objectif est d'interpréter les raisons et les modalités de leurs pratiques de commémorations.

Pour ce faire nous travaillons sur des formes de circulation du geste commémoratif à partir du concept de trivialité qui invite à saisir des processus sociaux qui chargent de valeurs des formes c'est-à-dire à comprendre la manière dont le sens advient à des formes (Jeanneret, 2008). Ce cadrage permet de focaliser son attention sur les représentations sociales d'une forme, dans le cas présent la réalisation d'un geste commémoratif ; de voir comment elles sont instrumentées et à partir de quelles intentions de communication elles le sont ; puis d'appréhender la manière dont elles sont médiatisées. Cette démarche permet de saisir les modalités de sémiotisations d'objets et de pratiques. Après avoir présenté notre terrain, nous aborderons la manière dont se forme une communauté puis nous verrons son mode d'existence.

Co-mémorer

Le rapatriement des Français d'Indochine paraît particulièrement intéressant pour l'étude de la problématique commémorative territorialisée puisqu'il n'existe pas de journée nationale figeant ce moment de l'histoire. Nous saisissons ces questions à partir d'un événement spécifique : le cinquantième anniversaire de l'arrivée des rapatriés français d'Indochine au Centre d'Accueil des Français d'Indochine (CAFI) de Noyant d'Allier (Noyant). Il est organisé par des enfants de ces Français d'Indochine, nés à Noyant ou ayant eux-mêmes vécu le rapatriement à l'âge de l'enfance. Ils ont pour la majorité quitté le village mais y ont gardé un attachement fort. Ils se sont réunis en association – Noyant Terre d'Accueil – afin de marquer l'événement. Deux célébrations ont été organisées : une première manifestation dite commémorative sur le temps d'une après-midi dont l'objectif énoncé est l'hommage aux parents rapatriés ; une seconde dite festive de trois jours dont le but déclaré est la monstration de la diversité culturelle et de la culture locale – des individus aux origines différentes ont migré sur le territoire dont des Polonais et des Ukrainiens.

Pour traiter ce cas nous nous sommes appuyés sur le « fonds d'archive » de l'association mis à notre disposition. A l'intérieur sont recensés des documents administratifs et de travail, des supports de communication, les transcriptions des allocutions prononcées lors des manifestations, les livres d'or, des impressions de mails, des coupures de presse... Le corpus est constitué de 59 documents produits et/ou collectés par les membres de l'association qui en font sa cohérence. Ce choix tient au fait que notre étude porte sur les registres sémiotiques de médiation de l'événement. L'enquête que nous réalisons lie démarche ethnographique et analyse sémiotique ce qui signifie une analyse progressive des matériaux de recherche. Le travail consiste dans des allers-retours entre terrain et théories ce qui permet de renouveler le regard porté sur le corpus (Bonaccorsi, 2019).

Le geste commémoratif se présente sous diverses formes : marches silencieuses, veillées, messes anniversaires, minutes de silence... Sa capacité de métamorphose le donne à comprendre comme une forme qui sémiotise les pratiques dans lesquelles il prend corps. Il n'est pas dépendant des espaces à partir desquels il agit mais tire sa puissance du respect d'un rituel simple et séquencé, rejoué lors de chaque cérémonie qui contient les conditions de félicité de sa réussite (Latté, 2015). En outre, il met en lien présent et passé. Il est un geste qui instrumente le passé pour répondre à des enjeux du présent. Dans cette mesure, le regard porté sur le passé est cadré par la projection sur le futur. Sous cet angle nous allons chercher à comprendre les effets de sens du geste commémoratif produit par l'association dans le présent.

Nos premières observations nous ont conduit à faire l'hypothèse que le geste commémoratif produit par les membres de l'association est une réponse à un besoin d'existence et de reconnaissance à la fois individuelle et collective. Ils le considèrent comme un acte leur permettant de « conserver la conscience d'un événement déterminant de l'histoire, perçu comme fondateur d'une identité » et comme un « acte politique qui procède d'un choix considéré comme porteur de sens pour les générations actuelles. » (Bost, Kesteloot, 2014 : 8). Leurs prétentions à rendre hommage à leurs « parents » et à valoriser, ce qu'ils nomment le patrimoine local, répond donc manifestement à des enjeux présents. Ces enjeux témoignent néanmoins d'un tiraillement entre deux formes d'identifications – au passé représenté par les parents et au présent figuré par Noyant – et d'une difficulté à s'inscrire dans une filiation unique (Ollivier, 2007). Dans cette mesure nous allons essayer de comprendre la signification du geste commémoratif qu'ils produisent.

Formation de communautés

Les deux manifestations semblent rejouer un type de rituel observable lors des cérémonies nationales. En effet, s'y déploie un dispositif de légitimation de tout l'événement. Dans le cas que nous étudions, l'invitation de représentants officiels de l'institution étatique signifie l'intention de donner de l'ampleur à l'événement. L'implication des rapatriés signifie la volonté d'élévation de la mémoire collective. La parole donnée à une chercheuse ayant étudié les Français d'Indochine de Noyant signifie la nécessité d'assertion du vécu. La sémiotisation de lieux – physiques et symboliques – signifie enfin, la prétention de cristallisation des souvenirs. Le suivi de ce protocole permet d'une part « de faire passer de la mémoire, voire des mémoires, à l'Histoire » (Azéma, 2013 : 145) et d'autre part de légitimer les pouvoirs constitués. Ces processus répondent ainsi aux enjeux déclarés par les organisateurs de l'événement. Néanmoins « la mémorisation, ritualisée par la commémoration publique, est sélective » (Vidal, 2004 : 1) nous allons donc analyser la sélection opérée par l'association.

La notion de sélection laisse à penser que la mémoire est un réservoir disponible où il est possible de tirer des souvenirs.

La réalité est plus complexe puisque c'est depuis le présent que le souvenir est construit ce qui signifie qu'il répond à un problème actuel (Thiesen, 2016). Nous avons pu constater que les mises en récit de la trajectoire de vie des Français d'Indochine reposent toutes sur la même structure : mise en contexte par la problématique coloniale qui justifie l'arrivée des rapatriés en France et plus spécifiquement à Noyant ; effets de sens sur les parties engagées dans cette histoire – successivement narrés du point de vue des rapatriés « parents », des rapatriés « enfants » ainsi que de Noyant, personnifié – ; et enfin, situation finale : la socialisation des Français d'Indochine et de Noyant au présent. L'articulation de ces souvenirs est une manière de mettre en lumière des histoires et des individus afin de certifier leur existence et de les faire reconnaître dans l'espace public.

Par ailleurs, chacune des formes de médiatisations de l'événement produites par les organisateurs consentent à la monstration ou la construction de liens. Dans le document de présentation du projet il est par exemple écrit que « ceux et celles pour qui Noyant fut le village de leur enfance, s'y retrouvent » mettant en perspective l'actualité d'une pratique. D'autres présentent ce lien comme latent : « notre communauté éparpillée » (Invitation à l'organisation)¹, signifiant une volonté de réunion ; ou comme existant dans le passé, « nous étions une bande de joyeux copains » (Invitation à la réunion du 30-10-05) témoignant d'une forme de nostalgie et d'un souhait de résurrection d'une situation perdue. Contrairement aux deux premiers énoncés, le troisième réfère aux enfants de rapatriés, mettant en relief l'ambivalence dans laquelle se situent les membres de l'association.

En outre, leur communication rend compte d'un désir d'impliquer les lecteurs dans l'événement que ce soit par son organisation ou par une présence effective les jours de célébration. Ce processus d'implication joue sur deux plans à la fois : la conscientisation aux enjeux de l'événement et le développement d'un sentiment d'appartenance à une communauté. Comme dans les discours du maire et de la scientifique prononcés lors de manifestation « commémorative », le registre du pathos est utilisé afin de sensibiliser les lecteurs à l'objet de l'événement : « Ne manquez pas ces moments si importants pour nous tous, Noyantais, ex-Noyantais et amis ! » (Présentation projet) ; « unissons nos efforts, en hommage à nos parents pour le rassemblement le plus large possible des Noyantais, des anciens de Noyantais et des amis de Noyant » (Invitation à l'organisation). Les modes d'énonciation des liens ainsi que les modalités d'implication mettent en relief une intention de construction d'une communauté qui reste floue puisque le référent est mouvant, tantôt l'Indochine, tantôt Noyant. Le second énoncé pris pour exemple nous apporte néanmoins des éléments d'information puisqu'il permet d'appréhender un glissement d'une communauté à l'autre. Il n'est plus question d'agir pour le groupe mais pour les parents. Dans les pays d'Indochine « l'éducation et la conception du lien de filiation [...] sont déterminés par [...] la piété filiale » (Gidoin, 2015 : 49). Ce fait est un potentiel élément de justification de l'indécision des membres de l'association face à un choix d'inscription dans une filiation unique. Le geste commémoratif semble dans cette perspective, être conçu comme une réponse à un devoir de mémoire qu'ils disent vouloir accomplir. Ce devoir expliquerait par ailleurs la raison pour laquelle le président de l'association déplore, dans l'article « Les remerciements du Président » lisible sur le site internet, la non-participation et la non-organisation de certains « rapatriés ». Nous pouvons finalement tirer de cette partie que les membres de l'association présupposent que pour former la mémoire collective, la construction d'une communauté est nécessaire. Nous allons donc maintenant observer comment cette communauté est activée au cours des manifestations.

¹ Les références données sont les titres que nous avons attribué à nos observables lesquels correspondent à des étiquettes *in vivo* ou construites par l'analyste (Lejeune, 2014)

Faire communion

Lors de la manifestation « commémorative » une stèle figurant une femme tenant un enfant sur la hanche et un autre par la main, a été inaugurée. Elle constitue un symbole fort pour les communautés en ce qu'elle représente les « mères » Françaises d'Indochine actrices principales de la vie des « enfants » dont les pères étaient absents. Les allocutions du maire et de la scientifique, prononcées suite au dévoilement de la statue, sont directement entrées en résonance avec celle-ci, dans la mesure où elles témoignent de l'entremêlement des trajectoires de vie des Français d'Indochine et de Noyant. Les points de vue y sont alternés permettant à chacune des parties de s'identifier. Sous cet effet, la destinée croisée des Français d'Indochine et de Noyant a été scellée dans la stèle. Dans le même temps, parce qu'elle est implantée sur le territoire noyantais les mémoires qu'elle contient sont recontextualisées au prisme de la localité. Elle symbolise dès lors les effets de sens de l'arrivée des Français d'Indochine à Noyant. En définitive, le double processus de territorialisation induit un glissement de la mémoire de la communauté rapatriée à celle plus vaste de la communauté noyantaïse. La statue se présente comme lieu de mémoire d'entrecroisement de ces trajectoires (Nora, 1984). Elle incarne ces histoires du passé et joue objet du commun autour duquel sont unis les Français d'Indochine ainsi que les noyantais.

Par ailleurs, les médiatisations en amont des manifestations permettent de préfigurer l'interprétation in situ. Elles opèrent un cadrage qui oriente la lecture des formes du passé données à expérimenter. Dans un document d'invitation à une réunion, un rappel des bals des samedis soir est par exemple fait. Il peut ainsi servir de référent pour faire signifier les activités « diner dansant » et « soirée dansante » énoncées dans le programme et donner le ton pour leurs pratiques effectives. Cette seconde manifestation dite « festive » a consisté en la scénarisation d'activités issues d'un passé donné à éprouver aux visiteurs venus participer à la célébration. Au cours de son élaboration les organisateurs disent se rappeler « de certaines mamans qui se sont lancées dans la production pour approvisionner les autres » (Projet). Nous pouvons supposer que la monstration de cette pratique a fait sens pour d'autres noyantais. De manière différente, les ateliers d'arts martiaux donnés à expérimenter peuvent convoquer le souvenir de ceux qui les pratiquaient d'antan ou qui les voyaient incarnés par les « enfants ». Les spectacles comme les ateliers sont des activités qui lient le collectif au passé. Même si l'expérience est individuelle le vécu est commun en ce qu'il repose sur une socialité de la présence. Un processus de communion est en ce sens à l'œuvre (Davallon, 2006).

Nous voyons que cette offre procède d'une volonté de faire faire commun, dans les deux sens du terme : construire un bien commun et communier. L'objet du commun se transforme selon le point de vue prêté. Dans un cas il se forme autour de la reconnaissance de valeurs portées par lesdites cultures – indochinoise et noyantaïse – ; alors que dans un autre il se forme autour d'un vécu partagé passé et éprouvé collégialement ravivé par les références au passé. Au final la formation de communautés opère par la projection de formes du passé dans des pratiques auxquelles les individus s'identifient. Ce geste peut être lu comme un geste de sémiotisation des pratiques dont la visée est la construction d'un lien au passé. Les dispositifs construits tendent à agir à la manière d'opérateurs de passésités, qui sont des objets quelconques qui ont « subi une opération discursive et sociale de type performatif » (Tassel, Vergopoulos, 2017 : 112) leur conférant le statut de signes historiques. Ce processus de renvoi au passé par des objets est une sollicitation explicite des mémoires puisque la convocation du passé engage un travail de la mémoire. La préfiguration de l'échange social produite en amont de l'événement est l'opération qui permet une interprétation semblable des formes du passé par les individus et la construction des mémoires dans la même direction puisqu'elle les prescrits. En d'autres termes, ces médiations sont ce qui permet la construction consensuelle de la mémoire collective.

En définitive, la communion axée autour du passé se présente comme une manière de faire mémoire pour les organisateurs de l'événement. Par ces mouvements d'identification similaires et simultanés les individus conscientisent des communautés auxquels ils se socialisent. La dynamique du faire commun est donc l'opérateur de la formation de la mémoire collective – sans quoi elle ne peut exister. La construction des historicalités des communautés est ce qui leur donnent une consistance (Cordonnier, 2017). En établissant ce qui fait commun, elles se dotent d'un capital culturel qui signe leur identité.

Conclusion

Cette étude de cas nous a permis de mettre en lumière les représentations sociales du geste commémoratif dont disposent les membres de l'association. Il en résulte que l'enjeu principal de la construction d'un événement est la reconnaissance de l'existence de la communauté noyantaise rendue possible par la reconnaissance préalable de la communauté des Français d'Indochine. Le geste commémoratif est en ce sens utilisé comme un instrument permettant de rendre compte de sa trajectoire identitaire. La construction d'une mémoire collective se présente comme le moteur de l'institution de ce geste. Elle a conduit les membres de l'association à réaliser une rétrospective c'est-à-dire à sélectionner des moments de l'histoire partagée et à en laisser d'autres dans l'oubli afin de produire une historiographie, objet du commun. Elle les a également engagés à faire état du capital collectif, en d'autres termes elle a permis que des valeurs, des objets, des pratiques acquièrent le statut de patrimoine au regard de la communauté. En définitive, ces deux processus ont formalisé les communautés d'appartenance. Par ailleurs, l'injonction à la mémoire parentale est à présent justifiée. L'acte performatif qui la légitimise se donne à lire comme ce qui autorise les individus à être en tant que communauté et leur permet d'exister. L'arrivée des Français d'Indochine constitue en définitive un fait fondateur de l'identité de la communauté noyantaise qui se présente comme le produit des effets de territorialisations successives. Nous pouvons considérer que ce fait constitue un événement historique local en ce qu'il a marqué le territoire.

Références bibliographiques

- Bonaccorsi J. (2019). Les territorialités multiples du terrain dans l'enquête. Territoires. Enquête communicationnelle, Lyon, Editions des Archives Contemporaines.
- Bost M. & Kesteloot C. (2014). Les commémorations du centenaire de la Première Guerre mondiale. Courrier hebdomadaire du CRISP, n° 30, p. 5-63.
- Brahy A. (2007). Les commémorations et le lien social. Revue internationale de psychosociologie, n° 30, p. 213-230.
- Cordonnier S. (2017). Les temporalités enchevêtrées du témoignage. Les temps des arts et des cultures. p. 151-163.
- Davallon J. (2006). L'image médiatisée : de l'approche sémiotique des images à l'archéologie de l'image comme production symbolique. Th. Etat. Paris.
- Delporte C. & Veyrat-Masson I. (2005). Entretien avec Pierre Nora : la fièvre médiatique des commémorations. Le Temps des médias, n° 2, p. 191-196.
- Gidoïn J. (2015). La transmission paternelle des valeurs filiales vietnamiennes à partir du bouddhisme en France. Alterstice, n° 1, p. 45-56.
- Halbwachs M. (1997). La mémoire collective. Paris, Albin Michel.
- Jeanneret, Y. (2008). Penser la trivialité. Paris, Lavoisier.
- Latté S. (2015). Le choix des larmes. La commémoration comme mode de protestation. Politix, n° 2, p. 7-34.
- Lejeune C. (2014). Manuel d'analyse qualitative : analyser sans compter ni classer. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur.
- Nora P. (1984). Les lieux de mémoire. Paris, Gallimard.
- Ollivier B. 2007. Identité et identification : sens, mots et techniques. Paris, Lavoisier.
- Tassel J. & Vergopoulos H. 2017. Produire l'épaisseur du temps de et dans la ville : le cas des visites guidées du Paris historique. Les temps des arts et des cultures. p. 107-118.
- Veschambre V. (2008). Traces et mémoires urbaines : enjeux sociaux de la patrimonialisation et de la démolition. Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Vidal, Claudine, 2004. La commémoration du génocide au Rwanda. Violence symbolique, mémorisation forcée et histoire officielle. In : Cahiers d'études africaines, n° 175, p. 575-592.
- Walter J. & Krumeich G. (2018). Commémoration du 11 novembre 1918 : la mémoire entre narration et Histoire. Institut Pierre Werner, Luxembourg, 22 novembre 2018.

Raconter la réalité : des formats interactifs aux expériences immersives

Non-fiction storytelling : from interactive formats to immersive experiences

Alba Marín Carrillo

doctorante en SIC / A.T.E.R

LLSETI, Université Savoie Mont Blanc

Facultad de Comunicacin, Universidad de Sevilla (Espagne)

ylbacm@gmail.com

Mots-clés : Cinéma documentaire, journalisme, communication, réalité virtuelle

Keywords: Documentary film, journalism, communication, virtual reality

Résumé :

Les documentaires basés sur l'interactivité de l'environnement numérique se servent d'une multitude de dispositifs non seulement pour conformer un récit de la réalité, mais pour offrir à l'utilisateur une expérience visuelle. Ces documentaires présentent une série de caractéristiques qui les rendent susceptibles d'être considérés comme des événements visuels (Mirzoeff, 1999), du fait de l'interaction entre images, sujet et technologie. Un nouveau média permet une nouvelle langue que nous avons l'intention de connaître.

Abstract :

Documentary films based on the interactivity of the digital environment use a multitude of devices not only to conform a story of reality, but to offer the user a visual experience. These documentaries present a series of characteristics that make them likely to be considered as visual events (Mirzoeff, 1999), because of the interaction between images, subject and technology. A new media allows a new language that we want to know.

Ces travaux ont été présentés lors des Doctorales 2019 de la SFSIC à Mulhouse. Néanmoins, l'auteur.e a choisi de ne pas transmettre le texte final ou celui-ci n'a pas été transmis dans les délais indiqués pour publication au sein de ces actes.

Le rôle hégémonique joué par la France dans l'émergence d'une nouvelle génération de réalisateurs colombiens intéressés par le cinéma d'auteur. Étude de cas du film La Barra d'Óscar Ruíz Navia

The hegemonic role played by France in the emergence of a new generation of Colombian filmmakers interested in auteur cinema. Case study of the film La Barra directed by Óscar Ruíz Navia

Gloria Pineda-Moncada

doctorante en SIC

Lerass, Université Toulouse III – Paul Sabatier

gloria.pineda.moncada@gmail.com

Mots-clés : Cinéma d'auteur, coproduction, hégémonie, discours.

Keywords: Auteur cinema, coproduction, hegemony, discourse.

Résumé :

À partir de 2009, le cinéma d'auteur a pris de l'ampleur en Colombie grâce aux politiques publiques de soutien et à l'apparition de nouveaux réalisateurs cinéphiles formés dans des écoles intéressées par ce type de cinéma. La France a joué un rôle important dans la consolidation de ce phénomène. Analysant et contextualisant le discours porté par les acteurs français et colombiens qui ont produit le film La Barra d'Óscar Ruíz Navia, nous essayerons de comprendre la façon dont le cinéma d'auteur français est devenu un modèle hégémonique qui a participé au renouveau du cinéma colombien.

Abstract :

Since 2009, auteur cinema has grown in Colombia thanks to supportive public policies and the emergence of new film directors educated in schools interested in this type of cinema. France has played an important role in the consolidation of this phenomenon. Analyzing and contextualizing the discourse of the French and Colombian agents who participated in the production of the film La Barra, directed by Óscar Ruíz Navia, we will try to understand how the French auteur cinema has become a hegemonic model that has participated in the emergence of the new Colombian cinema.

Le rôle hégémonique joué par la France dans l'émergence d'une nouvelle génération de réalisateurs colombiens intéressés par le cinéma d'auteur. Étude de cas du film *La Barra* d'Óscar Ruíz Navia

La Barra : le début d'un goût pour le cinéma d'auteur

Le parcours suivi par Óscar Ruíz Navia durant la production de son premier long-métrage *La Barra* (*El Vuelco del cangrejo*, 2010) nous laisse entrevoir la façon dont le modèle du cinéma d'auteur a commencé à prendre de l'ampleur en Colombie dans cette dernière décennie. Issu de son projet de fin d'études à l'École de communication sociale et de journalisme à l'Université del Valle à Cali¹, *La Barra* a tout d'abord été rejeté par le Fonds pour le développement de la cinématographie colombienne (FDC), créé par la Loi de cinéma en 2003 et géré par Proimágenes Colombia. Ce fonds d'aide — inspiré du système de financement français, notamment de l'Avance sur recettes (Triana, 2018) — a été créé par l'État colombien en 2003 afin d'encourager la production cinématographique colombienne ralentie depuis dix ans.

En 2008, cinq ans après la mise en place de cette mesure, Óscar Ruíz Navia et la société de production colombienne Antorcha Films demandent une aide à la production au FDC. Dans la commission de 2008, 9 projets ont été retenus. N'étant pas dans la liste des films subventionnés, Ruíz Navia décide de chercher de l'argent ailleurs. Le tournage démarre donc en novembre 2008 avec un prêt de 30 000 dollars demandé par le réalisateur et sa famille. Ainsi, sans l'aide de l'État colombien, le tournage aboutit en décembre 2008.

Comme le souligne Óscar Campo, enseignant à l'École de communication sociale et de journalisme à Cali et directeur du projet de fin d'études de Ruíz Navia : « Su primera película no tuvo prácticamente ninguna ayuda del FDC. El director del FDC me llamaba y me decía: "Hay un muchacho que han venido varias veces a pedir cosas. Nadie lo conoce ¿Por qué tenemos que ayudarlo?" Yo le decía: "Confíe en él ; él es bueno" »² (2018). Cette anecdote révèle la méfiance avec laquelle le FDC regardait Óscar Ruíz Navia et son projet. Mais, pourquoi ce manque de confiance ?

Entre 2003 et 2008, la plupart des projets aidés par le FDC étaient des films de réalisateurs plus ou moins expérimentés qui abordaient des sujets concernant la violence et la drogue avec un langage proche de la télévision. Sauf à quelques exceptions près, la place donnée par le FDC aux nouveaux réalisateurs, aux nouvelles thématiques et aux nouveaux langages, restait encore réduite. Pour ces films, seule une aide à la finition était envisagée. À l'époque, le fait d'être un jeune réalisateur de région, non formé dans une école de cinéma en tant que telle, essayant de réaliser un film intimiste sur une petite communauté de pêcheurs dans une région quasiment oubliée de la géographie colombienne, aurait pu engendrer, pour le FDC, des soucis.

Cependant, si le film d'Óscar Ruíz Navia n'a pas réussi à susciter de l'intérêt en Colombie, c'est à l'étranger qu'il a été apprécié. Quelques mois auparavant, en avril 2008, avant de commencer le tournage, le projet est sélectionné au Buenos Aires Lab (BAL) du Festival international du cinéma indépendant de Buenos Aires (BAFICI). À cet endroit-là, Ruíz Navia rencontre le producteur français Guillaume de Seille de la société de production Arizona Films qui est tout de suite séduit par la « sympathie » du réalisateur et par le « regard personnel » du scénario proposé (2019). Il s'engage par la suite à coproduire le film. L'accord de coproduction minoritaire entre Arizona Films et la société de production d'Óscar Ruíz Navia, Contravía Films — créée à Cali en 2006 —, est finalement signé en décembre 2008. Cet accord de coproduction a été fait pour assurer la postproduction du film : une fois le tournage fini, le réalisateur s'est retrouvé sans le budget nécessaire pour payer la facture du laboratoire à Miami. Ainsi, avec l'espoir de pouvoir avoir par la suite l'aide à la finition du Fonds sud cinéma (FSC) français et du FDC colombien, Arizona Films paye donc le transfert pour permettre le montage.

¹ Lauréat du Prix national Otto de Greiff des meilleurs projets de fin d'études (2008).

² « Dans les faits, son premier long-métrage n'a reçu aucune aide du FDC. Le directeur du FDC m'appelait pour me dire : " Il y a un jeune homme qui vient assez souvent pour me demander de l'aide. Personne ne le connaît. Pourquoi doit-on l'aider ? " Je lui répondais : " Il faut avoir confiance en lui. Il a du talent " ».

Le 22 juin 2009, le FSC accorde une aide à la finition de 30 000 € ; et quelque temps après, le 7 juillet 2009, le FDC octroie aussi une aide à la finition de 120 000 000 pesos (COP). D'une certaine façon, le fait d'avoir déjà quelques images du film a rassuré le FDC — et le FSC certainement — sur la viabilité du projet. Finalement, le film est sélectionné et récompensé dans des festivals internationaux, dont Le Locarno Film Festival (Suisse), la Berlinale (Allemagne) et Cinélatino, Rencontres de Toulouse (France).

Le parcours suivi par Óscar Ruíz Navia avec son film *La Barra* peut être considéré comme l'une des premières expériences de coproduction vécue par toute une nouvelle génération de réalisateurs colombiens, notamment de région, qui ont participé du renouvellement du cinéma colombien. De ce parcours, on peut déjà souligner : premièrement, le film *La Barra* est à l'origine un projet de fin d'études. La formation reçue par le réalisateur à l'École de Cali et le travail de direction fait par Óscar Campo ont sans doute influencé la conception du film ; deuxièmement, jusqu'en 2008, le FDC hésitait à subventionner des films qui abordaient de nouveaux sujets avec de nouveaux langages. Il a fallu du temps et surtout la sélection du film dans des festivals internationaux pour que le FDC ait confiance dans ce type de cinéma ; et troisièmement, l'intérêt que le film a suscité chez le coproducteur français, même avant le tournage, montre déjà l'existence d'une certaine vision partagée, d'un goût pour un type de cinéma personnel, intimiste et non conventionnel : d'un intérêt pour le cinéma d'auteur.

Le cinéma d'auteur : une réalité spécifiquement française

Depuis plusieurs décennies, le cinéma d'auteur a été l'un des principaux enjeux des politiques françaises concernant la production d'un cinéma artistique et personnel en France et dans le monde. Tout au long du XXe siècle, cette perspective a largement été nourrie par de houleux débats lancés tout d'abord en France puis répandus à l'échelle internationale : le combat mené par Louis Delluc, Jean Epstein, entre autres, dans les années 1910 et 1920, pour légitimer et revendiquer le cinéma comme une expression artistique ; l'instauration vers la fin des années 1950 d'un statut pour protéger les œuvres audiovisuelles du libre-échange : l'Exception culturelle française qui, contrairement à la perspective étatsunienne, envisage le cinéma comme une création de l'esprit et non pas comme une marchandise ; l'apparition aussi dans les années 1950 de la politique des auteurs conçue par François Truffaut : « une manière d'aimer et de défendre le travail de certains cinéastes » (de Baecque, 2001 : 7), une cinéphilie qui a créé un « culte de l'auteur ignoré ou du moins méprisé » (de Baecque, 2013 : 201) ; la signature en 1983 de la Charte de Madère, présidée par le ministre de la Culture Jack Lang, qui reconnaît le réalisateur comme auteur du film ; et la création en 1997 de la Coalition française pour la diversité culturelle qui a conduit à l'élaboration puis à l'adoption en 2005 de la Convention de l'UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Au fil de l'histoire, les acquis de la France au sujet du cinéma ont instauré grosso modo les principes du cinéma d'auteur d'aujourd'hui : premièrement, le cinéma d'auteur est une expression artistique et indépendante conçue par un réalisateur/artiste entièrement responsable de son œuvre ; deuxièmement, le cinéma d'auteur est fortement lié à la cinéphilie, c'est-à-dire à la recherche des référents d'un cinéma alternatif ; troisièmement, face au cinéma commercial de Hollywood, le cinéma d'auteur est conçu comme un cinéma alternatif et de résistance ; et quatrièmement, le cinéma d'auteur contribue à la diversité culturelle, dont sa préservation et sa promotion sont l'un des enjeux majeurs de la politique française à l'étranger.

Ainsi, ce que nous appelons « cinéma d'auteur » aujourd'hui, a été le résultat de ces points d'inflexion de l'Histoire dont la France a toujours été à la tête : en suivant René Prédal, on peut dire que le « cinéma d'auteur » est une création et une réalité spécifiquement française (2001 : 13).

Le modèle du cinéma d'auteur est-il une forme d'hégémonie ?

Cette idée complexe du cinéma est au cœur même du FSC français, l'un des premiers fonds européens, créé en 1984 par le ministère de la Culture, le ministère des Affaires étrangères et le CNC. À travers la coproduction française avec des pays dits du « sud » (Afrique, Asie, Proche et Moyen-Orient, Europe de l'Est et Amérique latine), le FSC a promu le cinéma d'auteur comme un modèle de production alternatif et différent de celui de Hollywood.

Cette différenciation entre le modèle hollywoodien et le modèle du cinéma d'auteur est centrale dans le discours du FSC. Ainsi, dans l'ouvrage commémoratif des 20 ans du FSC, Jean-Michel Frodon souligne : « Il est vrai que cette vision typiquement française du cinéma d'auteur comme un autre cinéma est de plus en plus souvent reçue à l'étranger comme une véritable proposition alternative au bulldozer du cinéma commercial américain » (2004 : 19). De même, Michel Reilhac, ancien président du FSC (1997–2000) établit : « Aujourd'hui, malheureusement, nous sommes [...] dans cette sorte de guerre. Nous devons nous battre face à une politique impérialiste menée par le cinéma américain contre le reste du monde » (2009 : 46).

Cette sorte de posture critique assumée par la France révèle l'existence d'une prise de position, d'une sorte de rivalité, d'une lutte pour le pouvoir, d'un affrontement idéologique qui paraît certes daté, mais qui, étonnamment, continue à se reproduire au XXI^e siècle — au moins du côté du FSC. D'une certaine façon, ce discours qui accorde à la France le rôle de leader dans la défense de la diversité de la cinématographie mondiale, qui crée une sorte d'antagonisme avec le système de production et de distribution du cinéma hollywoodien paraît montrer, à première vue, un désir de la France pour construire un mouvement hégémonique.

D'après Gramsci (1996) — l'un des premiers auteurs à travailler le concept d'hégémonie culturelle —, l'hégémonie culturelle est le pouvoir exercé par une société en alliance avec d'autres forces sociales. Pour Gramsci, ce rapport de pouvoir n'implique pas une relation de domination autoritaire ou d'imposition forcée, mais plutôt une sorte d'intégration négociée. Il s'agit de rassembler des groupes sociaux autour d'une base intellectuelle et morale, d'une conception commune du monde ; il s'agit de la construction politique et culturelle d'une force sociale universelle. Selon Gramsci, cette intégration est possible grâce à un rapport pédagogique qui cherche à orienter les individus afin qu'ils puissent assimiler, le plus naturellement possible, une certaine vision du monde.

Par la suite, nous essayerons donc de voir comment, en problématisant le phénomène de la coproduction entre la France et la Colombie par le biais du concept d'hégémonie, il est possible d'expliquer l'expansion du cinéma d'auteur en Colombie : le modèle du cinéma d'auteur promu par la France dans le monde est-il une forme d'hégémonie ? Comment les idées concernant le cinéma d'auteur ont-elles circulé et ont-elles été assimilées par toute une nouvelle génération de réalisateurs colombiens dont Óscar Ruíz Navia ?

La formation professionnelle et la cinéphilie : porte d'entrée à l'auteurisme

Pendant plusieurs décennies, l'économie cinématographique colombienne a profondément été affectée par la distribution et l'exploitation du cinéma hollywoodien : « 80 % des films viennent d'Hollywood et les entrées nationales ne représentent que 5 % », affirme Claudia Triana, directrice de Proimágenes Colombia (2015 : 2). Cette situation a certainement créé un terrain propice à la diffusion et à l'assimilation du modèle auteuriste. Mais, il n'y a pas que ce phénomène. L'émergence d'une nouvelle génération de réalisateurs formés dans des écoles de cinéma en Colombie, institutions intéressées par le cinéma d'auteur, est aussi très importante.

C'est le cas de l'École de communication sociale et de journalisme de l'Université del Valle à Cali, où Óscar Ruíz Navia a fait ses études de licence entre 2002 et 2007.

Vers la fin des années 1990, on s'aperçoit d'un changement de perspective : l'École dédie alors une bonne partie de la formation des élèves à la production cinématographique, avant centrée vers la production télévisuelle. Cette transition correspond à la mise en place progressive en Colombie des politiques publiques de soutien liées au cinéma : la création en 1997 du ministère de la Culture et de Proimágenes Colombia. Cependant, c'est la promulgation de la Loi sur le cinéma en 2003 qui va susciter un changement plus profond.

Entre 2000 et 2010, dans les programmes d'études de l'école apparaissent de nouvelles formations dédiées au cinéma dans lesquelles l'idée du cinéma d'auteur revient assez souvent. Dans ces cours, le cinéma est envisagé comme une « expression artistique » avant tout (École de Communication sociale et de journalisme, 2000-2010). Des ouvrages français occupent une place prépondérante au niveau quantitatif par rapport aux ouvrages anglo-saxons et latino-américains cités dans les cours. On voit aussi dans la filmographie des cinéastes français comme Jean Renoir, Alain Resnais, Jean-Luc Godard et d'autres cinéastes étrangers qui ont été considérés en France comme de véritables auteurs : Luis Buñuel, Alfred Hitchcock, Glauber Rocha, Andreï Tarkovski, etc. Le fait de voir dans ces cours autant de références au cinéma d'auteur et à la France, nous semble mettre en exergue l'importance de la place occupée historiquement par la France au niveau culturel, intellectuel et cinématographique dans le monde, ce qui a pu permettre, d'une certaine façon, la circulation d'idées concernant le modèle auteuriste.

L'accent mis sur le cinéma d'auteur dans les programmes d'études a aussi été renforcé avec la création du cinéclub Cinéma d'auteur conçu par Óscar Campo et l'artiste Óscar Muñoz à l'espace culturel Lugar a Dudas. Óscar Ruíz Navia y participe en tant que coordinateur. Dans le projet de fin d'études présenté par Ruíz Navia en 2007, le réalisateur raconte la façon dont cette expérience a influencé la conception de son film *La Barra* : le cinéclub a été créé avec l'objectif de « [...] exhibir material poco frecuente, alternando retrospectivas de autores clásicos con autores contemporáneos. Para mí fue una experiencia insuperable ya que de forma constante indagué diferentes tipos de cine y afiancé estilos que servirían para la construcción de mi película »³ (2007: 14). En effet, en parcourant le document, dans le story-board, on retrouve de petites inscriptions sur le côté des images pour parler des références qui ont inspiré les images : François Truffaut, Leos Carax, Andreï Tarkovski, Theo Angelopoulos, Alexandre Sokourov et Abbas Kiarostami — tous des auteurs qui ont été l'objet de rétrospectives au cinéclub et qui ont été considérés comme des auteurs en France — y sont nommés.

On voit donc bien se dessiner l'intérêt porté sur le cinéma d'auteur par l'École et par d'autres espaces culturels à Cali. Sans doute, cette formation très liée à l'auteurisme et à la cinéphilie a profondément influencé la conception du film et la façon dont le réalisateur a conçu son travail comme réalisateur.

Un discours fondé sur le cinéma d'auteur : vision du monde, indépendance et langage poétique

Cet ancrage au cinéma d'auteur — et à ce que Steven Bernas appelle théorie du cinéma d'auteur (2002) — se manifeste de façon flagrante dans le discours du réalisateur. Le concept de « vision du monde », l'un des concepts les plus importants de l'auteurisme, est souvent employé par le réalisateur pour définir son travail. Par exemple, dans un entretien que le réalisateur nous a accordé (Ruíz Navia, 2018), des mots comme « subjectivité », « regard particulier » ou « voix propre » — qui définissent le concept — reviennent assez souvent. Même s'il n'utilise pas le mot « vision du monde » proprement dit, dans son propos tout y renvoie. On comprend alors que son cinéma est un moyen d'expression personnelle et artistique : il se considère d'ailleurs comme un auteur.

³ « [...] montrer des films pas très courants, programmant des rétrospectives des auteurs classiques et contemporains. Cela a été une expérience enrichissante qui m'a permis d'aller à la recherche d'un cinéma différent et d'intérioriser certains styles pour mon film ».

Un autre élément permettant de définir le cinéma d'auteur est la représentation du réel à travers un langage poétique (Pasolini, 1976 : 142). C'est ainsi que Ruíz Navia préfère parler de la violence et de la réalité de son pays par le biais des sujets intimistes et d'un langage indirect et poétique. Par rapport à ce sujet, il déclare : « j'aime la métaphore comme forme d'expression [...] indirecte, suggestive et délicate qui permet de faire voir au spectateur au-delà de ce qu'il voit » (2011 : 50). En effet, dans *La Barra*, des rêves, des hallucinations et des paysages mentaux sont mis en place afin de resensibiliser la quotidienneté et de montrer la profondeur émotionnelle des personnages.

Ainsi, même si le modèle du cinéma d'auteur fut construit autour d'une promesse de liberté et d'indépendance, nous dirons que c'est le fait d'avoir intériorisé cette perspective, cette conception du cinéma, qui a pu permettre aux réalisateurs de penser qu'ils peuvent travailler librement et sans contraintes. C'est le partage d'une même vision, d'une même idée du cinéma qui permet la production des films dits indépendants. Il s'agit tout simplement d'une liberté conquise grâce à l'intériorisation et à l'acceptation de ce qui peut être dit, pensé ou conçu : dans un cadre hégémonique, le cinéma d'auteur se transforme en la forme la plus adéquate pour traduire un ressenti collectif. Ce n'est donc pas surprenant qu'Oscar Ruíz Navia ait déclaré à plusieurs reprises avoir toujours travaillé très librement avec son coproducteur français (2018).

Un cinéma d'auteur divers, mais aussi sélectif

Le FSC, promoteur du modèle du cinéma d'auteur dans le monde, avait déjà manifesté son intérêt pour un cinéma colombien qui n'est pas forcément lié au sujet de la drogue, mais plutôt à la réalité sociale et politique de la Colombie abordée avec un langage poétique. Depuis l'année 2000, on retrouve dans les fiches de lecture concernant les films colombiens qui ont demandé une aide au FSC, des idées qui renvoient à cette perspective.

Un lecteur anonyme dit par rapport au sujet de la drogue abordé dans le film *El Rey* (2004) d'Antonio Dorado, ce dernier enseignant à l'École de communication de l'Université del Valle : « on ne peut s'empêcher d'interroger en candide l'auteur sur le choix de son sujet : n'y en a-t-il pas d'autre à traiter en Colombie ? On aurait aimé découvrir un autre profil de l'identité et de l'authenticité de ce pays malheureusement toujours en guerre » (Ministère des Affaires étrangères, 2002 : 3). De même, en 2003, C. de Georeis, lecteur du scénario du film *Le Mystère de la malle rose* (2005) de Libia Gómez Díaz, regrette le manque d'une « dimension poétique » pour transcender le sujet de l'exploitation de la violence par les médias colombiens (Ministère des Affaires étrangères, 2003 : 2). Ces fiches de lecture, transmises aux réalisateurs colombiens concernés, ont pu avoir un impact, non négligeable, sur la façon de concevoir la production du cinéma dans leur pays.

On peut donc voir que malgré l'intérêt de la France pour soutenir la diversité culturelle dans le monde à travers le cinéma, cette diversité est plutôt sélective. Il y a certains sujets qui sont plus favorisés que d'autres selon la conjoncture politique de l'époque ; il y a aussi des codes et des formes visuelles de préférence pour les traiter ; il y a donc tout un canon — celui du cinéma d'auteur — qui laisse certes la place pour l'expérimentation, mais qui tient surtout à orienter la production cinématographique des pays qui ont besoin de ces aides pour développer leur industrie.

Conclusion

Par les biais de cette étude de cas, on voit se dessiner l'intérêt des institutions en France et en Colombie à orienter de nouveaux réalisateurs colombiens vers la production d'un cinéma d'auteur.

On assiste donc à la configuration d'un mouvement hégémonique sur lequel se rassemblent des intérêts et des motivations hétérogènes : ce qui représente pour la France la création d'un bloc alternatif de production et de distribution cinématographiques opposé au système de production de Hollywood, représente économiquement et politiquement pour la Colombie, la possibilité de développer son industrie et, pour les réalisateurs colombiens, la possibilité de produire des films artistiques et personnels. C'est finalement autour du cinéma d'auteur que se rassemblent des volontés hétérogènes configurant une conception commune du monde et un sentiment d'appartenance à ce que les fonds français et les réalisateurs mêmes appellent une « communauté globale du cinéma d'auteur ». La France a joué un rôle important dans la consolidation de ce phénomène et de cette force hégémonique : que ce soit par le biais de la création de fonds d'aide et des stratégies pédagogiques, les idées concernant le cinéma d'auteur ont pu circuler en Colombie donnant lieu à tout un renouveau cinématographique dont Óscar Ruíz Navia fait partie.

Bibliographie

- de Baecque A. (2013). *La cinéphilie : invention d'un regard, histoire d'une culture (1944-1968)*. Paris, Éditions Fayard.
- de Baecque A. (2001). *La politique des auteurs : les textes*. Paris, Cahiers du cinéma.
- Bernas S. (2002). *L'auteur au cinéma*. Paris, L'Harmattan.
- Campo Ó. (2018). Interviewé par Gloria Pineda-Moncada, le 11 décembre 2018.
- École de Communication sociale et de journalisme. (2000-2010). *Programmes d'études*. Cali, Université del Valle, livres 6-12.
- Frodon J. M. (2004). *Au Sud du cinéma : films d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine*. Paris, Cahiers du cinéma.
- Gramsci A. (1996). *Cahiers de prison 1, 2, 3, 4 et 5*. Paris, Éditions Gallimard.
- Ministère des Affaires étrangères. (2002-2003). *Direction de la politique culturelle et du français, sous-direction de l'audiovisuel extérieur et des technologies de communication*. Centre des Archives diplomatiques du ministère des Affaires étrangères, Paris, Cote 2012-0023AC, cartons 97 et 104.
- Pasolini P. P. (1976). *L'expérience hérétique*. Paris, Payot.
- Prédal R. (2001). *Le cinéma d'auteur, une vieille lune ?* Paris, Éditions du Cerf.
- Reilhac M. (2009). *Plaidoyer pour l'avenir du cinéma d'auteur*. Paris, Klincksieck.
- Ruíz Navia Ó. (2007). *El Vuelco del cangrejo. Una película de Óscar Ruíz Navia*. Cali, Université del Valle.
- . (2011). *Oscar Ruiz Navia, de Cali à Paris*, Cahiers du cinéma, n° 664, p. 50.
- . (2018). Interviewé par Gloria Pineda-Moncada, le 15 novembre 2018.
- de Seille G. (2019). Interviewé par Gloria Pineda-Moncada, le 5 février 2019.
- Triana C. (2015). « En Colombie, la famille cinéphile s'agrandit ». *Le monde*, p. 2.
- . (2018). Interviewée par Gloria Pineda-Moncada, le 5 novembre 2018.

Une méthodologie croisée pour l'analyse des représentations dans le cinéma de coproduction. Le cas du cinéma entre la France et la Colombie
A crossed-methodology for the analysis of representations in cinematographic co-production. The case of Franco-Colombian cinema.

Gustavo Suarez-Rios

doctorant en SIC

LERASS, Université Toulouse Jean-Jaurès

gus.adol.suar@gmail.com

Mots-clés : Cinéma de coproduction, représentation, Franco-colombien, système triangulation

Keywords: Film co-production, representation, Franco-Colombian, triangulation system.

Résumé :

Le cinéma en coproduction a cette caractéristique de pouvoir avoir la nationalité des pays partenaires, une condition qui lui permet une exploitation plus large. Néanmoins, la circulation de ce cinéma établit des logiques de production et de réception qui affectent sa configuration en tant que fait social. À partir de la notion de représentation sociale, nous tentons d'étudier comment le film coproduit peut participer à la compréhension de la réalité sociale. Dans cette perspective, notre communication traite de la construction de notre objet d'étude à partir du croisement entre le cadre théorique et le terrain.

Abstract :

The cinematographic co-production has the characteristic possibility to have the nationality of the partner countries, a condition that allows a wider option of business. However, the circulation of this cinema establishes production and reception logics that affect its configuration as a social fact. Assuming the notion of social representation, we try to study how the co-produced film can participate in the understanding of social reality. In this perspective, communication deals with the construction of our research object based on the crossing between the theoretical framework and the terrain.

Une méthodologie croisée pour l'analyse des représentations dans le cinéma en coproduction. Le cas du cinéma franco-colombien

Notre recherche de doctorat a pour cadre le cas du cinéma de coproduction. Nous nous attachons à présenter dans cet article une méthode croisée adaptée pour une analyse en SIC des représentations sociales. Ce choix s'inscrit dans la dynamique de production que les cinématographies de l'Amérique Latine traversent depuis les années 2000. Cette dynamique est catalysée par les échanges internationaux, les évolutions réglementaires mais encore les mises en place de fonds de financement dédiés qui permettent le développement d'une industrie cinématographique.

Le projet d'industrie cinématographique commence en Colombie dans les années 2000 en engageant plusieurs acteurs économiques et sociaux dans la construction du secteur. Parmi ces acteurs, divers instruments et institutions tels que la Loi du cinéma et le Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC)¹ sont développés afin de structurer le secteur. La Loi du cinéma favorise la reconduction de l'accord de coproduction avec la France, le 24 mai 2013. Ce nouvel accord de coproduction fait partie d'une période du cinéma colombien marquée par une production plus ambitieuse ainsi que par une projection internationale qui reconnaît une diversité de propositions artistiques et plastiques dans le cinéma colombien (Campos, 2016).

Dans le panorama de cette transformation, deux types de cinémas sont caractéristiques : le cinéma commercial et le cinéma « d'auteur ». Cette seconde cinématographie est l'objet de l'analyse en tant que « Cinéma pour les Festivals » (Luna, 2014), ainsi qu'objet de la réflexion pour certains autres, qui questionnent le label « cinéma d'auteur » (Rueda, 2018 ; Pineda, 2018). Le cinéma de coproduction est une proposition non seulement économique, mais narrative et esthétique, soutenue par les institutions du cinéma en Colombie et ouverte au monde, au travers d'une circulation internationale qui est possible grâce à la participation de pays partenaires comme la France. La coproduction franco-colombienne constitue une rupture dans la tradition audiovisuelle colombienne, fortement rattachée à la télévision.

L'état actuel du cinéma colombien se traduit par un double mouvement. Il s'agit d'une part, de la construction d'une industrie nationale et, d'autre part, de l'internationalisation de cette cinématographie. Le système de coproduction établit donc des ponts entre ces deux mouvements en associant la participation étrangère à la production et la cinématographie colombienne à une circulation internationale. La coproduction permet à ce cinéma d'exister dans deux contextes différents et d'engendrer des diversités de représentations et de réceptions.

Cette communication est donc centrée sur les choix méthodologiques ainsi que sur l'approche communicationnelle qui permet d'étudier la production des représentations dans le cinéma de coproduction entre la France et la Colombie, et leurs influences dans la construction sociale de la réalité. Un déplacement méthodologique est nécessaire afin de se départir des seules questions esthétiques ou économiques sur lesquelles la plupart des analyses sur les cinémas d'Amérique latine sont orientées. La perspective communicationnelle doit donc permettre un décloisonnement² de notre objet et l'articulation des différents stades de la configuration du cinéma en tant que média (production, diffusion et réception). Nous adoptons une perspective communicationnelle qui s'appuie sur le paradigme de Médiaculture pour définir le cinéma de coproduction comme un « objet culturel médiatique » (Gil, 2011, p.28). Nous proposons d'aborder le cinéma de coproduction dans le croisement entre les films et leur public. C'est en ce sens que nous développons une méthodologie croisée reposant sur une approche multidimensionnelle du cinéma.

¹ Fond pour le Développement Cinématographique

² Cette prise en compte de l'objet dans sa complexité est par ailleurs une des préoccupations de recherche de notre équipe de recherche Grecom-Médiapolis (LERASS). Plusieurs thèses soutenues ces dernières années vont dans ce sens (Rueda, 2006 ; Gil, 2011 ; Renard, 2011 ; Negrel, 2015 ; Christophe, 2015, Le Forestier, 2016). Si chacun développe une méthodologie adaptée à son objet d'étude (études des pratiques culturelles, analyse sémio-pragmatique d'objets culturels médiatiques), l'ensemble de ces travaux partage la même volonté de décloisonner les approches communicationnelles.

Tout d'abord, nous présentons ce que nous entendons par représentations sociales afin de comprendre le cinéma comme une co-construction sociale qui participe à la compréhension de la réalité sociale. À partir du travail d'auteurs comme Emile Durkheim (1912), Denise Jodelet (1986) et Serge Moscovici (1998), nous considérons les représentations sociales comme des instruments qui permettent à l'individu dans toutes situations d'appréhender son rapport au monde et de se situer dans la société. Pensant les représentations à partir du cinéma, le film peut être considéré comme une construction dans cette logique de va-et-vient entre la société et l'individu. Dans ce schéma, chaque individu (réalisateur, producteur ou spectateur) participe à la construction du média. Nous pensons donc, dans le sens développé par Denis Jodelet (1997), le spectateur comme acteur des représentations capable de les produire et de les transformer.

Des auteurs comme Siegfried Kracauer (1947), Marc Ferro (1977) et Pierre Sorlin (1977) analysent les rapports entre cinéma et société en permettant de penser à une influence à double sens entre les représentations sociales et les films. La société influence la production de représentations sociales dans le cinéma et vice-versa. C'est dans ce sens que nous questionnons les films de coproduction, avec comme hypothèse qu'ils contiennent des représentations sociales.

Nous prenons donc le film de coproduction comme un ensemble de représentations qui permet de "connaître" l'autre au travers de certaines représentations des phénomènes sociaux de réalité. Patrick Charaudeau (2009) propose de penser « l'autre » comme celui qui permet à l'être social de construire son identité par rapport à une collectivité. Dans le cinéma de coproduction « l'autre » peut prendre de multiples formes : le réalisateur et l'univers représentés dans les films, mais aussi les spectateurs français et colombiens. Cette dimension du cinéma coproduit rend compte de l'intérêt des SIC dans une telle étude. Les représentations sociales favorisent les communications, en renvoyant à « des modes spécifiques de connaissance du réel, permettant aux individus d'agir et de communiquer, et permettant aux groupes de réguler leurs interactions réciproques » (Molinier, 1996, p. 11).

Si notre approche peut se nourrir de certaines analyses esthétiques, économiques et de la réception, il s'agit de s'en détacher afin d'avancer vers une approche médiaculturelle, plus appropriée dans notre étude en SIC. À partir des travaux d'auteurs comme Christian Metz (1977) et Umberto Eco (1984), ainsi que de Roger Odin (2000), Jésus Martin-Barbero (2002) et Pierre Molinier (2003), nous proposons de penser à une double formulation des représentations au cinéma : filmiques et spectaculaires.

La formulation des représentations filmiques et des représentations spectaculaires permet d'analyser la complexité du cinéma comme média et médiation en deux temps : le film et ses réceptions. La représentation filmique peut être envisagée en tant que médiateur permettant à une chose qui n'est pas là sur le moment, à savoir la « réalité », de revenir sous une autre forme, à savoir le film. À partir de la notion de message composite (Molinier, 2009), nous pensons aux représentations filmiques comme une construction résultat des interactions. L'analyse de ces représentations comprend donc, elle aussi, deux temps : d'abord, l'influence du contexte sur les choix techniques et narratifs, et ensuite, la nouvelle unité créée dans l'amalgame des composants. Le film est pensé comme un message composite (Molinier, 2009) constitué de cinq composants principaux définis à partir de l'analyse du cinéma comme langage (Metz, 1971).

Les représentations spectaculaires sont l'instant de co-construction³ où le spectateur participe dans la production du sens. C'est ainsi que « La responsabilité du destinataire nous semble déterminante pour assurer une interprétation dynamique ». (Molinier, 2009, p 21). Il s'agit, en effet, de revoir le processus de la communication sous un autre angle, celui de la réception, celui de l'appropriation (Martin-Barbero, 2002). Le spectateur ne doit pas être considéré comme le dépositaire des messages. En effet, la communication a lieu dans la relation entre les différents acteurs et les résistances produites entre eux. Les représentations spectaculaires mêlent le film avec le matériau d'autres expériences en participant à la construction d'une dialectique qui participe à la « structuration des contenus et des connaissances » (Molinier, 2009). Dans ce contexte, il est possible de parler d'une circularité dans le cinéma où le spectateur devient aussi un créateur. Il est un co-créateur de la communication (Martin-Barbero, 2002).

Seule une méthodologie adaptée permet de mettre en évidence cette co-construction des représentations. Il ne s'agit pas d'analyser les films et leurs réceptions séparément, mais d'étudier comment ces deux temps coexistent et communiquent entre eux pour faire exister le Cinéma en tant que média. Il s'agit d'un espace d'interactions entre les multiples acteurs. Nous pouvons ainsi parler d'une cinématographie entre la France et la Colombie comme un fait de communication complexe dans la mesure où les acteurs sont multipliés, ainsi que les messages et les sens produits. Nous tentons donc d'étudier ces interactions en partant d'une structure tripartite : « production (étude socio-économique), réception (étude des usages), objet (analyse sémiologique) » (Gil, 2011, p. 33). C'est en cela que nous centrons le regard sur la circulation de ce cinéma de coproduction, comme une condition qui contribue à sa configuration et au croisement des trois ordres annoncés en amont.

Le cinéma de coproduction, met en relation plusieurs acteurs avec des horizons et des intérêts différents au travers de processus de représentations et d'interprétations qui ont lieu au-delà de l'écran. Le rapport entre le cinéma et la société passe par deux vecteurs : l'auteur et le public (Mattelart, 2007). Ainsi, l'utilisation des techniques d'analyse du discours ne suffirait pas à comprendre le cinéma tel que nous le souhaitons. Afin d'atteindre notre objectif, nous proposons plutôt d'analyser les représentations qui se produisent dans et autour du film, en d'autres termes, analyser la production et la réception en tenant compte du contexte.

Les explorations théoriques sur les accords de coopération et la construction de la communication, ainsi que sur la notion de représentations sociales permettent la formulation d'une approche méthodologique. Elle s'inscrit dans une posture épistémologique constructiviste, à partir de laquelle l'objet est construit du croisement de la théorie et du terrain. Ce dernier ne vient pas justifier un cadre théorique, mais dialogue avec lui. Ce constat relève bien d'une construction scientifique puisqu'il faut partir d'objets concrets (les films) « qui appartiennent au champ d'observation » (Davallon, 2004, p. 33), pour les transformer en objets de recherche, « tel[s] que le chercheur le[s] construit pour pouvoir [les] étudier » (ibid., p. 32).

Nous explorons donc le terrain afin d'identifier les différents facteurs qui participent à la construction de la communication dans le cinéma franco-colombien : les films, les participants (professionnels et spectateurs) et leur contexte. La réflexion théorique sur une approche micro-communicationnelle, construite par Pierre Molinier (2003), ainsi que les outils méthodologiques utilisés par notre équipe de recherche (Molinier, Le Marec, 2014) sont les bases de notre proposition méthodologique. Il nous a fallu un premier temps d'observation pour délimiter le terrain et identifier les outils méthodologiques pour étudier la complexité de notre objet.

³ Nous formulons la notion de co-construction dans le sens développé par Umberto Eco (1969-1975) pour parler de la responsabilité du lecteur dans la production du sens à partir de sa relation à l'œuvre et aux traces laissées par l'auteur.

Nous décidons de développer une cartographie à partir de certains outils de la recherche en Sciences Sociales comme l'entretien, le portrait et le focus groupe. À partir d'une méthodologie combinatoire, nous développons un système de triangulation complexe dans la mesure où elle se fait dans le « temps » et « l'espace ». Il nous a fallu deux ans pour mettre en place les différents outils avant d'envisager la construction des portraits des participants. La triangulation permet d'analyser non seulement l'expérience des professionnels et des spectateurs avec le média mais également la manière dont ils les intègrent à leur vie.

Une approche constructiviste, en ce qu'elle « prend son essence dans cette volonté de comprendre ce qui se construit en situation » (Mucchielli et Noy, 2005. p. 192), a guidé le choix de nos méthodes de recueil de données, dont chacune d'entre elles a pour but de nous apprendre un aspect différent de notre objet. Nous constituons un corpus divers nourri mutuellement en ce que le corpus filmique est construit à partir des réponses des spectateurs et que le choix des spectateurs se fait à partir de leurs rapports aux films. Ainsi, un élément du corpus est déterminé par les autres et détermine lui-même les autres.

La coproduction cinématographique entre la France et la Colombie impose dès le début d'explorer deux espaces socio-culturels. Il faut non seulement identifier le terrain mais aussi le délimiter. Il nous faut donc trouver une délimitation dans l'espace et dans le temps de la coproduction franco-colombienne. La période considérée s'étend de 2010 à 2015. L'année 2010 correspond, en effet, au moment où la cinématographie colombienne commence à être reconnue en tant que telle dans le réseau cinéma à l'échelle internationale (Suarez, 2016). La circulation à l'étranger des films coproduits entre la France et la Colombie commence en 2008. Ce panorama change profondément le paysage cinématographique et la discussion sur l'existence d'un cinéma "national". Arrêter le corpus à la fin de l'année 2015 découle des contraintes de temps inhérentes à tout travail de recherche.

Nous essayons de voir le plus grand nombre de films et d'assister à certains événements où ces films existent, notamment certains festivals de cinéma comme Le Festival Rencontre Cinémas d'Amérique Latine de Toulouse, le Festival des Trois Continents de Nantes et le Festival Panorama du Cinéma Colombien le Chien qui Aboie de Paris en France mais encore le Festival de Cinéma Independent de Bogotà ou le Festival International de Cinéma de Cali (FICC) en Colombie. La période de notre analyse est caractérisée par une augmentation de la coproduction, nous avons cependant dû la bloquer rapidement au regard de notre problématique. À partir des réponses des participants sur le « cinéma colombien » ainsi que la consultation des archives du Centre National du Cinéma et de l'image animée, et du programme Proimagenes⁴, nous constituons une liste de dix-huit films de fiction parmi cinquante (entre documentaire et courts-métrages) coproduits avec la France dans la période fixée. Nous sélectionnons les dix-huit films en tenant compte de critères tels que l'année de production, le parcours de leur réalisateur et la distribution en France et en Colombie.

Notre corpus filmique s'inscrit dans l'idée d'une « tension entre l'homogène et l'hétérogène » qui fonde l'analyse du discours (Coulomb-Gully, 2002). Si l'analyse est centrée sur les cinq films du corpus principal, nous constituons aussi un corpus filmique secondaire afin de nourrir l'analyse transversale et étudier ces films en contexte. Evidemment, même si les films produits pendant la période de notre étude sont nombreux, nous avons décidé d'inclure dans le corpus secondaire uniquement les films qui gardent un lien avec un des films du corpus principal, soit dans les sujets abordés, soit dans les processus de production, soit dans les propositions plastiques et narratives.

⁴ Le programme de Proimagenes essaie de suivre à la trace la production cinématographique colombienne. Sur le site web : <http://www.proimagenescolombia.com> est enregistré certains détails de la production en Colombie depuis les années 1980, source de notre analyse sur la participation de la coproduction dans le cinéma colombien.

Tableau1 - Corpus filmique.

Corpus filmique principal	Corpus filmique secondaire
Hongos de Oscar Ruiz Navia, 2012	Porfirio d'Alejandro Landes, 2011 ;
Tierra en la Lengua (Terre sur la langue) de Ruben Mendoza, 2012	Gordo, calvo y bajito de Carlos Osuna, 2012
Gente de bien de Franco Lolli, 2015 ⁵	La playa D.C de Juan Andrés Arango, 2012
El abrazo de la serpiente (L'empreinte du serpent) de Ciro Guerra, 2015	Edificio Royal d'Ivan Wild, 2012
La tierra y la sombra (La terre et l'ombre) de César Acevedo, 2015	Violencia de Jorge Forero, 2015
	Siembra de Santiago Lozano et Angela Osorio, 2015

Concernant les participants sélectionnés, nous constituons aussi deux groupes : les professionnels (réalisateurs colombiens, producteurs colombiens, coproducteurs français) et les spectateurs. Si nous analysons ces deux groupes à partir d'une même perspective communicationnelle, les outils méthodologiques utilisés ne sont pas les mêmes. Dans cet exercice, nous nous centrons particulièrement sur le travail développé avec les spectateurs.

Nous développons le terrain avec les spectateurs à partir de quatre outils ethnographiques. Il s'agit, d'abord, des observations effectuées lors des festivals et de la grille d'enquête. Ensuite, cela passe par les interviews et les entretiens compréhensifs (Kaufmann 2002). Finalement, on trouve les focus group ou les entretiens collectifs réalisés afin de mettre les spectateurs retenus en situation « d'énonciation » et de co-construction des films.

Nous faisons la distinction entre les spectateurs colombiens en Colombie et ceux en France ; nous faisons la même distinction avec les spectateurs français. À ce sujet, Laurent Jullier (2012) affirme qu'un même film peut avoir plusieurs interprétations selon le contexte de sa réception.

Étape	Activité	Spectateurs colombiens		Spectateurs français		Total
		En Colombie	En France	En Colombie	En France	
						64
1	Observation Participant					
	Enquête	22	13	8	21	64
2	Interviews	10	5	4	9	28
	Entretien compréhensif	4	3	2	4	13
3	Focus Group / entretien collectif	10	5	4	9	28
4	Analyse	2	1	1	2	6

Tableau 2 - Bilan des étapes effectuées lors de notre travail de terrain.

⁵ Nous notons les dates de sortie des films au cinéma. Sauf dans le cas de *Gente de bien*, cette date correspond à la sortie en salle en Colombie. Le film de Franco Lolli commence ses projections en France, pendant que, pour les autres films du corpus, leurs premières projections ont lieu en Colombie (Un élément que nous reprenons plus loin dans l'analyse transversal).

Ainsi, à partir d'une approche compréhensive, en faisant un croisement entre le terrain et le cadre conceptuel, nous arrivons à construire notre objet d'étude. Nous avons tenté dans cet article de présenter certains des éléments théoriques et de contexte qui permettent de penser à une circularité de la communication dans la coproduction cinématographique. Nous partons de la reformulation du rôle des acteurs (professionnels et spectateurs) pour formuler la notion de représentations filmiques et spectaculaires comme deux instances dans la production des messages et de la communication dans le film.

La formulation de ces deux types de représentations est à la fois le résultat d'une construction théorique et de l'exploration du terrain. Ce travail est important car il permet de confirmer notre intuition de départ. La circulation du cinéma en coproduction engendre des négociations liées à sa capacité de parler de l'autre. C'est dans ce contexte que le film de coproduction pourrait être une évidence des écritures sur les réalités contemporaines et des transformations identitaires; dans lesquelles chaque acteur cherche à transmettre un « regard » sur lui et sur l'autre. Nous appréhendons donc le cinéma comme un espace, un acteur et un objet de Communication : en tant que média et médiation.

Bibliographie

- Campos, M., (2016). Thèse doctorale : Construcción y legitimación de los cines (trans)nacionales en el circuito internacional de festivales. El caso de América Latina. Universidad Carlos III de Madrid.
- Coulomb-Gully, M. « Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel », Mots. Les langages du politique [En ligne], 70 | 2002, mis en ligne le 30 mars 2011, consulté le 03 janvier 2019. URL : <http://journals.openedition.org/mots/9683> ; DOI : 10.4000/mots.9683
- Charaudeau, P. (2009). L'identité culturelle entre soi et l'autre. In Actes du colloque de Louvain-la-Neuve en 2005. Consulté à l'adresse <http://www.patrick-charaudeau.com/L-identite-culturelle-entre-soi-et.html>
- Davallon, J. (2004). Objet concret, objet scientifique, objet de recherche. Hermès. n° 38 Les sciences de l'information et de la communication. Savoirs et pouvoirs, 1(38), 30-37.
- Eco, U., (1984). La structure absente introduction à la recherche sémiotique. Paris: Mercure de France.
- Garcia-Canclini, N. (2010). Cultures Hybrides : Stratégies Pour Entrer et Sortir de la Modernité. Laval : Les Presses de l'Université Laval.
- Martin-Barbero, J. (2002). Des médias aux médiations : communication, culture et hégémonie. Paris : CNRS Editions.
- Gil, M. (2011). Thèse doctorale : Séries télé : pour une approche communicationnelle d'un objet culturel médiatique. Université Toulouse 2 - Jean Jaurès, Toulouse.
- Le Marec, J. et Molinier, P. (2014). « Introduction : les communications dans la recherche au miroir de l'enquête », Sciences de la société, 92, 3-13
- Luna, M. Fernanda (2012). En busca del campo perdido: transnacionalización de la representación rural en el audiovisual colombiano - I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV).(1578-1592).
- Mattelart, T. (2008). Les théories de la mondialisation culturelle : des théories de la diversité. Hermès, La Revue, n° 51(2), 17-22.
- Metz, C., (Metz, C. (1977). éd. 6. Paris: Éditions Albatros.
- Molinier, P. (2003). Pour une microsociologie de la réception du DVD, Usages et herméneutique cinématographiques. Université Toulouse 2 : Habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication.
- Mucchielli A. et Noy C. (2005), Approches constructivistes : Etude des communications, Paris, Armand Colin, 238 p.
- Odin, R. (2000). La question du public. Approche sémio-pragmatique. Réseaux, 18(99), 49-72.
- Pineda, G. (2018) "El nuevo cine colombiano en cali", Cinémas d'Amérique latine #26, p. 130-141.
- Rueda, A. (2018). Festivals Des Cinémas Et Territoires Imaginaires. L'Amérique Latine En France. Ed, Presses Universitaires du midi

La Réalité Virtuelle Cinématique : origine et concept

Cinematic Virtual Reality: origin and concept

Savo Zunjic

doctorant en SIC

SIC.Lab Méditerranée, UCA

savozunjic@gmail.com

Mots-clés : réalité virtuelle, cinéma, immersif, média, langage

Keywords: virtual reality, cinema, immersive, media, language

Résumé :

Le but ultime du développement des médias de représentation est un média qui va réussir à recréer la réalité dans sa totalité. Ce principe de réalisme intégral est incarné dans ce que Bazin nomme le « cinéma total ». Notre texte vise à interroger l'idée que la réalité virtuelle cinématique est la nouvelle étape plus immersive dans le développement des médias représentatifs, qu'elle représente un média indépendant qui possède son propre langage et domaine d'utilisation par rapport aux médias existants, susceptible à changer de la manière importante la communication audio-visuelle

Abstract :

The ultimate goal of the development of the representation medias is a media that will succeed in recreating reality in its totality. This principle of integral realism is embodied in what Bazin calls «total cinema». Our text aims to question the idea that cinematic virtual reality is the next most immersive stage in the development of representative media, and that it represents an independent media that has its own language and domain of use compared to existing medias, which is likely to change in an important way the audio-visual communication.

La Réalité Virtuelle Cinématique : origine et concept

L'évolution des médias représentatifs

Le désir humain de reproduire artificiellement la réalité à travers ses œuvres est présent dans toutes les périodes de l'humanité : soit dans le but d'une meilleure compréhension de la réalité, comme le suggère Platon, d'après qui la représentation (phantasia) est une étape obligatoire dans la connaissance (logos), soit afin de satisfaire le besoin de l'homme d'extérioriser son monde imaginaire. Depuis les arts primitifs jusqu'aux médias immersifs les plus développés d'aujourd'hui, nous pouvons observer donc la progression des médias de représentation, sans pourtant constater qu'ils ont atteint leur forme définitive.

Nous pouvons constater que dans tous les concepts communicationnels et à travers le développement de nouveaux médias et techniques, le désir de l'humanité de s'immerger dans les œuvres culturelles qu'elle a créées persiste tout en retrouvant de nouvelles expressions. Cette même tendance de recherche de nouvelles techniques est également propre au domaine vidéographique, où elle s'avère particulièrement forte, compte tenu le nombre des différentes techniques actuellement développées. Ce qui pourrait unifier toutes ces approches très variées seraient leur but final de créer un média encore plus immersif que les techniques les plus développées d'aujourd'hui. Un média qui va réussir de recréer la réalité dans sa totalité, sans utiliser le support d'écran et qui va stimuler tous les sens d'un spectateur mobile qui ne pourrait plus faire la différence entre ce média et la réalité même et qui s'immerge dans un monde où « [...] the image appears as the source of the real » (Grau, 2003 : 13) Nous souhaitons examiner la réalité virtuelle cinématique comme le média qui se présente actuellement comme plus immersif et l'un qui semble le plus susceptible de se rapprocher au média décrit ci-dessus.

Le mythe du cinéma total

Ce principe de réalisme intégral est incarné dans ce que Bazin nomme le « cinéma total ». S'appuyant sur les textes des premiers inventeurs d'appareils proto-cinématographiques du 19^e siècle, il a identifié cette volonté de « cloner le réel » pour reprendre les termes de W.J.T. Mitchell. « 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. » L'idéal des pionniers du cinéma était « une recreation du monde à son image. » et dans ce sens le fameux constat « le cinéma n'est pas encore inventé ! » d'André Bazin est encore valable. (Bazin, 1985 : 22-23)

Le futur du cinéma

Le cinéma est devenu un dispositif institutionnalisé avec une forme et ergonomie stabilisées. Le courant principal de l'industrie cinématographique est contrôlé par les grands studios et boîtes de production qui, pour des raisons économiques, ne souhaitent pas prendre de risques que portent des changements majeurs des médias filmiques. Ce sont plutôt des procédés périphériques et hybrides, pour l'instant expérimentaux des médias vidéographiques, qui suivent les tendances globales des futurs développements des environnements immersifs dans la communication et la culture. « Le cinéma classique n'est qu'un enjeu partiel de cette tendance. En continuant à refuser des changements majeurs, il restera un art cognitivement et ergonomiquement obsolète. » (Sobieszczanski, 2015 : 151)

C'est dans ce sens que ma recherche est consacrée au développement des techniques vidéographiques qui jouent un rôle important dans le futur du cinéma et participent dans son progrès au niveau de l'immersion.

Dans la même logique que l'exposition Future Cinema: The Cinematic Imaginary After Film, qui a été tenu en 2002-2003 à Karlsruhe en Allemagne, nous voudrions établir un bilan de l'impact des nouveaux moyens de production technologiques sur les conventions du langage cinématographique. Au travers de la fusion des différents médias visant à augmenter son impact aux plusieurs sens auprès du spectateur, nous assistons à une profusion des techniques qui participent au développement des techniques vidéographiques. Pourtant, dans mes recherches je me m'intéresse pas uniquement aux conquêtes des espaces visuels et aux techniques qui permettent les innovations dans le domaine des images.

L'effet cinéma

Depuis le film noir et blanc et le film muet, nous pouvons suivre le développement constant des techniques cinématographiques, qui améliore toujours la puissance de l'effet cinéma. Le dispositif cinématographique actuel a déjà atteint la phase du développement où il incite les mêmes processus perceptifs et cognitifs auprès du spectateur que la vie réelle, comme l'a prouvé dans son étude le chercheur canadien en sciences cognitives Bernard Perron. « Le spectateur se servant des mêmes processus perceptifs et cognitifs pour embrasser et le film et le monde dans lequel il vit, sa compréhension est analysée à partir de notions empruntées à la psychologie cognitive, et plus généralement à la science cognitive. » (Perron, 2002 : 135-137)

Ce processus est amplifié par la technique du cinéma moderne 3D qui a d'avantage naturalisé la dimension temporelle et spatiale de la projection en mobilisant également le système kinesthésique du spectateur. Cet effet immersif du cinéma 3D n'est pas seulement produit par la vision en relief, mais surtout grâce à la manipulation de l'objet 3D, qui peut même être liée à la modélisation phénoménologique d'Edmond Husserl. Néanmoins, l'illusion n'est pas encore atteinte totalement. Elle est toujours projetée sur un écran et les spectateurs sont encore fixés et immobiles tout en gardant un seul point de vue. Elle reste donc plutôt une simulation de sommeil, comme l'a montré Jean Louis Baudry dans ses recherches sur la reproduction de la réalité d'une vie. « Le dispositif cinématographique reproduit le dispositif de l'appareil psychique durant le sommeil : coupure du monde extérieur, inhibition de la motricité ; [...] au cinéma, les images perçues (sans doute renforcées par les données de l'appareil psychique) vont se retrouver surinvesties et donc obtenir un statut qui sera celui même des images sensorielles du rêve. » (Baudry, 1975 : 23)

Ce progrès nous a amené au média le plus immersif d'aujourd'hui – la réalité virtuelle. Dans le cas de la RV le spectateur reste encore plus immergé. « Les stimulus virtuels passent au premier plan de la conscience, devant ceux de la connaissance de l'environnement réel. », d'après Bahman Ajang, psychologue cognitiviste. (Carpentier, 2018)

La digitalisation

Dès le début du cinéma, son développement a été directement connecté au développement des matériaux techniques de tournage et de projection. Récemment, avec la digitalisation des médias, qui touche également le processus de la création et diffusion des vidéos, nous n'avons plus de supports physiques, mais tout est transformé en données. De cette manière, le codage est devenu un moyen principal d'amélioration dans la création, et la gestion des matériaux vidéographiques. A part son rôle signifiant qu'il a dans la post-production et la création des effets spéciaux, le codage est devenu le plus important accélérateur du développement des médias immersifs. Suite à ce passage vers l'ère digitale toutes les pistes de recherche sur le futur développement du cinéma peuvent être regroupées sous deux axes principaux selon leur rapport avec la réalité, sans négliger les approches hybrides.

Le premier axe tente à créer son environnement immersif en ne s'appuyant que sur les moyens digitaux. Nous pensons ici au futur développement de l'animation et modélisation 3D qui construisent une réalité totalement virtuelle, créée avec le codage et le dessin numérique. Grâce aux technologies numériques, nous avons la possibilité de créer une vidéo sans avoir un matériel filmé au préalable, pratiquement depuis rien – ex nihilo. Dans cet axe s'inscrit la réalité virtuelle traditionnelle.

L'autre axe essaie de construire son monde toujours en utilisant comme point de départ les éléments de la réalité. L'objectif est de trouver des nouveaux moyens et techniques d'enregistrement de la réalité de la manière plus complète, afin de créer un environnement virtuel le plus proche possible à la réalité dans lequel le spectateur est libre de se déplacer et regarder des différentes perspectives en utilisant tous les sens - un environnement artificiel, mais aussi immersif que la vie elle-même.

Les deux axes montrent des défauts qui se concrétisent pour le premier axe dans la complexité des éléments et leurs interactions à créer pour se rapprocher au maximum à la réalité, alors que le deuxième montre toujours des limites dans le développement des équipements de tournage et de diffusion. A cause de ces limites, ce sont les approches hybrides qui montrent actuellement les meilleurs résultats.

Cinématique - Cinématographique

Dans ce cadre nous pouvons parler de la réalité virtuelle cinématique. Le terme qui a émergé dans les forums spécialisés sur Internet pour désigner toutes les approches qui essaient de reproduire le narratif cinématographique dans la réalité virtuelle, peu importe l'origine du contenu. Donc, ce concept général englobe les deux axes, ainsi que les hybrides.

Néanmoins, dans le choix du cas de mes recherches, mes intérêts ont évolué vers la réalité virtuelle cinématographique, qui s'inscrit dans le deuxième axe, et de cette manière, dans la tradition du média photographique et vidéo en gardant toujours son caractère documentaire de traces, ce qui rend ces médias aussi puissants, comme l'explique Roland Barthes dans *La chambre Claire*.

La vidéo 360°

La vidéo 360°, comme technique qui nous a permis la réalité virtuelle cinématographique, nous donne l'illusion du regard total de la réalité. La vidéo 360° ou la vidéo immersive ou la vidéo sphérique est un enregistrement vidéo d'une vidéo panoramique de la réalité qui est enregistrée dans toutes les directions en même temps. Pour la filmer on utilise une caméra omnidirectionnelle, qui couvre pratiquement une sphère entière. On peut également opter pour un système constitué de plusieurs caméras, où elles sont montées sur un support spécial pour garder le même angle.

La vidéo est enregistrée sous forme de données qui sont ensuite traitées dans un logiciel d'édition pour obtenir une vidéo dans un format adéquat que nous pouvons finalement lire par un lecteur vidéo qui supporte ce format et qui, lorsque la vidéo est lue, permet à l'utilisateur de contrôler la direction et la vitesse de la lecture.

De cette manière nous obtenons un format de vidéo interactive où l'utilisateur a le contrôle sur la direction dans laquelle il regarde la scène, en haut, en bas ou latéralement, ainsi que sur la vitesse de lecture. La seule direction dans laquelle il ne peut pas regarder est la direction dans laquelle se trouve la caméra qui enregistre la vidéo.

La projection de la vidéo peut se faire sur un écran d'ordinateur, téléphone portable ou sur un autre dispositif de visionnement comme un visiocasque. Lorsqu'on regarde la vidéo depuis un ordinateur de bureau, on utilise une souris ou un clavier pour l'interactivité et la lecture se fait généralement dans une fenêtre sur un écran.

Dans le cas où on utilise un dispositif de visionnement, le contrôle est généralement réalisé par le déplacement du dispositif (par exemple les smartphones, les visiocasques, etc.), dont le gyroscope ou les capteurs infrarouges le transforment en mouvement dans la vidéo.

Même si on peut le regarder et interagir avec ce type de vidéo sur un écran traditionnel, le vrai effet d'immersion est atteint lorsqu'on utilise des casques. Depuis déjà un certain temps nous avons des casques avec un écran intégré, des vrais casques pour la réalité virtuelle, mais cette technologie ne devient réellement accessible qu'avec l'introduction des visiocasques pour des téléphones portables. Ce processus de démocratisation a commencé avec le lancement de la visionneuse Google Cardboard VR en Juin 2014. Il s'agit d'un simple support pour le portable qui a un logiciel qui synchronise les mouvements de l'utilisateur avec le contenu du smartphone.

Changement du modèle économique

D'abord utilisée par des professionnels du domaine vidéographique et des journalistes, en 2015, la vidéo 360° commence à être utilisée par un plus large public. Pour faire avancer le développement de cette technologie, les grands groupes qui sont directement impliqués dans ce processus, comme Google ou Facebook, ont rendu possible de lire et partager cette forme de vidéo sur leurs plateformes web. Depuis mars 2015, elle est accessible sur YouTube (pour les utilisateurs de Chrome et Android) et depuis le mois septembre de la même année sur Facebook. La possibilité de partager une scène avec d'autres utilisateurs sur un réseau est envisagée comme l'utilisation principale par les compagnies travaillant sur l'évolution de ces technologies, d'où l'intérêt d'investir dedans. A la place de l'utilisation de simples photographies ou vidéos, nous avons désormais la possibilité de partager la totalité de l'espace et de l'ambiance.

Comme on peut constater, nous assistons au changement du modèle économique, les acteurs principaux dans le développement de cette technologie sont des entreprises du secteur informatique et pas de cinéma, pour une simple raison : elle cible un seul utilisateur et pas un public. Nous pouvons conclure qu'avec la personnalisation du média vidéo en incluant la possibilité de l'interaction, nous nous éloignons du cinéma traditionnel et nous nous approchons de la réalité virtuelle. Effectivement, réalisateur et pionnier de la réalité virtuelle Morton Heilig, a introduit justement ce concept en cherchant à créer le cinéma du futur.

Les enjeux

La technologie de la réalité virtuelle a la tendance à modifier de manière importante les médias et la façon dont on reçoit l'information. Cette technologie est très intéressante pour des journalistes. Avec un fort aspect suggestif et immersif, ainsi qu'une création de l'illusion de la totalité d'informations, la réalité virtuelle cinématographique promet des innovations positives, mais peut avoir aussi des conséquences très négatives, si ses pouvoirs sont utilisés pour créer un outil de manipulation

Le point fort de cette technologie c'est qu'elle nous permet de visualiser les environnements qui sont difficilement accessibles, soit pour des raisons de restriction (Google, salle d'opération), soit pour de leur emplacement (Mt Everest). La vidéo 360° nous permet de traverser l'espace et le temps pour se trouver instantanément à un autre endroit selon notre volonté, juste comme Valéry l'a prévu en introduisant sa notion d'ubiquité.

De même façon, elle nous permet de devenir l'acteur dans une action qu'on ne pourrait pas accomplir dans la vie réelle. Elle nous offre ainsi la possibilité de pénétrer dans la perspective d'une autre personne (star de football, conducteur de formula, surfeur etc.) Toutes ces fonctionnalités rendent cette technologie plus immersive, plus ludique et attractive. Elle est surtout exploitée dans le domaine du sport, notamment des disciplines extrêmes.

Peut-être, le point le plus fort de cette technologie c'est qu'elle nous immerge dans une perspective subjective. On entre dans le rôle de quelqu'un d'autre et avec l'interactivité on devient l'acteur d'une scène vidéo. C'est dans cet aspect-là que la vidéo 360° se rapproche des jeux vidéo et donc on peut plutôt parler d'une forme de la réalité virtuelle que d'une scène du cinéma dans le sens traditionnel.

On peut constater que cette technique a déjà dans ce stade de développement élargi de la manière importante l'espace des médias visuels. A la place de la technologie 3D qui a été jusqu'à présent la plus développée au niveau immersif en créant l'illusion de la troisième dimension dans un cadre limité, on a maintenant la possibilité de s'immerger dans un monde qui nous entoure dans sa totalité – un espace visuel illimité.

Le regard de Dieu

Nous pouvons facilement trouver l'analogie entre les possibilités des divinités de regarder en même temps dans toutes les directions, grâce à la pluralité de têtes, et les systèmes modernes de plusieurs caméras groupées dans un rig afin de filmer dans toutes les directions simultanément pour obtenir la vidéo en 360°. Dans le Christianisme le regard de Dieu tout-voyant est représentée par l'œil de la Providence entouré de nuées qu'il dissipe, indiquant qu'il regarde simultanément dans toutes les directions. Dans cette image, nous pouvons facilement reconnaître le concept de la vidéo 360°. Un point de vue sphérique qui voit tout dans toutes les directions en même temps. La réalité virtuelle nous a mis dans la position de Dieu dans la perspective de son œil. Néanmoins, cela ne reste qu'une illusion de la totalité des informations visuelles, car avec la vidéo 360° nous resterons toujours limités à une seule perspective de la réalité.

Les limitations

A part des limites techniques (qualité vidéographique, puissance de codage, manque de transparence dans la couture, problème du montage linéaire, etc.), dans son format idéal, cette technologie garde sa faiblesse principale : on a une totalité visuelle, mais depuis un seul angle. Nous avons donc un espace illimité, mais nous sommes limités à un seul point de vue à un seul moment. En d'autres mots, nous ne pouvons envisager aucune partie de cette totalité visuelle d'une autre perspective en un seul moment.

Cela ne pose pas de problème quand on peut dépasser cette limite temporelle en déplaçant la caméra pour créer un mapping d'espace plutôt complet comme dans l'exemple de Google Maps, qui était en fait une de toutes premières utilisations de vidéo 360°. Pourtant, cette illusion d'avoir l'accès à un autre angle de la même scène, comme l'exemple de Google Maps le montre bien, ne peut pas être gardée dans le cas d'une action ou d'un déplacement dans la scène.

Une autre technologie innovante, Multiview Vidéo, nous permet de dépasser cette limite d'une seule perspective en nous offrant la possibilité de voir toutes les angles possibles d'une scène ou d'un objet et par conséquent d'en tout savoir. Les deux techniques nous donnent donc une illusion de tout voir et savoir, la 360° de la manière quantitative (une perspective de la réalité intégrale) et Multiview Vidéo de la manière qualitative, nous permettant de voir ainsi toutes les perspectives d'un phénomène. Nous pouvons peut-être envisager une technique hybride entre les deux, qui intégrerait les qualités des deux pour y arriver ou serait-ce une tout nouvelle approche différente qui réussirait à accomplir l'éternel désir de l'humanité de produire notre réalité.

Media et langage

« 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 Wikipedia, la réalité virtuelle est typiquement traitée comme une technologie et pas comme un média, un support technique multimédia ou une manière 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 niveau prochain, avec la seule différence d'être désormais transmis dans l'environnement 360°. Nous pouvons constater le même principe avec d'autres domaines d'utilisation de la réalité virtuelle, comme les différentes simulations (par ex. de vol ou de formation) ou les guides de visites (architecture, immobilier, tourisme).

Par contre, dans le cas de la réalité virtuelle cinématique, il n'est pas du tout possible d'appliquer simplement le langage du média audiovisuel du cinéma traditionnel. La base même de la syntaxe a changé. Le cadre n'existe plus, et par conséquent, tous les éléments de la sémantique visuelle, comme le plan, l'angle et le mouvement du camera etc., non plus. Il n'y a pas de hors champ, tout est dans le même espace et dans le même temps. Les règles du montage sont suspendues aussi.

Par conséquent, les questions qu'on ne peut pas éviter sont : est-ce que le langage utilisé par la réalité virtuelle cinématique est aussi différent, est-ce qu'il s'agit d'un nouveau média ? Comment faire le montage, raconter une histoire ou créer un sentiment dans la réalité virtuelle cinématique ?

Comme problème principal pour répondre à ces questions, issues d'un domaine en plein essor, j'ai rencontré un manque important d'articles et d'ouvrages académiques et par conséquent une insuffisance de références pertinentes. Pour cette raison, les seules réponses qui existent actuellement sont celles données par les professionnels utilisant ces technologies et participant activement à leur développement.

Les pionniers de la réalité virtuelle cinématique, se trouvant sur cette terre inconnue où les règles traditionnelles ne fonctionnent plus et sans aucun support théorique, étant obligés de trouver par eux-mêmes des 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. Dans ses théories Brillhart a insisté sur le changement des rôles dans la relation réalisateur - spectateur, ainsi que sur l'importance de l'identité de l'utilisateur dans l'environnement 360°.

Comme pour l'instant nous n'avons pas de possibilité d'avoir une réponse définitive sur ces questions posées, à la place de la conclusion nous vous proposons la réponse dans laquelle le réalisateur Alejandro González Iñárritu a bien synthétisé notre problématique :

« C'est être. Avec la VR, vous êtes. Le cinéma, c'est ce petit trou à travers lequel nous montrons la vie. Mais, dans ce cadre, nous montrons 20 % de la réalité et les 80 % restants, vous devez les imaginer, et c'est beau, et cela marche depuis plus d'un siècle, mais là... 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, mais il est terriblement libérant. » (Carpentier, 2018)

Bibliographie :

- Barthes R. (1980). La chambre claire : note sur la photographie. Paris, l'Etoile Gallimard Seuil.
- Baudry J.L. (1975). Le dispositif. Communication, n°23, p.56-72.
- Bazin A. (1985). Qu'est-ce que le cinéma ? Paris, les Éditions du Cerf.
- Brillhart J. Medium. < <https://medium.com/@brillhart> >
- Carpentier L. Iñarritu : « Je ne sais pas très bien ce qu'est la réalité virtuelle, mais c'est terriblement libérant ». Le Monde en ligne 17/05/2017.
- Carpentier L. La réalité virtuelle soulève plusieurs questions d'ordre éthique. Le Monde en ligne 07/04/2018.
- Grau, O. (2003). Virtual Art. From Illusion to Immersion. MIT Press.
- Husserl E. (1989). Chose et espace : leçons de 1907. Paris, Presses Universitaires Françaises.
- Perron B. (2002). Faire le tour de la question. Cinémas - Revue d'études cinématographiques, vol. 12, n°2, p.135-157.
- Platon. (1996). La République. Paris, Gallimard.
- Sobieszczanski M. (2015). Les médias immersifs informatisés : Raisons Cognitives de la Ré-Analogisation. Berne, Peter Lang.
- Valery P. (1960). La conquête de l'ubiquité. Ouvres, tome II, Pièces sur l'art. p. 1283-1287.

VI. Résumés posters

Retour d'expérience sur la pratique de l'entretien biographique avec des journalistes français sur les questions de féminisme

Feedback on conducting interviews on feminist issues with French journalists

Laure Beaulieu

doctorante contractuelle

LabSIC, Université Paris 13

lbeaulieuparis13@gmail.com

Mots-clés : genre, médias, journalisme, féminisme

Keywords: gender, media, journalism, feminism

Résumé :

Dans le cadre de mon doctorat, je travaille sur la diffusion et la circulation des idées féministes dans la presse écrite généraliste en France. Dans ce poster, je reviens sur les entretiens biographiques menés entre février et début mai 2019, avec des journalistes d'un grand média français. J'évoque mon entrée sur le terrain, puis j'interroge le rôle de la préparation et du contexte de mes entretiens, avant d'analyser ma posture en tant qu'enquêtrice ainsi que les difficultés rencontrées.

Abstract :

For my PHD, I am working on the dissemination and circulation of feminist ideas in the French nonspecialised press. In this poster, I feedback on interviews conducted between February and May 2019 with journalists working for a major French media organization. I speak about how I entered into the field. Then, I question the role of the preparation and context of my interviews. Finally, I examine my posture as an interviewer, as well as the difficulties experienced during my research.

Nous publions les résumés accompagnant les posters présentés lors des Doctorales de la SFSIC 2019 à Mulhouse. Certains de ces résumés sont accompagnés du poster correspondant, sans que cela ne soit obligatoire

Digital music design : Politiques d'éditorialisation augmentée des contenus musicaux

#streaming #radio
#éditorialisation #design
#interface #SOC
#document #interactivité
#archive #digital
methods

« Ce n'est pas le moindre des paradoxes qui apparaît dans la course au temps d'écoute disponible qui oppose en ce moment les radios musicales jeunes aux plateformes de streaming : tandis que les premières s'inquiètent de voir leurs auditeurs s'éloigner au profit du streaming plus souple et moderne, Deezer, Spotify et Apple music cherchent à se transformer... en radios. Les deux mondes tendraient ainsi à se rejoindre dans un entre-deux dont personne ne connaît encore la forme finale. »

Sophian Fanen, journaliste *Les Jours*
30 octobre 2017

Contexte :

Plateformes de streaming, radios musicales et projets éditoriaux numériques convergent dans leurs évolutions. Les premières opèrent un mouvement de relinéarisation à partir de stocks de documents délinéarisés. Les secondes, par leurs prolongements numériques, s'émancipent de la logique fermée d'antenne pour construire des écosystèmes où l'auditeur/internaute évolue plus librement (Glevarac). 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, identification et circulation dans des environnements dépassant la seule visée de consommation immédiate.

Méthodologie :

Le premier enjeu de cette recherche, basée sur les travaux autour du document (Bachimont, Zacklad) est d'**établir les spécificités du document musical**, et de **mettre au point une proposition de méthodologie d'analyse des interfaces** selon plusieurs indicateurs, qui seront élaborés au cours de la recherche :

- indicateurs sémiopragmatiques
- régimes d'interactivité
- SOC mobilisés (selon la typologie proposée par Manuel Zacklad, 2018)
- Design (de concept, symbolique et d'interaction...)

En mettant en perspective les travaux déjà réalisés sur des typologies d'interface web (Par exemple la typologie des interfaces documentaires innovantes de l'EnsisLab, Muller), et en tentant de combiner des méthodes - Digital Humanities, Cultural Analytics, et Digital Methods - (Severo), l'objectif est de **formaliser une typologie des modalités d'éditorialisation des contenus musicaux**. De nombreux entretiens avec les départements design et R&D des interfaces retenues dans le corpus seront également réalisés.

Problématique :

Les radios comme les plateformes de streaming approchent les limites de la logique de stock appliquée aux contenus musicaux. La disponibilité de ces contenus ne suffit pas, il faut réinvestir ou créer de nouvelles modalités d'intermédiation entre les auditeurs et les contenus. Dans cette perspective, leurs mouvements respectifs les orientent vers **une quasi indifférenciation dans un ensemble de fournisseurs de flux musicaux éditorialisés semi automatiques**. La convergence possible entre ces émetteurs de flux, notamment via la proposition de fonctionnalités proches, conduit au passage d'une « écriture radiophonique » à une « écriture radionumérique » c'est-à-dire à une écriture « à informations ajoutées », interactive, délinéarisée et flexible, incluant le matériau sonore initial (Equoy Hutin, 2017). Et **dans cet environnement nouveau, la distinction entre flux et stock tend à s'estomper**.

L'analyse des différentes interfaces dans le temps doit amener à dégager les différentes périodes d'une **histoire de l'éditorialisation des contenus musicaux en régime numérique, interrogeant l'agencement entre stock et flux, entre recommandation humaine et algorithmique**. Dans un second temps, il s'agira d'**évaluer les changements potentiels amenés par le passage et/ou l'agencement entre interface-écran et interface-voix**, et le passage d'un régime de proposition éditoriale d'offre de contenus à celui de la réponse à une demande.



Cas d'étude :

Le premier cas d'étude est un acteur français du streaming musical. À travers l'analyse des archives des différentes versions de l'interface depuis sa création, il s'agit de retracer son histoire, du point de vue de la question de l'éditorialisation, pour documenter le passage d'une bibliothèque musicale personnelle en ligne à une forme de radio interactive.

Le terrain d'enquête sera complété, au fur et à mesure de l'avancement du travail, par un échantillonnage des principaux acteurs de la musique numérique :

- radios musicales et leurs prolongements numériques (Radio France et radios privées), notamment en s'appuyant sur un corpus d'archives du web de l'INA)
- plateformes de streaming et agrégateurs radio, projets éditoriaux spécifiques (Qwant music, musée en ligne de la Sacem).



Digital music design : Politiques d'éditorialisation augmentée des contenus musicaux Digital music design : editorialization policies of musical contents

Romain Bigay

doctorant en SIC

Laboratoire Dicen IDF

Université Paris Nanterre

rrom1.b@gmail.com

#streaming #radio #design #interface #SOC #document #editorialisation #digital methods

Résumé :

Plateformes de streaming, radios musicales et projets éditoriaux numériques convergent dans leurs évolutions. Les premières opèrent un mouvement de relinéarisation à partir de stocks de documents délinéarisés. Les secondes, par leurs prolongements numériques, s'émancipent de la logique fermée d'antenne pour construire des écosystèmes où 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.

Abstract :

Streaming platforms, music radio and digital editorial projects converge in their evolution. The former operate a process of relinearisation from stocks of delineated documents. The latter, by their digital extensions, emancipate themselves from the closed antenna logic to build ecosystems where the listener / Internet user evolves more freely. Third parties mobilize data aggregation operations or the development of specific document collections. All aim to offer an increased editorialization

Le tourisme n'a pas de définition unique

Les travaux du Prof. Dr. C. Kaspar présentent dès 1976 la **difficulté d'étudier le tourisme comme un fait unique et isolé**. Les définitions techniques (Leiper, 1993) sont propres à chaque pays ou institutions (Demen-Meyer, 2005) et ne suffisent pas à caractériser une **réalité touristique pouvant être complexe** (Fabry, Zeghni, 2012). Ces définitions réduisent le tourisme à un ensemble d'activités construites pour les voyageurs suite à une intention de voyager. (Tableau 1). De par sa transversalité, définir le **tourisme dépend donc du point de vue de l'observateur et ne peut pas être limité par une définition unique et consensuelle** (Dewailly, 2008).

Tableau 1 : Définitions techniques du tourisme

CNRTL (2019)	Activité d'une personne qui voyage pour son agrément, visite une région, un pays, un continent autre que le sien, pour satisfaire sa curiosité, son goût de l'aventure et de la découverte, son désir d'enrichir son expérience et sa culture.
INSEE (2019)	Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité.
OMT (2019)	Voyage / Tourisme : Le voyage désigne les activités des voyageurs. Un voyageur est une personne qui se déplace entre différents lieux géographiques pour quelque motif et durée que ce soit. Le visiteur est un type particulier de voyageur, de sorte que le tourisme est un sous-ensemble des voyages.
Wikipédia (2019)	Le mot tourisme désigne le fait de voyager pour son plaisir hors de ses lieux de vie habituels, et d'y résider de façon temporaire, mais aussi un secteur économique qui comprend en plus de l'hôtellerie l'ensemble des activités liées à la satisfaction et aux déplacements des touristes.

Le tourisme est un champ d'étude

L'absence de science autonome et de définition partagée par la communauté scientifique (Kadri, 2011), inscrit le tourisme dans de multiples disciplines (Darbellay, 2011) en tant que champs d'étude et de recherche. « *La géographie a sans doute été l'une des initiatrices majeures de ces études, mais sociologie, histoire, économie, droit, ethnologie et d'autres disciplines apportent depuis longtemps des pierres décisives à l'édifice* » (Dewailly, 2008). « *Le tourisme se retrouve donc bien plus dans une position de champ d'études que beaucoup de spécialistes partagent (ex : Jafari 1988, 2001 ; Tribe, 1997 ; Cazes, 2001) et accessible à toute incursion extérieure, que dans celui d'une possible discipline ou science.* » (Kadri, 2008). **La place du tourisme dans les disciplines est donc devenue une question légitime et en suspend pour de nombreux chercheurs** (Tableau 2).

Pour certains, « *on assiste à une déclinaison catégorielle du phénomène, qui le démultiplie et, à sa manière, l'embrouille en négligeant ce qui, au-delà de toutes ses manifestations, pourrait aussi le constituer. Le tourisme est vert (Bêteille, 1996), urbain (Cazes et Potier, 1998), local (Amirou et Bachimon, 2000), bleu, sportif, religieux, etc., bref tout peut être tourisme.* » (Lazzarotti, 2010)

Ancrage disciplinaire de la recherche

Chercheurs

L'expertise scientifique en tant qu'ensemble d'activités nécessaires pour analyser un problème (CNRS, 2005) est produite et partagée par les experts et les sciences académiques (Maxim, Arnold, 2015).

Ce travail propose un panorama non-exhaustif des chercheurs sur le champs d'étude du tourisme (Graphique 1) à travers plusieurs réseaux et moteurs de recherches (Astres, Veille Info Tourisme, Open Edition, Hal), il permet d'identifier la construction pluri disciplinaire du tourisme. Le classement est établi en fonction des disciplines de rattachement lors du doctorat ou par la suite des travaux de l'auteur ou d'un point de vue déclaratif (site institutionnel, publications). **Il ne tient pas compte des différents ancrages disciplinaires pour un auteur unique et ne prétend pas catégoriser les travaux d'un auteur dans une discipline.**

Ce travail de recherche est en progression et accessible depuis le carnet de recherche en ligne <https://destination.hypotheses.org/>.

Doctorants

Être doctorant c'est être un « chercheur junior » (Paris-Est, 2018). Le Graphique 1 nous présente les thèses en tourisme selon les disciplines proposées par le CNU (mot-clé « tourisme », base de données theses.fr). La géographie reste la discipline la plus représentée (37,5%), suivi des sciences économiques (11,8%) et de gestion (8,1%). **Les sciences de l'information et de la communication représentent 71 thèses soit près de 3% des travaux.**

Le graphique 2 présente l'évolution des thèses soutenues et des inscriptions pour les thèses en cours (1985-2019). Dans le corpus de document analysé, une thèse est soit « soutenue » soit « inscription », il n'existe donc pas de doublons. Cependant le taux d'abandon n'est pas identifié.

Le tourisme en France comme dans le monde étant en augmentation constante depuis plusieurs décennies (données : Arrivées touristiques France, DGE), nous pouvons questionner le ralentissement des thèses qui l'étudient.

* Labels n'appartenant pas aux disciplines CNU ou non précisés sur l'échantillon theses.fr
Bibliographie en ligne <https://destination.hypotheses.org/>

Le tourisme n'est pas une science autonome

Le tourisme se retrouve depuis plusieurs décennies au sein d'un débat qui divise la communauté scientifique en deux pôles. **Soit il relève d'un champ d'étude autonome soit il représente une science pluridisciplinaire en construction** (Kadri, 2008a).

- **Vers une science du tourisme autonome** (*tourismologie, touristologie*): De nombreux travaux tentent de justifier et de préciser la science du tourisme « *Si nous voulons comprendre totalement les véritables enjeux du tourisme de masse, lié à l'expansion des classes moyennes et donc, de plus en plus, à la mondialisation, nous prétendons qu'une science du tourisme répondra plus facilement à cette noble ambition* » (Hoerner, 2008) Cependant cette science « *peine à construire une reconnaissance scientifique et une identité propre* » (Kadri, 2008b) pour un secteur lui-même souvent déconsidéré (MIT, 2008, Veil, 2012).

- **Vers une science du tourisme transdisciplinaire, l'exemple anglo-saxon** (*Tourism studies*): « *Le maintien d'une perspective pluridisciplinaire est préféré à une intégration des différentes approches au sein d'une seule discipline : «We hope to promote and sustain a multidisciplinary approach to tourism.» (Tourism Studies Working Group de Berkeley, 2007) » (Ceriani-Sebregondi et al, 2008). Considérant les travaux des dix dernières années en France, il semble que cette approche soit également privilégiée dans les recherches en tourisme.*

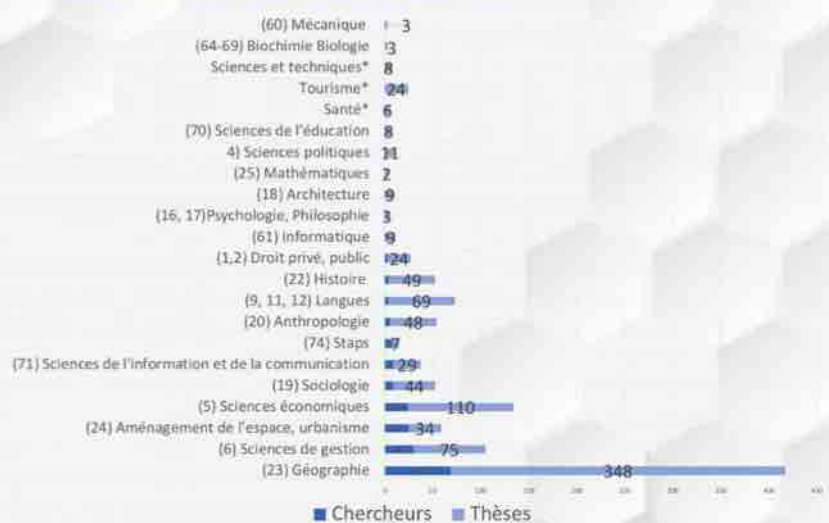
Le tourisme n'est pas une discipline scientifique

Le tourisme n'est pas une discipline scientifique reconnue par le Conseil National des Universités (CNU). Pourtant nous ne pouvons exclure l'intérêt et le besoin d'une approche scientifique face à un **phénomène croissant dans nos sociétés** (MIT, 2008). Théoriser le tourisme implique donc une **fragmentation des recherches par la diversité des disciplines et des acteurs** (Kadri, 2008).

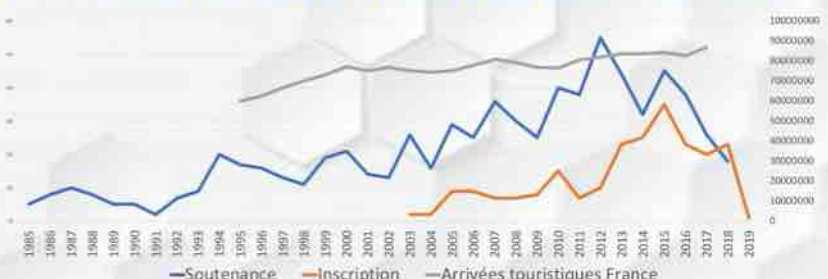
Tableau 2: La question du tourisme par disciplines

Disciplines	Question scientifique du tourisme
Géographes	« La géographie française, bien que s'étant intéressée assez tardivement au phénomène urbain en général, a plutôt devancé les autres disciplines dans son intérêt pour l'enjeu touristique ». (Knafoù, 2011)
Sciences économiques	« [La] perception réductrice du tourisme et du touriste touche aussi celui qui se consacre à son étude. « Les sociologues et les économistes (et les autres 'istes') spécialistes de la théorie sont toujours perçus comme des 'touristes' à l'intérieur de leur propre discipline » (Stafford, 1992 : 44-46) ». (Kadri, 2008)
Anthropologues Sociologues	« Jusqu'au début des années 2000, l'étude du tourisme en France reste le monopole quasi exclusif des économistes et des géographes. Le tenant pour une activité secondaire, les sociologues et les anthropologues ignorent souvent cet objet. » (Cousin, Réau, 2016).
Urbanistes	Sur la question des conflits touristes-habitants à Barcelone : « Même s'il est encore le fait d'une minorité intellectuelle, l'écho remarquable des questions urbanistiques au sein de la population risque de donner de l'ampleur aux enjeux ainsi soulevés. » (Vlès, 2011).
Sciences de gestions	« Une multitude de définitions et d'appréhensions du phénomène touristique existent mais curieusement la définition du tourisme comme marché est un domaine peu déchiffré en gestion ». (Demen-Meyer 2005)
Information Communication	« La médiation touristique : Au cœur et aux lisières des SIC » (Filloz, 2010)

Graphique 1: Chercheurs et thèses par disciplines scientifiques CNU



Graphique 2: Soutenance et inscriptions en thèses sur le champs de recherche du tourisme vs arrivées touristiques



La recherche en tourisme en France

Cyril Blanchet

doctorant en SIC

Dicen-IdF, Université Paris-Est Marne-la-Vallée

cyril.blanchet@univ-paris-est.fr

Mots-clés : Tourisme, recherche, transdisciplinarité, méthodologie

Résumé :

Ce poster propose un regard sur les disciplines qui construisent la recherche en tourisme. Nous nous demandons comment une discipline de recherche interdisciplinaire (Sciences de l'Information et de la Communication) se positionne sur l'étude d'un champ lui-même transdisciplinaire (Tourisme).

La question scientifique du tourisme a été portée par de nombreux débats autour de son approche disciplinaire. Elle suppose une définition commune et satisfaisante qui ne permet pas de refléter les caractéristiques réelles de l'activité touristique (Tableau 1 - Définitions techniques du tourisme). Ainsi, le tourisme n'a pas de définition unique, il n'est pas une science et ne constitue pas une discipline universitaire reconnue par le Conseil National des Universités. La légitimité du tourisme auprès de chaque discipline devient donc une question récurrente au niveau de la discipline et de la recherche scientifique (Tableau 2 - La question du tourisme par disciplines).

Pour comprendre cette expertise scientifique en tourisme, nous présentons un panorama non exhaustif des chercheurs et des thèses à travers un corpus construit par différents réseaux et moteurs de recherches (Astres, Veille Info Tourisme, Open Edition, Hal, thèses.fr).

Les Sciences de l'Information et de la Communication sont représentées par 5% des chercheurs qui étudient le tourisme (Fig. 1 - Chercheurs et thèses par disciplines scientifiques CNU) et par 3% des thèses qui mentionnent le terme « tourisme » dans leur titre ou leur résumé (Fig. 2 – Soutenance et inscriptions en thèses sur le champ de recherche du tourisme vs arrivées touristiques). En tant que travail en mouvement, cette analyse se présente et se poursuit sur le carnet de thèse <https://destination.hypotheses.org/> avec l'objectif d'enrichir le corpus déjà construit.

Être « star » de Youtube

Le processus de construction de notoriété sur Youtube

To be a Youtube “star”

The process of building awareness on YouTube

Judith Caceres

doctorante en SIC

Laboratoire Culture et Communication, Avignon Université

Judith.caceres@alumni.univ-avignon.fr

Mots-clés : Célébrité – YouTube – Média – Identification

Keywords: Celebrity – YouTube – Media – Identification

Résumé :

La course au succès a secrété ses vedettes, et chaque jour, YouTube, média vidéo très populaire avec plus d'un milliard d'utilisateurs dans plus de 88 pays, invente de nouvelles conquêtes pour ceux qui veulent être vus. Les vidéastes gèrent leur réputation et des carrières se construisent à l'intersection de leurs dispositions individuelles et des opportunités offertes. Plus seulement cantonnée au monde cinématographique, télévisuel ou encore à celui de la chanson, la célébrité se révèle sur YouTube. En effet, internet et les réseaux sociaux ne cessent de créer de nouvelles célébrités. Toutefois, les mécanismes d'ascension à la notoriété sont différents de ceux offerts par les médias traditionnels. YouTube offre à ses utilisateurs la possibilité de publier des vidéos sur le web gratuitement. Le monde de la vidéo est désacralisé, aucune légitimité particulière est demandée pour s'exposer publiquement. Ou de facto, tout le monde est légitime, amateurs et experts. Ainsi, ce travail a pour objectif de comprendre la contingence de la notoriété sur le web, autrement dit, comment celle-ci se construit-elle ?

Nous publions les résumés accompagnant les posters présentés lors des Doctorales de la SFSIC 2019 à Mulhouse. Certains de ces résumés sont accompagnés du poster correspondant, sans que cela ne soit obligatoire

SOUS QUELLES CONDITIONS, UN DISCOURS MILITANT ET INTERSECTIONNEL PEUT-IL SE FAIRE ENTENDRE ?



LA PAROLE MILITANTE

DES FEMMES NOIRES SUR YOUTUBE

Dans une première phase de l'enquête, j'ai étudié six youtubeuses afroféministes (Alma, Amandine Gay, Clémence, Elawan, Naya Ali et Mrs Roots). Le corpus a été constitué par l'analyse de leurs chaînes, de leurs productions audiovisuelles (163 vidéos), de leurs apparitions dans la presse nationale (7 interviews), ainsi que les entretiens d'Alma, de Clémence et d'Elawan. Malgré les difficultés techniques (son, image, lumière...) auxquelles sont exposées, les impositions de l'algorithme de YouTube et la tendance à l'entre-soi, ces chaînes proposent une « conversation ouverte » (Cardon, 2010) sur des sujets marginaux dans l'espace public. La méthodologie déployée emprunte à « l'ethnographie en ligne » et il m'a semblé nécessaire de compléter l'enquête par des entretiens de type compréhensif, permettant un recueil des informations et des vécus plus détaillé de la façon dont elles se servent de YouTube. En analysant leur contenu, on trouve d'ores et déjà quelques hypothèses qui débouchent sur les premières questions posées dans ce projet de thèse.



Médias alternatifs ou médias communautaires ?

On a pu constater que sur YouTube, ces femmes ont l'impression claire de parler à leurs homologues pour créer une communauté autour de leurs intérêts, de leurs convictions et de leurs objectifs. Dans ces conditions on observe un univers fermé, une tendance à l'homophilie. Elles se réunissent en « communauté » sur la base d'une interprétation commune de la réalité sociale, elles se rencontrent pour partager une expérience sociale commune pour construire un réseau de sororité.



Quelle visibilité cherchent-elles ?

Ces femmes manifestent le besoin de se réapproprié une « parole confisquée », en estimant que les femmes blanches (au nom d'un féminisme universel) et les hommes noirs (au sein même des mouvements noirs) ont parlé pendant des années à leur place, en laissant très peu d'espace à leur l'expression (hooks, 2015). Leur discours invite à une réflexion sur les représentations hégémoniques ; sur ce qui est perçu comme normal, standard, universel et ce qui est construit comme « l'Autre » (Delphy, 2008). La représentation des minorités devient un terrain de lutte, un espace de conflictualité, entre les différentes idéologies à visée hégémonique (Cervulle, 2018).



Les réglages de leur identité ?

Etre visible reste un enjeu pour ces youtubeuses qui préfèrent se cacher derrière un pseudonyme pour préserver leur vie privée des possibles harceleurs. La crainte de militer avec leur vrai nom est un constat important car il est révélateur de la difficulté des institutions à admettre des personnes militantes dans leurs rangs. Elles ont envie de construire une carrière professionnelle et pour cela, elles trouvent important de cacher leur militantisme dans leur milieu professionnel, par crainte d'être pénalisées.



Lieu de mémoire collective ?

Avec tous les enjeux de conservation que le numérique impose aux archivistes et aux historiens (Schafer, 2018), ces médias alternatifs deviennent des lieux de mémoires collective, un dépositaire des récits qui contribue à l'évolution historique du mouvement. Même si elles travaillent de façon isolée, elles ne revendiquent pas la position de « porte-parole » du mouvement et ne prétendent pas parler au nom de toutes les femmes noires - leur présence sur le web fini par donner un visage au mouvement afroféministe, à montrer qui sont les personnes qui mènent collectivement cette lutte.



L'intersectionnalité en France ?

Au-delà du succès que l'intersectionnalité a rencontré dans les études sur le genre, ces femmes vulgarisent ce concept sur Internet en essayant de situer leur expérience sociale. Malgré les résistances des universitaires à l'intersectionnalité (Lépinard et Mazouz, 2019), la formalisation de ce concept a donné la possibilité aux femmes françaises de produire des analyses à partir des points d'intersection du racisme et du féminisme, d'une façon nouvelle, que les autres mouvements sociaux contemporains n'ont pas su repérer (Crenshaw, 2005).



Quelle est la genèse de ce contenu ?

On constate bien facilement que la prise de parole des femmes noires dans l'espace public français et les revendications qu'elles portent ne sont pas une nouveauté ; même si elles sont très peu nombreuses dans les travaux académiques sur le féminisme (Dortin, 2008). Historiquement, le discours des femmes noires s'inscrit, avec plusieurs manifestations en France hexagonale et d'Outre-mer, dans la longue histoire des luttes antiracistes et anticoloniales (Larcher, 2017).



Pédagogie, politisation ou vulgarisation ?

Sans négliger la place accordée au savoir dans les processus de « self-empowerment » (Bacqué et Biewener, 2015), ces nouveaux espaces médiatiques mobilisent différents formats de contenus pour adopter un ton pédagogique très marqué par le traitement des concepts scientifiques, la disposition à expliquer et illustrer ces propos par des exemples didactiques. Je fais l'hypothèse que les femmes noires utilisent YouTube comme un outil « d'éducation populaire » pour mettre fin à leur stigmatisation par la conscientisation des phénomènes sociaux.

RETOUR SUR UN PROJET DE THÈSE :

De nos jours, une génération des femmes est active sur Internet avec des approches sur les questions de race, classe, genre. Dans une logique de renouvellement des pratiques militantes féministes, elles se servent de leurs récits intimes (Charpenel, 2016), en mettant en avant des problèmes individuels, des expériences personnelles qui deviennent partagées. En quelque sorte, le développement des TIC, l'abaissement des normes de la prise de parole et l'usage public des opinions privées ont contribué à la création de ces nouveaux espaces, « où seraient fondamentalement mises en publicité et en circulation des idées et des opinions autour desquelles se créeraient des débats publics et des communautés d'action » (Granjon, 2018, 41). Cela a pour résultat de nous permettre d'observer une multiplicité de « voix isolées » et « à bas bruit » qui arrivent à se faire entendre, sans passer par les biais de sélection dont on était habitué dans les moyens traditionnels. Elles se consolident justement sur le principe que, lors des débats sur des sujet politiques, les médias privilégient souvent l'opinion des « elite actors », au détriment du « citoyen ordinaire » qui ne se reconnaît pas dans la scène médiatique (Val Zoonen et al., 2010).

Ainsi, je pars du constat que la création de nouvelles formes de narration est une stratégie des pour rompre avec une représentation stigmatisée des femmes noires dans l'espace médiatique. Sur le terrain des médias alternatifs créés par le mouvement afroféministe en France, ma thèse porte sur les nouveaux formats d'expression créés pour parler des questions qui ont été qualifiées « d'intersectionnalité ». En étudiant ces pratiques du web participatif, je cherche à comprendre la fabrication et la légitimation de ce récit, sous quelles conditions un discours intersectionnel et militant peut-il se faire entendre ?

Il s'agit d'une analyse des interactions établies entre ces femmes et leur public, pour comprendre les usages, les sens, les contextes, les processus, les règles et les contraintes des échanges qui sont fabriquées à partir du contact en ligne. Pour cela, je propose une méthodologie mixte qui débute par une « observation ethnographique en ligne » qui cherche à analyser les contenus et les interactions ; ainsi que des entretiens semi-directifs pour recueillir des données objectives sur les usages, le mode de production, la relation avec les abonnés et l'action collective militante.

BIBLIOGRAPHIE

- Cardon D., La démocratie lobotomisée. Promesses et limites, Seuil, 2010.
 Bacqué M.H., Biewener C., L'empowerment une pratique intersectionnelle, La Découverte, 2015.
 Cervulle M., Queer Studies. Théorie et méthodes, L'Éclaireur, 2018.
 Charpenel M., Les groupes de parole ou la triple construction de l'usage féministe, Éducation et sociétés, 2018, n° 37.
 Crenshaw K.W., Cartographies des marges : Intersectionnalité, politique de l'identité et violence contre les femmes de couleur, Cahiers du Genre, 2005, n° 39.
 Delphy C., C'est pas moi, c'est les autres. Qui sont les autres ? La Fatigue, 2006.
 Dortin E., Black Feminism : anthologie du féminisme Africain-américain, 1975-2000, L'Harmattan, 2006.
 Granjon F., Mouvements sociaux, espaces publics et usages d'Internet : Pourrait, n° 1, 2018.
 hooks B., Ne suis-je pas une femme ? Femmes noires et féminisme, Cambourakis, 2015.
 Larcher S., « Mes vierz com politiques : L'afrofémisme en France ou le riposte des petites filles de l'Empire », Participations, n° 14, 2017.
 Lépinard E., Mazouz S., Cartographies du surpompé. Ce que les résistances au concept d'intersectionnalité nous disent sur les sciences sociales en France, Mouvement des idées et des luttes, Essai et débats, [en ligne], adresse URL : <https://goe.gi/q/1170>, consulté le 13 février 2018.
 Schafer N., Les réseaux sociaux numériques d'aujourd'hui, Le Temps des médias, n° 31, 2016.
 Van Zoonen L. et al., Performing citizenship on YouTube: activism, satire and online debate around the anti-Islam video Fitna, Critical Discourse Studies, n° 7, 2010.

Jaércio Bento da Silva

Doctorant contractuel en Sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas, au Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaires sur les médias, sous la direction de Cécile Méadel.

Mail : jaercio-bento_da-silva@u-paris2.fr
 Téléphone : +33 06 62 67 67 45
 Adresse : 5/7, avenue Vavin - 75006 PARIS



CARISM
 CENTRE D'ANALYSE ET DE RECHERCHE INTERDISCIPLINAIRES SUR LES MÉDIAS

Retour sur un projet de thèse : Sous quelles conditions, un discours militant et intersectionnel peut-il se faire entendre ?

Doctoral project Review : Under what conditions a militant and intersectional discourse may be heard ?

Jaércio Bento da Silva

doctorant en SIC

CARISM, Université Paris 2 Panthéon-Assas

jaercio-bento.da-silva@u-paris2.fr

Mots-clés : études d'usage du numérique. Genre. Médias alternatifs. Intersectionnalité.

Keywords: research about the uses of information and communication technologies. Gender Studies. Alternative Media. Intersectionality.

Résumé :

Pendant des années, les femmes blanches et les hommes noirs ont parlé à la place des femmes noires, en leur laissant très peu d'espace pour leurs propres expériences. Le concept d'intersectionnalité a donné à ces dernières la possibilité de développer un discours nouveau, permettant de réunir les points d'intersection du racisme et du sexisme que les autres mouvements contemporains n'ont pas su repérer. Avec l'arrivée d'Internet et plus spécifiquement des réseaux socionumériques, les afroféministes produisent des discours alternatifs au paysage médiatique pour aborder les questions de race, classe, genre, en décodant le racisme-sexisme qu'elles subissent ou dont elles sont témoins. Ancré dans le contexte français, ce poster démontre les hypothèses issues d'un travail préliminaire à la thèse. Nous interrogeons comment certaines plateformes, comme YouTube par exemple, permettent aux femmes noires d'interroger la marginalisation de leur existence dans la sphère publique et de mettre en question les positions sociales dominantes et leur représentations.

Abstract :

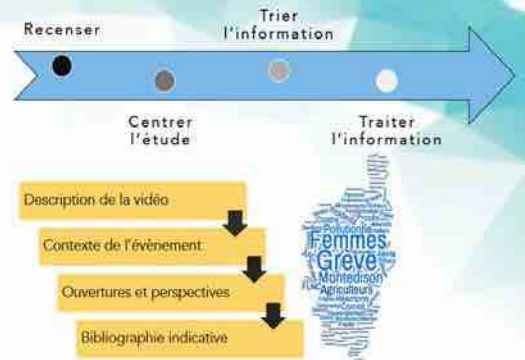
For years, white women and black men have talked instead of black women, leaving them very little space for their own experiences. The concept of intersectionality enables to develop a new discourse and to combine racism and sexism, differently from the other social movement. If today, with the arrival of Internet, and more specifically, the social medias, we are faced with the various possibilities for debate in the public space. The black women activists are active on the Internet to produce educative content about race, class and gender, and to decode the racism-sexism struggles they face or witness. Rooted in french context, this poster explains the assumptions resulting of a preliminary investigation. We also question how certain platforms, as YouTube, helps the black women to tackle their marginalization in the public sphere and question social dominant positions and their representations.

LES MOBILISATIONS COLLECTIVES EN CORSE & EN MEDITERRANEE

1 Etudier la notion d'engagement à partir d'une approche anthropologique des médias et de la communication (CAREY, 1989; WINKIN, 2001; FROISSARD, 2007).

2 Travailler sur les archives en constituant et en développant un corpus (PAPIN, 2009; TSIKOUNAS, 2013).

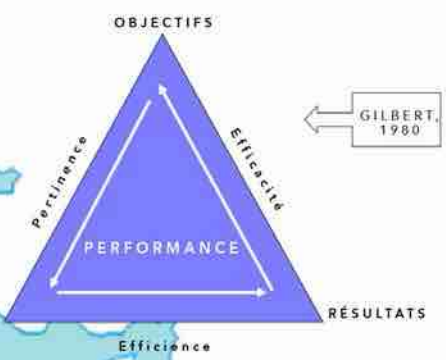
MÉDIAS & MOBILISATIONS DE 1945 À NOS JOURS
4 THÈMES & 130 DOCUMENTS VIDÉO



5 Réfléchir à la question de la représentation médiatique à travers l'analyse des journaux télévisés dont sont issues ces archives (MOUCHON, 1992; STOCKINGER, 2011; TRELEANI, 2014).



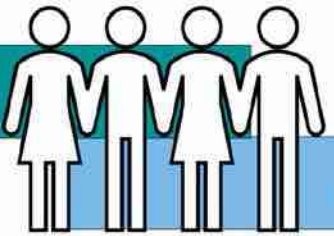
3 Comprendre les media events comme caractéristiques d'une performance d'actes symboliques similaires à des cérémonies et des rituels (VERON, 1981; DAYAN & KATZ, 1992).



4 Concevoir ces événements comme témoins d'une transformation collective régionale et identitaire par les différents types de mobilisations utilisés (NEVEU, 2000; CEFAÏ, 2007).



ARÈNE INSTITUTIONNELLE



ARÈNE NON-INSTITUTIONNELLE



Les mobilisations collectives en Corse

The collective mobilizations in Corsica

Jeanne Ferrari-Giovanangeli

doctorante en SIC.

Cotutelle internationale en Scienze politiche

UMR 6240 LISA, di Corsica Pasquale Paoli Medialab

Università di Pisa (Italie)

Ferrari_j@univ-corse.fr

Mots-clés : Engagement, Mobilisations, Archives audiovisuelles, Anthropologie

Keywords: Involvement, Mobilizations, Audiovisual archives, Anthropology

Résumé :

Face aux multiples bouleversements de l'histoire contemporaine, la profondeur avec laquelle se manifeste la conscience collective des individus illustre un agir communicationnel. La sélection d'archives de l'Institut National de l'Audiovisuel, Médias & Mobilisations en Corse de 1945 à nos jours, dépasse le cadre de l'expérience visuelle en nous amenant à concevoir les mobilisations collectives comme témoins d'une évolution de l'engagement. Une performance d'actes symboliques qui renvoie ici à la dimension théâtrale d'E. Goffman et au modèle orchestral de la communication de R. Birdwhistell.

Abstract :

In the face of the multiple upheavals in contemporary history, the depth with which the collective consciousness of individuals manifests itself illustrates a communicative action. The selection of archives of the National Audiovisual Institute, Médias & Mobilisations en Corse de 1945 à nos jours, beyond the scope of the visual experience by giving us to design collective mobilizations as witnesses to an evolution of involvement. A performance of symbolic acts that refers here to the theatrical dimension of E. Goffman and the orchestral model of communication R. Birdwhistell.

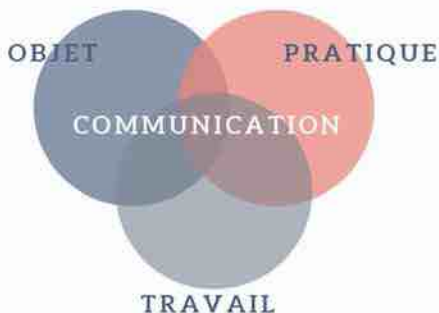
Dans quelle mesure la fabrique de la communication en temps de campagne électorale parvient à conjuguer les aspirations individuelles de visibilité des candidats et les dynamiques collectives de l'organisation partisane dont ils sont les représentants ?

CONTEXTE

- Communication : pratique politique et objet de discours.
- Contexte marqué par une « injonction à communiquer » (Neveu, 1994), une « personnalisation du jeu politique » (Amey & Salerno, 2009) et une « individualisation du champ politique » (Le Bart, 2010)

OBJECTIFS

1) Questionner la communication sous trois formes :



2) Fabrique de la communication au sein d'un parti

- Tactiques et bricolages (De Certeau)
- Focale mise sur les interactions dans une perspective relationnelle et compréhensive.

3) Relations acteurs et organisation

- Parti comme organisation (Husser, 2010)
- Agentivité des acteurs (Giddens, 1987)
- Façons de militer (Théviot, 2018) : mieux saisir l'organisation grâce aux individus et à une approche communicationnelle inspirée de la CCO.

MÉTHODE

- Méthode ethnographique : "engagement prolongé avec un groupe spécifique afin de comprendre comment ils agissent, pensent et sont en relation les uns avec les autres" (Crewe, 2016).
- Observation participante

TERRAIN

- candidats du Parti socialiste belge aux élections communales (octobre 2018) et aux élections régionales (mai 2019)
- Région Bruxelles-Capitale
- Enquête multisite (Laine, 2012)

ANCRAGE THÉORIQUE

- Interdisciplinarité : sociologie interactionniste (Strauss, 1992) ; sociologie politique
- Ancrage en SIC : ontologie relationnelle (CCO) pour aborder rapport entre humains et non-humains

INTÉRÊT

- SIC alors que la plupart des recherches en communication politiques se font en sciences politiques
- Terrain peu étudié : Belgique francophone
- Scrutin de liste : vote préférentiel et dévolutif

La fabrique de la communication en campagne électorale : Une étude ethnographique des pratiques de communication dans une organisation partisane

Inès Kalai

doctorante

Lasco, UCLouvain Cherpa, Science-Po Aix

ines.kalai@uclouvain.be

Mots-clés : communication politique, campagnes électorales, fabrique, partis politiques

Résumé :

Les derniers rendez-vous électoraux américains ou français l'ont bien illustré : la communication politique est une pratique qui fait l'objet de discours tant politiques que médiatiques. Si l'on ajoute à ce contexte une tendance à la personnalisation (Amey & Salerno, 2009) et à l'individualisation (Le Bart, 2010) du politique, la frontière entre acte de communication et action politique semble de plus en plus ténue. En nous inscrivant dans une approche interdisciplinaire ancrée en SIC et en nous inspirant de l'ontologie relationnelle propre à la CCO, nous souhaitons étudier le processus de fabrication de la communication politique au sein d'une organisation partisane en Belgique francophone : Comment celle-ci parvient-elle à conjuguer les aspirations individuelles de visibilité des candidats et les dynamiques collectives de l'organisation partisane dont ils sont les représentants ? Pour cela, nous adoptons une méthode ethnographique en collectant les données à l'aide d'une observation participante auprès de candidats du parti socialiste belge aux élections communales de 2018 et régionales bruxelloises de 2019.

WOMEN IN LOCAL RADIO: How gendering the media contributes to peace in Burkina Faso

Viviane Schönbächler
 MEDAS 21 PhD Fellow
 at RUB and Erich Brost Institute Dortmund
 viviane.schoenbaechler@rub.de

Summary



Source: Glez for Centre National de Presse Norbert Zongo, «Rapport 2018 sur l'état de la liberté de la presse au Burkina Faso», Ouagadougou.

Since the media liberalization wave in Sub-Saharan Africa in the 1990s, locally rooted radio stations have been considered as important tools for democratization, development and peace. However, two major challenges remain: firstly, radio are rarely considered as actors within the community, but merely as instruments to disseminate messages. Secondly, radio stations worldwide continue to mis- and underrepresent women in their content, management and production processes, which contests their capacity to contribute to the development of society as a whole. Through a qualitative research approach, this doctoral thesis wants to examine the gendered participation in local radio in order to understand the transformative roles radios can assume and to explore the opportunities to embed gender-sensitive policies in media development programs. The research is based on qualitative methods to collect and analyse data. I will use a feminist-pacifist perspective and participatory communication theory to guide my research.

Research Question: In what ways is participation in local radio gendered and how does this affect the radio's capacity to contribute to peace?

Thesis Structure

Context and Key Concepts

- Media Landscape in Burkina Faso: from state control to proximity radios
- Gender: a concept affected by colonialism and development
- Peace and Conflict: How to reconcile traditions and «Etat de droit»?

Literature Review

- From Development to Participatory Communication
- Media and Peace Studies
- Gender/Feminist Media Studies
- Women, Radio and Peace: Between doctoral theses and grey literature

Theoretical Framework

- Participatory Communication and Communication for Social Change (Freire, Gumucio, Servaes, Carpentier)
- Feminist Standpoint Theory (van Zoonen, Steeves)
- Imperfect Peace and Conflict Transformation (Galtung, Lederach, Muñoz)

Research Design

- In-depth case studies
- Qualitative and Ethnographic Methods: interviews, focus groups, participant observation, participatory conflict and audience analysis
- Research Scope and Limitations

Data Collection and Analysis

Discussion

Women in Burkinabe Radio

Radio in Burkina Faso:

154 radio stations



Associative 30.5%
 Commercial 25.3%
 Public 18.8%

Women in Radio



24% female staff



5.5% in decision making

Main obstacles for women's participation

- Family constraints
- Social prejudices
- Lack of self-confidence and determination
- Lack of training and professionalism

CNP-NZ, 2016: Rapport sur l'état de la liberté de la presse au Burkina Faso, Ouagadougou.
 Bâ, 1999: Situation, place et rôle des femmes dans les médias en Afrique de l'Ouest, PANOS-AO, Dakar.
 Somé et al., 1998: Place des femmes dans les médias au Burkina Faso, PANOS, Bamako.
 Ministère de la Communication, Avril 2018: Etude des Radios du Burkina Faso: Typologies, Audiences et Perspectives, Ouagadougou.

Les femmes dans les radios locales : Comment genrer les médias au Burkina Faso peut contribuer à la pacification Women in Local Radio: How gendering the media contributes to peace in Burkina Faso

Viviane Schönbachler

Ruhr University Bochum (Allemagne)

Erich Brost Institut, TU Dortmund (Allemagne)

Viviane.schoenbaechler@rub.de

Mots-clés : Femmes, Radio, Afrique, Burkina Faso

Keywords: Women, Radio, Burkina Faso, Africa

Résumé :

Depuis la libéralisation des ondes en Afrique sub-saharienne dans les années 1990, les radios locales sont considérées comme des outils essentiels de la démocratisation, le développement et la paix. Cependant, ces projets ont deux défis majeurs : d'une part la radio est rarement considérée comme un acteur en tant que tel au sein de la communauté, mais plutôt comme un instrument pour diffuser des messages ; d'autre part, les radios, partout dans le monde, continuent de mal- et sous-représenter les femmes dans leurs contenus, leur gestion et leurs processus de production, ce qui restreint leurs capacités à œuvrer au développement de la société tout entière. A partir d'une recherche qualitative, notre thèse de doctorat examine la participation genrée dans les radios locales afin de comprendre les rôles transformatifs qu'elles peuvent assumer et pour explorer les opportunités d'intégrer une approche sensible au genre dans les projets de développement des médias. La recherche se base sur des études de cas qualitatives et des méthodes ethnographiques pour collecter et analyser les données. Nous employons une perspective féministe-pacifiste et les théories de la communication participative pour guider notre recherche.

Abstract :

Since the media liberalization wave in Sub-Saharan Africa in the 1990s, locally rooted radio stations have been considered as important tools for democratization, development and peace. However, two major challenges remain: firstly, radio are rarely considered as actors within the community, but merely as instruments to disseminate messages. Secondly, radio stations worldwide continue to mis- and underrepresent women in their content, management and production processes, which contests their capacity to contribute to the development of society as a whole. Through a qualitative research approach, this doctoral thesis wants to examine the gendered participation in local radio in order to understand the transformative roles radios can assume and to explore the opportunities to embed gender-sensitive policies in media development programs. The research is based on qualitative case studies and ethnographic methods to collect and analyse data. I will use a feminist-pacifist perspective and participatory communication theory to guide my research.

VII. Annexes

12-14 • juin • 2019

Campus Fonderie Mulhouse

Alte Universität Basel

programme



DOCTORALES TRANSFRONTALIÈRES

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

SFSIC

MERCREDI 12 JUIN

OUVERTURE

14:30 - 16:00

AMPHI 3

Ouverture des XIIIe Doctorales de la SFSIC

Josiane STOESEL-RITZ - Vice-Présidente Relations Internationales, UHA
Hocine SADOK - Doyen de la FSESJ, UHA
Eleni MITROPOULOU - Directrice adjointe, CRESAT, UHA
Philippe BONFILS - Président de la SFSIC
Sylvie ALEMANNNO, Dominique BESSIÈRES, Jean-Claude DOMENGET - Vice-Présidents recherche, SFSIC
Carsten WILHELM, Fabien BONNET - SFSIC, CRESAT, UHA

Séance Plénière - Conduire des recherches en contexte numérique : Quelles méthodes en information et communication ?

Christine BARATS - Céditec, UPEC et Université Paris Descartes
Olivier LE DEUFF - Mica, Université Bordeaux Montaigne

Animation : Jean-Claude DOMENGET - Elliadd, Université de Bourgogne Franche-Comté - Vice-Président recherche de la SFSIC

S'insérer dans le monde professionnel avec un doctorat en SIC

Présidence de séance : Laurence CORROY-LABARDENS - CERLIS, Université Paris 3 - Vice-présidente Formation SFSIC
Elise LE MOING-MAAS - Re-SIC-ULB, IHECS - Vice-présidente Formation SFSIC

Présentation du programme culturel articulé aux doctorales

Emilie BOUILLAGUET - Membre du CA de la SFSIC - Coordinatrice du festival

ATELIERS 1

16:00 - 17:00

TIC, communication des organisations, des politiques publiques et environnementales

SALLE RG113

Animation : Sylvie ALEMANNNO

- Territorial Marketing and Urban Regeneration: perspectives from Lisbon and Lyon - Cecília BARBOSA
- La dynamique territoriale créative entre mouvements tangible et intangible : Analyse du cas de la ville du cinéma Busan en Corée du Sud - Hahn SEJEONG
- La communication de solidarité internationale : critiques et pistes - Florine GARLOT

TIC et éducation, apprentissage

SALLE RG114

Animation : Sidonie GALLOT

- Décrire et comprendre l'expérience des élèves - Laurent HEISER
- Culture numérique juvénile et éducation aux médias en France et en Allemagne : une approche comparative - Sabine BOSLER
- Étude des pratiques info-communicationnelles des enseignants-chercheurs en médecine au Maroc : le contexte socioculturel, numérique et politique - Amal JAOUZI

TIC, médias et société

SALLE RG115

Animation : Emilie BOUILLAGUET

- Assessing Diplomatic Impacts via Country Image Dimensions on Twitter: a country-based social network analysis - Giada CALAMAI

- Le documentaire numérique contemporain entre représentation et construction de la réalité - Alba MARÍN
- Pour une approche sémio-communicationnelle des formes publicitaires sur les médias socio numériques : étude comparative France-Maroc - Yasmine FARIS

Littératies, éditions / presse

SALLE RG116

Animation : Claire SCOPSI

- L'entreprise de presse et ses publics : De la compréhension du consommateur aux stratégies managériales - Cassandre BURNIER
- Communication médiatique et standardisation. Le portrait de presse magazine, entre produit industrialisé et varié des standards de figuration - Philippine CLOT
- Créativité, comédiens et théâtres : underground, upperground et middleground - Yearime CASTEL Y BARRAGAN

17:30 - 18:00 • PAUSE CAFÉ POSTERS

MEZZANINE

SÉANCE PLÉNIÈRE

AMPHI 3

18:00 - 19:00 • Les principes de la qualification en 71 ème section

Rencontre CNU / CPDirSIC
Revue SIC et dynamique des SIC

Invitées : Professeure Beatrice FLEURY - Présidente du CNU 71, laboratoire CREM
Professeur Jacques WALTER - Président de la CPDirSIC, laboratoire CREM

Présidence de séance : Philippe BONFILS - Président de la SFSIC et Sylvie ALEMANNI - VP Recherche SFSIC

ART • SIC • CULTURE

HALL CENTRAL

19:00 - 20:30 • L'apéro culturel | Battle DJ Set Zajazza

JEUDI 13 JUIN

ATELIERS 2

08:30 - 10:00

TIC, communication des organisations, des politiques publiques et environnementales

SALLE RG113

Animation : Patrice DE LA BROISE

- L'énonciation sociale de « la diversité » : un enjeu sémio-politique au cœur des reconfigurations discursives de la communication organisationnelle - Emmanuelle BRUNEEL
- La co-construction de l'action publique, entre incommunication et médiation : le cas d'un centre de R&D en pratiques sociales - Geoffrey VOLAT
- Communication interne organisante : le rôle des managers de proximité dans la création du sens en situation de changement - Sarah ATTIA

TIC et éducation, apprentissage SALLE RG114

Animation : Christian LE MOËNNE

- Intégration des dispositifs communicationnels numériques dans les pratiques des enseignants de Nouvelle-Calédonie
Jean-François LOISEL
- Étude d'une expérimentation « tablette » en collège : entre appropriation et résistance - Ariane PICARD
- Intégration des dispositifs numériques d'information et de communication dans les universités béninoises : cas de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC) - Natacha C. FAGADE

TIC, médias et société SALLE RG115

Animation : Jacques WALTER

- Dispositifs info-communicationnels de sensibilisation à l'hygiène des mains pour la réduction du risque d'infections associées aux soins - Thibaut ALBERTINI
- Étude et usage des leviers de l'engagement pour les thérapeutes et les patients dans un contexte de rééducation cognitive des fonctions exécutives médiée par le Serious Game S'TIM - Julie GOLLIOT
- La vie religieuse et ses hybridations en Afrique à l'heure des réseaux et des transformations anthropologiques en cours (Contribution à une stratégie d'adaptation à partir du cas de la Congrégation des Filles du Saint-Cœur de Marie au Sénégal) - Jeannette BASSENE

Littératies, éditions / presse SALLE RG116

Animation : Frédéric GIMELLO-MESPLOMB

- Falsifiabilité du texte numérique et caractère éphémère du web, l'impensé de la non distribution des sources en ligne
Chloé GIRARD
- Vulgarisation scientifique et médias sociaux. Étude des modes de production et de réception numériques du savoir
Jordan CASACCIO
- A case of book design turned mass media: Business Model Generation - Jean-Louis SOUBRET

10:00 - 10:30 • PAUSE CAFÉ POSTERS MEZZANINE

ATELIERS 3 10:30 - 12:00

TIC, communication des organisations, des politiques publiques et environnementales SALLE RG113

Animation : Olivier GALIBERT

- La place de l'image dans la communication préventive - Aude CHAUVIAT
Nouveau Management Public et dispositifs info-communicationnels : enjeux, tensions et appropriations
- par les personnels de santé - Marine AZNAR
Politiques d'information-communication internes et pratiques professionnelles dans les établissements publics
- de coopération intercommunale - Manon DALBAN

TIC, création culturelle/cinéma-télé SALLE RG114

Animation : Catherine ROTH

- Festivals et publics : approches et discours croisés pour expliquer la co-construction d'un événement artistique et culturel
Camille ROYON
- La Réalité Virtuelle Cinématique : média et langage - Savo ZUNJIC
- Documentaliste audiovisuel, de 1952 à nos jours : une profession en quête d'identité - Anna TIBLE

TIC, médias et société SALLE RG115

Animation : Eleni MITROPOULOU

- Mettre en récit les troubles mentaux sur YouTube - Blandine ROUSSELIN
- Résultats préliminaires d'une étude sur les pratiques d'information et de communication des usagers des applications mobiles de santé au Maroc - Hatim BOUMHAOUAD
- Détournement du genre dans la lutte contre les violences envers les femmes : processus créatifs et intentions d'influence
Basile EVI

Littératies, éditions / presse SALLE RG116

Animation : Daniel RAICHVARG

- Le livre numérique est-il un livre ? - Zoé SINSOU
- L'interactionnisme au prisme des SIC - Jacques GHOUL SAMSON

12:00 - 13:30 • REPAS FONDERIE

ATELIERS 4 13:30 - 15:00

TIC, communication des organisations, des politiques publiques et environnementales SALLE RG113

Animation : Dominique BESSIÈRES

- Processus de (ré)organisation et expérience sensible de l'agir à partir d'une situation de «cacophonie»
Le cas des forces de l'ordre en contexte d'émeutes - Elise CREULLY
- Médiations locales d'un événement historique. Le cas du cinquantenaire de l'arrivée des rapatriés français d'Indochine
Marie HAMID
- Public Diplomacy and country images in times of digitization and globalization - Jérôme CHARIATTE

TIC, création culturelle/cinéma-télé SALLE RG114

Animation : Julien PÉQUIGNOT

- Mouvements sociaux : analyse des corps et des discours dans les médias français et brésilien - Camila LIMA DE BRAGA
- Cinéastes latino-américaines, films transnationaux : Tensions et négociations transculturelles d'un cinéma entre l'Europe et l'Amérique Latine - Claudia ADRIANZEN
- Analyse diachronique de la programmation télévisuelle destinée aux jeunes adultes (1958 – 2018) - Marion FERRANDERY

TIC, médias et société SALLE RG115

Animation : Sandrine ROGINSKY

- Pratiques informationnelles non-formelles et culture de l'information : l'exemple d'adolescents sur la plateforme YouTube
Sandrine PHILIPPE
- Enjeux éthiques de l'usage des réseaux sociaux numériques par les jeunes : étude comparative entre jeunesse sénégalaise et jeunesse française - Rose Mama DIOUF
- Reformulation de la figure du leader d'opinion dans la réception de l'information de la « génération Y » via les réseaux sociaux numériques - Stéphanie LUKASIK

Littératies, éditions / presse

SALLE RG116

Animation : Laurence CORROY-LABARDENS

- La valeur universelle exceptionnelle du patrimoine mondial : entre reconnaissance, préservation et labellisation - Iva ZUNJIC
- Le rôle des espaces dans la production de sens des écrits : l'exemple des « papiers de marabout » à Barbès - Mathilde VASSOR
- La Bibliothèque Troisième Lieu - Jean-Philippe DUPUY

15:00 - 15:30 • PAUSE CAFÉ POSTERS

MEZZANINE

ATELIERS 5

15:30 - 17:00

TIC, communication des organisations, des politiques publiques et environnementales

SALLE RG113

Animation : Jean-Claude DOMENGET

- Le « transmédia » dans le discours du gouvernement Colombien - Ana Cristina VILLEGAS CALDERON
- Les jeunes et la démocratie : que peut le service public de l'audiovisuel pour augmenter leur pouvoir d'agir ? - Laurent CHOMEL
- Usage des données publiques dans les projets de développement en Côte d'Ivoire - Alain ESSOI MESSOUN

TIC, création culturelle/cinéma-télé

SALLE RG114

Animation : Sarah CORDONNIER

- Une méthodologie croisée pour l'analyse des représentations dans le cinéma en coproduction: le cas du cinéma franco-colombien - Gustavo SUAREZ-RIOS
- Représentations télévisuelles des sportives de haut-niveau pratiquant des disciplines historiquement « masculines » - Natacha LAPEYROUX
- Échanges discursifs et esthétiques entre la France et la Colombie dans la consolidation d'un modèle de production du cinéma d'auteur : étude de cas du film La Barra d'Óscar - Gloria PINEDA MONCADA

TIC, médias et société

SALLE RG115

Animation : Carsten WILHELM

- L'embarras à l'ère du pharmaphone - David GALLI
- De la manipulation à la digipulation des écrans : la prétention communicationnelle des petits gestes tactiles - Inès GARMON
- Vers une approche communicationnelle de la radicalité - Billel AROUFOUNE

TIC, patrimoine, territoire

SALLE RG116

Animation : Laurent COLLET

- La construction symbolique du patrimoine naturel en Corse - Jérôme PERI
- Le Parc Naturel Régional et la «publicisation» d'enjeux de développement durable dans l'aménagement de son territoire - Benjamin THICOIPE

ATELIERS INTÉGRATION PROFESSIONNELLE

17:15 - 18:30

SALLE RG119

Animation : Laurence CORROY-LABARDENS - Université Paris 3, CERLIS - Vice-présidente Formation SFSIC
Elise LE MOING-MAAS - IHECS, Re-SIC-ULB - Vice-présidente Formation SFSIC
Carsten WILHELM, Fabien BONNET - CRESAT, Université de Haute Alsace

ART • SIC • CULTURE

18:45 - 19:45 • Spectacle | Pyl, un prophète à la rue - Cie Du Grenier au Jardin

PARVIS DE LA FONDERIE

20:00 • Dîner magique | Repas et close up - Cie La Trappe à Ressort

NOMAD CAFE

VENDREDI 14 JUIN

DÉPART BUS POUR BÂLE

09:00 • Départ de Mulhouse

SÉANCES PLÉNIÈRES

ALTE UNIVERSITÄT - HÖRSAAL 101

10:00 - 11:30 • **Carrières internationales pour jeunes docteurs** - Chemins, critères, difficultés et opportunités

Diana INGENHOFF - SSCM
Stefanie AVERBECK-LIETZ et Lisa BOLZ - DGPUK
Frédéric GIMELLO-MESPLOMB - DRRT Région Grand Est
Carsten WILHELM et Fabien BONNET - SFSIC, CRESAT

11:30 - 13:00 • **La SFSIC au service des doctorants**

Assemblée générale de la SFSIC - Annonce du prochain congrès

13:00 - 14:00 • LUNCH - BUFFET

ART • SIC • CULTURE

14:00 • Visite libre de Bâle à l'occasion du salon international d'art contemporain Art Basel

RETOUR BUS

16:45 et 17:45 • Départ de Bâle

17:30 et 18:30 • Arrivée en gare de Mulhouse

● PAUSES CAFÉ POSTERS - PRÉSENTATION DE 12 POSTERS ●

1. Voix faibles du numérique : l'afro féminisme en France - Jaércio Bento DA SILVA
2. The Sacred Trust of Civilization? Development thinking in the League of Nations mandates system - Arne Lorenz GELLRICH
3. La fabrique de la communication en campagne électorale : Une étude ethnographique des pratiques de communication dans une organisation partisane Ines KALAI
4. Les pratiques des acteurs journalistiques et leur identité professionnelle dans le contexte des dynamiques populistes en Allemagne et en France - Viviane HARKORT
5. Etre "star" de YouTube. Comment se construit la notoriété sur le web ? Judith CACERES
6. Women in Local Radio: How gendering the media contributes to peace in Burkina Faso - Viviane SCHÖNBÄCHLER
7. Le webdocumentaire à l'épreuve de l'interactivité : de l'intention à l'interaction Alice T'KINT
8. Les modalités de communication de la coopération culturelle transfrontalière Sophie RUCH
9. Digital music design : Politiques d'Éditorialisation augmentée des contenus musicaux - Romain BIGAY
10. Les mobilisations collectives en Corse et en Méditerranée : Anciennes et nouvelles formes d'engagement - Jeanne FERRARI-GIOVANANGELI
11. Retour d'expérience sur la pratique de l'entretien biographique avec des journalistes français sur les questions du féminisme - Laure BEAULIEU
12. La recherche en tourisme en France - Cyril BLANCHET

VISUEL EN COUVERTURE

Achevée en 1972, la **Tour de l'Europe**, due à l'architecte François Spoerry est un bâtiment iconique de Mulhouse. Son plan triangulaire voit chaque face de la tour orientée en direction d'un des pays de la « tri-région » et en fait un symbole des dynamiques transfrontalières à l'œuvre sur le territoire.

Crédit photographique : Thomas ITTY



ART • SIC • CULTURE

DES DOCTORALES

12 - 13 - 14 juin 2019

« Participez ! »

Edito

Un « festival des SIC » en devenir ?

Ouvrir un volet culturel qui s'attacherait aux relations entre les sciences de l'information et de la communication et le milieu des arts et de la culture est une idée qui a émergé en juin 2016, à Metz, à l'occasion du XIX^e congrès de la SFSIC. Deux ans plus tard, réunis pour un XX^eème Congrès autour des thèmes de la création, de la créativité et de la médiation, cette initiative a remporté l'adhésion des congressistes de Paris MSH Nord.

Nous avons ainsi décidé de présenter à l'occasion de cette édition des doctorales un court programme culturel, axé sur le thème des processus artistiques collaboratifs, en vous invitant à « Participez ! ». Tous ces artistes ont choisi de jouer avec la notion de spectateur en plaçant le public comme acteur indispensable à leur création. Notre présence, nos actes, nos représentations ou notre engagement parfois contribueront à transformer un sample en battle, une histoire de clown en communion publique, un jeu de cartes en tour de magie... Nous avons le plaisir de recevoir des artistes évoluant dans le secteur des arts de rue, du théâtre, de la musique et de la magie, de découvrir les hauts-lieux de l'art contemporain à Mulhouse et à Bâle, d'accueillir des projets de jeunes chercheurs qui mobilisent la relation entre arts, SIC et culture. Nous souhaitons là favoriser de nouvelles formes de rencontres entre doctorants et enseignants-chercheurs, réunir scientifiques, artistes et professionnels de la culture pour laisser libre cours aux croisements des regards et des expériences.

Le lancement d'une telle initiative, validée par le Conseil d'Administration de la SFSIC, s'inscrit aujourd'hui dans la volonté de notre société savante de susciter des formes de rencontres entre nos disciplines scientifiques et le secteur culturel, favorisant l'échange d'informations et la production de savoirs communs.

Nous remercions sincèrement l'Université de Haute-Alsace et le Campus Fonderie, le Centre de Recherches sur les Economies, les Sociétés, les Arts et les Techniques (CRESAT), le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, la Direction Régionale de la Recherche Technologique, la Kunsthalle, Isabelle Lefèvre du Service Universitaire de l'Action Culturelle de l'Université Haute-Alsace ainsi que tous les doctorants et étudiants de Master investis dans l'organisation de ce volet culturel que nous présentons à vous comme la pré-édition d'un « festival des SIC » en devenir. Nous posons ensemble ici une première pierre à l'édifice et nous espérons avoir le bonheur de vous fixer un nouveau rendez-vous à chaque édition des doctorales et congrès de la SFSIC, et dès Juin 2020 à Grenoble.

Emilie Bouillaguet et Philippe Bonfils

Coordinatrice programme culturel SFSIC • Bouillaguet Émilie • emilie.bouillaguet@gmail.com • 06.19.32.57.47

L'apéro culturel • Battle DJ Set - Zajazza # musique

12|06 • 19:00 - 20:30 • Hall central scène

Avec son concept "Sampling Is Beautiful", **Zajazza** nous partage sa passion du sample et de l'échantillonnage sonore avec humour et pédagogie. Une porte d'entrée pour découvrir et faire comprendre la (les) musique(s) de manière simple, ludique et en faire un terrain de jeu. On en profite pour monter une battle SIC en mode DJ Set : une rencontre entre doctorants, enseignants, jazz, soul, funk et hip-hop. De quoi mixer et remixer toutes nos représentations des sciences de l'info-com.



les expos d'art contemporain

● Visite libre de la Kunsthalle Centre d'art contemporain

12|06 et 13|06 de 12:00 à 18:00 • Fonderie Mulhouse

Un Paon et un Hippopotame se Lancent dans un Débat Existentiel, une exposition monographique de Basim Magdy. Attiré par les sciences, l'inexplicable, l'impressionnant, tout autant que par la beauté des mots et la musicalité d'un son, **Basim Magdy** compose ses peintures, ses photographies et ses films à partir de prélèvements du monde qu'il observe, façonne et détourne... à l'instar d'un scientifique tentant des expériences à partir du réel pour obtenir une réalité secondaire. *New Acid* est le titre du nouveau film écrit et réalisé par Basim Magdy. Produit par La Kunsthalle Mulhouse, il sera présenté pour la première fois à l'occasion de l'exposition. Autour de ce film, une sélection de photographies inédites, de peintures, de vidéos, d'installations trouveront place dans un espace entièrement peint selon les instructions de l'artiste. L'exposition fonctionnera comme une œuvre globale dans laquelle le spectateur sera accueilli et invité à trouver sa propre place.

● Visite libre de Bâle à l'occasion de l'Art Basel

14|06 • Après-midi • Bâle

Art Basel est incontestablement la principale foire du marché de l'art international. Près de 300 galeries du monde entier triées sur le volet y présentent des œuvres contemporaines et modernes de grande qualité. Artistes, collectionneurs et personnalités se retrouvent à Bâle pour l'occasion et font de la cité rhénane le haut lieu de la scène artistique.

● Le projet culture & SIC jeune chercheur

Bulles sonores, by Mathieu Feryn

Muni d'un simple zoom, ce veilleur de sens et de sons enregistre les actes sonores liés aux processus de participation en espace public : mots, phrases, voix, discours isolés, mais aussi bruits et sonorités invisibles, ... tous ces fragments du IN et du OFF ont du sens et témoignent de nos interactions, de notre être-là dans l'agir, mais aussi des temps qui les précèdent et les suivent. Ces traces sonores lui serviront à conduire une interrogation sur ce que disent et révèlent les sons d'une situation participative, surtout lorsqu'ils s'y rencontrent nos identités, tensions, valeurs et cultures... **Mathieu Feryn** est docteur en sciences de l'information et de la communication (Université d'Avignon). Ses recherches sont axées sur l'analyse communicationnelle des pratiques et professions artistiques et culturelles, l'ethnographie des organisations et des pratiques musicales, les médiations culturelles, patrimoniales et numériques.

Le café-radio-culturel de David et Billel

Le temps des pause-café, le plateau-radio de **David et Billel** vous accueille pour parler de vos envies et avis sur l'ouverture d'un volet culturel lié aux sciences de l'information et de la communication.

Spectacle • Pryl, un prophète à la rue # théâtre de rue

13|06 • 18:45 - 19:45 • Parvis extérieur Entrée Fonderie

Pryl est dans de beaux draps et de ce fait vous aussi... Du sang sur les mains, un cadavre sur les bras, y'a plus de clown qui tienne. Coincé sur ce bout de trottoir, encerclé, Pryl fait un tour de bocal et cherche des solutions pour nous sortir de là. Par la force des choses, nous ferons de cet imbroglia sanguinaire dans lequel nous trempons, un instant unique, une communion publique. **La Cie Du Grenier au Jardin** écrit et réécrit ses spectacles pour la rue et dans la rue. Orientées vers un « théâtre hors scène », l'écriture et la mise en scène s'appuient sur des situations tragi-comiques qui invitent le spectateur à tenir un rôle au sein de l'espace de jeu : l'espace public.



Dîner magique • Close up - Cie La Trappe à Ressort

13|06 • 20:00 • Le Nomad

Cela se passe à quelques centimètres des yeux et même jusque dans les mains du spectateur ! L'idée est bien sûr d'en prendre plein les mirettes, de passer un moment convivial et festif, d'abandonner son esprit cartésien, et de se laisser porter par son imaginaire... **Stéphane Amos** présente un « personnage magique » qui vous enchantera avec ses trouvailles incongrues, des tours classiques revisités et autres impossibilités notoires. De quoi rendre fous les invités en sortant de sa besace un ton caustique, une balle et trois gobelets... Stéphane Amos a débuté son parcours artistique à l'école Graine de cirque à Strasbourg en suivant des cours de jonglerie et d'équilibre. Son attrait particulier pour la manipulation le poussa à approfondir cette voie qui le mena naturellement vers la magie et son art de manipuler les objets, et les esprits !